POLA JARINGAN SOSIAL PERUSAHAAN WARALABA "SIMPLY FRESH LAUNDRY" DI KOTA PALEMBANG

(Studi Pada Simply Fresh Laundry Cabang Bukit Besar Palembang)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam

Mencapai Derajat S1 Ilmu Sosiologi

Di susun oleh :

DINA FENIA

07053102014

JURUSAN SOSIOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

2011

S
381.308 07
Din
p
2011

POLA JARINGAN SOSIAL PERUSAHAAN WARALABA "SIMPLY FRESH LAUNDRY" DI KOTA PALEMBANG

(Studi Pada Simply Fresh Laundry Cabang Bukit Besar Palembang)

DEPARTEMEN PENDIDIKAN
UNIVERSITAS
UPT
PERPUSTAKAAN

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam

Mencapai Derajat S1 Ilmu Sosiologi

Di susun oleh :

DINA FENIA

07053102014

JURUSAN SOSIOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

2011

LEMBAR PENGESAHAN

POLA JARINGAN SOSIAL PERUSAHAAN WARALABA '"SIMPLY FRESH LAUNDRY" DI KOTA PALEMBANG

(studi pada simply fresh laundry cabang bukit besar Palembang)

SKRIPSI

Telah disetujui oleh dosen pembimbing untuk mengikuti ujian komprehensif dalam memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat S-1 Sosiologi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya

DIAJUKAN OLEH :

DINA FENIA

07053102014

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal Januari 2011

DOSEN PEMBIMBING I

Drs. Tri Agus Susanto, M.Si

NIP.195808251982031003

DOSEN PEMBIMBING II

Diana Dewi Sartika, S.sos M.SI

NIP.198002112003122003

POLA JARINGAN SOSIAL PERUSAHAAN WARALABA "SIMPLY FRESH LAUNDRY" DI KOTA PALEMBANG
(Studi Pada Simply Fresh Laundry Cabang Bukit Besar Palembang)

SKRIPSI

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya
dan Dinyatakan Berhasil Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
dari Syarat-syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosiologi
Pada Tanggal, 27 januari 2011

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Drs.Tri Agus Susanto, M.Si
Ketua

Diana Dewi Sartika, S.Sos., M,Si
Anggota

Dr.Zulfikri Suleman, M.A
Anggota

SuryaDrajad, S.Sos M.Si
Anggota

Indralaya, Januari 2011
Jurusan Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya

Dekan,

Dra.Dyah Hapsari ENH,M.Si.
NIP. 196010021992032001

Tuhan telah memberikan kepandaian sekaligus kebodohan pada setiap manusia. Saling membantu adalah jalan keluar menuju kesempurnaan hidup.

Kehidupan akan bermakna saat kau termotivasi, menetapkan tujuan dan mengejarnya dengan cara yang tanpa henti

(Berpikir Positif)

Kupersembahkan Kepada :

1. ALLah SWT sebagai ungkapan Puji dan Syukuku kepadamu Ya ALLah
2. Kedua Orang tuaku tercinta yang selalu memberikan dukungan dan do'a tanpa henti.
3. Adik-adikku tercinta.
4. Orang yang mengasihiku
5. Teman-temanku tersayang

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

Skripsi yang berjudul "Pola Jaringan Sosial Perusahaan Waralaba Simply Fresh Laundry Di Kota Palembang" secara spesifik mengkaji fenomena adanya pola jaringan yang terbentuk di dalam perusahaan waralaba dalam mempertahankan dan mengembangkan usahanya tersebut.

Tak dapat dipungkiri bahwa selesainya naskah skripsi ini tentunya tidak terlepas dari keterlibatan berbagai pihak yang telah memberikan sumbangsih baik moril maupun materil kepada penulis, untuk itu penulis memanjatkan rasa syukur kepada Allah SWT dan rasul-Nya atas limpahan dan curahan nikmat serta kasih sayang, kekuatan, dan perlindungan kepada penulis, dan untuk itu pula secara khusus penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Badia Perizade, M.B.A. selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Ibu Dra. Dyah Hapsari, ENH, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu sosial dan Politik Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Drs.Zulkifli Suleman selaku ketua jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Ibu Mery Yanti, S.Sos, MA selaku sekretaris jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
5. Bapak Drs.Tri Agus Susanto, M.Si selaku pembimbing I skripsi penulis.
6. Ibu Diana Dewi Sartika S.Sos M.Si selaku pembimbing akademik dan pembimbing skripsi penulis.
7. Seluruh Dosen FISIP Unsri yang banyak membantu selama masa perkuliahan di Kampus FISIP UNSRI. Terimakasih tak terhingga atas semua ilmu, pengetahuan, dan pembelajaran yang Penulis dapatkan dari Bapak-Bapak dan Ibu-Ibu semuanya.

8. Penghargaan setinggi-tingginya Penulis persembahkan pada orang tua, mama dan papa tercinta Sudarto dan Erna Wati, terima kasih atas dorongan, nasihat, motivasi dan bantuan baik moril maupun materil dengan kasih sayang dan do'a yang tiada hentinya yang tentunya sangat berarti dan menjadi kekutaan bagi Penulis. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan kasih sayang dan kebahagiaan pada kalian. Aminnn.
9. Saudara-saudaraku Tri Rendy, Shinta Angraeni, Novisya Tierta Bella terima kasih atas do'a dan perhatian kalian untuk mbak selama ini, adik-adikku sayang.
10. Buat orang yang selalu setia menemaniku enam tahun ini, Mokhammad Yourdhan.
11. Buat sahabat-sahabatku Abrar Deanty, Eva Pebriana, Viska Seagita, Rina yulianti, Jenny anggraeni.
12. Buat teman-teman sekampus: zee, tya, lilik, sofah, prita, dina dan semuanya.
13. Buat pemilik Simply Fresh Laundry cabang bukit besar Palembang.
14. Buat pegawai Simply Fresh Laundry cabang Bukit Besar Palembang.
15. Buat teman-teman yang telah meluangkan waktu untuk selalu membantu penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap kiranya apa yang telah dicapai ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya Sosiologi. Penulis menyadari banyak keterbatasan yang terdapat dalam penulisan skripsi ini, maka dari itu penulis menyambut baik atas berbagai masukan dan saran sebagai perbaikan terhadap skrispsi ini.

Inderalaya, Januari 2011

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Pola Jaringan Sosial Perusahaan Waralaba "Simply Fresh Laundry" di Kota Palembang (studi pada simply fresh laundry cabang bukit besar Palembang). Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pola jaringan sosial perusahaan waralaba simply fresh laundry di kota Palembang dalam mempertahankan dan mengembangkan usahanya tersebut. Manfaat teoritis dalam penelitian ini adalah menambah wawasan ilmu sosiologi, khususnya sosiologi ekonomi dan sosiologi pembangunan. Manfaat praktis yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai bahan perbandingan bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian sejenis di kemudian hari.

Penelitian ini bersifat kualitatif Deskriftif dengan lokasi penelitian berada pada Simply Fresh Laundry cabang bukit besar Palembang. Informan yang dibutuhkan 10 orang,6 orang sebagai pelanggan "Simply Fresh Laundry", 3 Orang karyawan atau pegawai"Simply Fresh Laundry" dan seorang pimpinan "Simply Fresh Laundry" cabang Bukit Besar Kota Palembang. Pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam, observasi lapangan dan dokumentasi. Proses analisis data melalui tiga tahap yaitu Reduksi data, penyajian Data dan Penarikan Kesimpulan.

