

**JARINGAN SOSIAL PEDAGANG PECEL LELE DI KOTA PALEMBANG
(STUDI DI KECAMATAN ILIR BARAT I)**

Namira Shita¹, Yoyok Hendarso², Safira soraida²

¹Mahasiswa Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya

²Dosen Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya

ABSTRACT

This research is titled "Social Network of Pecel Lele Traders in Palembang City (Study in Ilir Barat Subdistrict 1). The purpose of this study is to describe the structure of the social network of catfish pecel traders in Palembang city (Study in Ilir Barat Subdistrict 1). The research design uses descriptive quantitative with Social Network Analysis (SNA) method. Respondents in this survey were determined to use the snowball sampling method conducted by interviewing catfish pecel traders in Palembang using questionnaire instruments. The data obtained in this study was analyzed using Ucinet 6.0 software with sociogram output and statistics. The results showed that the actors who played important roles were Bagus, Kushodin, Ari MZ, Ian, Atik, Maman and Sri. There are 9 cliques with 34 components in the network, the largest components with a size of 8. Pecel catfish traders in Ilir Barat District I get the most raw materials of chicken, duck, tilapia catfish, carp, shrimp, shellfish, crab, tofu, tempeh and vegetables from Palimo Market. The most raw materials of squid are obtained from Market 26. The conclusion of this study is that many actors do not know each other but the level of tightness is very high.

INFORMASI ARTIKEL

Sejarah Artikel :
Diterima : 01 Juni 2020
Disetujui : 01 September 2020

Alamat Email: namira@gmail.com
Correspondence Author: Namira Shita

ISSN (PRINT) : 1412 – 1411
ISSN (ONLINE) : 2722-7057

Keyword: Social Networks, Pecel Lele Traders, Social Network Analysis, Snowball Sampling.

ABSTRAK

Artikel ini berjudul "Jaringan Sosial Pedagang Pecel Lele di Kota Palembang (Studi di Kecamatan Ilir Barat 1). Tujuan dari artikel ini adalah menggambarkan Struktur jaringan sosial pedagang pecel lele di Kota Palembang (Studi di Kecamatan Ilir Barat 1). Desain artikel menggunakan kuantitatif deskriptif dengan metode Analisis Jaringan Sosial (*Social Network Analysis/SNA*). Responden pada penelitian ini ditentukan menggunakan metode *snowball Sampling* yang dilakukan dengan wawancara ke pedagang pecel lele di Kota Palembang menggunakan instrumen kuesioner. Data yang diperoleh pada artikel ini dianalisis menggunakan perangkat lunak Ucinet 6.0 dengan output berupa sosiogram dan data statistik. Hasil artikel menunjukkan bahwa aktor yang berperan penting adalah Bagus, Kushodin, Ari MZ, Ian, Atik, Maman dan Sri. Terdapat 9 klik (clique) dengan komponen dalam jaringan sebanyak 34, komponen terbesar dengan ukuran 8. Pedagang pecel lele di Kecamatan Ilir Barat I paling banyak mendapatkan bahan baku ayam, bebek, lele nila, gurame, udang, kerang, kepiting, tahu, tempe dan sayur mayur dari Pasar Palimo. Bahan baku cumi-cumi paling banyak didapatkan dari Pasar 26. Kesimpulan dari artikel ini adalah banyak aktor yang tidak saling mengenal namun tingkat keeratannya sangat tinggi.

Kata kunci: Jaringan Sosial, Pedagang Pecel Lele, Analisis Jaringan Sosial, *Snowball Sampling*.

