

SKRIPSI

**JARINGAN SOSIAL INDUSTRI KREATIF KERAJINAN
UKIRAN KAYU JATI DESA BULUH CAWANG
KECAMATAN KAYU AGUNG
KABUPATEN OGAN KOMERING ILIR**



DANNY PUTRA SETIAWAN

07121402006

JURUSAN SOSIOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

2019

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Jaringan sosial merupakan salah satu dimensi sosial selain kepercayaan dan norma. Konsep jaringan dalam kapital sosial lebih memfokuskan pada aspek ikatan antar simpul yang bisa berupa orang atau kelompok (organisasi). Dalam hal ini terdapat pengertian adanya hubungan social yang diikat oleh adanya kepercayaan yang mana kepercayaan itu dipertahankan dan dijaga oleh norma-norma yang ada. Pada konsep jaringan ini, terdapat unsur kerja, yang melalui media hubungan sosial menjadi kerja sama. Pada dasarnya jaringan sosial terbentuk karena adanya rasa saling tahu, saling menginformasikan, saling mengingatkan, dan saling membantu dalam melaksanakan ataupun mengatasi sesuatu, intinya konsep jaringan dalam capital social menunjuk pada semua hubungan dengan orang atau kelompok lain yang memungkinkan kegiatan dapat berjalan secara efisien dan efektif (Lawang, 2005).

Jaringan sosial adalah suatu rangkaian hubungan sosial yang sama antara individu-individu atau kelompok-kelompok (Granovetter 1992:9), Jaringan sosial memiliki konsep menunjukkan suatu hubungan sosial yang diikat oleh adanya kepercayaan dan kepercayaan itu dipertahankan dan dijaga oleh norma-norma yang ada. Pada dasarnya jaringan sosial terbentuk karena adanya rasa saling tahu, saling menginformasikan, saling mengingatkan, dan saling membantu dalam melaksanakan ataupun mengatasi sesuatu.

Jaringan (*networking*) adalah cara yang berguna untuk pemilik/manajer industri kecil untuk memperluas keahlian pemasaran dan pengetahuan (Gilmore, 2006). Karena sifat dan struktur sederhana perusahaan kecil dan sering kontak dengan pelanggan, semua penekanan industri kecil pada hubungan langsung dengan pelanggan tertentu dan faktor penting lainnya dalam jaringan pemasaran (Reijonen, 2010). Gilmore (2006) mengemukakan bahwa aktivitas jaringan dapat bersifat informal meskipun penting karena dapat membantu pemilik industri kecil memanfaatkan sumber daya mereka yang terbatas dan bersaing secara lebih efektif dengan pesaing kuat mereka. Oleh karena itu industri kecil sering diakui sebagai wilayah yang cocok untuk pembentukan jaringan pemasaran yang efektif. Mengenai keterbatasan industri kecil yang dihadapkan dengan memperoleh sumber daya, jaringan adalah dimensi bisnis yang penting. Jaringan merangkum kegiatan berkomunikasi pemilik dengan orang-orang, menghadiri acara perdagangan yang relevan, mengumpulkan informasi mengenai kegiatan usaha untuk melakukan rencana bisnis dan melakukan aktivitas pemasaran

(Gilmore, 2006). Namun demikian, bukti-bukti penelitian yang terkait dengan jaringan industri kecil tidak memadai. Hal ini benar terutama dalam hal kegiatan pemasaran, atau kebutuhan untuk mengembangkan jaringan oleh industri kecil dalam melakukan pemasaran.

Menurut Mitchell, pada tingkatan antar individu jaringan sosial dapat didefinisikan sebagai rangkaian hubungan yang khas diantara sejumlah orang dengan sifat tambahan, yang ciri-ciri dari hubungan ini sebagai keseluruhan, yang digunakan untuk menginterpretasikan tingkah laku sosial dari individu-individu yang terlibat (Damsar, 2009:43-44). Jaringan menurut Fukuyama dalam hal ini dapat dijabarkan sebagai berikut: Jaringan adalah sekelompok orang yang memiliki norma-norma atau nilai informal disamping norma-norma atau nilai-nilai yang diperlukan dalam transaksi biasa di pasar (Fukuyama, 2005: 245).