Hasil di lapangan ditemukan bahwa pola jaringan perusahaan waralaba yang ditemukan ada 3 yaitu, penentuan lokasi,penentuan harga, dan adanya promosi-promosi yang diberikan dan dijadikan sebagai penarik perhatian pelanggan dan dijadikan keunggulan serta keuntungan dari "Simply Fresh Laundry". Penentuan lokasi ini karena disekitar lokasi banyak terdapat perguruan tinggi atau kampus, banyak terdapat kos-kosan serta pemukiman warga yang merupakan target utama pemilik laundry ini. Adapun keunggulan dan keuntungannya: (1) adanya pelayanan cuci kilat "4 jam jadi " (2) sistem pencatatan menggunakan computer dengan program software yang dirancang khusus untuk laundry. (3) sistem pengepakkan eksklusif dengan dibungkus plastic atau kertas packing khusus laundry. (4) adanya diskon khusus untuk member. (5) cuci bergaransi untuk pakaian yang masih kotor dan tidak rapi. (6) menggunakan teknologi ultraviolet yang berfungsi membunuh kuman dengan gelombang antara 180-360 nanometer. (7) adanya layanan antar jemput untuk jumlah pakaian tertentu. (8) menggunakan detergen ramah lingkungan. (9) mencuci sesuai *washing care label*. (10) Menggunakan proses filterisasi air

Kata kunci : Pola Jaringan, Waralaba, Simply Fresh Laundry

UPT PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
No. DAFTAR: 110318
TANGGAL : 21 MAR 2011

DAFTAR ISI

21 MAR 2011

HALAMAN JUDUL

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PESETUJUAN

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

ABSTRAK

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR BAGAN

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 6

1.3 Tujuan Penelitian 6

1.4 Manfaat Penelitian 6

1.5 Tinjauan Pustaka 7

1.6 Kerangka Pemikiran 15

1.7 Metode Penelitian 23

1.7.1 Desain Penelitian 23

1.7.2 Informan 24

1.7.3 Batasan Pengertian 24

1.7.4 Unit Analisis 24

1.7.5 Data dan sumber data 25

1.7.6 Teknik pengumpulan data 26

1.7.7 Teknik Analisis data 28

BAB II GAMBARAN UMUM PENELITIAN

2.1 Asal Mula Bisnis Laundry Kiloan 30

2.2 Profile Simply Fresh Laundry 31

2.3 Deskripsi Informan 37

BAB III PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

3.1 Pola Jaringan Sosial dalam Mempertahankan Usaha Waralaba 39

3.1.1 Penentuan Lokasi 41

3.1.2 Penentuan Harga 44

3.1.3 Promosi yang diberikan kepada pelanggan 50

BAB IV PENUTUP

4.1 Kesimpulan 70

4.2 Saran 72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Paket Waralaba "Simply Fresh Laundry" 33

Tabel 2.2 Harga Paket Laundry Di Cabang Bukit Besar Palembang 34

Tabel 2.3 Tabel Biaya Laundry Persatuan 35

Tabel 3.1 Matriks Penentuan Pola 40

DAFTAR BAGAN

BAGAN 1 Kerangka Pemikiran 22

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Sumatera Selatan merupakan salah satu daerah yang cukup pesat dalam perkembanggannya, dapat dilihat banyak sekali sektor industri kecil maupun besar yang bertambah setiap tahun, tentunya hal tersebut diimbangi dengan besarnya minat konsumen terhadap jasa pelayanan yang ada. Masyarakat yang hidup di daerah perkotaan cenderung banyak melakukan aktifitas di luar rumah, sehingga tidak memiliki banyak waktu untuk melakukan pekerjaan rumah seperti mencuci pakaian. Dengan semakin padat dan dinamisnya kinerja seseorang, menuntut untuk dapat mengatur waktunya sebaik mungkin. Sedikit sekali orang yang memiliki kemampuan untuk mengatur kehidupannya sehari-hari apalagi membagi waktu antara pekerjaan kantor atau kuliah dengan pekerjaan rumah. Dengan alasan kepraktisan serta biaya yang dipandang cukup murah, keberadaan jasa laundry semakin banyak dijumpai.

Hubungan atau interaksi sosial dapat dilihat sebagai tindakan-tindakan yang saling ditunjukan dua orang atau lebih. Pola hubungan manusia dalam kelompok sosial dapat dilandasi oleh berbagai kepentingan misalnya, ekonomi, politik, sosial, dan budaya. Adanya hubungan yang sesuai dengan keperluan mereka, maka di anatara mereka diwujudkanlah jaringan-jaringan sosial yang bertujuan untuk memudahkan dalam kehidupannya.

Jaringan sosial pada tingkatan individu dapat didefinisikan sebagai rangkaian hubungan yang khas di antara sejumlah orang dari hubungan secara keseluruhan untuk menginterpretasikan tingkah laku sosial dalam pola atau struktur hubungan sosial yang dapat meningkatkan atau menghambat aktor perilaku orang untuk terlibat dalam bermacam arena dari kehidupan sosial. Oleh karena itu tingkatan ini memberikan suatu dasar untuk memahami bagaimana perilaku individu dipengaruhi oleh struktur sosial dan hubungan sosial yang timbul terhadap semua aktor.

Apabila melihat suatu perusahaan waralaba, *Simply Fresh Laundry* merupakan unit usaha yang dikelola oleh kinerja handal dan berpengalaman dalam memberikan pelayanan yang bergerak dibidang Laundry atau binatu dengan konsep cuci dan seterika per kilogram dimana jaringan sosial pada tingkatan individu dapat didefinisikan sebagai rangkaian antara sejumlah karyawan atau pegawai terhadap konsumen atau pelanggan. *Simply Fresh Laundry* merupakan waralaba pertama yang bergerak di bidang laundry atau binatu dengan konsep cuci dan seterika per kilogram. Sejak 2006 hingga kini Simply Fresh telah berkembang menjadi perusahaan dengan jaringan 120 outlet di seluruh Indonesia.

Banyaknya agen atau *franchise* laundry yang marak saat ini membuktikan usaha layanan jasa ini dibutuhkan oleh masyarakat modern baik perorangan, perusahaan maupun perhotelan. Namun harga jasa layanan laundry yang ada saat ini, masih dirasa relatif mahal, apalagi untuk kebutuhan cuci dan seterika secara berlanjut. *Simply Fresh Laundry* menawarkan jasa layanan cuci dan seterika

berdasarkan jumlah berat (Kg) cucian konsumen, sehingga harga yang ditawarkan lebih murah dari jasa layanan laundry yang sudah ada, namun tetap mengutamakan kualitas. Dengan slogan kami "Laundry Kiloan Kualitas Hotel".

Simply Fresh Laundry merupakan usaha jasa laundry terkemuka yang memiliki beberapa cabang di kota-kota besar hampir di seluruh Indonesia, hingga saat ini waralaba yang memiliki lebih dari 120 outlet juga menawarkan *master franchise* yang melingkupiwilayah kabupaten/kotamadya. Untuk harga per kg disesuaikan dengan masing-masing kota, sesuai dengan daya beli di kota tersebut dengan tujuan agar hasil yang diperoleh sesuai dengan biaya operasional.

