

Peranan Jaringan Sosial dalam Klaster Industri

Antonius Purwanto¹

Abstract: *This work is to show how the role of social network in industrial cluster of ceramic craft art in Kasongan, Yogyakarta. This work based on research that making use of qualitative method. The research interviewed informans such as entrepreneurs, craftman, artists, and governmental officials. The result shows that there are many social networks in which entrepreneurs and craftman become its members. Bases of the social networks are various group activities related to residential territory and rite of passage of personal life of family members. The social network in cluster are able facilitate information spreading amongst entrepreneur and craftman in such a way so that the cooperation are easy to built. The social network also facilitates economic transaction between producers and buyers and cooperative formation. Vertical disaggregation and subcontract relation is to adapt to free market are supported by social network. Institutional context that influence vertical disaggregation, subcontract relation, and cooperative formation is development policy of government and regulations of export.*

Keywords: *Social network, institutional context, transaction, industrial cluster*

Kasongan merupakan salah satu klaster industri yang ada di Kabupaten Bantul, Yogyakarta. Klaster ini memproduksi seni kerajinan keramik yang bernilai simbolik. Pada awalnya klaster ini memproduksi keramik tradisional yang berbahan baku tanah liat dengan produk peralatan masak, hiasan dinding sederhana, penyimpanan air, dsb. Klaster industri Kasongan sudah ada sejak zaman Belanda. Perubahan dan perkembangannya menjadi klaster yang memproduksi seni kerajinan terjadi mulai akhir tahun 1960-an dan awal tahun 1970-an. Perubahan dan perkembangan klaster tersebut terjadi sebagai akibat diperkenalkannya dekorasi artistik oleh para seniman. Pada saat ini sebagian besar produk keramik Kasongan diekspor ke luar negeri baik di Eropa, Amerika Utara dan Australia. Pada saat ini beberapa pengusaha keramik telah memasuki pasar di Amerika Latin.

Tulisan ini berusaha menunjukkan peranan jaringan sosial dalam perkembangan klaster industri Kasongan. Telah terdapat beberapa tulisan mengenai klaster industri keramik Kasongan. Raharjo menunjukkan bagaimana peranan para seniman dan kekuatan internal (yang berupa kemampuan para pengusaha dalam membuat keramik) dan eksternal (berupa kekuatan globalisasi, para seniman dan pemerintah) terhadap perkembangan klaster (Raharjo, 2009). Ismalina menunjukkan peranan interaksi struktur dan struktur serta kelekatan transaksi pada jaringan sosial dalam perkembangan klaster (Ismalina,2010).

¹ Antonius Purwanto adalah staf pengajar Jurusan Sosiologi, FISIP-Unsrat. Artikel ini ditulis dengan menggunakan data dari hasil penelitian penulis untuk disertasi doktor sosiologi UI yang berjudul "Modal Budaya dan Sosial dalam Klaster Industri Keramik Kasongan".

Guntur menunjukkan bagaimana kombinasi kemampuan para pengrajin dan peranan seniman dalam perkembangan dekorasi artistik (Guntur, 2005).

Pertanyaan yang akan dijawab dalam tulisan ini adalah: (1) Bagaimana jaringan sosial di dalam komunitas dimana klaster berada dalam mendukung penyebaran informasi mengenai reputasi pengusaha dan pekerja serta efektivitas penerapan norma dan sanksi? (2) Bagaimana peranan jaringan sosial dalam mendapatkan modal ekonomi, tenaga kerja transaksi antar pengusaha dan dalam mempertahankan keberlanjutan kegiatan usaha di dalam klaster industri? Tulisan ini didasarkan pada hasil penelitian tentang klaster industri keramik di Kasongan yang dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian dilakukan dengan melakukan wawancara terhadap 49 orang informan yang terdiri dari pengusaha, semiman, perangkat desa, dan pejabat pemerintah.

1. Jaringan Sosial dalam Kegiatan Ekonomi

Jaringan sosial adalah hubungan-hubungan sosial relatif berlangsung lama dan terpola. Hubungan-hubungan sosial yang terjadi sekali saja di antara dua orang individu bukan merupakan jaringan sosial. Jaringan sosial penting dalam transaksi atau pertukaran ekonomi. Arti penting jaringan sosial dalam transaksi ekonomi ditunjukkan oleh Granovetter (1985, 2005), Biggart (2001), Macalalay (1963), Podolny (1998). Jaringan sosial yang padat yang melibatkan banyak orang (anggota) dalam suatu komunitas bisa mencegah terjadinya pelanggaran norma, mempermudah penyebaran informasi dan meningkatkan solidaritas sosial (Coleman, 1988). Masyarakat yang komunitasnya memiliki banyak jaringan sosial padat lebih kondusif bagi pembangunan ekonomi (Putnam, 1993). Arti penting jaringan sosial dalam pertukaran ekonomi baru disadari oleh para ahli sosiologi setelah tulisan Granovetter diterbitkan. Granovetter mengkritik pandangan Williamson yang terlalu menekankan sisi rasional pertukaran ekonomi.