PENDAHULUAN

Pedagang secara singkat terbagai menjadi tiga yaitu pedagang kecil (pedagang kaki lima), pedagang menengah (klontongan atau warteg), dan pedagang kelas atas (restoran atau rumah makan). Persamaan dari ketiga pengelompokan pedagang tersebut adalah sama-sama menjajakan sesuatu yang menghasilkan omset bagi para pedagang itu sendiri (Damsar, 2002). Adapun perbedaan disetiap pengelompokannya, pedagang kecil yang bisa dicontohkan sebagai pedagang kaki lima yang hanya menjual satu jenis dagangan seperti pedagang bakso, pedagang siomay, pedagang cendol yang hasilnya cukup untuk pedagang itu sendiri. Pedagang menengah bisa dicontohkan seperti pedagang klontongan atau warteg, yang menjual dagangan lebih dari satu jenis dagangan dan hasilnya bisa memenuhi kebutuhan hidup pedagang dan menambah modal dagang lebih besar dari modal awal. Pedagang kelas atas adalah jenis pedagang yang membuka rumah makan atau restoran yang di dalamnya ada beberapa karyawan yang bekerja dengan pedagang atau pemilik restoran tersebut dan hasil dari rumah makan tersebut bisa memenuhi kebutuhan pemilik rumah makan, mengupah karyawan setiap bulannya, dan menambah modal untuk menciptakan menu atau inovasi baru di rumah makan tersebut dan lain-lain (Damsar, 2002).

Pedagang pecel lele yang berdagang itu ialah sebagian orang Lamongan yang

bermigrasi ke kota-kota besar dan berjualan pecel lele, karena kota Lamongan sedang kurang kondusif di tahun 1965-1966. Saat itu sedang ada pembersihan orang PKI (pedagang kaki lima) tanah yang kurang subur menjadi salah satu alasan orang lamongan untuk berjualan pecel lele. Setelah bermigrasi, pecel lele lamongan yang ternyata cocok di lidah banyak orang, pada tahun 1970 hingga 1980, orang lamongan yang sukses mendirikan usaha pecel lele membawa kerabatnya dari kampung ke kota untuk membuka warung tenda pecel lele. Warung tenda pecel lele dengan khas spanduk yang berwarna hijau, oranye muda, kuning, merah dan bahkan waran tersebut tabrakkan, warna tersebut digabungkan dengan teknik gradasi. Para pedagang pecel lele bersih keras membuat spanduk yang paripurna dengan waran yang mencolok untuk pemasaran. Komposisi warna yang tidak beraturan para pedagang pecel lele tidak memikirkannya yang penting warung tenda pecel lele terlihat di malam hari, dan menarik pembeli.

Di balik gagahnya ayam jago di gambar spanduk, lekukan tubuh ikan lele yang meliuk-liuk, atau juga gambar bebek yang terlihat kurus seperti belum makan sedari lahir ternyata punya nilai seni, Lebih dari 3.000 warung tenda pecel lele dan soto lamongan dengan spanduk yang sama. Perpaduan warna kuning, oranye, dan hijau jadi identifikasi spanduk yang mudah ditangkap mata saat melintasi jalanan. Sedangkan yang membedakan di beberapa warung tenda lainnya paling hanya

penempatan warna yang dibedakan sedikit. Pecel lele merupakan asal dari Lamongan, Jawa Timur dan sebenarnya menggunakan kata "pecek" atau sebuah penyajian lauk dan sayur yang diberi sambal di sampingnya. Namun seiring berjalannya waktu, karena harus bersaing dengan makanan khas kota lain yang memiliki nama hampir sama dengan pecek, banyak orang pun lebih mengenalnya dengan nama Pecel. konsepnya dari spanduk tenda pecel lele merupakan unsur seni grafisnya, Pemakaian warna terang seperti stabillo memang khusus diperkuat agar warna tetap mencolok dan tetap dilihat banyak orang saat melintasi jalan malam hari. Selain itu, gambar yang dibuat agak besar tentu untuk memberi info jelas tentang menu utama yang disediakan.

Di era 1990-an sudah banyak orang yang mengerti seni, tidak ada ilmu desain pada tahun tersebut, apalagi komunikasi visual, para pedagang pecel lele lamongan hanya memiliki modal tekad membuat pembeli tertarik dengan dagangannya. Khas spanduk pecel lele lamongan yaitu makanan dari hewan, maupun hewan laut yang menggambarkan Lamongan memang kota pantai Utara Jawa, dari spanduk pecel lele lamongan yang hampir di seluruh Indonesia mempunyai spanduk yang sama untuk memberitahukan bahwa spanduk pecel lele lamongan itu identitas orang asli berasal dari lamongan, pantai utara jawa dengan gaya khas dari kampong halaman (Andriawati, 2016).

