

JARINGAN SOSIAL PENGRAJIN GENTENG DI DESA KALORAN KABUPATEN NGANJUK

Ahmat Fatkur Rohji

Prodi S1 Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Surabaya

Fatkhur_ngik@yahoo.co.id

Pambudi Handoyo

Prodi S1 Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Surabaya

Pam_pam2013@yahoo.co.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan pola jaringan sosial yang dibangun pengrajin genteng dengan pengepul maupun dengan pembeli. Penelitian ini menggunakan teori jaringan sosial James Coleman dan pertukaran Peter M Blau dalam analisisnya. Pada dasarnya jaringan sosial terbentuk karena adanya rasa saling tahu, saling menginformasikan, saling mengingatkan, dan saling membantu dalam melaksanakan atau mengatasi sesuatu. Metode yang digunakan adalah kualitatif serta pendekatan sosial kapital James Coleman. Subjek penelitian adalah warga desa Kaloran yang bekerja sebagai pengrajin genteng dan batu-bata. Teknik pengumpulan data menggunakan participant observer sementara teknik analisis data dilakukan dengan cara induktif. Hasil penelitian ini memaparkan bahwa terjadinya jaringan sosial karena ada kepercayaan (*trust*) antara pengrajin dan pengepul. Pengrajin sebagai *trustor* dan pengepul sebagai *trustee* serta hubungan ini bersifat sebaliknya. Adapun pola jaringan sosial pengrajin genteng di Kaloran adalah : pertama, pengrajin - pengepul 1(galangan) - pengepul 2 – pembeli. Kedua, pengrajin – pengepul galangan – pembeli. Ketiga, pengrajin – pembeli. Kemudian untuk pertukaran sosialnya dapat dilihat dari dua pertukaran yaitu pertama pertukaran instrinsik meliputi ketika pengepul memiliki hajat pengrajin rewang (ikut membantu) juga membawa sanggan (biasanya berupa beras, mie dan lainnya) dan kedua pertukaran ekstrinsik meliputi ketika dari pengrajin memiliki hajat pengepul di undang dan ketika pengrajin kekurangan dana pengepul akan bersedia meminjamkan dana.

Kata Kunci : Pengrajin, Jaringan sosial dan Pertukaran sosial.

Abstract

The study is to portray the social networks established a tile with pengepul as well as with the buyer. These studies the use of social networking and exchange of James Coleman and Peter Blau in analysis. Basically social network formed due to mutual know, inform each other, remind each other, and assist each other in the discharge or settle something. The method is applicable in qualitative and the social capital James Coleman. Subject of study is villagers Kaloran employed as a tile and bricks. The technique of the participant observer using the technical data analysis conducted by ways of inductive. The result of this research was explained that the social networks because we have confidence (*trust*) between craftsman and pengepul. A craftsman as *trustor* and broker as the *trustee* and this is the opposite. While the social networks are in a tile Kaloran: first, craftsman – jobbing 1 (shipyard) – jobbing 2 – a broker. Second, a craftsman – jobbing shipyard – buyers. Third, a craftsman – buyers. Meanwhile, the social can be seen from the two exchanges are instrinsik the exchange includes when broker having *hajatan* craftsman helped also carries usually consists of rice, noodles and others, includes exchange and either the extrinsic of craftsmen have *hajatan* broker when the constitution and the lack of funds as a broker be willing to lend him money.

Keywords : Craftsman, Social networking, and Sosial exchange

PENDAHULUAN

Tujuan dari pembangunan nasional di Indonesia adalah untuk mewujudkan masyarakat sejahtera baik secara materiil maupun spiritual. Untuk mewujudkan cita-cita tersebut diawali dengan pembangunan di sektor ekonomi. Tujuan utama dari pembangunan sektor ekonomi adalah peningkatan kesempatan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat melalui pembangunan industri kecil. Pembangunan industri besar maupun industri kecil diharapkan dapat berjalan seimbang sehingga dimasa

mendatang akan menjadi industri nasional yang mampu mendukung dan melanjutkan sasaran pembangunan nasional. Di negara Indonesia sebagian besar masyarakatnya hidup di wilayah pedesaan. Hal ini dibuktikan dari Perbandingan atau komposisi penduduk desa-kota di Indonesia menunjukkan hampir berimbang dari sisi jumlah. Berdasarkan data Sensus Penduduk 2014, jumlah penduduk pedesaan mencapai 119.321.070 jiwa (50,21%) dan penduduk perkotaan mencapai

118.320.256 jiwa (49,79%) (<http://www.plengdut.com/2014/11/komposisi-penduduk-indonesia.html>)) ehingga pengembangan industrinya tidak lepas dari usaha pengembangan industri kecil atau industri rumah tangga dan industri menengah, pemakaian teknologi yang sederhana dan relatif. Sebenarnya pemakaian teknologi tersebut di sisi *human resources* merupakan hal yang menguntungkan sebab dapat memanfaatkan potensi tenaga setempat karena untuk bekerja disektor industri ini tidak diperlukan tingkat pengetahuan dan pendidikan yang tinggi. Sehingga dapat dikatakan bahwa dalam usaha meningkatkan dan mengembangkan industri kecil dan menengah di pedesaan tenaga kerja dan teknologi bukan merupakan suatu kendala utama.

Pengembangan industri termasuk kerajinan dan industri rumah tangga yang formal dan non formal terus dilanjutkan dan diarahkan untuk memperluas kesempatan kerja serta untuk mempersempit kesenjangan sosial, meningkatkan ekspor untuk menumbuhkan kemampuan dan kemandirian berusaha serta meningkatkan pendapatan pengusaha kecil dan pengrajin. Dengan demikian akan memunculkan kesempatan kerja semakin besar dan mampu menyerap tenaga kerja yang besar. Sehingga hal tersebut akan mengurangi angka pengangguran yang ada di Indonesia dan kesenjangan sosial akan semakin berkurang. Sedangkan untuk ekspor sendiri bertujuan agar kemampuan dan kemandirian akan tumbuh dan mampu membuka lapangan pekerjaan baru melalui industri kecil.

