



JARINGAN SOSIAL PELAKU USAHA BATIK DI PASAR 17 AGUSTUS PAMEKASAN

Aisyatul Munawaroh¹, Achmad Syarifudin²
Universitas Trunojoyo Madura^{1,2}

Abstract

Batik, as one of Indonesia's cultural heritages, does not only involve aesthetic aspects but also economic aspects to support the economy of coastal and island communities. 17 August Pamekasan Madura Market, as a center for business actors, a social network of trade relations and cooperation between business actors was formed which can influence market access, opportunities and stability of the Pamekasan batik supply chain. The aim of this research is to describe and identify the social network of batik business actors in maintaining the batik supply chain at Pasar 17 August Pamekasan. This research method uses qualitative research with a case study approach, data is collected through document research, experiments through observation and in-depth interviews. The location of this research was at Pasar 17 August Pamekasan Regency in September-October 2024. The research results found that there was a social network of batik business actors at Pasar 17 August Pamekasan based on Mark Granovetter's Theory which could be divided into two ties, namely strong and weak ties. First, strong ties exist between batik business actors and batik makers, and fellow batik stall owners in the market. Second, weak ties exist between batik business actors and consumers through batik resellers, batik business actors and stakeholders from the Pamekasan Regency Trade and Industry Service. This weak bond is also a strength in maintaining the supply chain at the 17 August Market to continue to provide supervision and support in terms of facilities and training for batik business actors and batik craftsmen at the 17 August Pamekasan Market.

Keywords: *Social networks, Madura Batik, Batik market.*

Abstrak

Batik, sebagai salah satu warisan budaya Indonesia tidak hanya melibatkan aspek estetika tetapi juga aspek ekonomi sebagai penunjang perekonomian masyarakat pesisir dan kepulauan. Pasar 17 Agustus Pamekasan Madura sebagai sentra pelaku usaha terbentuk jaringan sosial hubungan dagang, dan kerja sama antar pelaku usaha yang dapat mempengaruhi akses pasar, peluang dan kestabilan rantai pasok batik Pamekasan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan mengidentifikasi jaringan sosial pelaku usaha batik dalam mempertahankan rantai pasok batik di Pasar 17 Agustus Pamekasan. Metode penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus, data dikumpulkan melalui penelitian dokumen, eksperimen melalui observasi dan wawancara mendalam. Lokasi penelitian ini berada di Pasar 17 Agustus Kabupaten Pamekasan pada bulan September-Oktober 2024. Hasil penelitian ditemukan adanya jaringan sosial pelaku usaha batik di Pasar 17 Agustus Pamekasan berdasarkan Mark Granovetter dapat dibedakan menjadi dua ikatan yaitu ikatan yang kuat dan lemah. *Pertama*, ikatan kuat yaitu terjalin antara pelaku usaha batik dengan pembatik, dan sesama pemilik kios batik di pasar. *Kedua*, ikatan lemah terjalin pelaku usaha batik dan konsumen melalui *reseller* batik, pelaku usaha batik dengan stakeholder Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Pamekasan. Ikatan lemah ini juga

¹ 220521100024@student.trunojoyo.ac.id



menjadi kekuatan dalam mempertahankan rantai pasok di Pasar 17 Agustus untuk tetap memberikan pengawasan dan dukungan baik itu fasilitas dan pelatihan terhadap pelaku usaha batik dan pengrajin batik di Pasar 17 Agustus Pamekasan.

Kata Kunci: Jaringan sosial, Batik Madura, Pasar batik.

Pendahuluan

Batik merupakan salah satu warisan budaya Indonesia yang memiliki nilai ekonomi dan sosial yang tinggi. Penyebaran batik sangat luas yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia tidak terkecuali di Pulau Madura. Madura memiliki wilayah yang diberkahi dengan potensi perkembangan yang signifikan (Fadul, 2019). Sektor tekstil yang diklasifikasikan di bawah industri kerajinan tangan meliputi produksi batik. Madura juga dikenal luas sebagai pusat terkemuka batik unik, yang biasa disebut sebagai “Batik Madura.” Empat kabupaten di Madura yaitu Kabupaten Bangkalan, Sampang, Pamekasan, dan Sumenep memamerkan industri batik yang memiliki ciri-ciri khas tersendiri (Suminto, 2015.). Menurut data yang bersumber dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan tahun 2022, Kabupaten Bangkalan menampung 220 unit usaha mikro batik, sementara Pamekasan terdiri dari 270 unit, Kabupaten Sampang menyumbang 60 unit, dan Kabupaten Sumenep mencakup 150 unit. Total kumulatif usaha mikro batik di Pulau Madura berjumlah 700 unit. Data ini menunjukkan bahwa Kabupaten Pamekasan muncul sebagai kabupaten dengan jumlah usaha batik tertinggi dibandingkan dengan kabupaten lain di Madura (Indah, 2022).