Dalam suatu organisasi atau kelompok masyarakat, jaringan juga berperan sangat penting dalam tersebarnya informasi secara efektif dan efisien. Jaringan dapat memberikan saluran alternatif bagi informasi melalui dan ke dalam organisasi (Fukuyama, 2005: 251). Jaringan dapat memberikan suatu keuntungan bukan hanya bersifat finansial akan tetapi juga akan membentuk suatu jaringan kerjasama yang didasari oleh nilai dan norma informal bersama yang didalamnya akan terjalin suatu alur penyampain informasi sehingga tujuan dari kelompok atau organisasi tersebut dapat tercapai. Jaringan sosial dapat digolongkan pada dua arah yaitu horisontal dan vertikal. Jaringan sosial horisontal adalah arah hubungan individu yang secara bersama-sama saling berbagi status dan kekuasaan yang seajar, sedangkan jaringan sosial vertikal adalah arah jaringan sosial yang berdasarkan hierarki dan bersifat ketergantungan. Jaringan dengan kepercayaan yang tinggi akan berfungsi lebih baik dan akan lebih mudah dari pada jaringan dengan kepercayaan yang rendah (Damsar, 2009: 103).

Industri kreatif merupakan sumber daya ekonomi masyarakat yang diyakini dapat menjawab tantangan permasalahan dasar ekonomi dalam jangka pendek dan menengah bangsa, yakni relatif rendahnya pertumbuhan ekonomi (rata-rata hanya 4,5% per tahun) pasca krisis, masih tingginya pengangguran (9–10%), tingginya tingkat kemiskinan (16-17%). Industri kreatif memiliki sejumlah kendala antara lain lemahnya pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, kurangnya akses pelaku industri ke pasar, belum adanya skema pengembangan industri kreatif, kurangnya aspek pembiayaan, dan masih lemahnya industri kreatif secara kelembagaan (Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2012).

Industri kreatif berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan daya kreasi

dan daya cipta individu yang mencakup berbagai bidang/sector seperti: periklanan, arsitektur, pasar seni dan barang antik, kerajinan, desain, desain fesyen, video, film, dan fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan, dan percetakan, layanan komputer dan piranti lunak, televisi dan radio, serta riset, dan pengembangan. Industri ini tumbuh pada hampir semua lapisan ekonomi mulai yang berskala besar, menengah, maupun kecil. Industri kreatif memiliki keunikan, dimana sebagian besar ditopang oleh faktor sosial, budaya bangsa, kearifan lokal, kelestarian lingkungan, dan keunikan lainnya yang digabungkan dengan ilmu pengetahuan dan teknologi sehingga industri ini mendapatkan pasar yang cukup luas di masyarakat Indonesia dan malahan banyak produk-produk dari industri kreatif Indonesia yang di ekspor ke luar negeri.

Industri adalah suatu usaha atau kegiatan pengelolaan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi yang memiliki nilai tambah guna mendapatkan keuntungan. Industri pada umumnya menggunakan ketrampilan, dan ketekunan kerja dan penggunaan alat-alat. Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia mengelompokkan industri kreatif menjadi 14 subsektor antara lain periklanan, arsitektur, pasar seni dan barang antik, kerajinan, desain, pakaian, video film dan fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan piranti lunak, televisi dan radio serta yang terakhir adalah riset dan pengembangan.

Industri kreatif menjadi kian menarik karena hasil produknya yang dapat disesuaikan dengan kreatifitas pembuat barang ataupun keinginan pembeli sehingga tidak terkesan membosankan. Industri ini juga banyak yang memanfaatkan hasil limbah rumah tangga ataupun barang yang kurang bermanfaat sehingga dapat menghasilkan produk yang memiliki nilai tambah. Industri kreatif mempunyai peran yang penting dalam kehidupan ekonomi dan sosial di masyarakat. Pada perekonomian rakyat pedesaan munculnya industri kreatif dapat menjadi sumber penghasilan tambahan di luar sektor perekonomian, mampu menyerap tenaga kerja, serta mendidik orang berwiraswasta dan dapat memacu inisiatif untuk maju (Damar Jati Kun Marjanto, 2006: 2).

Sektor kerajinan merupakan sektor kedua yang unggul setelah sektor fashion karena menyumbang penyerapan tenaga kerja sebesar 31,13%. Sektor kerajinan merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi produk yang dibuat oleh tenaga pengrajin dimulai dari desain awal sampai proses

penyelesaian produknya (Wiko Saputra, 2010: 53). Barang kerajinan tersebut meliputi barang yang terbuat dari kulit, rotan, kayu, tanah liat dan lain sebagainya.

