

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, PENELITIAN RELEVAN DAN KERANGKA BERPIKIR

A. Kajian Pustaka

1. Interaksi Sosial

Manusia merupakan makhluk sosial yang selalu membutuhkan orang lain untuk mempertahankan hidup dan memenuhi kebutuhannya. Agar kebutuhan hidupnya terpenuhi, setiap manusia memerlukan interaksi sosial. Interaksi sosial sering disebut sebagai dasar suatu kehidupan sosial, sebab tanpa adanya interaksi sosial maka tidak akan tercipta kehidupan bersama.

Terdapat beberapa definisi tentang interaksi sosial yang dikemukakan oleh para tokoh sosiologi. Menurut Soerjono Soekanto interaksi sosial merupakan suatu bentuk umum dari proses-proses sosial yakni cara-cara hubungan yang dapat dilihat apabila orang perorangan dari kelompok manusia saling bertemu dan menentukan sistem serta bentuk hubungan tersebut, atau apabila ada perubahan-perubahan goyahnya cara hidup yang telah ada, dengan demikian interaksi sosial hanya akan terjadi apabila terdapat reaksi antara pihak-pihak yang berhubungan¹. Menurut Soerdjono Dirdjosisworo, interaksi sosial merupakan hubungan sosial timbal balik yang dinamis, yang menyangkut hubungan antara orang-orang secara perseorangan, antara kelompok-

¹Soerjono Soekanto,*Sosiologi Suatu Pengantar*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010, hlm.55.

kelompok manusia, maupun antara orang dengan kelompok-kelompok manusia.²

Setiap interaksi pasti memiliki tujuan tertentu yang seringkali berbeda antara satu individu dengan individu maupun kelompok dengan kelompok lainnya. Perbedaan kepentingan dan tujuan inilah yang mendorong tiap-tiap kelompok untuk saling berinteraksi. Sebab keberadaan masing-masing kelompok tidak dapat dipisahkan dan memiliki ketergantungan satu sama lain. Begitu pula interaksi yang terjadi pada masyarakat industri kecil rambut palsu di Desa Karangbanjar. Interaksi sosial menjadi dasar terciptanya jaringan sosial yang terjadi antara pihak pengrajin industri kecil rambut palsu, pekerja, pemasok, pengepul, dan pihak pabrik. Masing-masing pihak tersebut saling berkaitan dan memiliki ketergantungan satu sama lain.

2. Jaringan Sosial

a. Komponen Jaringan

Agusyanto menyatakan bahwa sesuatu bisa dikategorikan sebagai sebuah jaringan apabila merupakan sekumpulan orang/objek minimal berjumlah tiga, seperangkat ikatan yang menghubungkan satu titik ke titik yang lainnya, dan ada sesuatu yang mengalir dari satu titik ke titik lainnya, melalui aluran atau jalur yang menghubungkan masing-masing titik dalam

²Abdul Syani, *Sosiologi Skematika, Teori dan Terapan*, Jakarta: Bumi Aksara,, 2007, hlm. 152.

jaringan.³ Komponen-komponen tersebut secara rinci adalah sebagai berikut:

- 1) Sekumpulan orang, objek, atau kejadian, minimal berjumlah tiga satuan yang berperan sebagai terminal pemberhentian. Biasanya dipresentasikan dengan titik-titik, yang dalam peristilahan jaringan disebut sebagai aktor atau node.
- 2) Seperangkat ikatan yang menghubungkan satu titik ke titik yang lainnya dalam jaringan. Ikatan ini biasanya dipresentasikan dengan garis yang merupakan suatu saluran atau jalur. Berupa mata rantai atau rangkaian ikatan ini bisa dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:
 - a). ikatan yang tampak dan
 - b). ikatan yang tidak tampak.
- 3) Arus, ada sesuatu yang mengalir dari satu titik ke titik lainnya, melalui aluran atau jalur yang menghubungkan masing-masing titik dalam jaringan. Selanjutnya prinsip-prinsip mendasar dalam jaringan adalah sebagai berikut:
 - a) Ada pola tertentu. Sesuatu yang mengalir dari satu titik ke titik lainnya, saluran atau jalur yang harus dilewati tidak terjadi secara acak.

³Ruddy Agusyanto, *Jaringan Sosial dalam Organisasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, hlm. 8-13.