Tabel 1. jumlah data sentra batik yang ada di setiap kabupaten di Madura



Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Jawa Timur, 2022

Pamekasan memiliki kekayaan budaya batik Madura yang masih terjaga hingga saat ini. Pamekasan sebagai sentra batik dapat dari aspek historis masih kuat terjaga dengan dibuktikannya sejumlah daerah penghasil batik khas Madura. Dalam konteks ini, Pamekasan menawarkan kekayaan budaya yang mendalam melalui seni batik yang telah diwariskan secara turun-temurun. Batik Pamekasan memiliki ciri khas tersendiri, baik dari segi motif maupun teknik pembuatan, yang mencerminkan kekayaan budaya dan sejarah lokal dan mendalam makna batik Pamekasan



yang dilihat dari setiap motifnya mencerminkan nilai-nilai dan keunikan daerah tersebut (Putri, 2018).

Di Pamekasan, Madura, batik menjadi salah satu produk unggulan yang memiliki potensi ekonomi besar. Batik, sebagai salah satu warisan budaya Indonesia, tidak hanya melibatkan aspek estetika tetapi juga aspek ekonomi yang signifikan. Pusat perbelanjaan batik di Pamekasan ini berada di pasar 17 Agustus yang menjadi pasar utama di Pamekasan (Sadilah, 2011). Pasar 17 Agustus Pamekasan adalah salah satu pusat perdagangan batik yang penting di daerah tersebut. Pasar 17 Agustus sekarang pindah ke Jalan Pintu Gerbang, Gladak Anyar Kecamatan Pamekasan, Kabupaten Pamekasan. Selain pasar Barat, Pasar 17 Agustus Pamekasan saat ini juga di kenal oleh penduduk setempat sebagai pasar sentra batik tradisional. Pasar 17 Agustus tidak hanya menawarkan beragam produk batik berkualitas tinggi, tetapi juga menjadi pusat aktivitas ekonomi dan budaya lokal. Dalam pasar ini, pengunjung dapat menemukan batik dengan motif khas Madura yang diwariskan secara turun-temurun, menjadikannya tempat yang ideal untuk mendalami kekayaan seni dan budaya batik tradisional (Sakur, 2019).

Upaya pengembangan sentra batik di pasar 17 Agustus, tidak terlepas dari sejumlah peran jaringan sosial dalam industri batik di kawasan ini. Modal sosial, yang mencakup di dalamnya jaringan sosial, norma-norma, dan kepercayaan yang dibangun dalam komunitas, memainkan peran krusial dalam memfasilitasi pertumbuhan dan perkembangan usaha batik di pasar 17 Agustus Pamekasan (Hardayanti, 2022). Dengan memanfaatkan jaringan sosial, para pengusaha batik perempuan di pasar 17 Agustus mampu mengatasi berbagai tantangan dan memanfaatkan peluang untuk berkembang, yang pada akhirnya memperkuat posisi mereka di pasar dan mendorong keberlanjutan usaha mereka dalam mempertahankan rantai pasok batik di dalam pasar tersebut. Di pasar 17 Agustus jaringan sosial menjadi salah satu elemen penting yang mempengaruhi keberhasilan usaha batik. Modal sosial mencakup jaringan, hubungan, dan norma-norma yang menghubungkan individu dan kelompok dalam masyarakat, serta bagaimana hubungan tersebut dapat mendukung pertumbuhan dan stabilitas ekonomi (Atmoko, 2021). Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran jaringan sosial dalam mendukung pelaku usaha batik di Pasar 17 Agustus Pamekasan. Oleh karena itu, perlu adanya kajian untuk dapat melihat dan memahami ikatan dan jaringan sosial seperti apa yang terjadi pada pelaku usaha batik di Pasar 17 Agustus Pamekasan .



Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif memberi peneliti kesempatan untuk memeriksa data dengan menyelidiki pengalaman hidup untuk mendapatkan wawasan tentang perilaku sosial khususnya pelaku usaha batik di pasar 17 Agustus Pamekasan. Pada penelitian ini, data penelitian dikumpulkan melalui studi kepustakaan, penelitian lapangan berupa observasi dan wawancara dengan pelaku usaha batik di sentra batik Pasar 17 Agustus Kabupaten Pamekasan dan Focus Group Discussion (FGD) dengan stakeholder (Moleong, 2006). Tahapan analisis data dalam penelitian ini, yaitu proses penyusunan atau pengaturan bahan atau fakta, disesuaikan dengan subjek yang diperiksa materi atau fakta yang terorganisir secara sistematis, diuraikan dan dijelaskan sesuai dengan subjek penelitian, didasarkan pada kerangka teoritis materi yang dielaborasi kemudian menjadi sasaran evaluasi. Pada fase ini, serangkaian kegiatan dilakukan, termasuk pengumpulan dan tinjauan kritis terhadap data sekunder, serta pemetaan hasil dari wawancara mendalam dengan informan dan temuan dari diskusi kelompok fokus (FGD) yang melibatkan pemangku kepentingan di ambil secara sistematis dalam menyusun hasil penelitian. Pendekatan ini diterapkan untuk mencapai pemahaman yang mendalam dan komprehensif tentang fokus penelitian (Sugiyono., 2014).

Hasil dan Pembahasan

Jaringan Sosial Pelaku Usaha Batik di Pasar 17 Agustus Pamekasan

Teori jaringan yang dikemukakan oleh Granovetter dimana ia membedakan antara ikatan kuat dan ikatan lemah. Granovetter mengatakan ikatan yang lemah dapat diidentifikasi dari kurangnya emosi atau kelangkaannya suatu pertemuan. Namun jika perasaan tersebut ada dalam jangka waktu yang lama, ikatan yang lemah bisa menjadi ikatan yang justru kuat dan saling membantu. Ikatan yang lemah dan kuat dapat diidentifikasi berdasarkan waktu, intensitas emosional, keintiman, dan layanan pribadi antar sesama. Jika suatu hubungan yang sudah terjalin sejak lama dan memiliki intensitas perjumpaan serta emosi yang tinggi dapat digolongkan sebagai ikatan yang kuat. (Granovetter M. , 2017) Berdasarkan hasil temuan observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti di pasar 17 Agustus Pamekasan di temukannya dua pola jaringan sosial yang terjadi pada pelaku usaha batik dalam mempertahankan rantai pasok batik di pasar 17 Agustus Pamekasan yaitu ikatan kuat dan ikatan lemah sebagai berikut

Jaringan Sosial ikatan Kuat

Menurut Granovetter ikatan kuat terbentuk antara individu-individu yang saling kenal dekat seperti keluarga sahabat atau pasangan, hal ini di tandai dengan interaksi yang sering dan intensitas emosional yang tinggi, dan saling mendukung antar mereka (Granovetter., 1973). Dalam konteks jaringan sosial ikan kuat pada pelaku usaha batik di pasar 17 Agustus di temukannya dua ikatan kuat yang terjadi yaitu sebagai berikut.

Jaringan Antar Sesama Pelaku Usaha Batik

Jaringan sosial antar sesama pelaku usaha batik ini di dasari karena adanya persamaan usaha yang di jalankan atau pekerjaan yang di miliki dalam bidang yang sama yaitu sebagai pengusaha batik hingga timbullah rasa empati, emosional persaudaraan dan pertemanan sesama pengrajin batik. Kesamaan tersebut yang dapat menyebabkan terbentuknya jaringan sosial antar pedagang lainnya. Kebersamaan ini memupuk kerja sama, kepercayaan, dan rasa aman bersama dalam berbagai persoalan dan situasi. Bentuk kerja sama ini biasanya melibatkan kerja sama untuk menyelesaikan permintaan pelanggan yang melimpah atau permintaan pelanggan yang tidak dapat dipenuhi oleh pelaku ekonomi batik. Misalnya kios batik A tidak memiliki motif dan warna batik yang diinginkan oleh pelanggan jadi pengusaha batik tersebut mencarikannya ke kios batik B untuk mencari batik yang di inginkan pembeli, begitu pun sebaliknya. Kerja sama antara kedua pelaku usaha batik tersebut sama-sama mengambil dan memperoleh keuntungan dari penjualan batik itu.