Namun demikian eksistensi industri ini mulai melemah. Kelangsungan industri kreatif yang besar tidak terlepas dari proses kreatifitas yang tidak akan tumbuh dan berkembang apabila tidak didukung oleh modal budaya, modal sosial dan modal kreatif (Yasfar Amir, 2010: 4).

Jaringan adalah ikatan antar simpul (orang atau kelompok) yang dihubungkan dengan media (hubungan sosial) yang diikat dengan kepercayaan. Kepercayaan itu dipertahankan oleh norma yang mengikat kedua belah pihak. Jaringan adalah hubungan antar individu yang memiliki makna subjektif yang berhubungan atau dikaitkan sebagian sesuatu sebagai simpul dan ikatan (Damsar, 2009:214).

Jaringan sosial antara pengrajin ukiran kayu jati di desa Buluh Cawang dengan konsumen mempunyai sebuah pola koneksi dalam hubungan sosial individu dan kelompok, Jaringan sosial merupakan konektivitas dalam tipikal khusus, dimana terdapat ikatan yang saling menghubungkan satu dengan yang lainnya dalam hubungan sosial, para pengrajin akan memperoleh informasi tersebut. Jaringan antara pengrajin dengan konsumen juga berpengaruh besar terhadap kelangsungan usaha kerajinan kayu jati ini sehingga proses pesanan motif sudah dikerjakan dalam waktu tepat dan hasilnya sangat bagus sehingga konsumen akan merasa puas, dan dapat disimpulkan bahwa proses dari konsumen tersebut berdampak positif terhadap pengusaha kerajinan ukiran kayu jati yang ada di desa Buluh Cawang. Jaringan sosial tersebut akan menimbulkan kepercayaan dan norma norma.

Desa Buluh Cawang memiliki industri kreatif kerajinan ukiran kayu jati sejak tahun 2005, dikenal dengan produk andalannya yaitu perabot rumah tangga kayu jati. Kerajinan kayu yang dipasarkan pun beragam, ada mebel dari kayu jati, gembol atau ukiran dari akar kayu jati serta produk unggulan lain yakni kerajinan kayu yang dibuat dengan teknik bubut yang juga berasal dari kayu jati. Produk furniture unggulan dari desa Buluh Cawang tidak seramai pada zaman dahulu, padahal alat yang digunakan untuk memproduksi sudah menggunakan listrik.

Dari latar belakang di atas peneliti mulai tertarik mengenai Jaringan Sosial Industri Kreatif Kerajinan Ukiran Kayu Jati Desa Buluh Cawang Kecamatan Kayu Agung Kabupaten Ogan Komering Ilir yaitu melihat adanya potensi industri kreatif. Kerajinan dari kayu jati dikatakan kreatif karena selain memanfaatkan sumber daya khas daerah juga karena dalam

prosesnya yang diperlukan keahlian serta kreatifitas dari pengrajin, keahlian tersebut dapat berupa ketrampilan dalam mengukir kayu, membuat kerajinan dengan teknik bubut atau bahkan mengolah limbah tunggak kayu jati menjadi furniture sehingga menjadi kerajinan yang berkualitas ekspor.

1.2 Rumusan Masalah

Masalah utama penelitian ini adalah “Jaringan Sosial Industri Kreatif Sentra Kerajinan Ukiran Kayu Jati Desa Bulu Cawang Kecamatan Kayu Agung Kabupaten Ogan Komering Ilir” Untuk menjelaskan utama tersebut, peneliti merumuskan pertanyaan penelitian yaitu :

1. Bagaimana jaringan sosial pengrajin ukiran kayu jati Desa Buluh Cawang Kecamatan Kayuagung Kabupaten Ogan Komering Ilir ?
2. Apa hambatan dalam usaha kerajinan ukiran kayu jati Desa Buluh Cawang Kecamatan Kayu Agung Kabupaten Ogan Komering Ilir ?

1.3 Tujuan Penelitian

a. Tujuan Umum

Untuk mendapatkan suatu gambaran dan melakukan analisis tentang jaringan sosial industri kreatif sentra kerajinan ukiran kayu jati Desa Buluh Cawang Kecamatan Kayu Agung Kabupaten Ogan Komering Ilir.

b. Tujuan Khusus

1. Untuk mengetahui jaringan pengrajin ukiran kayu jati di Kecamatan Kayu Agung Kabupaten Ogan Komering Ilir.
2. Untuk mengetahui hambatan yang dihadapi oleh pengrajin ukiran kayu jati di Kayu Agung Kabupaten Ogan Komering Ilir.