Semakin banyaknya industri kecil seperti salah satunya industri genteng, maka penyerapan tenaga kerja semakin besar. Namun bila peningkatan industri tidak diimbangi dengan kemampuan dan ketrampilan yang baik maka industri yang dijalankan akan sia-sia dan akan kalah bersaing dengan industri yang memproduksi barang sama akan tetapi dengan kualitas yang lebih bagus. Dalam pembuatan kerajinan genteng maupun batu-bata seharusnya dengan kualitas yang baik agar mampu bersaing dengan produk genteng dan batu-bata unggulan diwilayah lainnya. produksi genteng dan batu-bata yang berkualitas tentunya tidak terlepas dari sumberdaya manusia berkualitas yang memiliki kemandirian dan pengalaman luas.

Industri kecil dan menengah banyak terdapat di pedesaan, dimana dipedesaan lahan yang masih luas dan mudah memperoleh tenaga kerja menjadikan peluang tersendiri untuk dijadikan sumber industri kecil seperti halnya industri rumahan yakni industri genteng dan batu-bata. Industri kerajinan ini sering dijumpai di setiap rumah bukannya di pabrik yang berlahan luas. Hal ini dikarenakan industri kerajinan seperti genteng dan batu-bata ini dapat dilakukan oleh siapa saja yang tidak

memiliki cukup ketrampilan. Untuk membuat kerajinan genteng dan batu-bata cukup menggunakan alat cetak dan bahan mentah seperti tanah liat. Sehingga masyarakat tidak perlu susah payah dalam membuat ketrampilan genteng dan batu-bata. Karena begitu mudahnya dalam membuat kerajinan genteng dan batu-bata maka banyak masyarakat yang mampu membuat kerajinan ini.

Wilayah yang menjadi pusat penjualan genteng yang telah dikenal dan paling banyak diminati adalah Trenggalek. Hal ini dikarenakan Kabupaten Trenggalek memiliki beberapa wilayah yang menjadi pusat industri kerajinan genteng. Terdapat lebih dari 100 pengrajin genteng di Dusun Nglayur, Desa Sukorejo, Kec. Gandusari. Selain itu sentra kerajinan genteng juga bisa ditemukan di Desa Kamulan, Kec. Durenan, di Desa Sukowaten, Kec. Karang, serta di Desa Petung, Kec. Dongko (<http://bisnisukm.com/potensi-daerah-trenggalek-ramaikan-pasar-internasional.html>). Wilayah tersebut adalah daerah penghasil genteng yang sudah ada terlebih dahulu sebelum Kaloran dan lebih banyak diminati oleh para konsumen. Hal ini dikarenakan kualitas genteng yang baik menjadi komoditi menguntungkan bagi para pengrajin maupun tengkulak. Sehingga para konsumen banyak yang memilih genteng yang mayoritas banyak peminatnya.

Wilayah Trenggalek adalah penghasil genteng yang memiliki banyak jenis selain bentuk yang lebih besar dan genteng yang berkualitas baik. Trenggalek sendiri memiliki 7 jenis kerajinan genteng yaitu : genteng gelombang, genteng mantili, genteng pentol, genteng pres, genteng baseke besar, genteng baseke kecil, dan genteng clumpring. Dari ketujuh kerajinan Trenggalek ini masing-masing memiliki keunggulan masing-masing. Genteng Trenggalek ini selain kualitasnya bagus dan kuat disisi lain genteng yang berasal dari Trenggalek dan Tulung Agung ini memiliki ukuran yang lebih besar dibandingkan dengan genteng yang ada di wilayah Kediri dan Nganjuk. Industri yang menjadi komoditas menjanjikan di kedua wilayah ini adalah industri kerajinan genteng.

Dalam pemasaran hasil kerajinan genteng maupun batu-bata ini tentunya tidak terlepas dari peran perantara. Dimana perantara disini adalah sarana jaringan sosial yang menjadi penghubung antara pengrajin dengan konsumen. Pengrajin genteng dan batu-bata untuk memasarkan hasil dari kerajinannya tentunya harus mendistribusikan barangnya kepada konsumen baik secara langsung maupun melalui perantara. Sedangkan untuk pengertian distribusi sendiri adalah suatu proses yang menunjukkan penyaluran barang yang di buat dari produsen agar sampai kepada para konsumen yang tersebar luas. Produsen sendiri memiliki pengertian sebagai orang yang melakukan dan membuat suatu

produksi, sedangkan konsumen adalah orang yang menggunakan atau memakai barang atau jasa yang di tawarkan oleh produsen dalam kegiatan pembuatan barang.

Produksi dan konsumsi suatu barang agar barang dan jasa yang di tawarkan akan sampai tepat kepada para konsumen sehingga kegunaan yang di dapat dari barang dan jasa tersebut akan semakin maksimal setelah di konsumsi. Maka dari itu, akan sangat terlihat tentang kegunaan dari distribusi baik tentang waktu dan tempatnya. Kemudian untuk fungsi distribusi ialah melakukan atau mengantarkan barang atau jasa yang di hasilkan oleh produsen baik dari daerah yang dekat atau jauh sehingga dari seluruh pelosok Indonesia dapat merasakan barang atau jasa yang di hasilkan. Berikut ada pula beberapa bagian dari fungsi distribusi. Sedangkan fungsi distribusi pokok adalah segala tugas pokok harus di lakukan, misalkan dalam hal yang satu ini dengan pengangkutan atau transportasi, penjualan dan pembelian.

Saluran distribusi merupakan suatu jaringan sosial dari organisasi *value chain* yang menjalankan fungsi menghubungkan barang dan jasa dengan konsumen. Kegiatan yang dilakukan oleh perantara ini pada prinsipnya akan mengurangi hubungan langsung antara produsen dengan konsumen. Penjualan barang konsumsi ditujukan untuk pasar konsumen, dimana umumnya dijual melalui perantara. Hal ini dimaksudkan untuk menekan biaya pencapaian pasar yang luas menyebar yang tidak mungkin dicapai produsen satu persatu. Dalam menyalurkan barang konsumsi ada dua jenis saluran yang dapat digunakan (<http://repository.usu.ac.id/bitstream/.../1/manajemen-arlina%20lbs4.pdf>).