Gambar 1. Kerja sama antar pelaku usaha batik

Selain kerja sama dalam pemenuhan permintaan pembeli, pelaku usaha batik di pasar 17 Agustus juga saling bekerja sama dalam hal koleksi hasil karya batik yang di miliki. Pelaku usaha



saling menukarkan batik satu sama lain. Misal kios Melati batik merupakan kios batik khas Klampar dan kios Lutfi batik merupakan batik khas desa Larangan Badung kedua pelaku usaha ini saling menukarkan batik khas masing-masing untuk memperbanyak koleksi batik dari berbagai pengrajin desa atau sentra batik di Pamekasan yang dijual. Ikatan yang terjadi antara sesama pelaku usaha batik ini ada dan terjalin dikarenakan rasa persamaan satu profesi yang memungkinkan pelaku usaha batik untuk tetap berinteraksi dan bekerja sama untuk mengembangkan usaha batik dan saling bertukar pemikiran permasalahan dan peluang yang di hadapi bersama. Meski memiliki usaha yang sama, namun ikatan jaringan antara keduanya tersebut lahir dari rasa saling membutuhkan sehingga rasa persahabatan semakin terjalin, dan kesamaan norma juga menyampaikan rasa saling percaya. Selain itu, hubungan persahabatan dan jaringan sosial antar pemangku kepentingan usaha batik dapat membantu lebih baik dalam menyelesaikan permasalahan dan kekurangan bersama dalam menjaga usaha dan rantai pasok batik Pamekasan. Dapat disimpulkan bahwa hubungan tersebut merupakan ikatan yang kuat. Mereka saling memberikan dukungan emosional yang kuat dan saling membantu satu sama lain.

Jaringan Antara Pelaku Usaha Batik dengan Pengrajin Batik

Jaringan sosial yang terjalin antara pengrajin batik dengan pelaku usaha batik yang terjalin dalam bentuk hubungan ekonomi yang cukup intensif. Hal ini dikarenakan pengusaha batik peranan penting dalam keberlangsungan pengrajin batik dalam memproduksi batik, dan hubungan antara perajin batik dan pelaku usaha batik menjadi penting. Penyediaan kain hasil batik baik itu yang jadi ataupun batik setengah jadi atau yang dikenal dengan "*rengsi*," yaitu batik yang masih dalam tahap awal setelah digambar dengan lilin panas (*malan*) selalu dibutuhkan oleh pelaku usaha batik. Begitu pun sebaliknya pengrajin yang membutuhkan pelaku usaha batik untuk membeli hasil karyanya atau bekerja sebagai pengrajin batik pada pelaku usaha batik. Selain itu keberadaan pelaku usaha batik dapat membantu pengrajin yang terkendala permodalan dengan cara memberikan modal terlebih dahulu pada pengrajin untuk membeli bahan batik dengan uang muka separuh harga dan dibayar nanti setelah batik selesai di buat.



Gambar 2. Kerja sama antara pelaku usaha batik dan pengrajin

Menurut Granovetter, norma juga merupakan cara individu berperilaku. Oleh karena itu, norma sangat memberi pengaruh dalam jaringan sosial karena merupakan aturan yang ditetapkan untuk semua orang individu atau kelompok (Granovetter M. , 1985). Nilai dan norma dalam jaringan sosial pelaku usaha batik dijadikan sebagai aturan untuk menjaga hubungan yang sudah terbentuk. Kepercayaan pelaku usaha batik untuk memberikan modal kepada pengrajin batik penting untuk menjaga stabilitas dan bertahanya rantai pasok batik di pasar Pamekasan 17 Agustus mendatang. Rasa percaya tersebut juga memberikan kelancaran bagi para pengrajin batik yang memiliki keterbatasan modal akibat mahalanya bahan batik. Selain itu, para pengrajin batik dan pelaku usaha batik dari daerah yang sama bisa saling memahami karakter satu sama lain, sehingga kepercayaan yang timbul semakin dalam. Oleh karena itu, jaringan dengan pelaku usaha batik ini termasuk jaringan ikatan kuat karena sangat membantu pengrajin batik dalam mengatasi permasalahan modal tersebut.