Dalam jaringan usahanya *Simply Fresh Laundry* memiliki kemitraan yang turut membantu mengembangkan usaha ini yaitu salah satu perusahaan rokok terbesar, PT. Philip Morris Indonesia (Marlboro Promotion Team Area Jogja) bagian promosi yang secara periodik bekerjasama dalam setiap event yang berlangsung. Selain dari corporate, mitra usaha kerja yang lain yaitu dari hotel, pondokan penginapan, rumah sakit dan tempat kos atau kontrakan seperti di kota Jogja yang menyediakan layanan cucian terhadap para penyewa atau anak kos. Dengan banyaknya mitra kerja yang bekerjasama dengan *simply fresh laundry* semakin memantapkan sebagai laundry kiloan yang dapat dipercaya.

Jaringan usaha *simply fresh laundry* ini mencoba terus mengembangkan kemitraan dan berkoordinasi dengan berbagai pihak agar tercipta suatu hubungan timbal balik antara penyedia jasa atau pengguna jasa *simply fresh laundry* ini. Dengan banyaknya outlet laundry yang ada, *simply fresh* terus berusaha memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen atau pengguna jasa laundry.

Melihat minat dan ketertarikan pasar serta untuk membantu konsumen dalam memudahkan mencuci pakaian. Usaha jasa *simply fresh laundry* terus mengembangkan jaringan perusahaan hingga ke kabupaten atau kotamadya di seluruh Indonesiatermasuk kota palembang.

Di kota Palembang sendiri Simply Fresh Laundry memiliki lima cabang yang tersebar di tempat-tempat strategis, seperti di daerah Bukit Besar, Plaju, Lemabang, pertokoan Celentang dan di daerah jalan perindustrian Palembang. Dengan berdirinya banyak cabang usaha serta target konsumen yang beranekaragam, usaha laundry *Simply Fresh* mengedepankan adanya hubungan yang bersifat internal maupun yang bersifat eksternal. Dalam mengembangkan jaringannya, *simply fresh laundry* membuka cabang di beberapa daerah Suamtera Selatan seperti Sekayu, Prabumulih, Baturaja, Lahat dan Lubuk Linggau. Kelebihan dari *Simply Fresh Laundry* adalah memberikan promosi-promosi khusus kepada pelanggan atau konsumen baru seperti memberikan diskon 100%.

Jaringan usaha *Simply fresh laundry* ini mencoba terus mengembangkan kemitraan dan berkoordinasi dengan berbagai pihak agar tercipta suatu hubungan timbal balik antara penyedia jasa dna pengguna jasa *simply fresh laundry* ini, dengan banyaknya outlet yang ada tersebar di seluruh Indonesia, *simply fresh laundry* terus berusaha memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen ayau pengguna jasa laundry, melihat minat dan ketertarikan pasar serta untuk membantu konsumen dalam memudahkan mencuci pakaian serta seterika, *simply fresh laundry* terus mengembangkann jaringan perusahaan hingga ke kabupaten/kotamadya di seluruh indonesia termasuk kota palembang.

Simply fresh laundry di kota Palembang sendiri dipegang oleh satu keluarga dengan diberi kepercayaan penuh dari *simply fresh laundry* pusat yang ada di Yogyakarta. Dalam merekrut pegawai, simply fresh laundry menggunakan sistem kekerabatan dan keluarga untuk membantu dalam menjalankan usaha tersebut. Misalnya, di cabang bukit besar Palembang mereka kebanyakan berasal dari daerah komering yang pindah ke Palembang untuk ikut keluarganya yang menjalankan usaha *simply fresh laundry*. Member tiap cabang pada laundry ini berjumlah sekitar 55 pelanggan dengan jumlah perhari sebanyak 25 pelanggan sampai 30 pelanggan.

Seperti *simply fresh laundry* yang ada di daerah bukit besar, lokasinya terletak di dekat kampus Universitas Sriwijaya, Politeknik dan Pascasarjana Universitas Sriwijaya yang banyak dibangun kos-kosan mahasiswa sehingga menjadi tujuan utama pengusaha untuk membuka cabang di lokasi tersebut.

Simply fresh Laundry juga bekerjasama dengan Mess Universitas Sriwijaya yang ada di daerah bukit besar Palembang untuk mengembangkan jaringannya. Berdasarkan uraian diatas, peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian mengenai jaringan sosial yan terjadi pada usaha *simply fresh laundry* dalam mengembangkan jaringan usaha dan pelayanannya yang ada di kota Palembang.

I.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan perbandingan bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian sejenis ini di kemudian

I.5 TINJAUAN PUSTAKA

I.5.1 Pengertian Pola Jaringan

Pola jaringan sosial dapat kita lihat dari dimensi hubungan sosial. Hubungan sosial menurut Weber, dipergunakan untuk menggambarkan suatu keadaan dimana dua orang atau lebih terlibat dalam suatu proses perilaku yang terjadi akibat interaksi sosial dalam masyarakat. Proses perilaku tersebut terjadi berdasarkan tingkah laku para pihak lain dengan cara yang mengandung arti bagi masing-masing. Hubungan sosial itu sendiri bila terjalin dengan baik akan membentuk suatu pengulangan atau pola tersendiri sehingga akan tercipta suatu pola hubungan sosial dalam suatu kelompok masyarakat.

Menurut Pasurdi Suparlan (1988) jaringan sosial terbentuk dalam masyarakat karena manusia tidak dapat berhubungan dengan semua manusia yang ada, tetapi hubungannya selalu terbatas pada sejumlah manusia. Whitten dan Wolfe (1973) membedakan 2 macam jaringan sosial, yaitu :

1. Jaringan yang tidak terbatas
   Dipergunakan untuk menggolongkan sejumlah orang dalam suatu kelompok, tanpa menggunakan sesuatu ukuran untuk membatasinya.
2. Jaringan sosial yang terbatas
   Dibuat berdasarkan ukuran yang dapat dipakai untuk memperhatikan hubungan-hubungannya dalam jaringan, yaitu set pribadi (garis-garis yang dipunyai seseorang), set kategori (garis-garis yang melibatkan sejumlah orang dalam kategori tertentu.

I.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka pertanyaan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Bagaimana pola jaringan perusahaan waralaba "Simply Fresh Laundry" di kota Palembang dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha tersebut (Studi pada simply fresh cabang bukit besar Palembang) ?

I.3 TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui pola jaringan perusahaan waralaba "Simply Fresh Laundry" di kota Palembang dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha tersebut (Studi pada "Simply Fresh Laundry" cabang bukit besar Palembang).

I.4 MANFAAT PENELITIAN

Berdasarkan pada tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, maka manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah :

I.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dalam penelitian ini adalah menambah wawasan ilmu sosiologi, khususnya Sosiologi ekonomi dan Sosiologi pembangunan

I.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan perbandingan bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian sejenis ini di kemudian

I.5 TINJAUAN PUSTAKA

I.5.1 Pengertian Pola Jaringan

Pola jaringan sosial dapat kita lihat dari dimensi hubungan sosial. Hubungan sosial menurut Weber, dipergunakan untuk menggambarkan suatu keadaan dimana dua orang atau lebih terlibat dalam suatu proses perilaku yang terjadi akibat interaksi sosial dalam masyarakat. Proses perilaku tersebut terjadi berdasarkan tingkah laku para pihak lain dengan cara yang mengandung arti bagi masing-masing. Hubungan sosial itu sendiri bila terjalin dengan baik akan membentuk suatu pengulangan atau pola tersendiri sehingga akan tercipta suatu pola hubungan sosial dalam suatu kelompok masyarakat.