Alasan yang membuat penulis tertarik untuk meneliti daerah kaloran ini karena dalam satu desa industri mampu menghasilkan dua kerajinan yakni batu-bata dan genteng. Hal ini menjadikan penulis tertarik karena di daerah industry kerajinan yang besar seperti Tulung Agung dan Trenggalek mayoritas kerajinan yang dihasilkan adalah genteng tidak banyak dijumpai pengrajin yang membuat genteng. Sedangkan industry yang belum cukup terkenal seperti halnya desa Kaloran mampu menghasilkan dua kerajinan dan mampu memanfaatkan kesempatan untuk menarik konsumen agar desa Kaloran tidak kalah saing dengan industry kerajinan besar yang ada di daerah lainnya.

KAJIAN TEORI

Jaringan Sosial

Jaringan sosial merupakan suatu pengelompokan yang terdiri atas sejumlah orang paling sedikit kurang dari tiga orang, yang masing-masing memiliki identitas tersendiri

dan dihubungkan antara satu dengan yang lainnya melalui hubungan-hubungan tersebut mereka dapat dikelompokkan sebagai suatu kesatuan sosial (Bruner, 1998:47).

Keterkaitan jaringan dan kelompok merupakan aspek vital dari modal sosial. Jaringan sosial terjadi berkat adanya keterkaitan antara individu dalam komunitas. Keterkaitan terwujud di dalam beragam tipe kelompok pada tingkat lokal maupun tingkat lebih tinggi. Jaringan hubungan sosial biasanya akan diwarnai oleh suatu tipologi khas sejalan dengan karakteristik dan orientasi kelompok. Pada kelompok sosial yang biasanya terbentuk secara tradisional atas dasar kesamaan garis keturunan (*liniage*), pengalaman-pengalaman sosial turun temurun (*repeated social experiences*), dan kesamaan kepercayaan pada dimensi Ketuhanan (*religious belief*) cenderung memiliki kohesifitas yang tinggi, tetapi rentang jaringan maupun *trust* yang terbangun sangat sempit. Sebaliknya, pada kelompok yang dibangun atas dasar kesamaan orientasi dan tujuan dengan ciri pengelolaan organisasi yang lebih modern akan memiliki tingkat partisipasi anggota yang lebih baik dan memiliki rentang jaringan yang lebih luas (<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/30469/3/Chapter%20II.pdf>).

Coleman dan Putnam adalah dua orang yang mendefinisikan kepercayaan sebagai satu komponen utama dalam modal sosial. Berbeda dengan Francis Fukuyama yang melangkah lebih jauh lagi, mendefinikan kepercayaan itu sendiri sebagai unsur dasar modal sosial. Modal sosial adalah kapabilitas yang muncul dari kepercayaan abadi ditengah-tengah masyarakat atau pada bagian tertentu dalam masyarakat tersebut (Field, 2010:35). Komunitas tergantung pada kepercayaan timbal balik dan tidak akan muncul secara spontan tanpanya.

Berkaitan dengan kepercayaan, menurut Coleman minimal ada dua belah pihak yang terlibat yaitu *trustee* (yang mempercayai) dan *trustee* (yang dipercayai) (Coleman, 2008:115-116). *Trustor* dan *trustee* sama-sama memiliki tujuan yang sama untuk memenuhi kepentingan mereka, dimana yang berperan sebagai *trustor* adalah pengrajin dan *trustee* adalah pengepul. Akan tetapi, hal tersebut bisa berjalan sebaliknya mengenai hal yang berkaitan dengan modal. Dimana pengepul mempercayakan modal yang berupa uang kepada pengrajin untuk membuat kerajinan yang berkualitas baik. Selain itu dalam kaitannya hubungan yang terjadi antara *trustor* dengan *trustee* muncul perjanjian yang sifatnya *instrinsik* bahwa bila kerajinan dari pengrajin ini jelek maka bisa dikembalikan kepada pengrajin dan diganti dengan kerajinan lainnya.

Pertukaran Sosial

Blau (Poloma, 2007:36) berpendapat bahwa pertukaran sosial dapat terjadi dengan dua syarat yang mencangkup, perilaku harus berorientasi pada tujuan-tujuan yang hanya dapat dicapai melalui interaksi dengan orang lain dan perilaku harus bertujuan untuk memperoleh sarana bagi pencapaian tujuan tersebut. Semua anggota masyarakat menerima ganjaran sesuai dengan apa yang diberikan, maka hal demikian disebut sebagai hubungan pertukaran. Tujuan yang diinginkan itu dapat berupa ganjaran ekstrinsik yang berupa uang, barang-barang dan jasa, atau ganjaran intrinsik seperti kecantikan, kasih sayang, dan kehormatan. Dalam konsep pertukaran Blau tidak terlepas dari interaksi sosial yang menjadi pokok dalam terwujudnya pertukaran sosial. Disini pertukaran sosial Blau tidak akan terwujud tanpa adanya proses modal sosial terlebih dahulu. Hal ini dikarenakan modal sosial merupakan wujud interaksi sebelum pertukaran tersebut muncul. Interaksi tersebut akan memunculkan *trust* diantara pihak pengrajin dan pengepul. Sehingga dari hubungan yang didasari oleh kepercayaan maka pertukaran akan muncul sendiri dengan sendiri. Pertukaran tersebut ada yang bersifat intrinsik yang tidak dapat dilihat dan bersifat ekstrinsik yang dapat dilihat.

1. Munculnya struktur kekuasaan dari pertukaran tidak seimbang.

Ketidak seimbangan dalam suatu pertukaran dapat terjadi manakala ia memberi reward lebih kepada orang lain, dan sebaliknya yang menerima reward membalasnya (Wirawan, 2012:183). Orang yang selalu menerima kemurahan hati secara sepihak harus menerima posisi subordinasi, paling tidak kalau dia mau mempertahankan hubungan itu. Menerima suatu posisi subordinasi adalah mengakui utang seseorang dan ketergantungannya pada kemurahan hati pihak lain, perbedaan status muncul sebagai akibat dari perbedaan dalam transaksi pertukaran, dan dengan status yang lebih tinggi pada mereka yang memberikan keuntungan yang lebih besar yang tidak dapat dibalas oleh mereka yang menerima.

a. Strategi untuk memperoleh kekuasaan dan menghindarkan subordinasi.

