

**PERAN JARINGAN SOSIAL UNTUK MEMBANTU MENDAPATKAN AKSES
PASAR**

Oleh

Utami Puji Lestari

Universitas Sunan Giri Surabaya

Rahayu Mardikaningsih

STIE Mahardhika Surabaya

ABSTRACT

Social networks facilitate market access through the transfer of information via weak ties, the transfer of legitimacy through recommendations, and direct access to resources. The theory of the strength of weak ties explains the non-redundant information provided by acquaintances with whom one rarely interacts. The theory of structural holes highlights the benefits of connecting unconnected groups. Social capital consists of bonding capital for internal support, bridging capital for cross-group information access, and linking capital for access to formal institutions. Network effects amplify value as membership grows, but over-embeddedness can be counterproductive. Entrepreneurs need to balance strong and weak ties and diversify their networks. Measurements using social network analysis identify structural holes. The ability to build and mobilize networks is a core competency for successful market access.

Keywords: social networks, market access, weak ties, structural holes, social capital.

PENDAHULUAN

Jaringan sosial atau social networks merupakan struktur hubungan interpersonal yang menghubungkan individu dan organisasi melalui berbagai bentuk ikatan seperti pertemanan, kekerabatan, kerja sama bisnis, dan keanggotaan dalam asosiasi profesional. Dalam lingkup kewirausahaan dan pengembangan bisnis, jaringan sosial berfungsi sebagai saluran vital yang memungkinkan aliran informasi, sumber daya finansial, dukungan moral, dan akses ke peluang pasar yang sebelumnya tidak terjangkau. Granovetter (1973) dalam teori kekuatan ikatan lemah menjelaskan bahwa ikatan longgar antar individu seringkali lebih berharga daripada ikatan kuat karena memberikan akses ke informasi baru yang tidak redundan dari lingkaran sosial yang berbeda. Borgatti dan Halgin (2011) memperkuat pandangan ini dengan menganalisis bahwa baik teori Granovetter maupun teori structural holes dari Burt memiliki model teoretis yang sama yaitu model aliran jaringan di mana informasi dan sumber daya mengalir melalui struktur hubungan sosial.

Pemahaman tentang bagaimana jaringan sosial bekerja menjadi sangat krusial bagi wirausahawan yang berusaha menembus hambatan akses pasar, terutama di negara berkembang di mana pasar formal sering tidak berfungsi secara efisien. Lin (2001) mendefinisikan modal sosial sebagai sumber daya yang tertanam dalam jaringan sosial yang dapat diakses dan dimobilisasi oleh aktor melalui hubungan mereka, yang membedakannya dari modal finansial yang berkurang ketika digunakan.

Akses pasar merupakan salah satu tantangan terbesar yang dihadapi oleh wirausahawan, terutama usaha kecil dan menengah yang beroperasi dengan sumber daya terbatas. Hambatan akses pasar dapat berupa kurangnya informasi tentang kebutuhan konsumen, ketidakmampuan menjangkau saluran distribusi yang sudah dikuasai pemain besar, persyaratan modal yang tinggi untuk masuk ke pasar formal, serta ketidakpercayaan dari pembeli potensial terhadap produk baru. Aldrich (1999) menjelaskan bahwa dalam situasi ketidakpastian pasar yang tinggi, wirausahawan cenderung mengandalkan jaringan sosial sebagai mekanisme pengurangan risiko dan ketidakpastian. Jaringan sosial memungkinkan wirausahawan memperoleh informasi tentang preferensi konsumen, tren pasar, dan strategi pesaing tanpa harus mengeluarkan biaya besar untuk riset pasar formal. Putnam (2000) mengembangkan konsep modal sosial yang membedakan antara bonding social capital yaitu ikatan dalam kelompok homogen yang memberikan dukungan emosional dan bantuan langsung, bridging social capital yaitu ikatan melintasi kelompok yang berbeda yang memberikan akses ke informasi dan peluang baru, serta linking social capital yaitu hubungan dengan individu atau institusi yang memiliki kekuasaan formal. Wiliamson (1985) dalam teori biaya transaksi menjelaskan bahwa jaringan sosial mengurangi biaya transaksi dengan membangun kepercayaan dan norma timbal balik yang memungkinkan terjadinya pertukaran ekonomi tanpa kontrak formal yang mahal.

