

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap bisnis berkaitan dengan hubungan yang dibangun sepanjang waktu. Apakah itu hubungan pribadi, seperti persahabatan atau ikatan keluarga, atau yang terkait dengan suku, agama, dll. Berbagai hubungan yang membentuk jaringan itu dibangun antara semua entitas yang merupakan bagian dari suatu bisnis, baik itu jaringan internal atau eksternal. Ini bisa berupa jaringan keluarga dan mitra bisnis. Jaringan hubungan ini juga dapat mencakup tenaga penjualan, pelanggan potensial, bank, media, penyedia layanan, serta lembaga pemerintah. Dengan kata lain, hampir tidak mungkin menciptakan bisnis tanpa hubungan. Bisnis selalu dikelilingi berbagai jaringan ikatan dan koneksi yang membawa kepercayaan, yang sangat penting bagi kelangsungan hidup sebuah bisnis.

Menurut Peng (2022), banyak peneliti berpendapat bahwa sumber daya yang diperoleh dari jejaring sosial dapat membantu pengusaha mengatasi kesulitan, tantangan, bahkan bertahan hidup karena jejaring sosial dapat membantu menyediakan akses murah dan cepat ke sumber daya, termasuk teknologi informasi, modal keuangan, aset fisik, dan lainnya. Jejaring sosial dapat menyediakan sumber daya berharga yang dibutuhkan oleh perusahaan wirausaha, termasuk sumber daya dan pengetahuan yang nyata, saran, dan dukungan emosional. Jejaring sosial juga menyediakan saluran komunikasi yang nyaman antara perusahaan dan organisasi eksternal untuk memperoleh informasi yang tepat waktu dan berharga.

Penelitian Antonius Purwanto (2013) pada Klaster Industri Kasongan, telah menunjukkan jaringan sosial mampu mendukung berkembangnya klaster industri Kasongan. Jaringan sosial yang dibentuk dari hubungan-hubungan keluarga telah berperan dalam memudahkan pengusaha mendapatkan modal ekonomi dan pekerja, serta memfasilitasi proses transaksi sehingga memungkinkan pengusaha menyesuaikan kegiatan usahanya secara lebih fleksibel.

Salah satu bentuk usaha yang dikembangkan dengan menggunakan modal jaringan sosial adalah usaha Rumah Makan Padang. Usaha RM Padang sudah umumnya didirikan, dimiliki, dan dikelola oleh orang-orang Minang, baik yang telah lama merantau maupun yang baru datang ke suatu wilayah perantauan. Penelitian Rahmi Novianti (2006), menunjukkan bahwa perkembangan usaha Rumah Makan Padang di Palembang dimulai dari keberhasilan para pengusaha rumah makan asal Sumatera Barat yang telah terlebih dahulu sukses, lalu mengajak kerabat keluarga sekampungnya. Mereka kemudian dipersiapkan untuk menjadi pengusaha rumah makan Padang berikutnya.

Penelitian Fadilla Azhari (2017) pada usaha Rumah Makan Padang di Malang, juga menunjukkan bahwa pengusaha-pengusaha rumah makan Padang di Malang memanfaatkan jaringan sosial yang dibentuk oleh perkumpulan etnis Minangkabau Padang Pariaman di Malang dalam mengatur rumah makan masakan Padang se-Malang Raya. Jaringan sosial itu menjadi modal sosial yang kuat sehingga memberikan hasil yang efektif terhadap pengembangan usaha yang mereka kelola.

Berdasarkan gambaran latar belakang di atas, peneliti memilih untuk melakukan penelitian tentang peran jaringan sosial pada usaha Rumah Makan Padang di kawasan Bumi Serpong Damai, Tangerang Selatan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti dapat merumuskan permasalahan sebagai berikut:

Bagaimana pola dan peran jaringan sosial dalam usaha Rumah Makan Padang ‘Kito Saiyo’ dan Rumah Makan Padang ‘Putra Minang’ di Bumi Serpong Damai (BSD), Tangerang Selatan?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pola dan peran jaringan sosial dalam usaha Rumah Makan Padang ‘Kito Saiyo’ dan Rumah Makan Padang ‘Putra Minang’ di Bumi Serpong Damai (BSD) Tangerang Selatan.