Dalam banyak hal, orang yang memiliki surplus akan sumber-sumber atau sifat-sifat yang mampu memberikan reward, cenderung untuk menawarkan berbagai pelayanan atau hadiah secara sepihak. Dalam hal ini mereka dapat menikmati sejumlah reward yang berhubungan dengan statusnya yang tinggi akan kekuasaan atas orang lain. Proses yang umum dalam

kompetisi untuk memperoleh status dan kekuasaan sering meliputi usaha-usaha memberikan reward yang lebih banyak kepada pasangan pertukaran daripada yang dapat diberikan orang lain.

Seseorang yang tidak mau berada dalam posisi subordinasi melalui utang dan ketergantungan pada orang lain, dapat menggunakan strategi menolak menerima pelayanan atau pemberian yang tidak dapat dibalas dengan nilai yang kurang lebih sama. Orang miskin yang menolak sumbangan amal, pasangan keluarga baru yang menolak hadiah yang terlalu banyak dari orang tuanya. Ketergantungan pada orang lain juga dapat dihindari dengan memiliki sumber-sumber yang dapat dipergunakan untuk memberikan pelayanan balasan yang sama dengan nilai yang sama. Strategi lain adalah memperoleh pelayanan yang dibutuhkan dari sumber alternatif dimana saling ketergantungan timbal balik dapat ditegakkan, strategi yang terakhir adalah menggunakan kekerasan ; berupa paksaan fisik, atau mencabut dari seseorang reward yang diterima dari suatu sumber lainnya. Pemerintah yang sah berhak untuk melakukan hal ini (Wirawan, 2012:190).

b. Munculnya struktur kekuasaan dalam jaringan.

Proses yang sama dimana orang memperoleh kekuasaan dengan memberikan pelayanan sepihak sebagai imbalan, juga berlaku untuk kelompok atau organisasi yang lebih besar. Persaingan awalnya adalah persaingan untuk memperoleh orang lain, dalam hal ini nampak pada yang tidak ada ujung pangkalnya menyangkut persaingan dikalangan para anggota itu untuk membuktikan bahwa dirinya cukup menarik (lebih menarik dari orang lain) bagi orang lain dalam kelompok itu. Dari percakapan yang tidak ada ujung pangkalnya ini muncullah pola-pola tertentu. Beberapa orang akan berhasil dalam usahanya untuk memperlihatkan kualitasnya yang mengesankan lebih besar daripada orang lain. Pelan-pelan pola komunikasi beralih sedemikian sehingga orang yang paling mengesankan berhasil dalam merebut perhatian seluruh kelompok lebih daripada dia. Akhirnya, satu orang berhasil menonjol sebagai orang yang lebih mengesankan daripada siapa pun lainnya. Akibatnya, kepemimpinan muncul dari kemampuan pemimpin yang potensial untuk memberikan sesuatu yang bermanfaat bagi orang lain dalam kelompok itu secara sepihak (<http://pilarputih.com/2012/10/peter-michelle-blau.html>).

METODE

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu suatu metode dalam melakukan penelitian yang berorientasi pada gejala yang bersifat

kealamiahannya yang dilakukan di lapangan. Penjelasannya yaitu metode yang hanya mengacu pada responden sebagai bahan acuan dan hasil penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan sosial kapital sebagai sesuatu yang memiliki dua ciri, yaitu merupakan aspek dari struktur sosial serta memfasilitasi tindakan individu dalam struktur sosial tersebut. Dalam pengertian ini, bentuk-bentuk kapital sosial berupa kewajiban dan harapan, potensi informasi, norma dan sanksi yang efektif, hubungan otoritas, serta organisasi sosial yang bisa digunakan secara tepat melahirkan kontrak sosial. Kapital sosial itu pada dasarnya adalah konstruksi sosial, artinya, melalui interaksi sosial individu-individu membangun kekuatan sosial (*kolektif*) bersama untuk mengatasi masalah sosial yang dihadapi. Kapital sosial dalam pengertian ini merupakan alat (*means*) yang dikonstruksikan individu-individu mencapai tujuan (*end*) bersama (Sugiyono, 2013: 219).

Penelitian ini dilakukan di desa Kaloran, Kecamatan Tanjung Anom, kabupaten Nganjuk provinsi Jawa Timur. Lokasi ini dipilih karena penduduk di desa Kaloran mayoritas bekerja sebagai pengrajin genteng dan batu-bata dan subjek tersebut merupakan target utama dalam penelitian ini. Melihat populasi yang sebagian besar bermata pencaharian sebagai pengrajin genteng dan batu-bata meyakinkan penulis untuk melakukan penelitian di lokasi tersebut. Waktu penelitian terhitung pada tanggal 15 Oktober 2014 – 24 Desember 2014.

Subyek penelitian pada metode kualitatif sangat mengacu pada informan atau subjek, tepatnya subyek yang di teliti adalah para pengrajin genteng dan batu-bata yang ada di Kaloran. Alasan memilih subjek ini karena fokus dalam penelitian ini terletak pada pengrajin genteng dan batu-bata. Subjek penelitian dipilih secara purposif. Artinya, subjek penelitian dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Pertimbangan pemilihan subyek penelitian ini berdasarkan mata pencaharian yang bekerja sebagai pengrajin genteng maupun batu-bata dan memiliki jaringan dengan pengepul ataupun dengan pembeli perorangan. Lama bekerja sebagai pengrajin lebih dari 10 tahun. Subyek penelitian bukan pedagang besar seperti bos besar melainkan pengrajin rumahan.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan cara mengumpulkan data secara primer dan secara sekunder. Pengumpulan data secara primer dilakukan dengan cara observasi, dokumen dan wawancara.