Menurut Pasurdi Suparlan (1988) jaringan sosial terbentuk dalam masyarakat karena manusia tidak dapat berhubungan dengan semua manusia yang ada, tetapi hubungannya selalu terbatas pada sejumlah manusia. Whitten dan Wolfe (1973) membedakan 2 macam jaringan sosial, yaitu :

1. Jaringan yang tidak terbatas
   Dipergunakan untuk menggolongkan sejumlah orang dalam suatu kelompok, tanpa menggunakan sesuatu ukuran untuk membatasinya.
2. Jaringan sosial yang terbatas
   Dibuat berdasarkan ukuran yang dapat dipakai untuk memperhatikan hubungan-hubungannya dalam jaringan, yaitu set pribadi (garis-garis yang dipunyai seseorang), set kategori (garis-garis yang melibatkan sejumlah orang dalam kategori tertentu.

Dalam sebuah kelompok, akan tercipta sebuah hubungan sosial secara disengaja atau secara tidak sengaja yang menghubungkan dalam satu ikatan kelompok sosial. Hubungan sosial adalah hubungan-hubungan yang terjadi akibat proses sosial dalam kehidupan masyarakat. Hubungan sosial yang terjadi akan menggambarkan suatu ciri pengelompokkan yang bersifat permanen dan tidak permanen. Hubungan sosial dapat berbentuk pertemanan dan dapat juga berbentuk *patron-client* atau hubungan yang bersifat mengayomi dan membutuhkan. *Patron-client* lebih ditekankan oleh adanya hubungan ketergantungan yang bersifat satu arah, sehingga hubungan ini bersifat dominan atau tidak dominan.

I.5.2 Pengertian Perusahaan Waralaba

Waralaba adalah suatu pola kemitraan usaha antara perusahaan yang memiliki merek dagang dikenal dan sistem manajemen, keuangan dan pemasaran yang telah mantap, disebut pewaralaba, dengan perusahaan/individu yang memanfaatkan atau menggunakan merek dan sistem milik pewaralaba, disebut terwaralaba. Pewaralaba wajib memberikan bantuan teknis, manajemen dan pemasaran kepada terwaralaba dan sebagai imbal baliknya, terwaralaba membayar sejumlah biaya (fees) kepada pewaralaba. Hubungan kemitraan usaha antara kedua pihak dikukuhkan dalam suatu perjanjian lisensi/waralaba.

Banyak usaha waralaba yang modelnya beragam mulai dari usaha makanan atau minuman sampai model waralaba pendidikan, ritel ringan sampai ritel berat sekalipun, mulai dari modal 2 juta sampai 200 juta bahkan lebih. Menurut International Franchise Association (IFA) berkedudukan di Washington DC, merupakan organisasi Franchise International yang beranggotakan negara-negara di dunia, ada empat jenis franchise yang mendasar yang biasa digunakan di Amerika Serikat, yaitu:

1. Product Franchise

Produsen menggunakan produk franchise untuk mengatur bagaimana cara pedagang eceran menjual produk yang dihasilkan oleh produsen. Produsen memberikan hak kepada pemilik toko untuk mendistribusikan barang-barang milik pabrik dan mengijinkan pemilik toko untuk menggunakan nama dan merek dagang pabrik. Pemilik toko harus membayar biaya atau membeli persediaan minimum sebagai timbal balik dari hak-hak ini. Contohnya, toko ban yang menjual produk dari franchisor, menggunakan nama dagang, serta metode pemasaran yang ditetapkan oleh franchisor.

2. Manufacturing Franchises

Jenis franchise ini memberikan hak pada suatu badan usaha untuk membuat suatu produk dan menjualnya pada masyarakat, dengan menggunakan merek dagang dan merek franchisor. Jenis franchise ini seringkali ditemukan dalam industri makanan dan minuman.

3. Business Oportunity Ventures

Bentuk ini secara khusus mengharuskan pemilik bisnis untuk membeli dan mendistribusikan produk-produk dari suatu perusahaan tertentu. Perusahaan harus menyediakan pelanggan atau rekening bagi pemilik bisnis, dan sebagai timbal baliknya pemilik bisnis harus membayarkan suatu biaya atau prestasi sebagai kompensasinya. Contohnya, pengusahaan mesin-mesin penjualan otomatis atau distributorship.

4. Business Format Franchising

Ini merupakan bentuk franchising yang paling populer di dalam praktek. Melalui pendekatan ini, perusahaan menyediakan suatu metode yang telah terbukti untuk mengoperasikan bisnis bagi pemilik bisnis dengan menggunakan nama dan merek dagang dari perusahaan. Umumnya perusahaan menyediakan sejumlah bantuan tertentu bagi pemilik bisnis membayar sejumlah biaya atau royalti. Kadang-kadang, perusahaan juga mengaharuskan pemilik bisnis untuk membeli persediaan dari perusahaan.

Franchising juga merupakan strategi perluasan dari suatu usaha yang telah berhasil dan ingin bermitra dengan pihak ketiga yang serasi, yang ingin berusaha, dan memiliki usaha sendiri. Selain itu menurut Rachmadi keunggulan lainnya dari sistem franchise bagi franchisee, antara lain:

1. Pihak franchisor memiliki akses pada permodalan dan berbagi biaya dengan franchisee dengan resiko yang relatif lebih rendah.
2. Pihak franchisee mendapat kesempatan untuk memasuki sebuah bisnis dengan cara cepat dan biaya lebih rendah dengan produk atau jasa yang telah teruji dan terbukti kredibilitas mereknya.

3. Lebih dari itu, franchisee secara berkala menerima bantuan manajerial dalam hal pemilihan lokasi bisnis, desain fasilitas, prosedur operasi, pembelian, dan pemasaran. (Rachmadi, 2007: 7-8)

Sedangkan kerugian sistem franchise bagi franchisee adalah:

1. Sistem franchise tidak memberikan kebebasan penuh kepada franchisee karena franchisee terikat perjanjian dan harus mengikuti sistem dan metode yang telah dibuat oleh franchisor.

2. Sistem franchise bukan jaminan akan keberhasilan, menggunakan merek terkenal belum tentu akan sukses bila tidak diimbangi dengan kecermatan dan kehati-hatian franchisee dalam memilih usaha dan mempunyai komitmen dan harus bekerja keras serta tekun.

3. Franchisee harus bisa bekerja sama dan berkomunikasi dengan baik dalam hubungannya dengan franchisor. (Sukandar, 2004: 67)

4. Tidak semua janji franchisor diterima oleh franchisee.

5. Masih adanya ketidakamanan dalam suatu franchise, karena franchisor dapat memutuskan atau tidak memperbaharui perjanjian. (Rachmadi, 2007).