Jaringan Sosial Ikatan Lemah

Ikatan lemah di jelaskan Granovetter bahwa hubungan yang lemah antara individu justru memiliki peran penting dalam penyebaran informasi. Ikatan lemah biasanya berupa hubungan antar orang yang tidak terlalu dekat, seperti kenalan atau rekan kerja jarak jauh. ikatan lemah juga berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan individu dengan jaringan sosial yang berbeda, sehingga memungkinkan akses ke informasi, peluang kerja, atau ide-ide baru yang mungkin tidak ada dalam lingkaran pertemanan dekat. Inilah yang membuat ikatan lemah sangat berharga dalam memperluas wawasan dan sumber daya sosial (Granovetter M. , 1985). Pada pelaku usaha batik di

Pasar 17 Agustus di temukannya dua ikatan lemah ikatan Antara Pelaku Usaha Batik dengan Konsumen (*Reseller* Batik) dan ikatan Antara Pelaku Usaha Batik dengan Stakeholder.

Jaringan Antara Pelaku Usaha Batik dengan Konsumen (*Reseller* Batik)

Jaringan sosial juga terjalin antara pelaku usaha batik dengan *reseller* dalam bentuk hubungan yang cukup intens terkait pendistribusian batik. Hal ini dikarenakan *reseller* batik membantu para pengusaha batik dalam mengembangkan usaha batiknya, terutama dari segi pemasaran. Agar usaha batik dapat berjalan dengan lancar dan selalu mendapat pesanan minimal setiap bulannya, maka para pelaku usaha batik membutuhkan *reseller* untuk memperluas jaringannya.

Reseller batik di pasar 17 Agustus ini kebanyakan mereka membeli kain batik tulis untuk di buat pakaian dan di jual kembali, seperti butik atau galeri batik, pegawai, guru ataupun pelajar dari berbagai daerah di dalam kota ataupun luar kota. Beberapa pelanggan batik yang dari luar pulau yaitu Surabaya, Malang dan Bali terkadang berperan menjadi *reseller* batik dengan menawarkan batik langsung kepada konsumen yang membeli batik untuk di pakai. Setelah adanya pesanan maka pihak *reseller* akan menghubungi pedagang batik untuk membeli kain batik sesuai permintaan konsumen. Adanya *reseller* ini sangatlah membantu para pedagang batik hingga mereka tidak perlu secara langsung berjumpa tatap muka dengan pembeli. Hubungan ini sama-sama memperoleh keuntungan.



Gambar 3. Paket Pengiriman 150 Pcs Batik

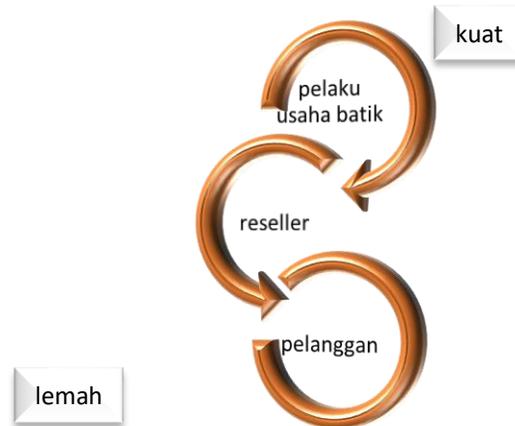
Jaringan dengan *reseller* menjadi langkah penting dalam proses pemasaran. *Reseller* merupakan mitra di luar wilayah pasar 17 Agustus Pamekasan, yang membantu memperluas



jangkauan pasar untuk batik Pamekasan hingga ke luar pulau. Hubungan antara *reseller* dan pelaku usaha batik dalam jaringan sosial adalah ikatan yang lemah. Biasanya, pelaku usaha batik pertama kali bertemu *reseller* melalui kunjungan ke pasar 17 Agustus Pamekasan. Mereka kemudian bekerja sama dalam mendapatkan pelanggan, di mana *reseller* kadang menjual kembali kain batik dengan harga yang menguntungkan. Melalui komunikasi Online, hubungan baik dijaga dengan berbagai *reseller* yang mempunyai daya tawar- menawar. Keduanya bisa meminta diskon, gratis ongkos kirim, dan lainnya. Hal ini tentunya akan menimbulkan negosiasi antara kedua belah pihak, dan sebagai pengusaha batik tentu akan mempertimbangkan kepuasan dari *reseller*. Pelaku usaha batik yang banyak berhubungan dengan *reseller* batik cenderung mempunyai pengaruh lebih besar terhadap usahanya. Sebab, ada keseimbangan antara proses produksi dan jumlah pesanan. Karena pesanan terus diterima dan produksi dilakukan terus menerus, hingga bisa membayar pengrajin untuk memproduksi batik. dan kepercayaan dibangun di antara keduanya, dengan *reseller* diberikan harga khusus untuk memperoleh keuntungan.