Di kota Palembang terdapat berbagai produk lokal, yang pada

umumnya merupakan hasil usaha atau industri kecil, yang dapat dikatakan sebagai industri informal maupun tradisional. Salah satu diantaranya adalah industri makanan atau kuliner pecel lele. Pedagang warung tenda pecel lele melihat peluang usaha yang menjanjikan, karena kesibukan masyarakat di kota sehingga menimbulkan kebiasaan baru untuk makan di luar rumah dengan alasan lebih praktis dan tidak menyita waktu. Warung tenda pecel lele biasanya berdagang di pinggir jalan dengan sebutan pedagang kaki lima (PKL). Omset atau modal yang digunakan untuk mendirikan warung tenda pecel lele tidak terlalu besar tiga juta sampai lima puluh juta.

Saat ini usaha pecel lele di Palembang ditemui dalam berbagai bentuk atau tipe antara lain restoran, warung tenda (pedagang kaki lima) diberbagai lokasi. Warung tenda pecel lele ini juga biasanya dalam satu lokasi penuh dengan pedagang yang menjajahkan warung tenda pecel lelenya sehingga setiap orang yang mendagangkan tenda pecel lele tersebut mempunyai daya tarik tersendiri untuk memikat konsumennya, misalnya karena ikan lelenya yang di goreng dengan matang sehingga saat di konsumsi rasa ikan lele tersebut menjadi renyah sehingga konsumenpun teratrik untuk mencoba atau membeli ikan lele tersebut atau bisa juga karena tempat dan pelayanannya yang nyaman begitupun dengan lingkungan yang yang bersih membuat konsumen ingin berdatangan terus-menerus ke warung tenda pecel lele tersebut. Biasanya warung tenda pecel lele ini mempunyai menu atau

handangan yang menarik bagi konsumennya tersendiri, pada umumnya warung tenda pecel lele ini menyediakan menu atau hidangan ikan lele goreng dan ikan lele bakar, ayam goreng dan ayam bakar tetapi karena nama warung ini disebut dengan tenda pecel lele maka biasanya yang diperjualkan itu ialah ikan lelenya.

Walaupun usaha ini memiliki berbagai permasalahan dalam keberlangsungan usahanya, namun usaha tersebut masih tetap berkembang hingga sekarang, tentunya menarik untuk melihat perkembangan usaha warung tenda pecel lele yang mereka dirikan. Perkembangan usaha dapat terlihat dari makin beragamnya bentuk menu yang di hidangkan pada kosumen atau pembeli untuk memikat daya tarik. Hal ini menjadi menarik apabila dapat dilihat bagaimana usaha kecil menengah terus berkembang serta dapat mengetahui hal yang mengawali ataupun mendasari berdirinya usaha warunng tenda pecel lele dan membuat usaha ini masih tetap berkembang hingga sekarang.

Dalam usaha perdagangan pecel lele ini terbentuk hubungan-hubungan sosial. Hubungan sosial yang terjadi di antara pemilik usaha, dengan pelanggannya pemilik usaha dengan pemasok bahan baku dan pemilik usaha dengan *supplier*. Adanya hubungan baik yang terjalin antara pemilik usaha dengan *suppliernya* yaitu mereka yang membantu menyuplai (menambah) bahan-bahan untuk keberlangsungan usaha yang diharapkan dapat membantu proses produksi. Terjalannya hubungan pemilik