Menurut Williamson terdapat dua bentuk pertukaran, yaitu pertukaran pasar dan pertukaran hierarkhi. Pertukaran pasar dilakukan jika pertukaran terjadi secara langsung, tidak berulang dan tidak memerlukan banyak waktu, energi, dan uang (investasi spesifik transaksi). Pertukaran dalam hierarkhi akan dilakukan jika transaksi dalam hierarkhi bisa mengatasi masalah waktu, energi dan uang. Dalam pertukaran hierarkhi proses transaksi diinternalisir dalam hierarkhi untuk dua alasan: *Pertama* adalah rasionalitas terbatas yang berupa ketidakmampuan individu untuk mengantisipasi sejumlah ketidakpastian. Jika proses transaksi diinternalisir maka individu tidak perlu mengantisipasi ketidakpastian tersebut karena ketidakpastian tersebut bisa diatasi dengan otoritas yang ada dalam organisasi sehingga tidak memerlukan negoisasi yang rumit. *Kedua*, dengan internalisasi tersebut oportunistik (*seeking interest with guile*) bisa diatasi dengan otoritas dalam organisasi (Powell, 1990, p. 297).

Granovetter mengatakan bahwa tindakan ekonomi (misalnya pertukaran atau jual-beli) selalu melekat pada hubungan-hubungan sosial. Hubungan-hubungan sosial dan struktur hubungan sosial (atau jaringan) akan menghasilkan kepercayaan (*trust*) dan mencegah terjadinya penyimpangan (*malfeasance*) oleh aktor ekonomi. Ada alasan mengapa demikian: (a) Dalam hubungan sosial individu akan memberikan informasi lebih murah, (b) informasi tersebut lebih baik, lebih kaya dan akurat, (c) individu yang memiliki hubungan secara terus-menerus akan memiliki motif ekonomi agar dirinya dapat dipercaya, dan (d)

hubungan-hubungan ekonomi secara terus-menerus akan disertai dengan isi sosial yang membawa harapan kuat untuk dipercaya dan menghindari oportunisme (Granovetter, 1985, p. 490).

Podolny menunjukkan bahwa pertukaran jaringan merupakan alternatif dari pertukaran dalam hierarki dan pertukaran pasar. Podolny mendefinisikan bentuk organisasi jaringan (pertukaran jaringan) “sebagai sekumpulan aktor yang melakukan hubungan pertukaran secara berulang dan terus menerus satu dengan yang lain dan, pada saat yang sama, tidak ada yang memiliki otoritas organisasional untuk melakukan arbitrase dan memecahkan perselisihan yang muncul selama pertukaran” (Podolny *et al*, 1998, p. 59). Definisi ini menunjukkan bahwa dalam bentuk organisasi jaringan, pertukaran ekonomi melekat pada hubungan-hubungan sosial sebagaimana yang dikemukakan oleh Granovetter.

Unit usaha atau organisasi proses produksi pada saat yang sama bisa menggunakan pengaturan hierarki, pasar dan jaringan sosial dalam pertukarannya. Dalam kondisi bagaimana unit usaha menggunakan jaringan sosial pertukaran? Jones menunjukkan bahwa ada empat kondisi yang memunculkan pengaturan jaringan, yaitu (Jones *et al*, 1997, p. 918-923): (a) Ketidakpastian permintaan akan mendorong perusahaan untuk melakukan disintegrasikan vertikal dengan cara melepaskan unit-unit usaha yang sebelumnya menjadi bagian perusahaan tersebut, terutama melalui *outsourcing* atau sub-kontrak. (a) Transaksi atas dasar pesanan yang membutuhkan keahlian yang sangat spesifik. Transaksi ini menciptakan ketergantungan antara dua belah pihak. Misalnya, kalau pembeli membatalkan pesanan maka penjual mengalami kesulitan untuk menjual pada pembeli yang lain, sebaliknya pembeli juga tidak bisa dengan mudah mengalihkan pada penjual yang lain. (c) Kompleksitas pekerjaan di bawah tekanan waktu. Kompleksitas pekerjaan menunjuk pada sejumlah masukan khusus dan berbeda-beda yang diperlukan untuk menyelesaikan pekerjaan. Kompleksitas pekerjaan memunculkan saling ketergantungan dalam perilaku. Kompleksitas tugas dengan tekanan waktu juga akan mendorong koordinasi yang fleksibel. Dan (d) Frekuensi pertukaran. Frekuensi pertukaran yang tinggi di antara pihak-pihak yang terlibat mendorong penggunaan jaringan sebagai bentuk pengaturan alternatif.