- b) Rangkaian ikatan-ikatan itu menyebabkan sekumpulan titik -titik yang ada bisa diategorikan atau digolongkan sebagai satu kesatuan yang berbeda dengan satu kesatuan yang lain.
- c) Ikatan-ikatan yang menghubungkan satu titik ke titik yang lainnya harus bersifat relatif pemanen (ada unsur waktu yaitu masalah durasi).
- d) Ada hukum yang mengatur saling keterhubungan masing-masing titik didalam jaringan, ada hak dan kewajiban yang mengatur masing-masing titik. Hukum atau aturan-aturan inilah yang melengkapi bahwa sekumpulan titik-titik tersebut bisa digolongkan sebagai satu kesatuan yang spesifik, yang berbeda dengan satu kesatuan yang lainnya.

b. Pengetian Jaringan Sosial

Jaringan sosial merupakan suatu jaringan tipe khusus, dimana ikatan yang menghubungkan satu titik ke titik lain dalam jaringan adalah hubungan sosial⁴. Hubungan sosial merupakan hasil dari interaksi (rangkaian tingkah laku) yang sistematik antara dua orang atau lebih. Suatu hubungan sosial akan ada jika tiap-tiap orang dapat meramalkan secara tepat macam tindakan yang akan datang dari pihak lain terhadap dirinya. Pola dari interaksi ini disebut sebagai hubungan sosial dan hubungan sosial akan membentuk jaringan sosial.

⁴Ibid, hlm. 13.

Jaringan sosial terbentuk dalam masyarakat karena pada dasarnya manusia tidak dapat berhubungan dengan semua manusia yang ada, hubungan selalu terbatas pada sejumlah orang tertentu. Setiap orang belajar dari pengalamannya untuk masing-masing memilih dan mengembangkan hubungan-hubungan sosial yang terbatas jumlahnya dibandingkan dengan jumlah rangkaian hubungan sosial yang tersedia, disesuaikan dengan kebutuhan-kebutuhan yang ada pada individu yang bersangkutan sehingga dalam usaha peningkatan taraf hidup juga tidak menggunakan semua hubungan sosial yang dimilikinya.⁵

Hubungan sosial atau saling keterhubungan, menurut Van Zanden merupakan interaksi sosial yang berkelanjutan (relatif cukup lama atau permanen) yang akhirnya diantara mereka akhirnya terikat satu sama lain dengan atau oleh seperangkat harapan yang relatif stabil. Berdasarkan hal tersebut, hubungan sosial bisa dipandang sebagai sesuatu yang seolah-olah merupakan sebuah jalur atau saluran yang menghubungkan antara satu orang (titik) dengan orang-orang lain dimana melalui jalur atau saluran tersebut bisa dialirkan sesuatu, misalnya barang, jasa, atau informasi.⁶

⁵*Ibid*, hlm. 30.

⁶*Ibid*, hlm. 14.

c. Jaringan Sosial dan Manfaat Ekonomi

Dalam Jaringan sosial Granoveter membedakan antara ikatan yang kuat dan yang lemah, ikatan kuat misalnya hubungan antara seseorang dan teman karibnya, dan ikatan yang lemah misalnya hubungan antara seseorang dengan kenalannya. Sosiolog cenderung memusatkan perhatian pada orang yang mempunyai ikatan yang kuat atau kelompok sosial. Mereka cenderung menganggap ikatan yang kuat itu penting, sedangkan ikatan lemah tak penting. Ikatan lemah dapat menjadi sangat penting, seseorang individu tanpa ikatan lemah akan merasa terisolasi dalam sebuah kelompok yang ikatannya sangat kuat dan akan kekurangan informasi tentang apa yang terjadi di kelompok lain ataupun masyarakat luas. Granoveter juga menegaskan bahwa ikatan yang kuat pun mempunyai nilai, misalnya orang mempunyai ikatan memiliki motivasi lebih besar untuk saling membantu. Dan lebih cepat untuk memberikan bantuan.⁷

Menurut Granovetter, 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. Ketiga, peran lubang struktur (*structural holes*) yang berada di luar ikatan

⁷George Ritzer,*Teori Sosiologi Modern*, Jakarta: Prenada Media, 2007, hlm. 383-384.

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. Dalam hal ini, Granovetter menyebutnya ketertambatan tindakan non ekonomi dalam kegiatan ekonomi sebagai akibat adanya jaringan sosial.⁸

Jaringan sosial berfungsi memberikan informasi yang berhubungan dengan masalah atau peluang apapun yang berhubungan dengan kegiatan usaha. Jaringan-jaringan telah lama dilihat sangat penting bagi keberhasilan bisnis, terutama pada tingkat permulaan bahwa fungsi jaringan-jaringan diterima dengan luas sebagai suatu sumber informasi penting yang sangat menentukan dalam mengidentifikasi dan mengeksplorasi peluang-peluang bisnis.⁹

d. Pola Jaringan Sosial

Berdasarkan status sosial ekonomi individu yang terlibat dalam suatu jaringan sosial,(Wolf, 1966; Scott, 1972) membagi pola jaringan sosial menjadi tiga bentuk yaitu jaringan vertikal (hirarkis), jaringan horizontal (pertemanan), dan jaringan diagonal (kakak-adik). Hubungan vertikal

⁸Ketut Gede Mudiarta, 2011, *Perspektif dan Peran Sosiologi Ekonomi dalam Pembangunan Ekonomi Masyarakat*, Forum Penelitian Agro Ekonomi, Volume 29 No. 1, hlm. 59.