Teori structural holes yang dikembangkan oleh Burt (1992) melengkapi teori Granovetter dengan fokus pada posisi aktor dalam struktur jaringan daripada kekuatan ikatan itu sendiri. Structural holes adalah celah atau ketiadaan hubungan antara dua kelompok dalam jaringan sosial yang tidak terhubung satu sama lain. Seorang wirausahawan yang menghubungkan dua kelompok yang sebelumnya tidak terhubung menempati posisi broker yang sangat menguntungkan karena memiliki akses eksklusif ke informasi dari kedua kelompok. Burt (2004) menunjukkan bahwa manajer yang menempati posisi structural holes dalam jaringan internal perusahaan lebih cepat dipromosikan, memiliki kinerja lebih baik, dan menghasilkan ide-ide yang lebih inovatif dibandingkan mereka yang berada di posisi tertutup. Dalam lingkup akses pasar, wirausahawan yang menempati structural holes dapat mengidentifikasi peluang yang tidak terlihat oleh orang lain, misalnya dengan melihat bahwa produk dari satu kelompok dapat memenuhi kebutuhan yang belum terlayani di kelompok lain. Coleman (1988) mengembangkan pendekatan berbeda dengan menekankan bahwa jaringan yang tertutup (closure) justru bermanfaat

karena memungkinkan timbulnya norma dan sanksi sosial yang efektif. Dalam jaringan tertutup, perilaku oportunistik dapat dicegah karena informasi tentang pelanggaran akan cepat menyebar, sehingga kepercayaan antar anggota dapat terbangun. Perdebatan antara keuntungan structural holes dan network closure menunjukkan bahwa efektivitas jaringan sangat tergantung pada konteks dan tujuan spesifik dari wirausahawan.

Permasalahan utama yang dihadapi wirausahawan untuk memanfaatkan jaringan sosial untuk akses pasar adalah kesenjangan antara potensi jaringan yang luas dan kemampuan aktual untuk mengaktifkan jaringan tersebut secara strategis. Banyak wirausahawan memiliki akses ke jaringan yang potensial namun tidak tahu bagaimana memobilisasi sumber daya yang tertanam dalam jaringan tersebut untuk tujuan bisnis spesifik. Uzzi (1996) dalam penelitiannya tentang perusahaan garmen di New York menemukan bahwa perusahaan yang terorganisir sebagai jaringan dengan hubungan yang tertanam (*embedded ties*) memiliki peluang bertahan lebih tinggi dibandingkan yang hanya mengandalkan hubungan pasar biasa. Namun ia juga memperingatkan bahwa *over-embeddedness* atau keterikatan yang berlebihan pada jaringan tertentu dapat menjadi *counter-productive* karena membatasi masuknya informasi baru dari luar. Granovetter (2005) dalam artikel review tentang dampak ekonomi dari jaringan sosial menekankan bahwa jaringan sosial mempengaruhi hasil ekonomi melalui tiga mekanisme yaitu transfer informasi, pengaruh sosial dan sanksi, serta pembentukan kepercayaan dan kerjasama. Mekanisme ini hanya berfungsi efektif jika wirausahawan secara aktif mengelola dan memelihara hubungan jaringan mereka. Aldrich dan Kim (2007) mengkritik bahwa literatur sebelumnya terlalu fokus pada efek positif jaringan tanpa mempertimbangkan biaya yang diperlukan untuk membangun dan memelihara jaringan, termasuk investasi waktu, energi, dan sumber daya yang signifikan. Wirausahawan dengan sumber daya terbatas mungkin tidak mampu melakukan investasi jaringan yang diperlukan untuk mencapai akses pasar yang lebih luas.