Jones menunjukkan bahwa jaringan-jaringan sosial yang tertutup dan padat bisa mendukung kegiatan industri yang produksinya berdasarkan pesanan, membutuhkan kecepatan dan melibatkan banyak orang dengan beragam keahlian. Kegiatan industri tersebut tidak efisien kalau dilakukan dalam organisasi birokratis. Industri seperti ini cepat mengalami perubahan. Dalam industri tersebut informasi dan pengetahuan mudah menyebar karena tingginya mobilitas pekerja dari satu unit usaha ke unit usaha lain. Dalam jaringan tersebut informasi mengenai reputasi pekerja juga mudah menyebar. Penyebaran informasi membuat norma-norma profesi dan budaya umum mudah terbentuk dan efektif penerapannya terhadap perilaku menyimpang (Jones *et al*, 1997, p. 924). Ketidakpastian permintaan yang dikemukakan oleh Jones tersebut di atas erat hubungannya dengan lingkungan institusional persaingan atau pasar bebas yang dikemukakan oleh Nee (2005) dan konteks institusional yang dikemukakan oleh Powell (Powell, 1990, p. 326). Powell menunjukkan bahwa jaringan ikatan kuat mendominasi dalam industri yang bersifat kerajinan (*craft industries*). Industri ini misalnya berupa industri konstruksi, penerbitan, film dan rekaman (Powell, 1990, p. 308).

Konteks atau lingkungan institusional yang berpengaruh terhadap kluster industri keramik berupa pasar bebas. Hubungan antara lingkungan institusional dengan jaringan sosial dalam kluster industri keramik nampak pada ketidakpastian permintaan sebagai akibat pasar bebas mendorong pengusaha keramik mengembangkan dan mempertahankan jaringan sosial pertukaran dengan pembeli (*buyer*) atau pedagang keramik dan dengan pengusaha penyedia bahan baku keramik dan diintegrasikan vertikal atau pengembangan hubungan sub-kontrak. Lingkungan institusional yang lain adalah berupa peraturan pemerintah mengenai syarat untuk menjadi eksportir, dan kebijakan pemerintah dalam pengembangan kluster.

2. Kepadatan Jaringan Sosial dalam Kluster Industri

Terdapat jaringan sosial yang padat dalam kluster industri Kasongan yang berdasarkan pada hubungan-hubungan keluarga dan kesamaan tempat tinggal. Sebagian besar pengusaha memiliki hubungan-hubungan keluarga. Hubungan-hubungan tersebut menampakkan diri dengan jelas pada saat-saat acara keluarga atau peralihan status dalam siklus hidup manusia (*rite of passage*) seperti kelahiran, memasuki masa dewasa, perkawinan dan kematian. Pada acara-acara tersebut rumahtangga yang punya acara mengundang para tetangga maupun kenalan dan para kerabatnya untuk hadir. Di Kasongan terdapat kegiatan bersama untuk kepentingan umum. Kegiatan bersama lain yang dilakukan di Kasongan adalah pertemuan tingkat RT. Kegiatan ini di Kasongan dilaksanakan pada malam hari tiap 35 hari sekali. Acara pertemuan ini sering disebut dengan pertemuan *selapanan*. Misalnya, pertemuan selapanan di RT 03 di Kajen dilaksanakan setiap Rabu Wage. Pertemuan dihadiri para kepala rumah tangga atau wakilnya. Di Kasongan juga terdapat kegiatan lain yang memungkinkan bertemunya banyak orang seperti gotong-royong atau kerja-bakti untuk perbaikan jalan, sambatan, dan peringatan Tujuh Belas Agustus, pembersihan makam, PKK, kelompok kesenian, dsb.

Kegiatan-kegiatan yang dihadiri banyak orang tersebut di atas membentuk jaringan sosial yang padat dan merupakan modal sosial yang penting dalam mendukung kegiatan kluster industri di Kasongan. Di Kasongan hampir semua pengusaha atau pekerja menjadi anggota atau terlibat dalam lebih dari tiga kelompok yang ada di dusun. Ketidakaktifan atau baik-buruknya perilaku seseorang dalam salah satu kegiatan bersama akan mudah diketahui oleh Kasongan. Hal ini menyebabkan orang merasa harus mengikuti semua kegiatan bersama. Saling mengenal di antara warga membuat norma-norma kelompok yang menjamin kepentingan bersama menjadi lebih ditaati dan solidaritas dapat dipertahankan. Perjumpaan-perjumpaan dalam kegiatan bersama juga merupakan sarana penting penyebaran informasi mengenai reputasi atau kepercayaan seseorang dalam berusaha atau urusan bisnis. Di samping lewat pengalaman pribadi, pengetahuan mengenai siapa pengusaha atau pekerja yang bisa diajak kerjasama, teknik baru pembuatan keramik serta desain baru, bisa diperoleh lewat pertemuan-pertemuan tersebut. Lancar-tidaknya pengusaha atau perajin dalam membayar pinjaman, atau dimana mereka meminjam, juga dapat diketahui lewat perjumpaan-perjumpaan seperti itu.