dengan pelanggan juga diharapkan dapat membantu proses produksi sehingga lebih cepat serta adanya hubungan yang baik dengan konsumen terutama pelanggan akan meningkatkan pendapatan usaha. Untuk itu sangat penting dalam setiap usaha untuk membentuk suatu hubungan. Hubungan yang terbentuk dalam usaha biasanya hanya sekedar hubungan yang bermotif ekonomi yang berarti akan membentuk jaringan ekonomi. Jaringan ekonomi adalah suatu upaya yang dilakukan seseorang dalam mempertahankan usahanya dengan membentuk relasi-relasi atau hubungan. Dalam hubungan sosial perlu adanya jaringan, jaringan secara sederhana bias didefinisikan sebagai seperangkat aktor yang mempunyai relasi dengan aktor lain dalam tipe tertentu. Studi jaringan komunikasi menggambarkan relasi aktor (bias orang, Lembaga, perusahaan dan lain sebagainya) satu dengan lainnya dalam struktur sosial tertentu. Ada dua kata kunci utama dari jaringan yaitu pertama aktor, jaringan komunikasi melihat fenomena atau peristiwa dari sisi mikro (aktor), bukan makro. Kedua, relas, bagaimana aktor-aktir itu berinteraksi satu sama lain.

Jaringan 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 (*lineage*), pengalaman-pengalaman sosial turun-temurun (*repeated social experiences*), dan kesamaan kepercayaan pada dimensi ketuhanan (*religious belief*), cenderung memiliki

kohesifitas tinggi, tetapi rentang jaringan maupun *trust* yang terbangun sangat sempit. Sebaliknya, pada kelompok yang dibangun atas dasar kesamaan orientasi dan tujuan dan dengan ciri pengelolaan organisasi yang lebih modern, akan memiliki tingkat partisipasi anggota yang lebih baik dan memiliki rentang jaringan yang lebih luas (Hasbullah, 2006).

Analisis jaringan komunikasi atau *Communication Network Analysis* adalah salah satu metode penting dalam kajian komunikasi. Pelopor dari metode CAN ialah Everett M. Rogers, yang banyak menggunakan metode ini terutama untuk memahami fenomena difusi inovasi. Titik penting dari perkembangan metode ini, yakni terbitnya buku Rogers and Kincaid berjudul "*Communication Networks: Toward a New Paradigm for Research*" yang terbit pada tahun 1981. Buku ini adalah literatur klasik mengenai metode jaringan dan penggunaannya dalam studi komunikasi, terutama studi mengenai difusi inovasi. Terbitnya buku tersebut menandai pengakuan metode CNA sebagai salah satu metode dalam kajian komunikasi (Rogers & Kincaid, 1981). Titik penting lain yaitu terbitnya buku Monge and Contractor berjudul "*Theories of Communication Networks*" yang terbit tahun 2003. Buku ini menghimpun teori-teori penting dalam jaringan komunikasi, dan menegaskan status jaringan komunikasi sebagai bidang penting dalam ranah kajian komunikasi (Monge & Contractor, 2003).

Dalam perkembangan di Indonesia, penggunaan metode SNA ini mengalami

pasang surut. Metode ini banyak dipakai dan menjadi salah satu metode yang populer pada awal 1980-an, terutama untuk menjelaskan proses difusi inovasi. Tetapi metode ini mengalami penurunan popularitas pada tahun 1990-an di tandai oleh sedikitnya mahasiswa yang menggunakan metode ini untuk penulisan tugas akhir. Salah satu mahasiswa di Universitas Gajah Madah pertengahan 1990-an salah satu ahli CAN (*Centrality Analysis Networks*) yaitu Dr. Bambang Setiawan yang memperkenalkan metode tersebut di depan kelas. Tetapi pada masa itu metode ini kurang banyak dinikmati. Ada dua alasannya mengapa metode ini kurang diminati pertama, jaringan komunikasi pada awalnya, identic dengan komunikasi pedesaan atau komunikasi pembangunan. Kedua, metode ini sulit diterapkan tanpa bantuan perangkat lunak (*software*) yang memadai. Jika kita melakukan artikelatas 500 orang responden, maka kit harus bias menggambarkan dalam bentuk sosiogram, relasi dari ke 500 orang tersebut. Jumlah *link* (hubungan) bias ribuan, dan akan sangat menyulitkan jika dilakukan secara manual.