I.5.3 Penelitian yang Relevan

Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini akan dicantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu oleh beberapa peneliti yang pernah penulis baca diantaranya :

Penelitian yang pernah dilakukan oleh Ratih Dewi Agustine (2005) dengan judul "Pola Jaringan Sosial Pedagang Sektor Informal", bahwa:

UPT PERPUSTAKAAN

a. Jaringan yang terbentuk di antara pedagang kaki lima di Lemabang diwujudkan dalam bentuk arisan kebumen untuk mempererat tali silahturahmi di anatara para pedagang kaki lima.
b. Arisan ini pun diikuti oleh semua pedagang dari manapun dan tidak terfokus pada pedagang yang berasal dari jawa saja.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Rina Yulianti (2009) dengan judul "Pola Jaringan Sosial Penjual Jamu Gendong di Kelurahan Pasar II Kecamatan Muara Enim Kabupaten Muara Enim". Penelitian ini mengkaji permasalahan mengenai pola jaringan sosial yang terjadi anatara sesama penjual jamu gendong dan dengan pelanggan serta keterlekatan ekonomi dalam jaringan sosial antara sesama penjual jamu gendong dan dengan pelanggan – pelanggan sehingga membentuk suatu pola jaringan sosial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jaringan sosial yang terbentuk antara sesama penjual jamu gendong telah dimulai sejak lama yaitu dari kampung halaman yang sama sebelum migran ke Muara Enim yaitu Wonogiri. Kelompok penjual jamu gendong tersebut berdasarkan ikatan keluarga dan pertetanggaan di daerah asal. Jaringan sosial penjual jamu gendong dengan penjual jamu gendong tersebut.

Penelitian lainnya adalah "Pola Hubungan Impersonal Antara Mandor dan Pekerja di Perkebunan Teh" (Studi tentang Hubungan Patron Klien antara Mandor dan Pekerja Pemetik Daun Teh di Perkebunan Gunung Dempo Kota Pagar Alam)" oleh Dyah Susilowaty (2005) yang menjelaskan tentang hubungan yang terjadi antara mandor dan pemetik teh di tempat kerja yang bersifat formal adalah rasionalisasi dan norma-norma atau aturan yang ditetapkan pihak perkebunan.

Sedangkan hubungan yang terjadi antara mandor dan pemetik teh di lingkungan tempat tinggal bersifat impersonal, lebih terbuka dan fleksibel. Sedangkan hubungan patron klien yang terjadi di lingkungan perkebunan ini adalah warisan zaman belanda dan hingga saat ini masih dapat ditemui meskipun bentuknya semakin samar dan kabur. Berdasarkan temuan dilapangan, bahwa hubungan patron klien antara mandor dan pemetik teh yang telah berlangsung sejak lama dapat dikatakan tidak berpengaruh terhadap kondisi sosial ekonomi pekerja di perkebunan tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Ma'arif dan Sunyoto Usman (1998) yang berjudul "Perilaku Ekonomi Pedagang Warung Tenda (studi kasus di kota barat surakarta)". Penelitian membahas tentang hubungan yang terjalin dalam jaringan sosial para pedagang. Peneliti menemukan adanya jaringan sosoial yang bersifat internal dan eksternal. Jaringan internal lebih menekankan pada fungsi persaudaraan antara sesama para pedagang warung tenda sendiri. Jaringan internal bertujuan untuk menciptakan rasa aman bagi para pedagang warung tenda. Sedangkan jaringan eksternal, menekankan pada fungsi menjalin hubungan dengan para pemasok bahan baku. Jaringan eksternal bertujuan untuk menciptakan rasa aman bagi kelangsungan usaha mereka. Namun keduanya diciptakan untuk menjamin kepastian bagi kelangsungan hidup usaha mereka.

Kelebihan dari penelitian yang dilakukan oleh Ma'arif dan Sunyoto Usman yaitu dala membahas mengenai pola jaringan sosial yang diwujudkan dalam bentuk panguyuban, memperlihatkan bahwa kondisi daerah perkotaan yang multi etnis yang ditandai oleh adanya diferensiasi dan spesialisasi ternyata tidak

selalu dapat melemahkan ikatan-ikatan kekerabatan. Hubungan-hubungan ini telah membentuk jaringan-jaringan sosial berdasarkan atas asal daerah mereka, dimana mereka telah membina hubungan yang lebih luas dan erat dengan masyarakat sekitarnya dan paguyuban-paguyuban lain yang sejenis.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Renggo Astuti dan Sigit Widianto (1998) "Budaya Masyarakat Perbatasan (Hubungan Sosial Antar Golongan Etnik yang Berbeda di daerah Sumatera Barat)" yang membahas mengenai hubungan yang terjalin dalam jaringan sosial antara pedagang didasarkan pada sistem kekerabatan wilayah tempat tinggal yang sama. Disana terdapat 2 etnis yaitu Mandailing dan Minangkabau. Jaringan sosial yang terbentuk atas dasar sistem kekerabatan wilayah tinggal yang sama dapat dilihat dari pedagang lain. Jaringan dagang yang demikian dimungkinkan oleh faktor lingkungan alam dan sosial, khususnya hubungan anatara tetangga masing-masing wilayah pedesaan. Kelebihan dalam penelitian ini adalah peneliti membahas jaringan sosial yang melibatkan ikatan pertetanggaan dan jaringan sosial atas dasar pengelompokan pedagang barang dagangan yang sejenis atau sama. Peneliti juga membahas tentang jaringan sosial antara pembeli dan penjual.

Penelitian yang dilakukan oleh LP3ES dan USAID pada tahun 1994 dengan judul "Studi Sektor Informal Perkotaan (Kasus Jakarta dan Surabaya)", membahas mengenai jaringan sosial pedagang dan pemulung. Penelitian ini menjelaskan bahwa jaringan sosial tidak selalu didasarkan pada ikatan kekerabatan, teman sekampung, tetangga maupun teman. Hal ini dibuktikan dengan kasus kepemilikan rumah makan soto yang pertama tiba di Jakarta yang

berasal dari desanya Jawa Timur pada tahun 1951, ia mulai menjalankan usahanya hanya dengan bantuan anak dan istrinya. Setelah mengalami sedikit kemajuan, ia mulai memperkerjakan beberapa orang pembantu yang juga berasal dari desanya dan setelah itu para pembantunya mengikuti jejaknya dengan berdagang soto, dan mengajak beberapa kekerabatnya. Penelitian ini menjelaskan bahwa jaringan sosial yang terjalin bukan hanya didasarkan oleh ikatan kekerabatan saja, tetapi jaringan sosial yang itu bisa berdasarkan ikatan pertemanan dan geografis.

Berbeda dengan penelitian yang ada, penelitian yang berjudul *"Pola Jaringan Perusahaan Waralaba "Simply Fresh Laundry" di Kota Palembang (Studi kasus pada simply fresh cabang bukit besar Palembang)"* akan melengkapi penelitian-penelitian yang telah ada sebelumnya. Penelitian ini difokuskan pada pola jaringan perusahaan waralaba "Simply Fresh Laundry" di kota Palembang dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha tersebut (Studi kasus pada simply fresh cabang bukit besar Palembang, dimana lebih memfokuskan pada pola jaringan antara pemberi jasa kepada konsumen atau sebaliknya.