3. Jaringan Sosial untuk Mendapatkan Sumberdaya Ekonomi

Modal Ekonomi. Para pengusaha dalam klaster industri Kasongan sebagian besar memiliki hubungan-hubungan keluarga seperti orang tua-anak, kakak-adik, paman-kemenakan, dan sebagainya. Dasar dari hubungan-hubungan keluarga sebagai modal sosial di samping motif altruistik adalah kepercayaan. Beberapa pengusaha yang cukup sukses pada saat ini merupakan pengusaha yang memiliki hubungan keluarga satu dengan yang lain.² Keanggotaan dalam jaringan hubungan keluarga dapat memberikan sumber modal ekonomi baik uang maupun modal ekonomi yang lain. Namun demikian, ada batas-batas tertentu dimana hubungan keluarga bisa menjadi sumber untuk mendapatkan modal ekonomi. Modal ekonomi yang bisa diperoleh melalui hubungan-hubungan keluarga berupa pinjaman modal, warisan, pemberian bagian pekerjaan sub-kontrak dan penggunaan fasilitas bersama.

Pinjaman berupa modal uang biasanya hanya dalam jumlah yang kecil. Untuk pinjaman dalam jumlah yang besar biasanya pengusaha pinjam pada bank. Pinjaman lewat hubungan biasanya dilakukan oleh seorang pengusaha pada pengusaha lain yang hubungannya sangat dekat misalnya kakak-adik atau orang tua-anak. Warisan merupakan salah jalan bagaimana pengusaha bisa mendapatkan modal usaha. Sebagaimana pengusaha yang masih muda biasanya mendapatkan warisan dari orang tuanya berupa unit usaha. Orang tua tersebut sudah lanjut usia kemudian mengurangi kegiatan usahanya dan memberikan sebagian usaha dan modalnya kepada anak-anaknya. Pemberian warisan usaha biasanya didahului oleh proses pelatihan dimana anak-anak membantu mengerjakan pekerjaan-pekerjaan dalam usaha orang tuanya. Pemberian warisan unit usaha ini terjadi misalnya pada Laksono Ceramic dan Untung Ceramic.

Hubungan sub-kontrak banyak dilakukan oleh para pengusaha keramik. Pemberian bagian pekerjaan sub-kontrak terjadi dalam bentuk pengusaha keramik memberikan pekerjaan sub-kontrak pada orang yang masih memiliki hubungan keluarga dan penerima pekerjaan sub-kontrak memberikan lagi bagian pekerjaannya kepada orang lain yang masih memiliki hubungan keluarga. Pertimbangan yang dijadikan dasar pemberian pekerjaan sub-kontrak ini adalah membantu keluarga. Namun demikian, ketrampilan dalam mengerjakan pekerjaan juga menjadi pertimbangan dalam memberikan sub-kontrak.

Arisan merupakan cara untuk mendapatkan modal bagi banyak pengusaha pengusaha kecil. Bagi pengusaha besar arisan lebih sering merupakan sarana untuk menjalin pergaulan. Di Kasongan hampir semua kegiatan pertemuan disertai dengan arisan, seperti PKK, pertemuan warga RT, pengurus KKLPM, pengajian, dsb. Di Kasongan *hubungan perkawinan* juga berperan dalam mendapatkan atau mempertahankan modal ekonomi. Pengusaha baru yang tidak

² Misalnya, Harnowo memiliki istri yang bersaudara kandung dengan Subowo, Sartono, dan Sunaryo. Harnowo memiliki anak yang pengusaha keramik juga, yang namanya Gajah Ceramic. Untung memiliki tiga anak yang meneruskan usahanya, sementara dia sendiri telah berhenti berusaha di bidang keramik dan bekerja dalam jual beli tanah. Salah seorang anak Untung memiliki istri yang ibunya adalah adik istri Mujono, pemilik Padma Ceramic. Anaknya Untung bersuamikan anak pengusaha Bowo. Sartono punya anak yang bersuamikan pemilik Hati Ceramic. Sarwono memiliki anak yang mengelola Manyar Ceramic, dsb. Radite memiliki adik yang adalah pemilik Rose Square.

memiliki cukup banyak modal satu hambatanannya adalah kesulitan untuk memproduksi keramik dalam jumlah yang besar untuk pesanan luar negeri. Hal ini disebabkan karena para *buyer* hanya membayar 30 persen sebagai uang muka. Sisa pembayaran baru diberikan segera setelah barang dikirim. Bagi pengusaha baru yang tidak memiliki jaminan pinjaman bank, sulit baginya untuk memenuhi pesanan.