Penerapan analisis jaringan sosial (*Social Network Analysis/SNA*) untuk menggambarkan struktur komunikasi juga disebut sebagai analisis jaringan komunikasi (*Communication Network Analysis/CNA*). Analisis jaringan komunikasi (*Communication Network Analysis*) merupakan metode untuk menggambarkan struktur komunikasi dan posisi pedagang atau aktor dalam jaringan di dalam struktur. Aktor adalah salah satu titik (*node*) di antara

titik (*node*) lain dalam jaringan. Melalui analisis jaringan komunikasi, akan diketahui bagaimana struktur suatu jaringan, seberapa dekat dan intensif anggota dalam di dalam jaringan dalam berinteraksi, bagaimana pola interaksi antar anggota jaringan, dan seterusnya (Cindoswari, 2016). Metode ini juga untuk menggambarkan posisi seseorang dalam struktur jaringan. Siapa orang atau pihak yang paling menentukan dalam jaringan, siapa orang yang menjadi penghubung satu orang dengan orang lain dalam jaringan dan lain sebagainya.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan artikel mengenai Jaringan Sosial Pedagang Pecel Lele di Kota Palembang. Peneliti ingin mencari tahu mengenai bentuk struktur komunikasi usaha warung tenda pecel lele dengan *output* berupa sosiogram. Dengan adanya artikel ini diharapkan para pemilik usaha membentuk jaringan agar dapat mengembangkan usahanya. Adanya jaringan sangat berperan penting dan berpengaruh besar dalam setiap keberlangsungan usaha.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Sujatmiko (2014), pedagang dikatakan sebagai orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan produk atau barang yang tidak diproduksi sendiri untuk memperoleh keuntungan. Pedagang adalah suatu aktivitas jual beli yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan. Usaha perdagangan dapat dimulai dari unit terkecil hingga antar negara. Perdagangan dalam unit terkecil contohnya adalah warung kelontong atau bisa juga pedagang

asongan ditepi jalan. Sedangkan perdagangan dalam tingkat antar negara berkaitan dengan eksport-import antar negara yang melibatkan berbagai kebijakan antar negara yang tidak dapat diubah secara spesifik. Perdagangan antar negara melibatkan birokrasi yang berbeda antar negara. Peraturan dan kebijakan eksport-import antar negara yang berbeda. Hal ini berkaitan erat juga dengan kultur antar negara yang berbeda (Rinaldy et al., 2018). Perdagangan beda negara memiliki peranan yang penting dalam kemajuan suatu negara. Pendapatan suatu negara juga akan bertambah banyak ketika perdagangan antar negara ini ditingkatkan secara signifikan. Pedagang adalah orang atau institusi yang memperjual belikan produk atau barang, kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Sosiologi ekonomi membedakan pedagang berdasarkan penggunaan dan pengelolaan pendapatan yang dihasilkan dari perdagangan dan hubungannya dengan ekonomi keluarga. Berdasarkan studi sosiologi ekonomi tentang pedagang yang telah dilakukan oleh Geertz, Mai dan Buchholt, dan lain-lain (Damsar, 1997) dapat disimpulkan bahwa pedagang dibagi atas:

1. Pedagang profesional yaitu pedagang yang menganggap aktivitas perdagangan merupakan sumber utama dan satu-satunya bagi ekonomi keluarga.
2. Pedagang semi profesional adalah pedagang yang mengakui aktivitasnya untuk memperoleh uang, tetapi pendapatan dari hasil perdagangan

merupakan sumber tambahan bagi ekonomi keluarga.

3. Pedagang subsistensi merupakan pedagang yang menjual produk atau barang dari hasil aktivitas untuk memenuhi ekonomi rumah tangga.
4. Pedagang semu adalah orang yang melakukan kegiatan perdagangan karena hobi atau untuk mendapatkan suasana baru atau mengisi waktu luang. Pedagang jenis ini tidak mengharapkan kegiatan perdagangan sebagai sarana untuk memperoleh uang, mungkin saja sebaliknya ia akan memperoleh kerugian dalam berdagang.