Observasi yang digunakan adalah participant observer yaitu penulis melakukan observasi secara langsung untuk mengetahui karakteristik masyarakat desa Kaloran, Kecamatan Tanjung Anom, Kabupaten Nganjuk dengan melihat implementasi dari perilaku masyarakat,

selain itu penulis juga mengamati lingkungan dan kondisi alam desa Kaloran kecamatan Tanjung Anom Kabupaten Nganjuk.

Pelaksanaan wawancara dilakukan dengan menggunakan metode wawancara terstruktur. Pada awal sebelum melakukan wawancara penulis menyiapkan beberapa pertanyaan yang dijadikan sebagai pedoman wawancara pelaksanaan wawancara terstruktur ini setiap informan diberikan pertanyaan yang sama yang selanjutnya penulis memanfaatkan penggunaan teknologi. Sehingga pewawancara diharapkan menyampaikan pertanyaan kepada responden, merangsang responden untuk menjawab, menggali jawaban lebih jauh bila dikehendaki dan mencatatnya (Singerimbun dan Effendi, 1989: 192).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pola bekerjanya jaringan sosial pengrajin genteng dan batu-bata

Menurut James Coleman pada dasarnya jaringan sosial terbentuk karena adanya rasa saling tahu, saling menginformasikan, saling mengingatkan, dan saling membantu dalam melaksanakan atau mengatasi sesuatu. Intinya, konsep jaringan dalam kapital sosial menunjuk pada semua hubungan dengan orang atau kelompok lain yang memungkinkan kegiatan dapat berjalan efisien dan efektif (www.pps.unud.ac.id/.../pdf.../unud-59-310381304-daftarpustaka.pdf). Selanjutnya, jaringan itu sendiri dapat terbentuk dari hubungan antar personal antar individu dengan institusi, serta jaringan antar institusi. Sementara jaringan sosial merupakan dimensi yang bisa saja memerlukan dukungan dua dimensi lainnya karena kerjasama atau jaringan sosial tidak akan terwujud tanpa dilandasi norma dan rasa saling percaya.

Dalam hal yang berkaitan dengan perdagangan, jaringan sosial sangatlah penting karena dalam hal untuk pemasaran produk dan meluaskan usahanya. Semakin banyak jaringan yang di jalannya, maka akan semakin luas pula jangkauan usahanya. Berkaitan dengan jaringan sosial pengrajin genteng dan batu-bata di Kaloran ini ada dua tipe yakni melalui pembeli langsung dan melalui pengepul. Pengepul disini memiliki tugas sebagai perantara dan pemasok barang dagangan dari pengrajin yang kemudian akan disalurkan kepada pembeli perorangan maupun ke pengepul lainnya. Hal ini dimaksudkan untuk menekan biaya pencapaian pasar yang luas menyebar dan tidak mungkin dicapai oleh pengrajin satu persatu. Karena adanya hubungan yang saling menguntungkan dan berjalan secara intens maka akan memunculkan *trust* dari kedua belah pihak yaitu antara pengrajin dengan pengepul.

Kepercayaan muncul akibat adanya hubungan baik antara pengepul dan pengrajin. Sehingga dari

kepercayaan itu memunculkan *trustor* dan *trustee*. Dimana *trustor* adalah pihak yang mempercayai sedangkan *trustee* adalah pihak yang dipercayai. Maka dari itu jaringan sosial dalam kegiatan pemasaran genteng dan batu-bata ini sangat diperlukan. Dalam menyalurkan genteng dan batu-batanya pola jaringan sosial pengrajin genteng dan batu-bata di kaloran ini memiliki 3 pola yakni :

1. Pengrajin – Pengepul 1(galangan) – Pengepul 2 – Pembeli Perorangan

Bentuk pola jaringan yang panjang dan sederhana adalah saluran distribusi dari pengrajin ke pengepul 1 kemudian ke pengepul 2 dan akhirnya kepada pembeli. Pertama hubungan antara pengrajin dan pengepul. Dari mulanya hubungan kerja dan saat ini hubungan tersebut masih berjalan dengan baik maka dari hubungan tersebut muncul rasa saling percaya satu sama lain.

Pengepul 1(galangan) yang memiliki modal fisik berupa uang bekerjasama dengan pengrajin yang memiliki modal manusia yang berupa tenaga dan keahlian. Mereka saling terhubung dengan mempunyai modal sosial berupa kepercayaan, pengepul 1(galangan) memberikan kepercayaan kepada pengrajin sebagai tenaga penghasil genteng dan batu-bata. Kepercayaan mereka semakin menguat ketika mereka saling bekerja sama dan mendapatkan hasil yang positif.

Penguatan tersebut terbukti ketika pengepul 1(galangan) dan pengrajin masih bekerjasama. Sehingga dari penguatan tersebut muncul *trustee* dan *trustor*, dimana ada pihak yang dipercayai dan mempercayai. Dalam hubungan antara pengrajin dan pengepul dimana pengrajin ini sebagai *trustor* dan pengepul sebagai *trustee*. Dimana pengrajin mempercayakan genteng dan batu-batanya kepada pengepul agar bisa dijual kepada pembeli. Dari hubungan tersebut pengrajin percaya bahwa genteng dan batu-batanya akan laku ke pasaran meskipun pasaran genteng sedang turun. Karena pengrajin percaya hubungan pengepul dengan pembeli tidak hanya satu melainkan banyak pembeli yang memesan dari pengepul tersebut. Jika pengepul bisa dipercaya maka pengrajin akan terus menjaga kedekatan dengan pengepul 1(galangan). Pengrajin akan membuat genteng dan batu-bata sebaik mungkin agar kedekatan tersebut terjaga. Sehingga pengepul tersebut akan terus mengambil barang kepada pengrajin jika hasil kerajinan pengrajin bagus. Dari hubungan tersebut ada hubungan timbal baliknya yakni pengepul jika mampu menjualkan genteng dan batu-bata pengrajin maka pengrajin tersebut akan terus memberikan genteng dan batu-batanya yang baik kepada pengepul.