⁹John Field,*Modal Sosial*, Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2010, hlm. 30.

(hirarkis) adalah hubungan dua pihak yang berlangsung secara tidak seimbang karena satu pihak mempunyai dominasi yang lebih kuat dibanding pihak lain, atau terjadi hubungan *patron-clien*. Hubungan diagonal adalah hubungan dua pihak di mana salah satu pihak memiliki dominasi sedikit lebih tinggi dibanding pihak lainnya. Hubungan horizontal adalah hubungan dua pihak di mana masing-masing pihak menempatkan diri secara sejajar satu sama lainnya.¹⁰

Ukuran-ukuran yang berkaitan dengan jaringan sosial dalam kapital sosial adalah karakteristik jaringan sosial (Stone dan Hughes, 2002) yang terdiri atas tiga karakteristik, yaitu : bentuk dan luas (*size and extensiveness*), kerapatan dan ketertutupan(*denisity and closure*) dan keragaman (*diversity*). Karakteristik bentuk dan luas misalnya mengenai hubungan informal yang terdapat dalam sebuah interaksi sosial, jumlah tetangga mengetahui pribadi seseorang dalam sebuah sistem sosial dan jumlah kontak kerja. Sedangkan kerapatan dan ketertutupan sebuah jaringan dapat dilihat melalui seberapa besar sesama anggota keluarga saling mengetahui satu sama lainnya dan masyarakat setempat saling mengetahui satu sama lainnya. Keragaman jaringan sosial dikarakteristikkan

¹⁰Wawan Ruswanto, 2008, *Jaringan Produksi dan Distribusi Pemasaran pada Komunitas Nelayan di Desa Pangandaran*, tersedia pada <http://ikanmania.wordpress.com/2008/01/11/jaringan-produksi-dan-distribusi-pemasaran-pada-komunitas-nelayan-di-desa-pangandaran/#more-329>,diakses pada tanggal 3 Oktober 2012.

dari keragaman etnik teman, perbedaan pendidikan dalam sebuah kelompok atau dari pencarnpuran budaya wilayah setempat.¹¹

e. Faktor-faktor Pembentuk Jaringan Sosial

Menurut Agusyanto ditinjau dari hubungan sosial yang membentuk jaringan-jaringan sosial yang ada dalam masyarakat, dapat dibedakan menjadi jaringan kepentingan, jaringan emosi, dan jaringan kekuasaan.¹²

1. Jaringan kepentingan (*interest*) terbentuk atas dasar hubungan-hubungan sosial yang bermakna pada tujuan-tujuan tertentu atau khusus yang ingin dicapai oleh para pelaku. Bila tujuan-tujuan tersebut sifatnya spesifik dan konkret seperti memperoleh barang, pelayanan, pekerjaan dan sejenisnya, maka setelah tujuan-tujuan tersebut tercapai biasanya hubungan-hubungan tersebut tidak berkelanjutan. Bila tujuan-tujuan dari hubungan-hubungan sosial yang terwujud spisifk dan konkret seperti ini, struktur sosial yang lahir dari jaringan sosial tipe ini juga sebentar dan berubah-ubah. Namun bila tujuan-tujuan tersebut tidak sekonkret dan spesifik seperti ini atau ada kebutuhan-kebutuhan untuk rnemperpanjang tujuan (tujuan tarnpak selalu berulang), struktur yang terbentukpun relatif stabil. Oleh karena itu,

¹¹Herti Gusmiarti, 2008, *Jaringan sosial pemelih rumput laut dari alam (Studi kasus di Desa Mancagahar Kecamatan Pameungpeuk Kabupaten Garut)*,tersedia pada.<http://repository.ipb.ac.id/bitstream/handle/123456789/50513/C08hgu.pdf?sequence=1>,diakses pada tanggal 3 Oktober 2012.