I.6 KERANGKA PEMIKIRAN

Manusia dalam hidup bermasyarakat akan saling berhubungan dan saling membutuhkan satu sama lain. Kebutuhan itulah yang dapat menimbulkan suatu proses interaksi sosial. Proses pembentukan kepribadian ditentukan oleh linhkungan sosial yang ada dalam masyarakat, lingkungan sosial sekunder mempunyai sifat eksternal bagi individu akan tetapi mempenagruhi perkembangan individu. Lingkungan sosial mencakup proses sosial, struktur

sosial, dan perbahan sosial. Inti dari proses sosial adalah interaksi sosial, yang merupakan syarat utama terjadinya aktivitas-aktivitas sosial. Bentuk umum dari proses sosial adalah interaksi sosial, karena interaksi sosial merupakan syarat utama terjadinya aktifitas-aktifitas sosial.

Hubungan sosial dapat berbentuk pertemanan dan dapat juga berbentuk *patron-client* atau hubungan yang bersifat mengayomi dan membutuhkan. *Patron-client* lebih ditekankan oleh adanya hubungan ketergantungan yang bersifat satu arah, sehingga hubungan ini bersifat dominan atau tidak dominan.

Jaringan sosial melihat pola hubungan sosial yang terjadi di dalam perkumpulan atau komunitas dimana pola kekuatan yang ada di dalam sebuah pranata sosial yang berlaku di sebuah komunitas, individu-individu yang terlibat di dalamnya melakukan hubungan sosial dan ini mengaitkan kekuatan dan kelemahan yang ada pada masing-masing individu, siapa yang menjadi patron dan siapa yang menjadi klien.

Secara garis besar ada 2 jenis tipe jaringan sosial :

1. Atribut : dalam hal ini jaringan antar individu dalam komunitas yang sudah ditentukan berdasarkan atribut tertentu yang melekat pada komunitas tersebut, misalnya jenis kelamin, status sosial dan keluarga.
2. Transaksional : jaringan sosial dalam tipe ini difokuskan pada jenis dan bentuk pertukaran tertentu yang terjadi antara individu dalam komunitas tersebut. Seperti : pertukaran informasi tertentu, pertukaran barang dan jasa tertentu dan sebagainya.

Menurut konsep pemikiran Granovetter yang menjelaskan mengenai keterlekatan yang terjadi dalam fenomena perilaku ekonomi yang terdapat dalam hubungan sosial. Menurutnya keterlekatan dalam tindakan ekonomi disituasikan secara sosial dan melekat dalam jaringan sosial personal yang sedang

berlangsung di antara para aktor. Jadi menurut Granovetter, bahwa lebih dahulu munculnya keterlekatan ekonomi dalam jaringan sosial daripada jaringan sosial terlebih dahulu yang melekat dalam tindakan ekonomi, sedangkan temuan di lapangan dalam penelitian ini bahwa adanya jaringan sosial antara pelanggan yang tercipta terlebih dahulu karena pelanggan secara pribadi membutuhkan jasa laundry tersebut, baru kemudian muncullah suatu keterlekatan ekonomi di dalam jaringan tersebut.

Namun demikian dalam melihat hubungan keterlekatan antara pihak "Simply Fresh Laundry" dengan para pelanggan akan terlihat hubungan *patron klien*, hubungan tersebut adalah pertukaran hubungan antara kedua peran yang dapat dinyatakan sebahai kasus khusus dari ikatan yang melibatkan persahabatan instrumental dimana satu pihak dengan status sosio-ekonominya yang lebih tinggi (*patron*) menggunakan pengaruh dan sumber dayanya untuk menyediakan perlindungan, serta keuntungan-keuntungan bagi seseorang dengan status yang dianggapnya lebih rendah (klien). Klien kemudian membalasnya dengan menawarkan dukungan umum dan bantuan termasuk jasa pribadi kepada patronnya.

Terdapat hubungan patron klien yang terbentuk antara Simply Fresh Laundry, patron merupakan pihak yang status sosio-ekonominya yang lebih tinggi dimiliki oleh pelanggan Simply Fresh Laundry yang mempunyai pengaruh berupa keuntungan-keuntungan bagi status yang lebih rendah,disini Simply Fresh laundry merupakan Klien yang akan membalas pengaruh patron dengan menawarkan jasa Laundry yang berkualitas untuk terus menciptakan jaringan sosial.

Dalam suatu jaringan sosial selain hubungan ke pelanggan yaitu hubungan patron klien yang tercipta, dan antara pelanggan dengan "Simply Fresh Laundry" tidak dapat dipisahkan dengan konsep kepercayaan. Konsep kepercayaan merupakan salah satu modal sosial. Menurut Lasser(2000), modal sosial sangat penting bagi komunitas karena:

1. Mempermudah akses informasi bagi anggota komunitas.
2. Menjadikan media power sharing atau pembagian kekuasaan dalam komunitas.
3. Mengembangkan solidaritas.
4. Memungkinkan mobilisasi sumber daya komunitas.
5. Membentuk perilaku kebersamaan dan berorganisasi komunitas.

Bank dunia (1999) mendefinisikan modal sosial sebagai sesuatu yang merujuk ke definisi institusional, hubungan-hubungan yang tercipta, dan norma-norma yang membentuk kualitas dan kuantitas hubungan sosial masyarakat. Cohen dan Prusack (2001) memberikan pengertian bahwa modal sosial sebagai stock dan hubungan yang terjadi diikat oleh kepercayaan *(trust)*, saling pengertian (*mutual understanding*) dan nilai-nilai bersama (*shared value*) yang mengikat anggota kelompok untuk membuat kemungkinan aksi bersama dapat dilakukan secara efektif dan efisien.

Suatu bentuk keinginan untuk mengambil resiko dalam hubungan-hubungan sosial yang didasari oleh perasaan yakin bahwa yang lain akan melakukan sesuatu seperti yang diharapkan dan akan senantiasa bertindak dalam suatu pola tindakan yang saling mendukung paling tidak yang lain tidak akan

bertindak merugikan diri dan orang lain atau kelompok. Kepercayaan (*trust*) adalah sikap saling mempercayai dimasyarakat yang memungkinkan masyarakat tersebut saling bersatu dengan yang lain dan memberikan konstribusi dan peningkatan modal sosial.

Sebuah kepercayaan tidak muncul dengan seketika tetapi terbit dari proses hubungan antar pribadi sari aktor-aktor yang sudah lama terlibat dalam perilaku ekonomi secara bersama. Kepercayaan menjadi modal sosial sebagai pengikat antar anggota masyarakat yang bekerja sama membangun sebuah masyarakat unggul. Pihak "Simply Fresh Laundry" akan dengan sendirinya sebisa mungkin memberikan pelayanan terbaik yang mereka miliki, agar mereka tidak kehilangan pelanggan seperti sikap ramah, memberikan kepuasan terhadap jasa yang mereka harapkan.

Menurut Curran dan Blackburn (1994) ada 4 jenis jaringan sosial, yaitu :

1. Ikatan/jaringan personal dan etnis
2. Jaringan yang berdasarkan ikatan geografis
3. Integrasi organisasi
4. Hubungan antara penjual dan pembeli

Keempat jenis jaringan tersebut saling tumpang tindih (*overlapping*). Jaringan sosial tidak selalu didasarkan pada ikatan kekerabatan, tapi juga banyak hal yang terkait dalam terbentuknya jaringan sosial.