1.4 Tinjauan Pustaka

Beberapa penelitian sebelumnya yang mengkaji kaitan antara jaringan sosial dan dunia usaha (bisnis), yang dijadikan referensi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Penelitian Khaerul Saleh (2022) berjudul “Analisa Modal Sosial dan Kinerja Bisnis Pada Industri Rumahan Makanan Ringan Di Kota Cilegon, Provinsi Banten.” Tujuan penelitian ini adalah melihat sejauh mana modal sosial bekerja dalam meningkatkan kinerja ekonomi khususnya industri rumahan Makanan Ringan Kue Gipang yang dikelola oleh perempuan perdesaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal sosial memiliki hubungan yang signifikan dengan kinerja bisnis industri rumahan Makanan Ringan Kue Gipang yang dikelola Perempuan perdesaan. Variabel modal sosial yang memiliki hubungan signifikan dengan kinerja bisnis industri rumahan. Dari lima variabel kinerja bisnis industri rumahan, variabel dukungan finansial, dukungan jaringan dan dukungan moril memiliki hubungan yang nyata dan positif terhadap kinerja modal sosial sedangkan variabel jaringan pasar dan tingkat upah tidak berhubungan dengan kinerja modal sosial. Secara umum modal sosial pelaku industri rumahan Makanan Ringan Kue Gipang berada pada kategori baik

Penelitian Erza Gimara Gali (2021) dengan judul “Pola Jaringan Sosial Usaha Kecil Menengah Kedai Kopi (Studi Pola Jaringan Kedai POSKOPIMLG).” Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris dinamika teori jaringan sosial menurut Granovetter dalam sebuah kedai kopi. Indikator jaringan sosial terhadap kedai kopi berupa keterlibatan emosional, keterlibatan terhadap pengelolaan, dan keterlibatan terhadap performa bisnis kedai kopi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keterlibatan emosional (teori jaringan sosial Granovetter) memiliki pengaruh yang

signifikan terhadap terselenggaranya bisnis kedai kopi. Keterlibatan emosional dalam bisnis kedai kopi mampu menjadi penopang moral karyawan dalam masa sulit suatu bisnis, sehingga dengan moral keseluruhan penyelenggara bisnis yang tinggi, akan mampu menjadi penggerak kemajuan usaha

Penelitian Nur Azhari Harahap (2019) berjudul “Jaringan Sosial Pengrajin ‘Sepatu Bunut’ Kota Kisaran dalam Keberlangsungan Usaha”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa dan bagaimana hubungan kerja sama dalam jaringan sosial pengrajin Sepatu Bunut masyarakat yang terkait dengan keberlangsungan usaha. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa jaringan sosial pengrajin UMKM Sepatu Bunut bersifat relasi hubungan kerja sama yang diikat oleh tujuan bersama untuk keberlanjutan usaha dalam waktu yang panjang. Selain itu hubungan kerja sama yang dilakukan antar sesama pengrajin, pemasok bahan baku, pemerintah, bank, dan distributor mengandalkan pada aspek kepercayaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Zeni Eka Putri (2018) berjudul “Pemanfaatan Jaringan Sosial dalam Pengembangan Usaha Oleh Pelaku UMKM (Studi Kasus: 8 Pelaku UMKM pada Sentra Makanan Rendang di Kelurahan Sungai Durian, Kecamatan Lamposi Tigo Nagari, Kota Payakumbuh)”. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan jaringan sosial yang dimiliki oleh pelaku UMKM pada sentra makanan rendang di Kelurahan Sungai Durian, Kota Payakumbuh. Penelitian ini menemukan bahwa pelaku usaha sudah memiliki jaringan mikro dalam produksi dan pemasaran, yaitu jaringan keluarga, sesama pedagang, dan teman. Pelaku usaha juga memiliki jaringan meso dengan Dinas Koperasi dan UMKM, pihak bank, dan komunitas Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI). Pemanfaatan jaringan sosial belum dilakukan secara maksimal karena adanya keterbatasan dan hambatan baik secara eksternal maupun internal.

Penelitian Damanik (2018) berjudul “Jaringan Sosial Ekonomi Pedagang Salak di Kelurahan Bandar Selamat, Kecamatan Medan Tembung.” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jaringan yang terbentuk antara penulak salak dan pedagang eceran adalah mayoritas jaringan yang didasarkan atas garis keluarga, satu suku, dan

satu kampung. Pada awalnya jaringan yang terbentuk hanyalah jaringan ekonomi yang kemudian meluas ke jaringan sosial. Terdapat 4 pola jaringan antar pedagang salak yakni: pertama, jaringan antara pengirim salak dengan penulak salak. Kedua, jaringan antara sesama penulak salak di Kota Medan. Ketiga, jaringan antara penulak salak dengan pengecer salak. Keempat, jaringan antara pedagang pengecer dengan pelanggan.