4. Jaringan Sosial untuk Mendapatkan Tenaga Kerja

Unit-unit usaha industri keramik di Kasongan sebgaaian besar merupakan usaha atau industri rumah tangga (*home-industry*). Unit usaha besar yang mempekerjakan lebih dari 100 orang dan menggunakan manajemen moderen pun pemiliknya berperan sebagai pimpinan perusahaan dan orang-orang yang masih memiliki hubungan dekat ditempatkan pada posisi-posisi yang membutuhkan tingkat kepercayaan yang tinggi dari pemiliknya. Misalnya posisi yang berhubungan dengan masalah uang. Pada umumnya para pekerja memiliki ketrampilan berdasarkan proses magang dengan bekerja pada tetangga atau saudara yang membutuhkannya. Mereka dilatih sambil bekerja oleh pemilik unit usaha. Pekerja seperti ini biasanya masih muda dan lulusan SLTP atau SLTA.

Hubungan antara pemilik usaha dengan pekerja yang masih baru biasanya dipenuhi oleh kesabaran dan toleransi terhadap kesalahan dalam bekerja. Terhadap pekerja magang ini pemilik usaha biasanya membimbing untuk memperbaiki kesalahan-kesalahan dalam mengerjakan pekerjaan. Tidak ada tindakan memutus hubungan kerja oleh pemilik unit usaha. Pada saat pekerja sudah semakin dewasa dan trampil biasanya akan keluar dengan sendirinya. Toleransi yang terbatas diberikan pada tindakan yang tidak jujur dalam bekerja. Lain halnya dengan pekerja yang sudah dewasa. Kesalahan-kesalahan yang sering dilakukan bisa berakibat diputuskannya hubungan kerja.

5. Lingkungan Institusional dan Jaringan Sosial

Terdapat beberapa faktor yang menjadi lingkungan institusional yang mempengaruhi bagaimana jaringan sosial yang ada di Kasongan berperan dalam membentuk klaster industri, yaitu dominasi praktik pasar bebas atau persaingan pasar, peraturan untuk menjadi, koperasi sebagai syarat penerimaan bantuan pemerintah, syarat bahwa unit usaha yang menjadi eksportir harus berbadan hukum, dan berbagai kebijakan pemberian bantuan oleh pemerintah. Lingkungan institusional ini membatasi tetapi sekaligus menjadi saluran untuk bertindak dalam mengejar kepentingan individu maupun kelompok. Berikut ini akan diuraikan bagaimana lingkungan institusional dan jaringan sosial berperan dalam kegiatan ekonomi klaster industri.

Koperasi. Ada tiga kperasi di Kasongan, yaitu Koperasi Setya Bawana (SB), Koperasi Kasongan Usaha Bersama (KUB), dan Koperasi Senin-Kliwon (SK). Pembentukan ketiga koperasi ini secara formal merupakan respon dari ketentuan penerimaan bantuan dari pemerintah dimana pemerintah hanya bisa memberikan bantuan kepada koperasi yang sudah berbadan hukum. Pada awalnya semua koperasi dibentuk oleh para anggota jaringan sosial yang terdiri dari sejumlah pengusaha dan pekerja. Masing-masing koperasi tersebut mempunyai sejarah yang berbeda satu dengan yang lain. Di sini akan digambarkan tentang

Koperasi SB. Koperasi SB bermula dari pertemuan sejumlah orang untuk membahas mengenai masalah permodalan, penyediaan suplai bahan baku, dan pemasaran produk kerajinan. Pertemuan tersebut membentuk kelompok yang anggotanya sekitar 35 orang. Kelompok diawali pada tahun 1987. Dari tahun 1987 hingga 2006, yaitu sehabis gempa bumi, anggotanya tetap tidak berkembang. Pertemuan-pertemuan hingga pada tahun 2006 dilakukan setiap 35 hari (*selapanan*). Untuk mendapatkan bantuan modal dari pemerintah dibentuklah koperasi yang berbadan hukum.

Bantuan diberikan sebanyak Rp 954 juta dengan bunga 0,6 persen pertahun. Bantuan ini kemudian dipinjamkan dengan bunga 1 persen. Koperasi menetapkan simpanan pokok Rp 50 ribu dan simpanan wajib Rp 10 ribu. Pada tahun 2007 pinjaman anggota antara 10 sampai 15 juta rupiah tetapi akhirnya dibuat rata-rata 3 jutaan. Disamping meminjamkan modal, koperasi SB juga menyediakan kayu bakar, penyelenggaraan pelatihan pembuatan keramik bagi para wisatawan pengunjung Kasongan, dan menyediakan *showroom* yang bisa digunakan pengusaha atau perajin untuk memamerkan produknya. Di samping memberikan pinjaman, Koperasi SB juga memberikan bantuan pelatihan bagi para pengusaha dan pekerja (perajin), menjual bahan baku, dan memberikan fasilitas untuk memasarkan produk keramik. Bagi pengusaha yang tidak mampu mengeksport sendiri produknya, koperasi juga bisa membantu mereka untuk mengeksport produk keramik.