Pelanggan yang menjadi *reseller* memiliki peran penting dalam pengembangan usaha batik, karena mereka memberikan orderan rutin setiap tahunnya. Pelaku usaha batik memberikan kemudahan dalam pengiriman dan pembayaran, dan kejujuran serta kepercayaan antara kedua belah pihak sangat diperlukan. Jaringan sosial ini dibangun melalui berbagai media komunikasi, seperti telepon genggam, Instagram, WhatsApp dan Facebook, untuk memudahkan interaksi dan memperkuat hubungan. Ikatan lemah dalam jaringan sosial ini biasanya terbentuk melalui interaksi antara *reseller*, pelaku usaha batik, dan pelanggan, yang dapat berkembang menjadi ikatan yang lebih kuat seiring waktu dan intensitas transaksi yang lebih sering.

Bagan 1. Arus Distribusi Batik ke Pelanggan



Jaringan Antara Pelaku Usaha Batik dengan Stakeholder

Jaringan sosial yang terjalin juga antara pelaku usaha batik dan pemangku kepentingan (stakeholders) dalam bentuk ikatan formal. Granovetter membedakan dua bentuk Keterlekatan yaitu relasional dan struktural. Keterlekatan struktural terjadi dalam jaringan yang lebih luas, seperti struktur sosial, instansi atau lembaga kelompok. Struktur sosial adalah pola interaksi terorganisir dalam kelompok atau masyarakat, terbentuk melalui interaksi individu dengan komunikasi berkelanjutan. (Granovetter M. , 2017).

Berdasarkan keterangan beberapa pelaku usaha batik, pemerintah memberikan pengakuan melalui Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) sebagai lembaga resmi. Sebagian pelaku usaha batik tidak mendaftarkan usahanya kepada pemerintah karena dianggap tidak diperlukan, kecuali pelaku usaha batik lesehan yang hanya berdagang pada hari Kamis dan Minggu. Hubungan antara pengrajin dengan pemerintah tergolong lemah, namun bisa menjadi kuat jika pemerintah memberikan perhatian untuk pengembangan usaha batik. Pengrajin batik dapat berpartisipasi dalam festival budaya sebagai *sponsorship* di stan jika ada pameran batik, serta mendapatkan bantuan sarana dan prasarana dari pemerintah, meskipun tidak semua pengrajin dan pelaku usaha batik memiliki kesempatan yang sama.

Tabel 2. Bentuk jaringan sosial pelaku usaha batik

jaringan	Pelaku usaha Batik	Keterangan
Pelaku usaha batik	Ikatan kuat	Adanya kerja sama antar sesama pelaku usaha batik dalam pemenuhan permintaan pelanggan dan saling tukar koleksi produksi batik masing-masing serta pertemanan dan kepercayaan satu sama lain karena memiliki pekerjaan yang sama di lokasi yang sama.
pengrajin	Ikatan kuat	Di lihat dari adanya kerja sama dan kepercayaan pelaku usaha batik dalam memberikan modal pada pengrajin batik untuk membeli bahan batik jika tidak memiliki modal usaha.
<i>Reseller</i>	Ikatan lemah	Lemahnya ikatan ini di lihat dari intensitas waktu kerja sama yang tidak selalu terjadi tapi hanya melalui komunikasi Online namun ikatan ini menjadi namun akan kuat dimana mereka saling berkomunikasi dalam waktu yang cukup singkat dan menjalin kerja sama karena saling membutuhkan dan bekerja di bidang yang sama.
stakeholder	Ikatan lemah	Ikatan lemah ini dilihat dari intensitas waktu yang sedikit dalam hal pendaftaran izin usaha namun ikatan ini juga memberikan pengawasan kesempatan pada pelaku usaha batik dalam hal prasarana dan pelatihan.