Penelitian Fadilla Azhari (2017) tentang “Peran Modal Sosial Dalam Pengembangan Jaringan Usaha Kecil Menengah (Studi pada Rumah Makan Padang Ampera Malang, Rumah Makan Padang Harapan Indah Malang dan Rumah Padang Sari Minang Malaysia)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) kepercayaan yang tinggi antar pengusaha rumah makan Padang di Malang yang tergabung dalam HIMATOS (Himpunan Masyarakat Toboh Gadang dan Sekitarnya), yang merupakan perkumpulan etnis Minangkabau Padang Pariaman di Malang dan sekaligus mengatur rumah makan masakan Padang se-Malang Raya, dapat membentuk modal sosial yang kuat sehingga memberikan hasil yang efektif terhadap pengembangan usaha yang mereka kelola. Sedangkan kepercayaan yang rendah dan modal sosial yang lemah pada pengusaha rumah makan Padang di Malaysia tidak memberikan hasil yang diharapkan; (2) Peran modal sosial di dalam masing-masing individu mempengaruhi kapasitas dan kualitas di dalam kelompok; (3) Modal sosial yang didayagunakan secara efektif dapat memberikan dorongan untuk pengembangan usaha, sedangkan modal sosial yang tidak dimanfaatkan secara efektif bisa menghambat peluang dalam pengembangan usaha.

Penelitian oleh Meilanny Budiarti (2016) yang berjudul “Jaringan Sosial Kebertahanan Kegiatan Usaha Industri Kecil di Desa Sukamaju, Kecamatan Majalaya, Kabupaten Bandung”. Penelitian ini menemukan bahwa jaringan sosial di antara pengusaha industri kecil di Desa Sukamaju terbentuk dari ikatan-ikatan yang kuat hubungannya antara pengusaha dengan anggota keluarga besar, tetangga, teman dan sesama pengusaha. Jaringan sosial terbangun dari hubungan yang erat secara personal dan informal, sikap jujur dan terbuka, serta kerja sama yang dilakukan secara informal dan fleksibel. Pengusaha industri kecil di Desa Sukamaju lebih mengutamakan

kedekatan secara emosional dibanding perhitungan untung rugi dalam menjalankan kegiatan usaha mereka.

Penelitian Antonius Purwanto (2013) berjudul “Peranan Jaringan Sosial dalam Klaster Industri Kasongan. Penelitian ini menemukan bahwa terdapat jaringan sosial yang padat dalam klaster industri Kasongan yang berdasarkan pada hubungan-hubungan keluarga dan kesamaan tempat tinggal. Sebagian besar pengusaha memiliki hubungan-hubungan keluarga. Hubungan-hubungan tersebut menampakkan diri dengan jelas pada saat-saat acara keluarga atau peralihan status dalam siklus hidup manusia. Penelitian ini menunjukkan peran dari jaringan sosial tersebut berupa memudahkan pengusaha mendapatkan modal ekonomi dan pekerja, memudahkan pekerja untuk mendapatkan pekerjaan. Penelitian juga menemukan bagaimana jaringan sosial memfasilitasi proses transaksi sehingga memungkinkan pengusaha menyesuaikan kegiatan usahanya secara lebih fleksibel terhadap naik-turunnya permintaan pasar, misalnya lewat diagregasi vertikal dan sub-kontrak. Dengan cara demikian jaringan sosial mampu mendukung berkembangnya klaster industri Kasongan.

Penelitian Rahmi Novianti (2006), berjudul “Pola Jaringan Sosial Rumah Makan Padang di Kota Palembang (Studi pada Rumah Makan Padang Yang Tergabung dalam PPRMM). Penelitian ini bertujuan untuk menjawab dua pertanyaan yaitu bagaimana proses terbentuknya jaringan sosial rumah makan Padang dan bagaimana pola jaringan sosial rumah makan Padang di kota Palembang. Dari penelitian ini diketahui pola jaringan sosial rumah makan Padang di kota Palembang dimulai dari keberhasilan para perantau asal Sumatera Barat yang telah terlebih dahulu sukses di daerah rantau sebagai pengusaha rumah makan, yang selanjutnya mengajak saudara, kerabat keluarga, dan teman-teman sekampung di daerah asal untuk menjadi pekerja pada rumah makan miliknya. Kemudian pekerja tersebut dipersiapkan untuk menjadi pengusaha rumah makan Padang berikutnya. Dalam penelitian ini jaringan sosial memainkan peranan yang penting dalam ikatan saling tolong-menolong, sirkulasi modal, dan bantuan dalam perekrutan tenaga kerja.