Hubungan Pengusaha dengan Pemerintah. Pemerintah lewat instansi terkait memainkan peranan penting dalam perkembangan industri keramik Kasongan. Awalnya pemberian bantuan oleh pemerintah diberikan dalam bentuk pendirian UPT yang ada di bawah naungan Disperindagkop Bantul. Oleh staf UPT, yang berasal dari P4TK dan perajin asal Kasongan yang berpengalaman, para perajin mendapat pelatihan-pelatihan dalam hal teknik pembakaran, teknik pencampuran tanah liat bahan baku keramik, manajemen pengelolaan usaha, pembuatan desain, *packing*, pelatihan bahasa Inggris, dsb. Dalam hal ini UPT dan koperasi berperan sebagai penghubung atau organisator lokal dalam pemberian bantuan atau pelatihan. Instansi pemberi bantuan tidak semuanya dari Disperindagkop tetapi juga Dinas Pariwisata, Dinas Tenaga Kerja, perguruan tinggi, dan Balai Besar Keramik Bandung.

6. Persaingan Pasar dan Jaringan Transaksi Ekonomi

Dalam transaksi lewat jaringan, hubungan sosial tidak hanya terjadi pada saat terjadi transaksi saja tetapi berlangsung dalam jangka waktu yang tidak ditentukan. Syarat-syarat transaksi tidak dinyatakan secara eksplisit dalam bentuk tulisan dan ada tindakan saling mendukung atau saling pengertian di antara kedua belah pihak. Transaksi ekonomi lewat jaringan ini menunjukkan bagaimana bagaimana proses transaksi melekat pada hubungan-hubungan sosial. Transaksi lewat pertukaran pasar akan berisiko bagi pengusaha dalam menjalankan usahanya. Transaksi jaringan ini merupakan respon pengusaha dengan lingkungan institusional yang berupa persaingan pasar. Munculnya transaksi dalam bentuk jaringan di sini didorong oleh ketidakpastian permintaan, persediaan pasokan yang stabil, dan sifat spesifik produk.

Ketidakpastian permintaan dan pasokan yang stabil. Para pengusaha di Kasongan dihadapkan pada pasar yang penuh dengan persaingan. Persaingan

pasar, naik-turunnya permintaan, dan perubahan selera konsumen menyebabkan pengusaha tidak bisa memprediksi seberapa banyak permintaan akan produknya. Dalam keadaan seperti ini pengusaha tidak berani memproduksi dalam jumlah besar karena khawatir tidak laku. Mereka baru memproduksi dalam jumlah besar sesuai dengan permintaan pembeli. Para pemilik *showroom* hanya memajang beberapa buah keramik saja untuk setiap jenis atau bentuknya sebagai sampel. Dalam hal persediaan input produksi dapat dikatakan bahwa persediaannya cukup stabil dan cukup melimpah persediaannya. Misalnya, pengusaha KTFS dan KFS dengan mudah bisa membeli keramik terakota kepada para pengusaha KTK³. Pengusaha KTK mudah membeli bahan baku tanah liat dan kayu bakar pada pengusaha BB. Mereka juga tidak mendapatkan kesulitan dalam mendapatkan tenaga kerja. Sumber utama ketidakpastian permintaan hanya ada pada permintaan produk keramik yang sudah jadi. Untuk mengurangi ketidakpastian pasar para pengusaha berusaha mengembangkan jaringan sosial sebagai sarana dalam transaksi ekonomi.

Spesifitas produk. Sifat produk yang spesifik nampak sekali pada produk keramik *finishing* yang desaiannya sangat beragam. Sifat spesifik keramik terakota lebih sedikit daripada keramik *finishing*; sifat spesifik keramik terakota lebih banyak daripada bahan-baku tanah liat dan kayu bakar. Desain keramik terakota jumlahnya lebih terbatas. Banyaknya sifat spesifik pada desain keramik *finishing* yang menyebabkan lamanya waktu diperlukan oleh pembeli keramik *finishing* dalam mengambil keputusan membeli daripada waktu yang diperlukan dalam mengambil keputusan membeli keramik terakota. Pemilik *showroom* tidak berani mereproduksi keramik dengan desain tertentu dalam jumlah banyak sekaligus sebelum ada keputusan dari pembeli untuk membeli. *Showroom* hanya digunakan untuk memajang keramik dengan desain-desain yang dibuatnya. Setelah ada keputusan pembeli untuk membeli keramik dengan desain tertentu dan memesannya maka desain tersebut baru direproduksi dengan jumlah sesuai dengan permintaan. Kadangkala ada *showroom* yang menentukan syarat minimal jumlah pesanan. Pemesan yang jumlah pesannya di bawah syarat minimal yang ditentukan tidak akan dilayani.