Permasalahan berikutnya berhubungan dengan risiko *over-embeddedness* atau keterikatan yang berlebihan pada jaringan tertentu yang justru menghambat akses ke pasar yang lebih luas. Uzzi (1997) mengidentifikasi bahwa hubungan yang terlalu erat dalam jaringan memiliki efek positif yang meningkat hingga titik optimal, setelah itu efeknya menurun karena beberapa alasan. Pertama, dalam hubungan yang sangat erat, anggota jaringan cenderung berbagi informasi yang sama secara berulang sehingga tidak ada informasi baru yang masuk. Kedua, tekanan untuk konformitas dalam jaringan yang erat dapat menghambat inovasi dan pemikiran kritis. Ketiga, jaringan yang terlalu tertutup cenderung mengisolasi anggotanya dari informasi dan peluang yang berada di luar jaringan. Fenomena ini menjelaskan mengapa beberapa kelompok etnis yang sangat erat ikatannya sukses dalam bisnis lokal namun gagal berekspansi ke pasar yang lebih luas. Solusi untuk *over-embeddedness* adalah diversifikasi jaringan yaitu membangun kombinasi antara ikatan kuat

yang memberikan dukungan dan ikatan lemah yang memberikan informasi baru. Burt (2000) menunjukkan bahwa eksekutif yang memiliki jaringan dengan keseimbangan antara ikatan kuat dan structural holes menghasilkan lebih banyak ide inovatif dan memiliki reputasi yang lebih baik. Wiliamson (1991) dalam teori struktur tata kelola membedakan antara pasar, hierarki, dan bentuk hibrida (jaringan) sebagai alternatif koordinasi ekonomi. Over-embeddedness terjadi ketika jaringan beroperasi terlalu mirip dengan hierarki, kehilangan fleksibilitas yang menjadi keunggulan utama jaringan. Wirausahawan perlu secara sadar mengevaluasi struktur jaringan mereka dan melakukan penyesuaian seiring perkembangan usaha.

Di negara berkembang di mana pasar modal dan institusi pendukung bisnis masih lemah, jaringan sosial sering menjadi satu-satunya mekanisme yang tersedia untuk mendapatkan akses ke pelanggan, pemasok, dan pembiayaan. Coleman (1990) dalam karya monumentalnya tentang Foundations of Social Theory menjelaskan bahwa modal sosial berfungsi sebagai sumber daya yang memfasilitasi tindakan aktor dalam struktur sosial. Tanpa modal sosial, aktor individu akan kesulitan mengatasi masalah aksi kolektif dan membangun kepercayaan yang diperlukan untuk pertukaran ekonomi. Granovetter (1985) dalam artikel seminal tentang embeddedness berargumen bahwa semua tindakan ekonomi selalu tertanam dalam struktur hubungan sosial yang berkelanjutan, bukan dalam atomisasi aktor rasional yang independen. Oleh karena itu, wirausahawan yang mengabaikan dimensi sosial dari kegiatan ekonomi akan gagal memahami realitas bagaimana pasar benar-benar beroperasi. Putnam (1993) dalam penelitiannya tentang kinerja pemerintahan regional di Italia menunjukkan bahwa perbedaan tingkat modal sosial menjelaskan perbedaan kinerja ekonomi antar wilayah, bahkan setelah mengendalikan faktor-faktor ekonomi lainnya. Daerah dengan modal sosial yang tinggi memiliki pemerintahan yang lebih efektif, ekonomi yang lebih berkembang, dan kesejahteraan masyarakat yang lebih baik. Temuan ini mengindikasikan bahwa jaringan sosial bukan hanya penting pada level individu wirausahawan tetapi juga pada level komunitas dan regional. Dalam jangka panjang, kemampuan membangun dan memobilisasi jaringan sosial menjadi kompetensi inti yang sama pentingnya dengan keterampilan teknis atau manajerial.

Tujuan penulisan studi ini adalah menguraikan secara teoretis peran jaringan sosial untuk membantu wirausahawan mendapatkan akses pasar serta faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitasnya. Pencapaian tujuan ini diharapkan memberikan kontribusi bagi pengayaan literatur kewirausahaan dan sosiologi ekonomi. Secara praktis, kerangka konseptual yang dihasilkan dapat menjadi panduan bagi wirausahawan untuk membangun dan memanfaatkan jaringan sosial secara strategis untuk mengatasi hambatan akses pasar.