Penelitian ini tidak terlalu berbeda dari penelitian-penelitian lain tentang jaringan sosial dalam dunia usaha. Penelitian ini hanya lebih memberi tekanan pada peran dari jaringan sosial dalam usaha rumah makan Padang.

1.5 Kerangka Konseptual

1.5.1 Jaringan Sosial

Menurut Gillin dan Gillin (1954) interaksi sosial merupakan hubungan - hubungan sosial yang dinamis, mencakup hubungan antar orang perorangan, antar kelompok - kelompok manusia maupun antara orang - perorangan dalam kelompok manusia. Jika interaksi terjadi terus - menerus maka akan muncul suatu keterlibatan atau hubungan yang akhirnya akan menimbulkan suatu kepercayaan antar individu, sehingga terciptalah jaringan sosial.

Jaringan sosial adalah hubungan-hubungan sosial yang relatif berlangsung lama dan terpola. Jaringan sosial berperan penting dalam transaksi atau pertukaran ekonomi. Pentingnya peran jaringan sosial dalam transaksi ekonomi ditunjukkan oleh Granovetter (1985, dalam Purwanto 2013). Granovetter berpendapat bahwa tindakan ekonomi (seperti 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 oleh aktor ekonomi. Ini dikarenakan oleh beberapa alasan berikut: (a) dalam hubungan sosial, individu akan memberikan informasi dengan biaya lebih murah, (b) kualitas informasi tersebut akan lebih baik, lebih kaya dan akurat, (c) individu-individu yang memiliki hubungan secara terus-menerus akan memiliki motif ekonomi agar dirinya dapat dipercaya, dan (d) hubungan-hubungan ekonomi secara terus-menerus akan disertai dengan isi sosial yang membawa harapan kuat untuk dipercaya dan menghindari oportunistik dalam.

Menurut Damsar (1997: 49) jaringan sosial mempunyai peran yang penting dalam imigrasi dan kewiraswastaan imigran, karena jaringan dari proses imigrasi menjangkau dunia dan melintasi rentang waktu yang jaringan tersebut merupakan ikatan antar pribadi yang mengikat para migran dan non migran melalui ikatan

persaudaraan, kekerabatan, persahabatan dan komunitas asal yang sama¹. Karena itu jaringan sosial rumah makan Padang yang memiliki keputusan untuk bermigrasi dan menguasai daerah baru dipengaruhi oleh jaringan etnik atau suku, persahabatan dan kekerabatan. Dengan itulah adanya ikatan untuk saling menolong, saling membantu atau memudahkan.

Menurut Mitchell J. Clyde (1969) ada dua konsep yang harus dipahami dalam jaringan sosial, yaitu: pertama, jaringan sosial sebagai suatu konsep metaforik di mana jaringan sosial hanya dilihat sebagai suatu sistem sosial. Sedang kedua, jaringan sosial sebagai konsep analitis yaitu melihat bagaimana karakteristik dari hubungan-hubungan yang terjadi dalam jaringan untuk menginterpretasikan tingkah laku sosial dari orang-orang terlibat di dalamnya atau diabaikan oleh individu yang bersangkutan.

1.5.2 Pola Jaringan Sosial

Menurut Agusyanto (2007), jaringan sosial dapat dibedakan menjadi tiga jenis bila ditinjau dari hubungan sosial yang membentuknya, yaitu sebagai berikut :

1. Jaringan *interest* (kepentingan): yang terbentuk dari hubungan sosial yang bermuatan kepentingan. Jaringan kepentingan ini bersifat sementara, dan berubah-ubah sesuai dengan kepentingannya.
2. Jaringan *sentiment* (jaringan emosi): terbentuk dari hubungan sosial yang bermuatan emosi. Pada jaringan ini, hubungan sosial itu sendiri menjadi tujuan tindakan sosial, misalnya dalam pertemanan, percintaan atau hubungan kerabat dan sejenisnya.
3. Jaringan *power* (jaringan kekuasaan): terbentuk dari hubungan yang bermuatan kekuasaan. Pada jaringan ini, konfigurasi-konfigurasi saling keterhubungan antar pelaku disengaja atau diatur. Tipe jaringan sosial ini muncul bila pencapaian tujuan-tujuan membutuhkan tindakan kolektif dan konfigurasi saling keterhubungan antar pelaku.