7. Disagregasi Vertikal

Disagregasi vertikal juga merupakan respon terhadap lingkungan institusional persaingan pasar dan ketidakpastian permintaan. Jaringan sosial yang ada di Kasongan memudahkan proses disagregasi vertikal di antara unit-unit usaha yang besar dan menengah. Misalnya, pengusaha KTFS sebelumnya juga mengolah sendiri bahan baku tanah liatnya tetapi karena dianggap kurang efisien kemudian melepaskan usaha pengolahan tanah liatnya, kemudian pengusaha tersebut membangun jaringan dengan pengusaha BB tanah liat untuk memenuhi kebutuhannya.

Hubungan-hubungan yang ada antara pengusaha dengan para perajin yang telah terbangun memudahkan proses disagregasi vertikal tersebut. Misalnya, pada unit usaha Gajah Ceramic merupakan unit usaha KTFS. Karena kesulitan

³ Dalam klaster terdapat beberapa pengusaha, yaitu pengusaha keramik terakota, *finishing* dan *showroom* (KTFS); pengusaha keramik *finishing* dan *showroom* (KFS); pengusaha keramik terakota (KTK); pengusaha keramik *finishing* (KF); dan pengusaha bahan baku (BB).

mengorganisir banyak pekerja dan permintaan keramik yang tidak stabil maka Gajah Ceramic tidak lagi memproduksi keramik terakota sendiri dan melepaskan sebagian pekerjaan *finishing*-nya. Untuk memenuhi kebutuhan keramik terakota Gajah Ceramic mengembangkan jaringan dengan pengusaha KTK. Proses disagregasi vertikal dan pertukaran lewat hubungan jaringan mudah dibentuk di Kasongan karena para pengusaha atau pekerja sudah saling mengenal lebih dulu reputasinya masing-masing. Hal ini dimungkinkan karena adanya kelompok yang berbasis keluarga dan berbagai kelompok dan kegiatan bersama yang berbasis pada kesamaan tempat tinggal sebagaimana yang telah dikemukakan

8. Hubungan Sub-Kontrak

Hubungan sub-kontrak berkembang di dalam klaster juga merupakan reaksi para pengusaha kecil (KF/KTK) dan para pengusaha KTFS dan KFS terhadap persaingan pasar. Para pengusaha KF/KTK yang ada di dalam dusun tidak mampu menjual keramik *finishing* kepada para pembeli eceran maupun pedagang besar dan pedagang eceran karena pada umumnya tempat usaha mereka ada di dalam dusun-dusun. Karena tinggal di dalam dusun maka mereka tidak bisa membuka *showroom* untuk memamerkan produknya. Para pengusaha KTFS dan KFS tidak bisa merekrut para pekerja-perajin dalam jumlah banyak untuk menjadi pekerja harian karena permintaan produknya tidak tetap. Dalam situasi seperti itu maka para pengusaha KTFS dan KFS pada saat ada banyak pesanan mereka mencari para pengusaha KF/KSK yang bisa diajak untuk mengerjakan pekerjaan pembuatan keramik.

Hubungan sub-kontrak antara pengusaha KTFS dan KFS dengan pengusaha KF/KSK bersifat informal. Hubungan sub-kontrak bisa berlangsung dalam waktu yang lama. Pelanggaran oleh pengusaha KF/KSK terhadap hubungan sub-kontrak yang tidak bisa ditolerir bisa diputus oleh pengusaha KFS dan KTFS begitu saja. Pengusaha sub-kontrak pun bisa memutuskan hubungan jika pengusaha yang memberikan kontrak dianggap tidak lagi memuaskan. Hubungan antara pengusaha yang menerima kontrak dan yang memberi kontrak membentuk jaringan hubungan sosial. Dengan jaringan sosial ini unit-unit usaha menjadi lebih fleksibel dan mampu bertahan meskipun permintaan produk naik-turun.

9. Karakteristik Transaksi Lewat Jaringan

Sifat yang sangat spesifik dari produk keramik membuat pembeli tidak akan berpindah-pindah dari satu pengusaha ke pengusaha lain. Dalam jaringan transaksi baik pemilik *showroom* maupun pembeli juga saling memberikan informasi mengenai pasar produk dan kualitas produk. Saling memberikan informasi ini merupakan usaha untuk mempertahankan hubungan jaringan. Pemilik *showroom* memberikan informasi mengenai kualitas barang dengan menjelaskan bahan baku dan proses pembuatan keramiknya. Pemilik *showroom* juga memberikan informasi kemana pembeli harus mendatangi *showroom* lain yang menjual keramik dengan desain yang diinginkan kalau *showroom*-nya tidak menyediakan desain tersebut. *Showroom* yang ditunjukkannya biasanya *showroom* yang pemiliknya sudah dikenalnya baik kualitas produk maupun personalnya. Sebaliknya, untuk mempertahankan hubungan yang baik, para pembeli pedagang

besar memberikan informasi mengenai kecenderungan mengenai keramik dengan desain seperti apa yang laku di pasar.