Dalam penjelasan tentang jaringan oleh analisis jaringan Wellman bahwa jaringan sosial (social network) bersandar pada sekumpulan prinsip yaitu :

1. Ikatan antar aktor biasanya adalah simetris baik dalam kadar maupun intensitasnya, aktor saling memasok dengan sesuatu yang berbeda dan mereka berbuat demikian dengan intensitas makin besar atau makin kecil.
2. Ikatan antara individu harus dianalisis dalam konteks struktur jaringan lebih luas.
3. Terstrukturnya ikatan sosial menimbulkan berbagai jaringan non acak.
4. Adanya kelompok jaringan yang menyebabkan terciptanya hubungan silang antara kelompok jaringan maupun antara individu.
5. Ada ikatan asimetris antara unsur-unsur dalam sebuah sistem jaringan dengan akibat bahwa sumber daya yang terbatas akan terdistribusikan secara merata.
6. Distribusi yang timpang dari sumber daya yang terbatas menimbulkan baik itu kerjasama maupun kompetisi. Beberapa kelompok akan bergambung untuk mendapatkan sumber daya yang terbatas itu dengan bekerjasama, sedangkan kelompok lain bersaing dan memperebutkannya.

Dalam suatu jaringan sosial selain hubungan ke pelanggan, kelompok yang berjaringan sosial tidaklah dapat dipisahkan pula dengan konsep kepercayaan. Bahwa kepercayaan tidak muncul dengan seketika tetapi muncul dari proses hubungan pribadi dari aktor-aktor yang terlibat di dalamnya.

Jaringan sosial pada dasarnya berbentuk kerjasama diantara individu atau kelompok dalam masyarakat. Seorang individu memiliki kapasitas yang terbatas. Bila bekerja sama secara terkoordinasi, kemampuan dua individu akan meningkat tidak hanya meningkat secara aritmatika, tetapi juga secara geometrika. Dengan

kata lain,bila dua orang bekerjasama, output mereka tidak hanya sekedar penjumlahan atau penambahan dari dua kemampuan individu yang bersangkutan yang mestinya mereka capai jika bekerja secara terpisah.

Secara empiris sebuah jaringan sosial dalam bisnis dibangun di atas hubungan-hubungan sosial yang sudah terbentuk atau sudah ada di antara anggota-anggota jaringan. Sebuah jaringan bisnis merupakan jenis jaringan sosial yang alasan dalam hubungan yang terjadi adalah kegiatan usaha. Analisis pola jaringan mulai dari terbentuknya hingga menimbulkan pola tersendiri pada jaringan usaha simply fresh laundry yang ada di kota Palembang akan sangat dipengaruhi oleh kepercayaan yang terbentuk antar anggota serta untuk meningkatkan keperayaan pelanggan demi rasa kenyamanan pelanggan simply fresh laundry yang ada di outlet palembang.

BAGAN I

KERANGKA PEMIKIRAN

Konsep Pola Jaringan menurut Wellman

↓

Dalam suatu jaringan sosial selain hubungan ke pelanggan, kelompok yang berjaringan sosial tidaklah dapat dipisahkan pula dengan konsep kepercayaan. Bahwa kepercayaan tidak muncul dengan seketika tetapi muncul dari proses hubungan pribadi dari aktor-aktor yang terlibat di dalamnya.

↓

Pola jaringan perusahaan waralaba "Simply Fresh Laundry" di kota Palembang dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha tersebut (Studi pada simply fresh cabang bukit besar Palembang)

↓

Hubungan Sosial atas dasar kepercayaan diperlukan dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha laundry Simply Fresh Laundry

↓

Pola jaringan yang terbentuk dan dipengaruhi oleh kepercayaan yang terbentuk antar pelanggan, konsumen, pekerja/karyawan dan pemilik dari "Simply fresh" laundry.

I.7 METODE PENELITIAN

I.7.1 Desain Penelitian

I.7.1.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah di kota Palembang, karena di palembang sudah banyak cabang laundry "Simply Fresh" yaitu lima cabang yang tersebar di penjuru kota Palembang. Adapun cabang-cabang atau outlet-outlet "Simply Fresh" laundry yaitu :

1. Jl. Sriwijaya Negara No.1 Bukit Besar Palembang.
2. Ruko Baru Celentang, Jl. Brigjen hasan Kasim No.3 Palembang.
3. Jl. Perindustrian I No. 5 Palembang
4. Jl. Ahmad Yani No.365 G Plaju
5. Jl. Bambang Utoyo I A Rt.10 Kel.3 Ilir Lemabang Palembang.

Fokus lokasi penelitian ini adalah di Jl. Sriwijaya Negara No.1 Bukit Besar Palembang. Dipilih cabang ini sebagai lokasi penelitian ini karena disekitar lokasi banyak terdapat rumah kosan, kontrakan yang merupakan juga pusat pendidikan, perkantoran yang bisa dibilang tingkat pertukaran ekonomi sangat tinggi, sehingga bisa dilihat banyak dari mahasiswa, karyawan yang membutuhkan jasa laundry.

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL UNIVERSITAS SRIWIJAYA UPT PERPUSTAKAAN

I.7.1.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dan merupakan studi deskriftif yang berguna untuk mengetahui pola jaringan perusahaan waralaba "Simply Fresh" Laundry dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha waralaba ini yang ada di kota palembang.

I.7.1.3 Informan Penelitian

Penentuan informan dalam penelitian ini digunakan secara sengaja (*Purposive)* dan dipilih berdasarkan kriteria dan pertimbangan-pertimbangan tertentu (Burhan Bungin,1990 : 53). Informan dalam penelitian ini ada 10 orang, 6 orang pelanggan laundry "Simply Fresh", 3 orang karyawan atau pegawai laundry "Simply Fresh" dan 1 orang pimpinan laundry "Simply Fresh" cabang bukit besar.

I.7.2 Batasan Pengertian

a. Pola Jaringan Sosial adalah suatu jaringan relasi dan hubungan sosial yang terdapat dalam suatu masyarakat. (Ensiklopedia Nasional Indonesia Jilid 7, 1989:345)

b. Perusahaan Waralaba adalah hubungan kemitraan yang usahanya kuat dan sukses dengan usahawan yang relatif baru atau lemah dalam usaha tersebut dengan tujuan saling menguntungkan khususnya dalam bidang usaha penyediaan produk dan jasa langsung kepada konsumen.(Winarto, 1995:19).

I.7.3 Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah organisasi perusahaan waralaba "Simply Fresh" Laundry yang terdiri dari pelanggan Laundry, karyawan atau pegawai laundry dan pimpinan cabang laundry tersebut.

I.7.4 Data dan Sumber Data

Jenis-jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini ada 2 macam yaitu data primer dan data sekunder :

1. Data primer yaitu data utama yang dala penelitian ini diperoleh melalui hasil wawancara secara mendalam mengenai pola jaringan sosial perusahaan waralaba "Simply Fresh" laundry di kota Palembang (studi di cabang bukit besar Palembang) dengan mengetahui bagaimana cara Simply Fresh ini mempromosikan kepada masyarakat, jumlah konsumen yang menggunakan, keunggulan dan keuntungan menggunakan jasa laundry ini, dan cara Simply Fresh laundry bersaing dan bertahan serta lainnya.