¹²Ruddy Agusyanto, *Op. Cit.* hlm. 34-38.

tindakan dan interaksi yang terjadi dalam jaringan kepentingan ini selalu dievaluasi berdasarkan tujuan-tujuan relasional. Pertukaran (negosiasi) yang terjadi dalam jaringan kepentingan ini diatur oleh kepentingan-kepentingan para pelaku yang terlibat didalamnya dan serangkaian norma-norma yang sangat umum. Dalam mencapai tujuan-tujuannya, para pelaku bisa memanipulasi hubungan-hubungan *power* atau hubungan-hubungan emosi.

2. Jaringan emosi (*sentiment*) terbentuk atas hubungan-hubungan sosial, dimana hubungan sosial itu sendiri menjadi tujuan tindakan sosial misalnya dalam pertemanan, percintaan atau hubungan kerabat dan sejenisnya. Struktur sosial yang dibentuk oleh hubungan-hubungan emosi ini cenderung lebih mantap dan permanen. Maka muncul sebagai konsekuensi, suatu mekanisme yang fungsinya menjamin stabilitas struktur yang ada sehingga hubungan-hubungan sosial semacam ini bisa dinilai semacam norma-norma yang dapat membatasi suatu tindakan sosial yang cenderung mengganggu kepermanenan struktur jaringan tersebut, ada sejumlah kompleks nilai dan norma yang ditegaskan atas struktur hubungan guna memelihara keberlangsungannya. Hubungan-hubungan sosial yang terwujud biasanya cenderung menjadi hubungan yang dekat dan menyatu. diantara para pelaku terdapat kecenderungan menyukai atau tidak menyukai pelaku-pelaku lain dalam jaringan. Oleh karena itu, muncul

adanya saling kontrol yang relatif kuat antar pelaku dalam jaringan yang bersangkutan sehingga memudahkan lahirnya nilai-nilai dan norma-norma yang mengembangkan kontinuitas pola-pola jaringan yang relatif stabil sepanjang waktu. Akibatnya jaringan-jaringan tipe ini menghasilkan suatu rasa solidaritas, artinya para pelaku cenderung mengurangi kepentingan-kepentingan pribadinya. Biasanya mereka saling memberi dan menerima antara pelaku-pelaku lainnya dalam cara-cara yang terpolasi secara tradisional berdasarkan saling keterhubungan diantara mereka (*resiprokal*).

3. Jaringan kekuasaan (*power*), konfigurasi-konfigurasi saling keterhubungan antarpelaku didalamnya disengaja atau diatur. Tipe jaringan sosial ini muncul bila pencapaian tujuan-tujuan yang telah ditargetkan membutuhkan tindakan kolektif dan konfigurasi saling keterhubungan antar pelaku biasanya dibuat permanen. Hubungan-hubungan *power* ini biasanya ditujukan pada penciptaan kondisi-kondisi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan. Unit-unit sosialnya adalah artifisial yang direncanakan atau distrukturkan secara sengaja oleh *power*. Jaringan sosial tipe ini harus mempunyai pusat *power*, yang secara terus menerus mengkaji ulang kinerja unit-unit sosialnya dan memolakannya kembali strukturya untuk meningkatkan efisiensinya. Kontrol informal tidak memadai,

masalahnya lebih kompleks dibandingkan jaringan sosial yang terbentuk secara alami.

Dalam kehidupan nyata, ketiga tipe jaringan ini secara terus menerus saling berpotongan. Pertemuan-pertemuan tersebut membangkitkan suatu ketegangan bagi pelaku yang bersangkutan karena logika situasional atau struktur sosial dari masing-masing tipe jaringan berbeda atau belum tentu sesuai satu sama lain. Aturan-aturan, norma-norma dan nilai-nilai yang lahir dari perpotongan-perpotongan ketiga tipe ini yang berlaku, akibatnya aturan-aturan formal apapun, begitu juga dengan norma-noma dan nilai-nilai yang terdapat pada kebudayaan dan struktur sosial tidak dapat diterapkan atau berlaku sepenuhnya dalam realita kehidupan. Jadi yang namanya kebudayaan dan struktur sosial bukanlah seperangkat pengetahuan yang operasional dalam kehidupan nyata melainkan bersifat normatif atau ideal, yaitu berisi model-model pengetahuan yang kompleks tentang bagaimana yang seharusnya.