Jarang sekali pihak yang dirugikan mengatasi masalah penyimpangan dengan jalur hukum. Biasanya sanksi yang diberikan oleh pihak pembeli yang merasa dirugikan hanya berupa permintaan ganti rugi atau memutuskan hubungan jaringan. Terlalu seringnya pihak penjual melakukan penyimpangan akan berakibat reputasinya diantara pengusaha menjadi buruk dan akan dihindari oleh para calon pembeli. Pihak pembeli yang sering merugikan penjual dengan menunda-nunda pembayaran tidak akan dilayani lagi pada saat memesan barang. Sanksi terhadap penyimpangan dalam hubungan jaringan ini biasanya hanya berupa pemutusan hubungan jaringan. Pemutusan bisa dilakukan oleh pihak pembeli, jika penjual yang melakukan penyimpangan, maupun oleh pihak penjual, jika pihak pembeli yang melakukan penyimpangan.

10. Kesimpulan

Jaringan sosial yang padat dalam klaster industri nampak pada adanya berbagai kegiatan bersama dalam komunitas masyarakat Kasongan dimana klaster berada. Dengan berpartisipasi dalam kegiatan tersebut orang saling mengenal satu sama lain. Saling mengenal lewat kegiatan bersama tersebut membuat para pengusaha mengenal pengusaha lain dan pekerja. Pekerja juga mengenal pekerja lain. Saling mengenai tersebut membuat reputasi para pengusaha dan pekerja dalam kegiatan usaha mudah menyebar. Informasi mengenai pengusaha dan pekerja yang baik dan jujur mudah didapat. Hal ini membuat lebih mudah untuk mendapatkan pengusaha atau pekerja dengan siapa orang mau bekerjasama dan bertransaksi.

Telah ditunjukkan bagaimana jaringan sosial memudahkan pengusaha mendapatkan modal ekonomi dan pekerja, memudahkan pekerja untuk mendapatkan pekerjaan. Juga ditunjukkan bagaimana jaringan sosial yang memfasilitasi proses transaksi memungkinkan pengusaha menyesuaikan kegiatan usahanya secara lebih fleksibel terhadap naik-turunnya permintaan pasar, misalnya lewat diintegrasikan vertikal dan sub-kontrak. Dengan cara demikian jaringan sosial mampu mendukung bertahan dan berkembangnya klaster industri.

DAFTAR PUSTAKA

- Biggart, Nicole Woosley (Ed.), 2002, *Economic Sociology*, Malden, Massachusetts: Blackwell Publishers Ltd.
- dan Richard P. Castanias, 2001, "Collateralized Social Relations: the Social in Economic Calculation" dalam *American Journal of Economics and Sociology*, Volume 60, No. 2 (April 2001).
- Coleman, James S., 1988, "Social Capital in the Creation of Human Capital" dalam *the American Journal of Sociology*, 1988, Volume 94.
- Granovetter, Mark, 1985, "Economic Action and Social Structure: the Problem of Embeddedness" dalam *American Journal of Sociology*, Volume 91, Edisi 3.
- , 2005, "the Impact of Social Structure on Economic Outcomes" dalam *Journal of Economic Perspectives*, Volume 19, No. 1 (- Winter)

- Guntur, 2005, *Keramik Kasongan*, Wonogiri: Bina Citra Pustaka.
- Ismalina, Poppy, 2010, *An Integrated Analysis of Socioeconomic Structures and Actors in Indonesia Industrial Clusters*, Groningen: the University of Groningen.
- Jones, Candace, William S. Hesterly, dan Stephen P. Borgatti, 1997, "A General Theory of Network Governance: Exchange Conditions and Social Mechanism" dalam *the Academy of Management Review*, Volume 22, No. 4.
- Macaulay, Stewart, 1963, "Non-Contractual Relations in Business: A Preliminary Study" dalam *American Sociological Review*, Volume 28, No. 1 (Februari 1963).
- Nee, Victor, 2005, "the New Institutionalism in Economic and Sociology" dalam *the Handbook of Economic Sociology*, Neil J. Smelser dan Richard Swedberg (Eds.), Princeton: Princeton University Press.
- Podolny, Joel M., dan Karen L. Page, 1998, "Network Forms of Organization" dalam *Annual Review of Sociology*, 1998, No. 24.
- Powell, Walter, 1990, "Neither Market Nor Hierarchy: Network Forms of Organization" dalam *Research in Organizational Behavior*, Volume 12, 1990.
- Putnam, Robert D., 1993, *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton: Princeton University Press.
- Raharjo, Timbul, 2009, *Globalisasi Seni Kerajinan Keramik Kasongan*, Yogyakarta: Program Pascasarjana, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.