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan manfaat. Adapun manfaat yang diberikan adalah :

1. Manfaat Teoritik

- a) Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan salah satu informasi ilmiah baik untuk pengembangan ilmu sosiologi, sosiologi ekonomi, maupun pengkajian lebih lanjut untuk pihak perguruan tinggi.
- b) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi dan tambahan informan bagi kalangan akademis dalam pengembangan wawasan mengenai Jaringan Sosial Industri Kreatif Sentra Kerajinan Ukiran Kayu Jati Desa Bulu Cawang Kecamatan Kayu Agung Kabupaten Ogan Komering Ilir.

2. Manfaat praktis

- a) Memberikan kontribusi/masukan bagi Pemerintah dalam menyusun acuan kebijakan pemberdayaan industri kerajinan ukiran kayu di Kayu Agung Kabupaten Ogan Komering Ilir.
- b) Memberi manfaat bagi semua orang agar lebih memahami tentang jaringan sosial industri kreatif sentra kerajinan ukiran kayu jati.

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Buku :

Bungin, Burhan. 2003. Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: PT Rajawali Pers

Bungin, Burhan. 2010. Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Kencana.

Damsar, 2002. Sosiologi Ekonomi. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Damsar. (2009). Pengantar Sosiologi Ekonomi. Jakarta: Kencana.

Lawang, Robert, Buku Materi Pokok Pengantar Sosiologi, Jakarta:Universitas Terbuka 1994.

Lawang, R.M.Z. 2005. Kapital Sosial Dalam Perspektif Sosiologi. Cetakan Kedua. FISIP UI Press, Depok.

Miles dan Huberman.(1992). Analisis Data Kualitatif. Jakarta: UI Press.

Moleong, Lexy. J. 2002. Metodologi penelitian Kualitatif. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.

Mulyana, Deddy. 2006. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : PT.Remaja Rosda Karya.

Moleong, Lexy J.2000. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Moleong, L. J. (2001). Metodologi kualitatif. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Moleong, Lexy J. 2012. Metodologi Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Setiadi, Elly M dan Usman Kolip, 2011.Pengantar Sosiologi. Jakarta: Kencana

Wiko Saputra. (2010). Industri Kreatif. Jakarta: Baduose Media.

Yin, Robert, Studi Kasus Desain dan Metode, Raja Grafindo Persada, Jakarta;1997

Yasfar Amir.(2010). Pendidikan Tinggi Seni dalam Dinamika Industri Kreatif dan Perannya Dalam Membangun Karakter Bangsa.

Sumber lainnya:

Ni Putu, Nina Eka Lestari. 2014, "Strategi Pemberdayaan Industri Kecil Kerajinan Ukiran Kayu di Kabupaten Gianyar Provinsi Bali". Jurnal.

Denpasar : Universitas Udayana Denpasar.

Johan Jatu, Wibawa Putra. 2010, "*Jaringan Sosial Pengusaha Tempe Dalam Kelangsungan Usaha di Debean*". Jurnal.

Universitas Sebelas Maret.

Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol. 2 No. 2, Hal. 281286 yang berjudul "*Pengembangan Industri Kreatif Di Kota Batu Studi Tentang Industri Kreatif Sektor Kerajinan Di Kota Batu Kabupaten Malang*".

R. Wing Widjatmiko P.J. 2011, "*Industri Kreatif Kaos Studi Deskriptif Kualitatif Proses Pengelolaan Kreatif dan Hubungan Kerja dalam Industri Kreatif Kaos di Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta*" jurnal.

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Verawati, Sri. 2012, "*Peran Modal Sosial Dalam Strategi Industri Kreatif (Studi di Sentra Kerajinan Kayu Jati di Desa Jepon Blora Jawa Tengah*" jurnal.

Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Yogyakarta.

Adnan, Romadhon. 2016, "*Peran Jaringan Sosial Dalam Meningkatkan Usaha Kerajinan Bambu Di Dusun Sendari, Desa Tirtoadi Kecamatan Mlati Kabupaten Sleman*" jurnal.

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Robertus, Kenedy. 2010, "*Jaringan Sosial Industri Kecil (Studi Kasus tentang Modal Sosial dalam Pembentukan Jaringan Sosial di Sentra Industri Kerajinan Kulit di Dusun Manding, Desa Sabdodadi, Kecamatan Bantul, Kabupaten Bantul, Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*". Jurnal.

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Sumber Internet :

BPS Kabupaten OKI 2017. Diakses pada 19 desember 2018