METODE PENELITIAN

Kajian ini menerapkan pendekatan studi kepustakaan kualitatif dengan fokus pada sintesis teoretis tentang peran jaringan sosial dalam akses pasar. Pemilihan metode ini didasarkan pada kebutuhan untuk membangun pemahaman konseptual yang komprehensif dengan mengintegrasikan berbagai perspektif dari literatur yang telah teruji secara akademik. Penelitian kepustakaan memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi celah dalam pengetahuan yang ada dan membangun kerangka teoretis baru melalui proses analisis kritis terhadap karya-karya fundamental

Proses analisis data dalam penelitian ini mengikuti protokol analisis konseptual yang diuraikan oleh Jabareen (2009) dengan penekanan pada identifikasi elemen-elemen kunci dari konstruk yang diteliti secara sistematis. Tahap awal analisis adalah pengorganisasian seluruh bahan pustaka ke dalam kategori tematik yang mencerminkan aspek-aspek kunci dari peran jaringan sosial dalam akses pasar. Kategori pertama mengelompokkan literatur tentang teori jaringan sosial termasuk kekuatan ikatan lemah dan structural holes. Kategori kedua mengorganisasikan berbagai perspektif tentang modal sosial dan dimensi bonding, bridging, dan linking. Kategori ketiga menghimpun literatur tentang mekanisme jaringan dalam akses pasar seperti transfer informasi, legitimasi, dan akses sumber daya. Kategori keempat mengorganisasikan bahan tentang dinamika jaringan dan faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas jaringan termasuk over-embeddedness dan network agency. Setelah pengorganisasian selesai, dilakukan pembacaan ulang secara saksama untuk mengidentifikasi pola-pola hubungan lintas kategori yang muncul secara konsisten. Pola-pola ini kemudian dibandingkan lintas penulis untuk menilai derajat konsensus dan area ketidaksepakatan dalam literatur. Proses triangulasi sumber ini penting untuk memastikan bahwa kesimpulan yang diambil tidak semata-mata mencerminkan sudut pandang satu penulis tertentu. Tahap final adalah sintesis di mana berbagai pola yang teridentifikasi diintegrasikan menjadi suatu kerangka konseptual tentang peran jaringan sosial untuk membantu akses pasar. Seluruh jejak analisis didokumentasikan secara sistematis untuk memungkinkan audit eksternal oleh pihak yang berkepentingan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teori kekuatan ikatan lemah yang dikembangkan oleh Granovetter (1973) menjadi fondasi utama untuk memahami mengapa jaringan sosial yang longgar sering lebih berharga daripada hubungan yang erat dalam lingkup akses pasar. Ikatan kuat atau strong ties adalah hubungan dengan orang-orang yang dikenal dekat seperti keluarga, sahabat, dan kolega yang sering berinteraksi. Dalam ikatan kuat, informasi yang mengalir cenderung redundan karena orang-orang yang dekat biasanya memiliki akses ke sumber informasi yang sama dari lingkaran sosial yang tumpang tindih. Sebaliknya ikatan lemah atau

weak ties adalah hubungan dengan kenalan yang jarang berinteraksi, yang cenderung bergerak dalam lingkaran sosial yang berbeda. Informasi yang diperoleh melalui ikatan lemah lebih beragam dan non-redundan karena berasal dari sumber yang berbeda yang tidak terhubung dengan sumber informasi yang sudah dimiliki. Borgatti dan Halgin (2011) menganalisis bahwa model aliran jaringan atau network flow model yang mendasari teori ini menjelaskan bahwa nilai suatu hubungan terletak pada seberapa banyak informasi baru yang dapat mengalir melaluinya. Dalam lingkup akses pasar, ikatan lemah sangat berharga karena membawa informasi tentang peluang pasar baru, kebutuhan konsumen yang tidak terpenuhi, atau tren yang sedang berkembang yang belum diketahui oleh mayoritas pelaku pasar. Wirausahawan yang hanya mengandalkan ikatan kuat akan terjebak dalam informasi yang sudah diketahui oleh semua orang dalam lingkaran mereka, kehilangan kesempatan untuk menjadi first mover di pasar baru.