Sumber: data diolah peneliti

Bagan 2. Alur Jaringan Pelaku Usaha Batik



Kesimpulan

Berdasarkan teori Granovetter Bentuk jaringan sosial pelaku usaha batik di pasar 17 Agustus Pamekasan di identifikasikan menjadi ikatan kuat dan lemah, *pertama* jaringan sosial kuat yang terjadi antar sesama pelaku usaha batik, jaringan sosial antara pelaku usaha batik dan pengrajin batik, dan jaringan antara pelaku usaha batik dan *reselles*. *Kedua* jaringan sosial lemah terjadi antara pelaku usaha batik dan pelanggan melalui *reseller* dan jaringan sosial antara pelaku usaha batik dengan stakeholder yaitu dinas perdagangan dan perindustrian. Jaringan sosial bermanfaat dalam pengembangan usaha batik dan juga mempertahankan rantai pasok batik di pasar 17 Agustus Pamekasan. Dengan jaringan sosial di pasar 17 Agustus, pelaku usaha batik dapat mengembangkan usahanya dan mempertahankan sirkulasi rantai pasok batik. Norma, ikatan lemah dan kuat, serta peran yang menjembatani pelaku usaha batik mempermudah mobilisasi sumber daya batik. Norma menjaga kepercayaan dan sirkulasi permodalan antara pengrajin batik dan pelaku usaha batik. Kepercayaan dan komunikasi merupakan pengikat dalam setiap jaringan. Serta ikatan kuat antar sesama pedagang, sementara ikatan lemah dengan pemerintah sebagai stakeholder yaitu dinas pemberdayaan dan perindustrian juga memberikan manfaat dalam mengembangkan akses-akses pelaku usaha batik baik pengrajin atau bukan dengan memberikan sarana prasarana bahan batik. Serta pengawasan terhadap pelaku usaha batik di pasar 17 Agustus Pamekasan.



Daftar pustaka

- Atmoko, T. A. (2021). Modal Sosial Dalam Asosiasi Pengrajin Industri Konveksi (Studi Pada Sentra Industri Konveksi Dusun Beton, Desa Tritunggal, Kecamatan Babat, Kabupaten Lamongan . *Universitas Muhammadiyah Malang*.
- D. P. R. Indonesia. (1974). *istilah Batik*. Jakarta: Departemen Perindustrian Republik Indonesia.
- Fadul, F. M. (2019). *Definisi dan Kajian Batik*.
- Granovetter, M. (1985). Economic Action And Sosial Structure: The Problem Of Embeddedness. *AJS*, 481–510.
- Granovetter, M. (2017). *Society and Economy*. Framework and Principles.: Harvard University Press.
- Granovetter., m. .. (1973). The Strength of Weak Ties. *American Journal Of Sociology*, 1360–1380.
- Hardayanti, d. N. (2022). peran modal sosial dalam pengembangan usaha sentra kampoeng batik jaatis sidoarjo. *Jurnal ganaya*, 117-128,.
- Hidayati, N. (2019). Peran Perempuan dalam Industri Batik Tradisional. *Jurnal Sosial dan Ekonom*, 45-60,.
- Indah. (2022, 01 21). *Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Pamekasan*. Diambil kembali dari [https://disperindag.jatimprov.go.id/post/detail?content=pilahpilih-batik-madura-](https://disperindag.jatimprov.go.id/post/detail?content=pilahpilih-batik-madura)
- Moleong, L. J. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Putri, Z. E. (2018). Pemanfaatan Jaringan Sosial Dalam Pengembangan Usaha Oleh Pelaku UMKM (Studi Kasus: 8 Pelaku UMKM Pada Sentra Makanan Rendang Di Kelurahan Sungai Durian, Kecamatan Lamposi Tigo Nagari, Kota payakumbuh. *Jurnal Sains Sosial Dan Humaniora*, 1–16.
- Sadilah, E. d. (2011). *Eksistensi Pasar Tradisional: Relasi dan Jaringan pasar Tradisional di Kota Semarang-Jawa Tengah*. Yogyakarta: Kementerian Kebudayaan Tradisional di Kota Semarang-Jawa Tengah. Yogyakarta: Kementerian Kebudayaan.
- Sakur. (2019). "Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Di Pasar 17 Agustus Kabupaten Pamekasan . *tesis tidak di terbitkan*, vol. (Studi Perspektif Etika Bisnis Islam), p. Pamekasan.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suminto, R. (2015.). *Batik Madura: Menilik Ciri Khas dan Makna Filosofinya*