Dilain pihak pengepul 1(galangan) bisa juga sebagai *trustor* dalam hubungannya dengan modal, pengepul ini

memberi kepercayaan kepada pengrajin. Buktinya adalah pengepul berani memberikan pinjaman dana kepada pengrajin dalam urusannya pengadaan bahan baku dalam pembuatan kerajinan genteng maupun batu-bata. Kapan pun pengrajin membutuhkan dana pengepul 1(galangan) akan memberikannya dengan ganti genteng yang berkualitas bagus. Peminjaman uang yang terus-menerus dari pengepul 1(galangan) ke pengrajin akan memunculkan kekuasaan. Ketika pengrajin selalu menerima kemurahan hati secara sepihak pengrajin harus menerima posisi subordinasi, paling tidak kalau dia mau mempertahankan hubungan itu. Apabila pemberian secara sepihak dilakukan terus menerus, kewajiban menjadi semakin besar sehingga tidak mungkin lagi ada tindakan yang diperlihatkan pengrajin yang dapat menebus utangnya atau membuat hubungan itu menjadi seimbang lagi. Pengrajin yang menerima kemurahan hati dan pemberian secara terus-menerus wajib menyesuaikan dirinya dengan kemauan, tuntutan, atau pengaruh dari pengepul 1(galangan) yang memberikan pertolongan kalau mau mempertahankan hubungan dan harus menerima sesuatu. Sehingga tidak akan mungkin pengrajin akan mampu menghindari dari hubungan tersebut.

Kemudian proses yang kedua adalah hubungan yang terjadi antara pengepul 1(galangan) dengan pengepul 2. Pengepul 2 ini mencari dagangan ke pengepul 1 karena pengepul 1 ini lebih banyak pengalaman dan tahu akan kualitas genteng dan batu-bata yang bagus. Sehingga pengepul 2 ini menaruh kepercayaan pada pengepul 1(galangan) untuk kualitas genteng dan batu-bata yang baik. Hubungan antar pengepul ini, pengepul 1(galangan) dan pengepul 2 juga akan mengambil keuntungan sedikit dari hasil penjualannya kepada pembeli. Dari hubungan yang terjadi tersebut masing-masing pihak memperoleh keuntungan dan tidak ada yang dirugikan. Sehingga dari hubungan tersebut akan memunculkan *trust* dari pengepul 2 ke pengepul 1(galangan). Akan tetapi *trust* tersebut hanya berjalan kesatu arah yakni dari pengepul 2 ke pengepul 1(galangan). Hal tersebut dapat dilihat dari pengepul 2 ini jika membeli genteng dari pengepul 1(galangan) ini selalu mendapatkan barang yang baik. Sehingga dari hal tersebut pengepul 2 percaya bahwa jika membeli genteng maupun batu-bata ke pengepul 1(galangan) akan mendapatkan barang yang bagus dan harga standart. Karena genteng dan batu-bata yang diambil dari pengepul 1(galangan) ini merupakan barang bagus dan pengepul 2 memperoleh keuntungan dari membeli barang ke pengepul 1.

Pengepul 2 ini tidak mampu menjalin hubungan dengan pengrajin langsung karena berada di luar jaringan dari pengrajin. Pengrajin sendiri untuk menjalin hubungan dengan pengepul 2 ini akan sulit. Hal tersebut

dikarenakan pengrajin telah terikat dengan pengepul 1(galangan) dari peminjaman dana yang terus-menerus secara sepihak. Sehingga power dari pengepul 1(galangan) ini mengikat pengrajin untuk dapat berhubungan dengan pengepul lainnya. Jika pengrajin membuat jaringan lagi ke pengepul 2 maka hubungan yang telah terjalin akan terputus.

Kemudian selanjutnya adalah hubungan antara pengepul dengan pembeli langsung. Hubungan ini tidak bisa memunculkan *trust* karena hubungan antara pembeli dengan pengepul ini hanya sebatas hubungan ekonomi tawar-menawar. Sehingga dari hubungan yang singkat tersebut tidak akan mampu menciptakan rasa saling percaya di kedua belah pihak.

2. Pengrajin – Pengepul Galangan – Pembeli Perorangan

Hubungan antara pengrajin dan pengepul ini awalnya adalah hubungan kerja yang berjalan lama. Sehingga dari jangka waktu yang lama tersebut karena pengrajin sering mengambil kerajinan dari pengrajin maka tumbuh rasa percaya di kedua belah pihak. Di satu sisi pengrajin mempercayai bahwa pengepul ini mampu menjadi perantara penjualan kerajinannya kepada pembeli karena pengepul ini dipercaya memiliki jaringan luas kepada pembeli lainnya. Sehingga dari jaringan yang luas tersebut pengrajin akan berusaha membuat kerajinan yang bagus yang kemudian akan ditawarkan ke pengepul. Jika pengepul merasa nyaman dan barang dari pengrajin ini selalu bagus maka pengepul akan mengambil kerajinannya dan akan dipasarkan kembali ke pembeli. Sehingga jika pengrajin ini mampu membuat kerajinan yang selalu bagus maka pengepul ini juga akan timbul rasa percaya kepada pengrajin. Jika suatu saat pengrajin kekurangan dana maka pengepul akan bersedia memberikannya pinjaman dengan jaminan kerajinan yang akan dia dapatkan dari pengrajin berkualitas bagus dan harga standart.

Kemurahan hati dari pengepul galangan kepada pengrajin ini secara tidak langsung memunculkan posisi subordinasi bagi pengrajin, paling tidak kalau dia mau mempertahankan hubungan itu. Apabila pemberian secara sepihak dilakukan terus menerus, kewajiban menjadi semakin besar sehingga tidak mungkin lagi ada tindakan yang diperlihatkan pengrajin yang dapat menebus utangnya atau membuat hubungan itu menjadi seimbang lagi. Pengrajin yang menerima pemberian secara sepihak wajib menyesuaikan dirinya dengan kemauan, tuntutan, atau pengaruh dari pengepul galangan yang memberikan pertolongan kalau mau mempertahankan hubungan dan harus menerima posisi subordinasi. Memberikan kualitas yang bagus dan terus menjalin komunikasi maupun kedekatan dengan

pengepul galangan adalah proses dalam membangun jaringan sosial agar hubungan kerjasama dengan pengepul galangan terus berjalan.