3. Teori Pertukaran Sosial

Menurut Homans teori pertukaran sosial dilandaskan pada prinsip transaksi ekonomi elementer, orang menyediakan barang atau jasa dan sebagai imbalannya berharap memperoleh barang atau jasa yang diinginkan. Akan tetapi pertukaran sosial tidak selalu dapat diukur dengan nilai uang, sebab dalam berbagai transaksi sosial diperlukan pula hal-hal yang nyata dan tidak nyata. Teori pertukaran menggambarkan perilaku sosial sebagai suatu

pertukaran kegiatan yang paling tidak terjadi antara dua orang yang melakukan pertukaran secara nyata dan tidak nyata.¹³

Hubungan antara keduanya dapat pula dianalisis dengan menggunakan teori *patron-clien*. James C. Scott mengemukakan hubungan *patron-clien* sebagai suatu keadaan khusus dari persekutuan *dyadic* (dua orang) yang melibatkan sebagian besar persahabatan, sementara seorang atau kelompok yang berstatus sosial ekonomi lebih tinggi berperan sebagai *patron*, menggunakan pengaruh, dan penghasilannya untuk memberikan perlindungan dan kebaikan kepada seseorang atau kelompok yang memiliki status sosial ekonomi lebih rendah. Kelompok ini berperan sebagai *clien*, bersedia membala budi berupa dukungan menyeluruh yang meliputi pelayanan pribadi kepada *patron*¹⁴. Hubungan *patron-clien* terbentuk antara pengusaha industri sedang (pengepul) dengan pengusaha industri kecil rambut palsu (pengrajin). Serta antara pengrajin dengan pekerja.

Selanjutnya, Scott mengemukakan ciri hubungan *patron-clien* yang membedakan dengan hubungan sosial lain. Ciri pertama adanya ketidakseimbangan (*inequality*) dalam pertukaran. Ketidakseimbangan terjadi karena *patron* berada dalam posisi pemberi barang atau jasa yang sangat diperlukan bagi *clien* dan keluarganya agar mereka dapat tetap hidup. Rasa

¹³Margareth, M. Poloma, *Sosiologi Kontemporer*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008, hlm. 52.

¹⁴Sri Emi Yuli Suprihatin, 2002,*Hubungan Patron Clien Pedagang “Nasi Kucing” di Kota Yogyakarta*, Jurnal Penelitian Humaniora, Vol. 7, No. I. Hlm. 150

wajib membalas pada diri *clien* muncul akibat pemberian tersebut, selama pemberian itu masih mampu memenuhi kebutuhan *clien* yang paling pokok. Jika *clien* merasa apa yang dia berikan tidak dibalas sepantasnya oleh *patron*, dia akan melepaskan diri dari hubungan tersebut tanpa sangsi.

Ciri kedua adalah sifat tatap muka. Sifat ini memberimakna bahwa hubungan *patron-clien* adalah hubungan pribadi,yaitu hubungan yang didasari rasa saling percaya. Masing-masing pihak mengandalkan penuh pada kepercayaan, karena hubungan initidak disertai perjanjian tertulis. Dengan demikian, walaupun hubungan *patron-clien* bersifat instrumental, artinya kedua belahpihak memperhitungkan untung-rugi, namun unsur rasa selalumenyertai.

Ciri ketiga adalah sifatnya luwes dan meluas. Dalam relasi ini bantuan yang diminta *patron* dapat bermacam-macam, mulai membantu memperbaiki rumah, mengolah tanah, sampai kekampanye politik. *Clien* mendapat bantuan tidak hanya pada saat mengalami musibah, tetapi juga bila mengalami kesulitan mengurus sesuatu. Dengan kata lain, hubungan ini dapat dimanfaatkan untuk berbagai macam keperluan oleh kedua belah pihak, sekaligus sebagai jaminan sosial bagi mereka.¹⁵

4. Industri Kecil

Di Indonesia belum terdapat batasan dan kriteria yang baku mengenai usaha kecil. Berbagai instansi menggunakan batasan dan kriteria menurut

¹⁵*Ibid*, hlm. 150-152.

fokus permasalahan yang dituju. Dalam Undang-undang No.9/1995 Pasal 5 tentang usaha kecil, disebutkan beberapa kriteria usaha kecil sebagai berikut:

- “1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000 (dua ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau
2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000 (satu milliar rupiah).”

Biro Pusat Statistik (BPS) mengidentifikasi usaha kecil dengan ukuran tenaga kerja yaitu lima sampai dengan sembilan belas orang yang terdiri atas(termasuk) pekerja kasar yang dibayar, pekerja pemilik dan pekerja keluarga. Perusahaan industri yang memiliki tenaga kerja kurang dari lima orang diklasifikasikan sebagai industri rumah tangga. Sedangkan Stanley dan Morse mengklasifikasikan berdasarkan jumlah tenaga kerja, industri yang menyerap tenaga kerja 1-9 orang termasuk industri kerajinan rumah tangga. Industri kecil menyerap 10-49 orang, industri sedang menyerap 50-99 orang dan industri besar menyerap tenaga kerja 100 orang lebih¹⁶.