Teori structural holes yang dikembangkan oleh Burt (1992) melengkapi teori Granovetter dengan fokus pada posisi aktor dalam struktur jaringan daripada kekuatan ikatan itu sendiri. Structural holes adalah celah atau ketiadaan hubungan antara dua kelompok dalam jaringan sosial yang tidak terhubung satu sama lain. Seorang wirausahawan yang menghubungkan dua kelompok yang sebelumnya tidak terhubung menempati posisi broker yang sangat menguntungkan karena memiliki akses eksklusif ke informasi dari kedua kelompok. Burt (2004) menunjukkan bahwa keuntungan dari structural holes berasal dari tiga sumber yaitu akses ke informasi non-redundan dari kedua kelompok yang berbeda, kontrol atas aliran informasi antar kelompok yang memberikan kekuatan tawar, dan kemampuan untuk mengkombinasikan ide atau sumber daya dari kelompok yang berbeda untuk menciptakan nilai baru. Dalam lingkup akses pasar, wirausahawan yang menempati structural holes dapat mengidentifikasi peluang yang tidak terlihat oleh orang lain, misalnya dengan melihat bahwa teknologi dari satu industri dapat diterapkan untuk memecahkan masalah di industri lain. Uzzi (1997) mengembangkan konsep embeddedness yang melengkapi teori structural holes dengan menunjukkan bahwa dalam industri garmen New York, hubungan yang tertanam secara sosial memberikan keunggulan kompetitif melalui transfer pengetahuan kompleks yang tidak dapat dilakukan melalui hubungan pasar murni. Kombinasi antara structural holes dan embeddedness menghasilkan jaringan yang optimal yaitu memiliki cukup ikatan lemah untuk akses informasi baru namun cukup ikatan kuat untuk transfer pengetahuan tacit.

Modal sosial sebagai sumber daya yang tertanam dalam jaringan sosial memiliki tiga dimensi yang relevan dengan akses pasar yaitu bonding, bridging, dan linking social capital. Putnam (2000) mendefinisikan bonding social capital sebagai hubungan dalam kelompok yang homogen seperti keluarga, etnis yang sama, atau komunitas lokal yang memberikan dukungan emosional dan bantuan langsung dalam situasi krisis. Bonding capital sangat penting pada tahap awal usaha ketika wirausahawan masih rentan dan memerlukan

dukungan tanpa syarat. Coleman (1988) menunjukkan bahwa bonding capital dalam komunitas etnis memungkinkan transfer pengetahuan dan sumber daya antar anggota yang tidak dapat dijelaskan oleh model pasar semata. Bridging social capital adalah hubungan melintasi kelompok yang berbeda, memberikan akses ke informasi dan peluang baru yang tidak tersedia dalam kelompok sendiri. Burt (2000) menunjukkan bahwa bridging capital yang diwujudkan dalam structural holes adalah prediktor terkuat dari kinerja karir dan inovasi. Linking social capital adalah hubungan dengan individu atau institusi yang memiliki kekuasaan formal seperti pejabat pemerintah, eksekutif perusahaan besar, atau pemimpin politik. Woolcock (2001) menekankan bahwa linking capital penting untuk mengakses sumber daya dari institusi formal seperti kredit bank, lisensi, dan kontrak pemerintah. Namun ia juga memperingatkan bahwa linking capital dapat menjadi bumerang jika hubungan dengan elit politik justru menciptakan ketergantungan dan kerentanan terhadap perubahan rezim. Wirausahawan perlu mengembangkan portofolio modal sosial yang seimbang antara ketiga dimensi ini sesuai dengan tahap perkembangan usaha mereka.