Pedagang adalah perantara yang kegiatannya membeli barang dan menjualnya kembali tanpa merubah bentuk atas inisiatif dan tanggung jawab sendiri dengan konsumen untuk membeli dan menjualnya dalam partai kecil atau persatuan. Pedagang menurut Damsar dibagi atas tiga yaitu pedagang kecil, pedagang menengah, pedagang dan pedagang besar. Pengertian pedagang menurut etimologi adalah orang yang berdagang atau bisa disebut juga saudagar. Jadi, pedagang adalah orang-orang yang melakukan kegiatan-kegiatan perdagangan sehari-hari sebagai mata percaharian mereka (Damsar, 2002).

Aspek Moral Ekonomi Pedagang

Menurut H.D. Evers (Damsar, 2000), moral ekonomi pedagang timbul ketika mereka menghadapi permasalahan dalam aktivitas jual beli. Moral ekonomi pedagang, menurut H.D. Evers karena adanya

pertentangan dalam diri pedagang sendiri. Apabila yang menjual dengan harga yang tinggi, maka dagangannya tidak akan laku atau laris. Apabila pedagang menjual dagangannya dengan harga murah, sedangkan modal sangat mahal, maka kerugian yang akan dialami. Dalam keadaan seperti itu, pedagang akan berusaha mencari jalan keluar sendiri. Di antaranya adalah dengan memilih jalan untuk merantau atau membuka usaha sendiri di negeri orang. Para pedagang bisa menyelesaikan permasalahan pribadi tanpa melanggar norma-norma yang ada. Menurut Damsar (2000), pada dasarnya setiap manusia yang terlibat dalam aktivitas perekonomian akan mengalami hal yang sama, baik masyarakat nelayan maupun masyarakat metropolis. Apabila mereka menghadapi masalah yang kerugian atau gulung tikar maka mereka akan mencoba untuk melakukan tindakan-tindakan seperti menjual, menggadai, meminjam uang (berhutang) dan lain sebagainya atau bahkan mencuri sekalipun. Tujuan dari itu semua adalah untuk mengamankan posisi mereka dalam aktivitas perekonomian guna menghadapi persaingan (Field, 2010).

METODE PENELITIAN

Desain artikel yang digunakan dalam artikel ini adalah kuantitatif deskriptif dengan menggunakan metode *Social Network Analysis* (SNA). Rahmawati et al., (2016) mendefinisikan analisis jaringan sebagai metode kuantitatif untuk menganalisis struktur sosial dan pola hubungan atau relasi antar aktor dalam struktur sosial yang direpresentasikan secara visual dalam bentuk sosiogram. Wasserman & Faust (1994) menjelaskan bahwa SNA

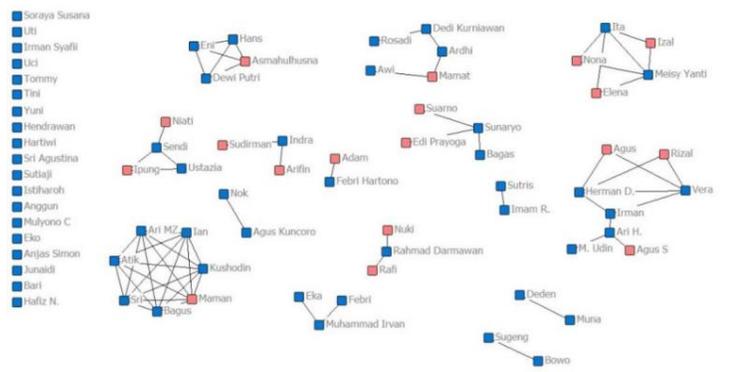
merupakan metode untuk menganalisis struktur sosial mengenai berbagai elemen yang terdapat pada lingkungan sosial yang saling berhubungan. Berbeda dengan analisis sosial lainnya, SNA menitikberatkan analisisnya pada interaksi

antar aktor. Sebelum menggunakan SNA diperlukan untuk membangun *network* grafik yang terdiri atas *node* merepresentasikan aktor dan *edge* merepresentasikan interaksi aktor (Nadhiroh, 2015).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Jaringan Struktur