Pola jaringan sosial juga dapat dilihat dari karakteristik jaringan sosialnya. Menurut Clyde (1969), ada dua karakteristik penting dari jaringan sosial, yaitu karakteristik morfologi dan karakteristik interaksional. Karakteristik morfologi dilihat

dari aspek struktural tindakan sosial individu dalam jaringan, antara lain: totalitas hubungan yang terbentuk dalam suatu jaringan (*achorage*), derajat di mana perilaku individu dipengaruhi oleh hubungannya dengan individu lain (*reachability*), derajat keterhubungan antara individu (*density*), jumlah individu yang melakukan kontak langsung dengan individu lain (*range*). Karakteristik interaksional dilihat dari proses interaksi dengan individu lain, antara lain: hubungan antara individu berdasarkan tujuan tertentu, dilihat apakah suatu hubungan hanya berupa hubungan yang berorientasi sepihak atau resiprokal, ketahanan hubungan, intensitas dan kuantitas hubungan.

Dilihat dari status sosial ekonomi individu yang terlibat, terdapat dua pola jaringan sosial, yaitu pola jaringan sosial horizontal dan vertikal (Wolf 1978 dalam Tri Joko S, Haryono 2007). Jaringan sosial dikatakan bersifat horizontal jika individu-individu yang terlibat di dalamnya memiliki status sosial ekonomi yang relatif sama. Mereka memiliki kewajiban yang sama dalam perolehan sumber daya, dan sumber daya yang dipertukarkan juga relatif sama. Sebaliknya dalam jaringan sosial yang bersifat vertikal, individu-individu yang terlibat di dalamnya tidak memiliki status sosial ekonomi yang sepadan, kewajiban dan sumber daya yang dipertukarkan juga tidak sepadan. Hubungan sosial yang terwujud dalam bentuk hubungan patron klien.

1.5.3 Peran Jaringan Sosial

1. Memberikan kemudahan untuk akses informasi

Putri, Z. E. (2018) pada penelitiannya mengatakan bahwa jaringan sosial berperan dalam memperoleh informasi jika ingin menambah jumlah tenaga kerja. Pelaku UMKM memiliki jaringan mikro dengan pekerja baik yang berasal dari keluarga atau tidak, keberadaan jaringan ini yang sudah dipercaya ini berperan dalam memudahkan pelaku usaha untuk memperoleh informasi yang salah satunya informasi mengenai penambahan tenaga kerja.

2. Efisiensi Biaya

Dyer (2003) berpendapat bahwa jaringan sosial mempunyai peran pada efisiensi biaya seperti adanya perjanjian atau persetujuan melakukan usaha bersama

tanpa memerlukan biaya administrasi seperti perjanjian tertulis, notaris, dll. Perjanjian secara administrasi tidak diperlakukan karena pada hubungan sosial antara individu tersebut mereka sudah saling percaya.

3. Kemudahan dalam mendapatkan bahan baku

Putri, Z. E. (2018) pada penelitiannya mengungkapkan bahwa pelaku UMKM bekerja sama dengan pedagang yang menjual bahan baku. Kerja samanya berupa pelaku UMKM mendapatkan harga yang lebih murah dari pembeli biasa dan barang bahan baku mudah didapatkan karena pedagang selalu mengantarkan kepada pelaku UMKM. Sedangkan pedagang bahan baku mendapatkan pelanggan tetap atau kepastian pelanggan.

4. Kemudahan dalam mendapatkan sumber daya.

(Birley 1985 dalam Siendra, K. B. 2016) menyimpulkan bahwa keluarga, teman, saudara menjadi sumber utama dalam memberikan ide, memobilisasi bahan baku, modal, peralatan, ruang dan karyawan². Dengan kata lain, jaringan sosial dapat berperan dalam memberikan kemudahan bagi suatu usaha dalam memperoleh sumber daya, seperti modal, tenaga kerja, dan peralatan penunjang usaha.