Mekanisme jaringan untuk membantu akses pasar beroperasi melalui tiga saluran utama yaitu transfer informasi, transfer reputasi dan legitimasi, serta akses ke sumber daya langsung. Granovetter (2005) mengidentifikasi bahwa transfer informasi melalui jaringan terjadi ketika wirausahawan menerima informasi tentang peluang pasar, kebutuhan pelanggan, harga bahan baku, atau perilaku pesaing yang tidak tersedia dari sumber publik. Informasi ini sering bersifat privat dan diperoleh melalui percakapan informal, bukan dari laporan resmi. Mekanisme transfer reputasi dan legitimasi terjadi ketika keanggotaan dalam jaringan yang terpercaya mentransfer reputasi positif kepada wirausahawan. Uzzi (1996) menemukan bahwa dalam industri garmen, perusahaan yang direkomendasikan oleh anggota jaringan yang sudah dikenal oleh pembeli akan lebih mudah mendapatkan kepercayaan dibandingkan perusahaan yang datang sendiri. Legitimasi yang diperoleh melalui rekomendasi ini sangat berharga untuk produk baru yang belum memiliki track record di pasar. Mekanisme akses ke sumber daya langsung mencakup bantuan seperti pinjaman tanpa agunan dari anggota jaringan, penggunaan fasilitas distribusi bersama, atau order awal dari anggota jaringan yang menjadi pelanggan pertama. Aldrich (1999) menambahkan bahwa jaringan juga menyediakan dukungan moral dan psikologis yang membantu wirausahawan bertahan menghadapi kegagalan dan kemunduran. Dukungan emosional ini mungkin tidak langsung memberikan akses pasar namun sangat penting untuk mempertahankan motivasi dalam jangka panjang.

Efek jaringan atau network effects memperkuat nilai jaringan sosial seiring dengan bertambahnya jumlah anggota dan intensitas interaksi di dalamnya. Shapiro dan Varian (1999) menjelaskan bahwa network effects terjadi ketika nilai suatu produk atau layanan bagi seorang pengguna meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah pengguna lain yang juga menggunakan produk

tersebut. Dalam lingkup jaringan sosial wirausahawan, efek jaringan berarti bahwa semakin banyak wirausahawan yang tergabung dalam suatu asosiasi atau komunitas, semakin berharga asosiasi tersebut bagi setiap anggota karena peluang untuk mendapatkan referensi, informasi, dan kemitraan meningkat secara eksponensial. Coleman (1990) menunjukkan bahwa efek jaringan menjelaskan mengapa beberapa komunitas etnis berhasil mengembangkan klaster bisnis yang kuat sementara komunitas lain dengan sumber daya individu yang setara namun tanpa kohesi jaringan gagal. Efek jaringan juga menjelaskan mengapa platform digital seperti LinkedIn atau Alibaba menjadi sangat dominan karena *early movers* mendapatkan keuntungan dari efek jaringan yang kemudian menciptakan hambatan masuk bagi pesaing baru. Namun efek jaringan juga dapat bekerja secara negatif jika jaringan didominasi oleh aktor tertentu yang mengeksploitasi posisi mereka untuk keuntungan pribadi. Burt (2000) menunjukkan bahwa dalam jaringan dengan *structural holes*, broker dapat mengekstrak keuntungan yang tidak proporsional dari aliran informasi, yang dapat menjadi disinsentif bagi anggota lain untuk berpartisipasi.

Risiko *over-embeddedness* atau keterikatan yang berlebihan pada jaringan tertentu harus diwaspadai oleh wirausahawan yang ingin memanfaatkan jaringan sosial untuk akses pasar. Uzzi (1997) menemukan bahwa dalam jaringan perusahaan garmen New York, hubungan yang terlalu erat memiliki hubungan berbentuk kurva terbalik dengan kinerja perusahaan. Pada tingkat *embeddedness* rendah, peningkatan *embeddedness* meningkatkan kinerja karena membangun kepercayaan dan memfasilitasi transfer pengetahuan kompleks. Pada tingkat *embeddedness* sedang, kinerja mencapai maksimum karena keseimbangan antara keuntungan dari hubungan erat dan akses ke informasi baru dari luar jaringan. Pada tingkat *embeddedness* tinggi, kinerja menurun karena jaringan menjadi terlalu tertutup, informasi menjadi redundan, dan tekanan untuk konformitas menghambat inovasi. Granovetter (2005) menambahkan bahwa *over-embeddedness* dapat menyebabkan wirausahawan terlalu bergantung pada satu atau dua sumber informasi dan sumber daya, yang sangat berisiko jika sumber tersebut gagal. Diversifikasi jaringan dengan membangun kombinasi antara ikatan kuat yang memberikan dukungan dan ikatan lemah yang memberikan informasi baru adalah strategi untuk menghindari *over-embeddedness*. Williamson (1991) dalam teori struktur tata kelola membedakan tiga bentuk koordinasi ekonomi yaitu pasar, hierarki, dan bentuk hibrida (jaringan). *Over-embeddedness* terjadi ketika jaringan beroperasi terlalu mirip dengan hierarki, kehilangan fleksibilitas dan adaptabilitas yang menjadi keunggulan utama jaringan. Wirausahawan perlu secara sadar mengevaluasi struktur jaringan mereka secara berkala dan melakukan penyesuaian untuk mempertahankan keseimbangan optimal.