2. Data sekunder adalah data yang menunjang data primer yang berhubungan dengan penelitian tentang pola jaringan sosial perusahaan waralaba "Simply Fresh" laundry di kota Palembang (studi di cabang bukit besar Palembang). Sumber data sekunder diperoleh dari tepat penelitian tersebut, studi pustaka yang diperoleh dari mempelajari sumber-sumber terkait seperti buku penunjang tentang perusahaan waralaba, majalah, laporan penelitian sehingga dapat memberikan pemahaman terkait dengan fokus penelitian. Dan internet dengan maksud data dan informasi diperoleh melalui situs-situs internet yang relevan terhadap masalah penelitia ini.

I.7.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dalam penelitian ini, maka digunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Wawancara Mendalam (*Interview*)

Wawancara dilakukan dengan informan untuk menggali informasi kualitatif secara lengkap dan terperinci mengenai keterangan secara lisan dari seorang informan (koentjaraningrat,1990 :129). Sifat wawancara ini yaitu secara mendalam dengan instrumen penelitian berupa pedoman wawancara berstruktur yang telah dipersiapkan. Hal ini akan memungkinkan pihak yang diwawancarai mendefinisikan dirinya sendiri dan lingkungannya dengan menggunakan istilah mereka sendiri mengenai masalah yang diteliti tidak sekedar menjawab pertanyaan. Maka dalam hal ini tujuan wawancara mendalam adalah untuk

mendapatkan data-data mengenai pola jaringan sosial perusahaan waralaba "Simply Fresh" laundry di kota Palembang (studi di cabang bukit besar Palembang) dengan mengetahui bagaimana cara Simply Fresh ini mempromosikan kepada masyarakat, jumlah konsumen yang menggunakan, keunggulan dan keuntungan menggunakan jasa laundry ini, dan cara Simply Fresh laundry bersaing dan bertahan serta lainnya.

Dalam hal ini, data primer digunakan untuk memberikan gambaran dan memahami pola jaringan sosial perusahaan waralaba "Simply Fresh" laundry di kota Palembang (studi di cabang bukit besar Palembang). Wawancara dilakukan dengan melakukan kontak langsung (*face to face*) dengan informan dalam situasi sebenarnya dan dalam situasi yang dibuat atau diciptakan. Untuk memudahkan kegiatan wawancara dan analisis data, peneliti akan menggunakan *sound recorder* (perekam suara) dan *camera digital*. Dalam menggunakan alat tersebut, peneliti akan terlebih dahulu meminta izin dari informan.

2. Observasi Lapangan

Peneliti menggadakan pengamatan ke lokasi penelitian dan pencatatan terhadap gejala atau fenomena yang diselidiki yaitu situasi dan kondisi pola jaringan sosial perusahaan waralaba "Simply Fresh" laundry di kota Palembang (studi di cabang bukit besar Palembang).

3. Dokumentasi

Data diperoleh dengan mempelajari dokumen dari berbagai sumber tertulis yang berkaitan dengan penelitian ini.

I.7.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah teknik kualitatif. Data primer dan data sekunder dikumpulkan, diklasifikasikan, dan selanjutnya diinterpretasikan ke dalam bentuk kata-kata atau kalimat sehingga diperoleh gambaran yang jelas tentang masalah yang diteliti.

1. Tahap Reduksi Data

Pada tahap ini, peneliti memusatkan perhatian pada data lapangan yang telah terkumpul secara terperinci dan sistematis. Untuk selanjutnya dipilih dan disederhanakan, kemudian peneliti melakukan abstraksi data kasar tersebut menjadi uraian singkat atau ringkasan. Data-data tersebut berupa pola jaringan sosial perusahaan waralaba "Simply Fresh" laundry di kota Palembang (studi di cabang bukit besar Palembang) dengan mengetahui bagaimana cara Simply Fresh ini mempromosikan kepada masyarakat, jumlah konsumen yang menggunakan, keunggulan dan keuntungan menggunakan jasa laundry ini, dan cara Simply Fresh laundry bersaing dan bertahan serta lainnya.

2. Tahap Penyajian Data

Pada tahap ini, peneliti melakukan penyajian informasi melalui bentuk *teks naratif* atau cerita terlebih dahulu yang memungkinkan penarikan kesimpulan. Data yang disajikan adalah mengenai pola jaringan sosial perusahaan waralaba "Simply Fresh" laundry di kota Palembang (studi di cabang bukit besar Palembang) dengan mengetahui bagaimana cara Simply Fresh ini mempromosikan kepada masyarakat, jumlah konsumen yang menggunakan,

keunggulan dan keuntungan menggunakan jasa laundry ini, dan cara Simply Fresh laundry bersaing dan bertahan serta lainnya.

3. Tahap Kesimpulan

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan (*verifikasi*). Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

DAFTAR PUSTAKA

Anwar, Mohammad.1999. *Pegangan Sosiologi.* CV. Armico: Bandung

Agustine, Ratih Dewi. 2005. Pola Jaringan Sosial Pedagang Sektor Informal. Skripsi. Palembang: Universitas Sriwijaya. (Skripsi yang tidak diterbitkan)

Arikunto, Suharsami. 1997. *Prosedur Penelitian, Edisi Revisi V.* Jakarta: PT Rineka Cipta.

Bagus, Haryo. 2009. *Sukses Wirausaha Laundry di Rumah.* Gramedia Pustaka Utama: Jakarta

Bungin, Burhan. 2001. *Metode Penelitian Kualitatif.* PT Raja Grafindo Persada: Jakarta

Damsar. 1997.*Sosiologi Ekonomi.* PT Raja Grafindo Persada :Jakarta

Idrus, Muhammad. 2007. *Metode Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial (Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif).* Yogyakarta:UII Press

Koentjaraningrat. 1990. *Metode Penelitian Masyarakat.* Jakarta: PT Gramedia.

Moleong, J Lexi.2001. *Metode Penelitian Kualitatif.* PT Remaja Rosdakarya: Bandung

Novianti, Rahmi. 2006. Pola Jaringan Sosial Rumah Makan Padang Kota Palembang. FISIP UNSRI

Prihantoro, Pugut.2006. Jaringan Sosial Petani Padi dan Tengkulak di Pasang Surut. FISIP UNSRI

Ritzer, George.1985. *Sosiologi Ilmu Berparadigma Ganda.* Jakarta: Rajawali

Ritzer. George and Goodman J Douglas. 2004. *Teori Sosiologi Modern.* Jakarta: Prenada Media

Rudito, Bambang dkk. 2008. *Social Mapping* (Metode Pemetaan Sosial). Rekayasa Sains:Bandung

Safitri, Maria. 2003. Pola Jaringan Sosial Pedagang Kaki Lima. Skripsi. Palembang : Universitas Sriwijaya (Skripsi yang tidak diterbitkan).

Soekanto, Soerjono. 2005. *Sosiologi Suatu Pengantar.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Soekanto, Soerjono. 1980. *Max Weber, Konsep-konsep Dasar dalam sosiologi.* Jakarta: CV. Rajawali.

Susilowaty, Dyah. 2005. Pola Hubungan Impersonal antara mandor dan pekerja di perkebunan Teh (studi tentang hubungan patron klien antara Mandor dan Pekerja Pemetik daun teh di perkebunan Gunung Dempo Kota Pagar Alam). Skripsi. Palembang : Universitas Sriwijaya. (Skripsi tidak diterbitkan).

Yasyin, Sulchan. 1997. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia.* Surabaya. PT. Amanah.