Selain ciri-ciri diatas, usaha kecil juga memiliki kekuatan dan kelemahan tersendiri. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Suryana, beberapa kekuatan usaha kecil diantaranya adalah memiliki kebebasan bertindak, fleksibel, dan tidak mudah digoncang.¹⁷

1. Memiliki kebebasan untuk bertindak. Bila ada perubahan, misalnya perubahan produk baru, teknologi baru dan perubahan mesin baru, usaha

¹⁶Suryana,*Kewirausahaan*, Jakarta: Salemba Empat, 2006, hlm. 119.

¹⁷Ibid, hlm. 120.

kecil bisa bertindak dengan cepat untuk menyesuaikan dengan keadaan yang berubah tersebut.

2. *Fleksibel*. Perusahaan kecil sangat luwes, ia dapat menyesuaikan dengan kebutuhan setempat.
3. Tidak mudah goncang. Karena bahan baku dan sumber daya lainnya kebanyakan lokal, maka perusahaan kecil tidak rentan terhadap fluktuasi bahan baku impor.

Sedangkan kelemahan perusahaan kecil menurut Suryana dapat dikategorikan ke dalam aspek kelemahan struktural dan kelemahan kultural.¹⁸

1. Aspek kelemahan struktural, yaitu kelemahan dalam struktur perusahaan misalnya kelemahan dalam bidang manajemen dan organisasi, kelemahan dalam pengendalian mutu, kelemahan dalam mengadopsi dan penguasaan teknologi, kesulitan mencari permodalan, tenaga kerja masih lokal, dan terbatasnya akses pasar. Kelemahan faktor struktural yang satu berkaitan dengan faktor yang lain kemudian membentuk lingkaran ketergantungan yang tidak berujung pangkal dan membuat usaha kecil terdominasi dan rentan. Secara struktural, salah satu kelemahan usaha kecil yang paling menonjol adalah kurangnya permodalan. Akibatnya terjadi ketergantungan pada kekuatan pemilik modal. Karena pemilik modal juga lebih menguasai sumber-sumber bahan baku dan dapat mengusahakan bahan baku, maka pengrajin memiliki ketergantungan pada pemilik modal yang sekaligus

¹⁸Ibid

penguasa bahan baku. Selain menguasai sumber-sumber bahan baku, pemilik modal juga menguasai akses dan informasi pasar, dan dengan demikian ketergantungan usaha kecil terhadap bahan baku menjadi ketergantungan terhadap pasar. Oleh karena yang menguasai pasar banyak mengetahui dan langsung mengenal pasar baik standar kualitas, motif maupun jumlahnya, maka standar produk, desain produk, teknik produk dan jumlah produk ditentukan pemilik informasi pasar yang sekaligus menyandang dana.

2. Kelemahan Kultural. Kelemahan kultural mengakibatkan kelemahan struktural. Kelemahan kultural mengakibatkan kurangnya akses informasi dan lemahnya berbagai persyaratan lain guna memperoleh akses modal, pemasaran, dan bahan baku, seperti:
 - a. Informasi peluang dan cara memasarkan produk
 - b. Informasi untuk mendapatkan bahan baku yang baik, murah, dan mudah didapat
 - c. Informasi untuk memperoleh fasilitas dan bantuan pengusaha besar dalam menjalin hubungan kemitraan untuk memperoleh bantuan permodalan dan pemasaran
 - d. Informasi tentang tata cara pengembangan produk, baik desain, kualitas maupun kemasannya
 - e. Informasi untuk menambah sumber permodalan dengan persyaratan yang terjangkau.

B. Penelitian Relevan

Hasil penelitian sebelumnya yang sesuai dengan penelitian ini adalah:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Aprilia Wijayanti, mahasiswa Jurusan Pendidikan Sejarah, Program Pendidikan Sosiologi, Universitas Negeri Yogyakarta tahun 2008 berjudul “Dinamika Jaringan Sosial pada Industri Agel di Desa Salamrejo, Kecamatan Sentolo, Kabupaten Kulon Progo.” Tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan profil kerajinan Agel, mulai dari sejarah, karakteristik usaha kerajinan, mendeskripsikan bagaimana jaringan sosial yang ada dalam industri kerajinan Agel, sehingga akan dapat digambarkan pola-pola jaringan sosial yang terbentuk, hubungan atau relasi sosial yang ada didalamnya. Hasil dari penelitian tersebut diantaranya, komponen jaringan terdiri dari komponen struktur sumber daya, normatif, dan dinamika. Jaringan sosial yang terbentuk memiliki peran sebagai suatu media yang menghubungkan kerjasama antara pengusaha kecil dengan pihak-pihak yang bertindak pada industri kerajinan agel. Manfaat jaringan dapat dilihat dari dua sisi, yaitu secara ekonomis sebagai sarana memperluas pangsa pasar, memperkecil resiko, efisiensi, memperbesar kemanfaatan bagi pengrajin agel dan secara sosiologis sebagai sarana membangun serta menguatkan jaringan sosial. Penelitian yang dilakukan oleh Aprilia Wijayanti menekankan pada jaringan sosial yang terbentuk dalam industri kerajinan agel tetapi belum banyak membahas mengenai pola jaringan sosialnya sehingga dalam penelitian ini peneliti mencoba menekankan pada pola jaringan sosial pada