Pengukuran jaringan sosial untuk tujuan analisis akses pasar memerlukan pendekatan sistematis yang membedakan antara struktur jaringan dan konten jaringan. Wasserman dan Faust (1994) mengembangkan metode *social network*

analysis atau SNA yang menggunakan matriks adjacency untuk merepresentasikan hubungan antar aktor dan menghitung berbagai metrik struktural. Metrik yang relevan untuk akses pasar termasuk degree centrality yaitu jumlah hubungan langsung yang dimiliki seorang aktor, yang mengukur jangkauan jaringan. Betweenness centrality yaitu seberapa sering seorang aktor berada pada jalur terpendek antara dua aktor lain, yang mengukur posisi structural holes. Closeness centrality yaitu seberapa dekat seorang aktor dengan semua aktor lain dalam jaringan, yang mengukur kecepatan akses informasi. Borgatti dan Halgin (2011) mengkritik bahwa SNA tradisional terlalu fokus pada struktur tanpa memperhatikan konten hubungan yaitu jenis sumber daya yang mengalir melalui jaringan. Mereka mengusulkan pendekatan yang mengintegrasikan analisis struktur dengan analisis konten untuk memahami tidak hanya siapa terhubung dengan siapa tetapi juga apa yang mengalir melalui koneksi tersebut. Lin (2001) mengembangkan instrumen pengukuran modal sosial yang menangkap akses ke sumber daya yang tertanam dalam jaringan, termasuk prestige dari kontak yang dapat diakses. Ukuran ini lebih relevan untuk akses pasar karena prestige kontak mempengaruhi legitimasi yang dapat ditransfer ke wirausahawan. Untuk aplikasi praktis, wirausahawan dapat memetakan jaringan mereka secara sederhana dengan mencatat semua kontak bisnis, mengkategorikan mereka berdasarkan jenis hubungan dan sumber daya yang mereka sediakan, serta mengidentifikasi structural holes yang dapat dieksploitasi.

PENUTUP

Jaringan sosial membantu wirausahawan mendapatkan akses pasar melalui tiga mekanisme utama yaitu transfer informasi non-redundan melalui ikatan lemah, transfer legitimasi melalui rekomendasi dalam jaringan tertutup, dan akses langsung ke sumber daya seperti modal dan saluran distribusi. Teori kekuatan ikatan lemah Granovetter menjelaskan bahwa informasi berharga untuk peluang pasar baru sering diperoleh dari kenalan yang jarang berinteraksi. Teori structural holes Burt menunjukkan bahwa wirausahawan yang menghubungkan kelompok yang tidak terhubung memiliki keuntungan akses informasi eksklusif dan kontrol atas aliran informasi. Modal sosial terdiri dari bonding capital untuk dukungan internal, bridging capital untuk akses informasi lintas kelompok, dan linking capital untuk akses institusi formal. Efek jaringan memperkuat nilai jaringan seiring bertambahnya anggota, tetapi over-embeddedness dapat menjadi counter-productive jika jaringan terlalu tertutup. Wirausahawan perlu secara aktif mengelola portofolio jaringan mereka dengan menyeimbangkan ikatan kuat dan lemah serta melakukan diversifikasi untuk menghindari ketergantungan berlebihan. Pengukuran jaringan menggunakan social network analysis dapat membantu mengidentifikasi structural holes dan mengevaluasi efektivitas jaringan untuk akses pasar.