Lain halnya dengan hubungan antara pengepul dan pengrajin. Hubungan ini tidak dapat menciptakan rasa saling percaya. Hal ini dikarenakan hubungan tersebut hanya bersifat sementara. Selain itu juga kebutuhan akan genteng dan batu-bata hanya sekali dan tentunya hubungan yang terjadi hanya ketika si pembeli membeli genteng maupun batu-bata ke pengepul.

3. Pengrajin – Pembeli Perorangan

Pola yang ketiga ini adalah hubungan pengrajin langsung dengan pembeli perorangan. Hubungan antara pengrajin dengan pembeli perorangan ini hanya berlangsung sekali ketika pembeli sedang membutuhkan genteng dari pengrajin. Karena hubungan yang singkat tersebut *trust* tidak akan tercipta. Bagaimanapun juga *trust* tercipta jika kedua belah pihak sudah bekerja sama dalam waktu yang cukup lama dan bertatap muka maupun bertransaksi tidak hanya sekali dua kali bahkan sering. Jika data yang ditemukan di lapangan antara pengrajin dan pembeli tidak tercipta hubungan saling percaya karena pertemuan mereka sangat singkat dan tidak sering juga bertatap muka. Sehingga akan sulit pengrajin untuk mempercayai pembeli dalam kaitannya pemasaran dagangannya. Pola jaringannya dapat dilihat pada skema dibawah.

Pola yang ketiga antara pembeli dengan pengrajin. Dari pola jaringan ini hanya melibatkan 2 hubungan penyalurannya adalah pengrajin akan langsung menyalurkan barangnya kepada pembeli tanpa perantara pengepul.

Pertukaran dalam jaringan sosial pengrajin genteng dan batu-bata

Jaringan sosial antara pengepul galangan dengan pengrajin terbentuk saat proses dagang berlangsung ketika ada transaksi jual beli dari pengrajin ke pengepul maupun pembeli perorangan. Kemudian dari transaksi tersebut memunculkan pertukaran sosial. Pertukaran dalam jaringan sosial pengrajin genteng Kaloran dengan pengepul galangan ini muncul akibat adanya *trust* antar kedua belah pihak. Karena timbulnya rasa saling percaya dari masing-masing pihak antara pengepul dan pengrajin ini maka muncullah pertukaran. Pertukaran sendiri menurut Peter M Blau ada dua tipe pertukaran yaitu pertukaran ekstrinsik dan instrinsik. Pertukaran ekstrinsik yaitu pertukaran yang wujudnya nyata seperti hubungan ekonomi jual-beli. Kemudian pertukaran instrinsik adalah pertukaran yang tidak nyata yang kaitannya dengan moral. Awalnya pertukaran ini adalah hubungan ekonomi karena ada *trust* maka dari hubungan ekonomi tersebut menalar ke pertukaran ekstrinsik dan intrinsik.

1. Pertukaran Ekstrinsik

Pertukaran ekstrinsik adalah pertukaran yang sifatnya nyata dan dapat dilihat seperti hubungan ekonomi. Akan tetapi diluar hubungan ekonomi juga bisa, karena ada rasa saling percaya antara pengrajin dengan pengepul. Sehingga rasa saling percaya ini akan memunculkan pertukaran yang sifatnya ekstrinsik. Mengenai temuan data yang ada dilapangan dapat dilihat bahwa ada pertukaran ekstrinsik di dua belah pihak. Pertukaran tersebut dapat dilihat dari pemberian dana untuk proses produksi dari pengepul kepada pengrajin. Kemudian dari pinjaman dana untuk proses produksi dari pengepul ini maka pengrajin akan memberikan imbalan seperti pemberian genteng maupun batu-bata dengan kualitas yang baik.

Pemberian pinjaman uang kepada pengrajin yang terus-menerus ini akan memunculkan posisi subordinasi bagi pengrajin, paling tidak kalau dia mau mempertahankan hubungan itu. Posisi subordinasi dirasakan ketika pertukaran tidak lagi berjalan secara simetris, maka akan menimbulkan dominasi dan kekuasaan jika pengrajin tidak mampu mengembalikan ganjaran yang telah diterimanya. Kemudian hal tersebut membuat pengepul galangan memiliki kekuasaan yang lebih tinggi dari pengrajin. Perbedaan status ini muncul sebagai akibat dari perbedaan dalam transaksi pertukaran ketika pengepul memberikan pinjaman dana secara terus-menerus dan pengrajin tidak mampu membayar hutang tersebut dengan kualitas genteng yang bagus dan sesuai dengan hutangnya maka pengepul memiliki kekuasaan terhadap pengrajin. Sehingga hal ini mengakibatkan kewajiban menjadi semakin besar sehingga tidak mungkin lagi ada tindakan yang diperlihatkan dari pengrajin yang dapat menebus hutangnya atau membuat hubungan itu menjadi seimbang lagi. Kemudian pengrajin harus menyesuaikan dirinya dengan kemauan, tuntutan, atau pengaruh dari pengepul galangan yang memberikan pertolongan kalau mau mempertahankan hubungan tersebut. Sehingga pengrajin tidak akan berani untuk keluar dari dominasi tersebut karena dapat merusak jaringan sosial yang telah terjalin.

Wujud dari dominasi tersebut adalah ketika pengrajin diberikan pinjaman hutang maka pengepul galangan menuntut dengan bayaran genteng yang kualitasnya baik. Ketika pengrajin membayar hutangnya dengan genteng yang kurang baik maka pengepul bisa mengembalikan genteng tersebut. Hal ini dikarenakan pengrajin sebelum meminjam uang kepada pengepul galangan ini memberikan jaminan “jika genteng tidak bagus bisa dikembalikan dan diganti dengan genteng yang lebih bagus”. Jaminan tersebut muncul karena pengrajin merasa dirinya berada dalam posisi subordinasi. Pertukaran ini merupakan pertukaran

ekonomi. Selain pertukaran ekonomi pertukaran diluar ekonomi ini juga bisa terjadi. Awalnya pertukaran ekonomi ini adalah hubungan ekonomi, karena adanya kepercayaan antara pengrajin dengan pengepul sehingga memunculkan pertukaran diluar ekonomi. Seperti penemuan yang ada dilapangan ketika pengrajin memiliki hajatan, pengepul akan di undang untuk hadir di hajatan tersebut. Jadi pertukaran ekstrinsiknya ini tidak hanya terbatas dari pertukaran ekonomi melainkan juga bisa terjadi diluar pertukaran ekonomi. Karena hubungan yang baik tersebut maka ada *trustee* dan *trustor* sehingga muncul pertukaran diluar pertukaran ekonomi tersebut.