industri kecil rambut palsu di desa Karangbanjar. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Aprilia Wijayanti adalah sama-sama meneliti jaringan sosial yang terdapat dalam suatu masyarakat industri.

2. Penelitian relevan yang kedua adalah penelitian yang dilakukan oleh R. AJ. Dewi Ardiawati tentang “Jaringan Sosial Antara Kelompok Kuli Dengan Pedagang Dalam Aktivitas Bongkar Muat Di Pasar Sentral Umum Ambarketawang, Dusun Patukan Ambarketawang Gamping Sleman” Tujuan penelitian ini adalah melihat bagaimana tipe jaringan sosial antara kelompok pedagang dan kuli bongkar muat di Pasar Sentral Ambarketawang.

Hasil dari Penelitian tersebut diantaranya, Fungsi jaringan sosial yang ada adalah untuk menciptakan kelancaran dan kecepatan dalam aktivitas bongkar muat serta memperkuat hubungan yang terjalin antara pedagang, kelompok kuli, pengelola pasar, dan pembeli. Namun pembahasan mengenai pola jaringan sosial masih belum terlihat sehingga penelitian ini berusaha untuk menjelaskan pola jaringan sosial pada suatu masyarakat. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama mengkaji jaringan sosial yang terdapat pada suatu masyarakat.

C. Kerangka Berpikir

Hubungan yang tidak seimbang antar komponen sering terjadi dalam dunia industri. Hubungan seperti itu biasanya disebut sebagai hubungan *patron-clien*, dimana *patron* mempunyai dan memperoleh sumber daya yang berlebih dibanding *cliennya*. Hal tersebut juga terjadi dalam industri rambut palsu, dimana perusahaan besar rambut palsu menjadi *patron* bagi industri kecil rambut palsu. Dalam hal ini komponen-komponen pembentuk industri kecil rambut palsu menjadi pihak yang lebih lemah atau sebagai *clien*. Hal tersebut disebabkan karena perusahaan besar (pabrik) rambut palsu menjadi satu-satunya jalan untuk memasarkan produk rambut palsu. Untuk terus dapat bertahan dari situasi yang kurang menguntungkan tersebut, Seluruh komponen pembentuk industri kecil rambut palsu harus mampu memaksimalkan peran jaringan sosial yang dimilikinya.