Implikasi teoretis dari studi ini adalah perlunya integrasi antara teori jaringan sosial, modal sosial, dan teori biaya transaksi untuk menjelaskan peran jaringan dalam akses pasar. Peneliti selanjutnya dapat menguji secara empiris hubungan antara struktur jaringan dan keberhasilan akses pasar dalam berbagai konteks industri dan budaya. Bagi wirausahawan praktis, rekomendasi utama adalah secara sadar membangun portofolio jaringan yang seimbang antara ikatan kuat untuk dukungan dan ikatan lemah untuk informasi baru. Identifikasi structural holes dalam jaringan industri dengan memetakan siapa yang terhubung dengan siapa dan di mana terdapat celah yang dapat dieksploitasi. Investasikan waktu secara reguler untuk memperluas jaringan melalui partisipasi dalam asosiasi industri, konferensi, dan platform digital. Jaga hubungan dengan kontak yang sudah ada dengan memberikan nilai timbal balik, bukan hanya mengambil keuntungan. Gunakan media sosial profesional seperti LinkedIn untuk membangun bridging capital dan mengakses informasi dari industri yang berbeda. Evaluasi jaringan secara berkala dengan memetakan siapa yang memberikan informasi paling berharga dan siapa yang hanya redundan. Untuk menghindari over-embeddedness, secara aktif mencari kontak dari luar lingkaran industri atau geografis yang biasa. Manfaatkan legitimasi dari anggota jaringan terpercaya untuk mendapatkan akses ke pembeli dan mitra baru. Dalam jangka panjang, kemampuan membangun dan memobilisasi jaringan sosial harus dikembangkan sebagai kompetensi inti yang sama pentingnya dengan keterampilan teknis.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldrich, H. E. (1999). *Organizations evolving*. Sage Publications.
- Aldrich, H. E., & Kim, P. H. (2007). Small worlds, infinite possibilities? How social networks affect entrepreneurial team formation and search. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(1-2), 147-165.
- Borgatti, S. P., & Halgin, D. S. (2011). On network theory. *Organization Science*, 22(5), 1168-1181.
- Burt, R. S. (1992). *Structural holes: The social structure of competition*. Harvard University Press.
- Burt, R. S. (2000). The network structure of social capital. *Research in Organizational Behavior*, 22, 345-423.
- Burt, R. S. (2004). Structural holes and good ideas. *American Journal of Sociology*, 110(2), 349-399.
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94, S95-S120.
- Coleman, J. S. (1990). *Foundations of social theory*. Harvard University Press.

- Darmawan, D. (2009). Pengantar bisnis. Spektrum Nusa Press.
- Darmawan, D. (2010). Manajemen pemasaran. IntiPresindo Pustaka.
- Ferrinadewi, E., & Darmawan, D. (2004). Perilaku konsumen: Analisis model keputusan. Universitas Atma Jaya.
- Granovetter, M. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380.
- Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: The problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), 481-510.
- Granovetter, M. (2005). The impact of social structure on economic outcomes. *Journal of Economic Perspectives*, 19(1), 33-50.
- Iskandar, M., & Darmawan, D. (2003). Strategi pemasaran. IntiPresindo Pustaka.
- Jabareen, Y. (2009). Building a conceptual framework: Philosophy, definitions, and procedure. *International Journal of Qualitative Methods*, 8(4), 49-62.
- Khasanah, H., Arum, S., & Darmawan, D. (2010). Pengantar manajemen bisnis. Spektrum Nusa Press.
- Lin, N. (2001). *Social capital: A theory of social structure and action*. Cambridge University Press.
- Putnam, R. D. (1993). *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. Princeton University Press.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon & Schuster.
- Shapiro, C., & Varian, H. R. (1999). *Information rules: A strategic guide to the network economy*. Harvard Business School Press.
- Uzzi, B. (1996). The sources and consequences of embeddedness for the economic performance of organizations: The network effect. *American Sociological Review*, 61(4), 674-698.
- Uzzi, B. (1997). Social structure and competition in interfirm networks: The paradox of embeddedness. *Administrative Science Quarterly*, 42(1), 35-67.
- Wasserman, S., & Faust, K. (1994). *Social network analysis: Methods and applications*. Cambridge University Press.
- Williamson, O. E. (1985). *The economic institutions of capitalism*. Free Press.
- Williamson, O. E. (1991). Comparative economic organization: The analysis of discrete structural alternatives. *Administrative Science Quarterly*, 36(2), 269-296.
- Woolcock, M. (2001). The place of social capital in understanding social and economic outcomes. *Canadian Journal of Policy Research*, 2(1), 11-17.