2. Pertukaran intrinsik

Selanjutnya adalah pertukaran instrinsik ini adalah pertukaran yang wujudnya tidak nyata. Pertukaran instrinsik sifatnya adalah moral. Karena antara pengrajin dan pengepul ini memiliki hubungan baik seperti keluarga dekatnya sendiri maka muncul *trust*. Hal ini dapat dilihat dari hubungan yang intens antara pengepul dan pengrajin dan mereka tidak hanya sekali dua kali bertemu melainkan bisa setiap saat ketika pengepul membeli genteng maupun batu bata ke pengrajin. Awalnya adalah pertukaran ekonomi kemudian dari ekonomi menjalar ke pertukaran sosial. Pertemuan tersebut akhirnya memunculkan *trustor* dan *trustee*. Sehingga dari adanya kepercayaan maka terjadilah pertukaran yang sifatnya tidak nyata yang berkaitan dengan moral. Pertukaran instrinsik ini dapat dilihat dari ketika pengrajin atau pengepul memiliki hajatan maka salah satu pihak akan di undang untuk hadir pada acara hajatan tersebut. Hajatan ini seperti sunatan anak dari pengepul. Kemudian pengrajin di undang ke acara khitanan anaknya pengepul dan pengrajin datang dengan membawakan sanggan (biasanya berupa beras, mie dan lainnya) sekaligus rewang (ikut membantu). Karena hubungan yang terbentuk tersebut awalnya adalah hubungan ekonomi kemudian menjalar ke pertukaran ekstrinsik dan intrinsik dari adanya *trust* tersebut.

PENUTUP

Simpulan

Dalam penelitian ini yang membahas mengenai “Jaringan Sosial Pengrajin Genteng di Kaloran” memiliki hasil yang menjelaskan mengenai bagaimana pola jaringan pengrajin genteng yang ada di desa Kaloran kabupaten Nganjuk..

Dari penelitian ini disimpulkan bahwa jaringan sosial ini terbentuk karena adanya *trust* dari kedua belah pihak antara pengrajin dengan pengepul. Kemudian dari hubungan tersebut muncullah *trustor* dan *trustee*. *Trustor* adalah pihak yang mempercayai sedangkan *trustee* adalah pihak yang dipercayai. Pengrajin bertindak

sebagai *trustor* dan pengepul sebagai *trustee*. Disisi lain juga bisa sebaliknya pengepul sebagai *trustor* dan pengrajin sebagai *trustee* dalam hubungannya dengan modal.

Adapun pola bekerjanya jaringan sosial pengrajin genteng di Kaloran yang terbentuk adalah sebagai berikut : 1. Pengrajin – Pengepul 1 – Pengepul 2 – Pembeli Perorangan, 2. Pengrajin – Pengepul – Pembeli Perorangan dan 3. Pengrajin – Pembeli Perorangan

Kemudian untuk menjaga jaringan sosial tersebut memunculkan pertukaran. Pertukaran tersebut tidak hanya sebatas pertukaran ekonomi saja melainkan juga dapat berubah ke pertukaran sosial. Pertukaran ekonomi bisa berupa hubungan ekonomi, tawar-menawar dan lain sebagainya. Kemudian untuk pertukaran sosial ini sudah mencakup sosial dan moral. Awalnya pertukaran ini adalah hubungan ekonomi karena ada *trust* maka dari hubungan ekonomi tersebut menjalar ke pertukaran ekstrinsik dan intrinsik. Karena rasa saling percaya dan hubungan yang baik ini secara tidak disadari akan muncul pertukaran. Pertukaran ekstrinsik yaitu pertukaran yang wujudnya nyata seperti hubungan ekonomi jual-beli. Kemudian pertukaran intrinsik adalah pertukaran yang tidak nyata yang kaitannya dengan moral.

DAFTAR PUSTAKA

- Bruner, Edward. 1998. “*jaringan sosial*” dalam Parsudi Suparlan. *Pokok-pokok Antropologi Budaya*. Jakarta: Gramedia.
- Coleman, James S. 2008. *Dasar-dasar Teori Sosial*. Bandung: Nusa Media.
- Field, John. 2010. *Modal Sosial*. Bantul: Kreasi Wacana.
- Prof. DR. Wirawan, I.B. 2012. *Teori-Teori Sosial dalam Tiga Paradigma*. Jakarta: PT Fajar Pratama Mandiri.
- Singarimbun, Masri & Sofian, Effendi. 2006. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia
- Soekanto, Soerjono. 2012. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.

SUMBER INTERNET

- Andrian. 2012. (Online). (<http://pilarputih.com/2012/10/peter-michelle-blau.html>. Diakses 12 September 2014).
- Fauriska. 2011. *Riset Kualitatif*. (Online). (<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/29139/.../Chapter%20III-V.pdf>. Di akses 13 september 2014).
- Lubis, arlina nurbaiti. 2011. *Peranan Saluran Distribusi Dalam Pemasaran Produk Dan Jasa*. (Online). (<http://repository.usu.ac.id/bitstream/.../1/manajem-en-arlina%20lbs4.pdf>. Diakses 04 Oktober 2014).

Mariska. 2010. *Potensi Daerah Trenggalek Ramaikan Pasar Internasional*. (Online). (<http://bisnisukm.com/potensi-daerah-trenggalek-ramaikan-pasar-internasional.html>. Diakses 24 April 2015).