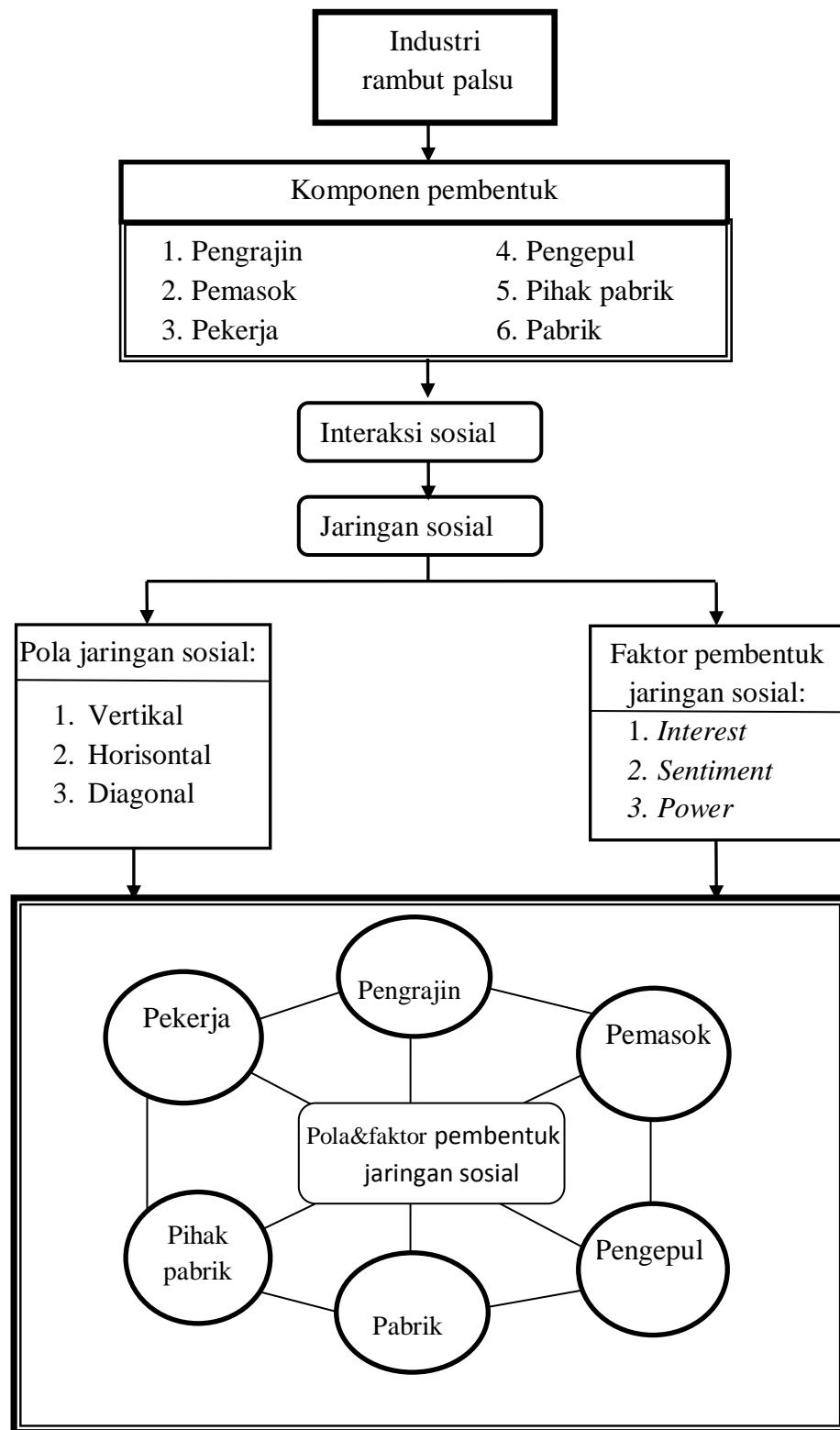
Jaringan sosial yang terbentuk berawal dari hubungan-hubungan sosial atau interaksi yang terjalin antara pihak-pihak yang terlibat secara langsung dalam industri kecil rambut palsu. Prosesnya diawali dari pengrajin yang membeli bahan baku rambut asli kepada Pemasok. Biasanya para pengrajin akan langsung datang ke tempat Pemasok yang mereka miliki untuk membeli bahan baku. Pemasok rambut asli ini kebanyakan berada di luar kota dan tersebar di beberapa kota seperti Wonosari, Jakarta, Pemalang, Brebes, dan lain sebagainya. Setelah memiliki bahan baku rambut palsu kemudian mereka meminta bantuan pekerja untuk menjadikan rambut yang dimiliki menjadi layak jual ke pabrik. Para

pengrajin tidak dapat menjual rambut yang mereka miliki langsung ke pabrik karena hanya pengepul sajalah yang dapat melakukan penjualan rambut palsu ke pabrik-pabrik rambut palsu. Sehingga para pengrajin sangat bergantung pada peran yang dimiliki pengepul.

Suatu jaringan sosial yang memiliki keteraturan dan bentuk-bentuk hubungan sosial yang stabil didalamnya akan membentuk suatu pola jaringan sosial. Pola jaringan sosial pada suatu komunitas masyarakat dapat dibedakan atas tiga bentuk, yaitu jaringan vertikal, jaringan horizontal, dan jaringan diagonal. Hubungan vertikal adalah hubungan dua pihak yang berlangsung secara tidak seimbang karena satu pihak mempunyai dominasi yang lebih kuat dibanding pihak lain, atau terjadi hubungan *patron-clien*. Hubungan diagonal adalah hubungan dua pihak di mana salah satu pihak memiliki dominasi sedikit lebih tinggi dibanding pihak lainnya. Hubungan horizontal adalah hubungan dua pihak di mana masing-masing pihak menempatkan diri secara sejajar satu sama lainnya.

Selain membentuk suatu pola yang relatif permanen, di dalam jaringan juga terdapat faktor pembentuk jaringan tersebut. Faktor pembentuk jaringan sosial yang ada dalam masyarakat, dapat dibedakan menjadi tiga jenis, yaitu: jaringan yang didasari hubungan *interest* (kepentingan), *sentiment* (emosi), dan *power* (kekuasaan).

Berdasarkan uraian diatas dapat digambarkan kerangka berpikir seperti berikut:



Bagan 1: Kerangka Berpikir