Gambar 1. Jaringan antar Aktor Pedagang Pecel Lele



Ket: ■: Daerah Ilir Barat I
 ■: Daerah Bukan Ilir Barat I

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2019

Analisis jaringan struktur yaitu mengaitkan aktor dengan aktor lain, aktor dengan kelompok dan pada akhirnya aktor dengan sistem secara keseluruhan. Analisis jaringan struktur ini juga memberikan peluang dan bisa juga membatasi aktor. Karena posisi dan tindakan aktor ditentukan oleh kondisi struktural dimana aktor tersebut hadir. Analisis jaringan sktruktur dilakukan dengan menghitung kepadatan jarigan, diameter dan jarak.

Kepadatan Jaringan (*Density*)

Kepadatan jaringan adalah perbandingan antara jumlah *link* (*ties*) dengan jumlah *link* yang akan muncul. Angka maksimal dari kepadatan jaringan adalah pertama dimana angka ini menunjukkan jumlah *link* sama dengan jumlah kemungkinan *link* yang akan muncul (Eriyanto, 2014).

Gambar 2. Hasil Analisis Kepadatan Jaringan Menggunakan Aplikasi UCINET

DENSITY / AVERAGE MATRIX VALUE					
Input dataset:		Aktor Pecel-degcz (C			
Output dataset:		Aktor Pecel-degcz-de			
	1	2	3	4	5
	Densit	No. of	Std De	Avg De	Alpha
	y	Ties	v	gree	
1 Aktor Pecel-degcz	0.017	94	0.129	1.253	0.564

1 rows, 5 columns, 1 levels.

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2019

Berikut ini adalah hasil analisis seperti pada Gambar 2. dengan output kepadatan jaringan melalui aplikasi UCINET. Dari data ini terlihat kepadatan jaringan secara keseluruhan adalah 0,017 atau 7%. Data ini memperlihatkan bahwa kepadatan jaringan antar aktor pedagang pecel lele tidak tinggi. Masing-masing aktor hanya terhubung kurang dari 10% dari keseluruhan aktor. Artinya ada banyak aktor yang tidak saling mengenal. Data ini memperlihatkan karakteristik dari jaringan antar aktor pedagang pecel lele. Masing-masing aktor tidak terhubung dengan kelompok besar

dengan kelompok besar dalam jaringan pedagang pecel lele di Kota Palembang studi di Kecamatan Ilir Barat I tidak terlalu padat jaringan sosialnya, karena aktor-aktor tidak saling mengenal.

Diameter

Diameter adalah ukuran yang menunjukkan jarak terjauh di antara dua aktor agar bisa berinteraksi. Jaringan kecil umumnya ditandai oleh diameter yang relatif kecil yang memperlihatkan hanya dibutuhkan beberapa langkah saja untuk saling berinteraksi (Eriyanto, 2014).

Gambar 3. Hasil Analisis Diameter antar Aktor

		1
		Aktor P
		ecel-de
		gcz

1	Avg Degree	1.253
2	Indeg H-Index	5
3	Deg Centralization	0.066
4	Out-Central	0.065
5	In-Central	0.065
6	Density	0.017
7	Components	58
8	Component Ratio	0.770
9	Connectedness	0.019
10	Fragmentation	0.981
11	Closure	0.951
12	Avg Distance	1.106
13	SD Distance	0.337
14	Diameter	3
15	Wiener Index	115
16	Dependency Sum	11
17	Breadth	0.982
18	Compactness	0.018
19	Small Worldness	585.254
20	Mutuals	0.010
21	Asymmetrics	0.014
22	Nulls	0.976
23	Arc Reciprocity	0.596
24	Dyad Reciprocity	0.424

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2019

Berikut ini adalah hasil output atau perhitungan dari aplikasi UCINET. Hasil analisis menunjukkan diameter jaringan adalah tiga. Interpretasi dari hasil analisis yaitu jarak maksimal seorang anggota jaringan bisa berinteraksi secara langsung dengan aktor lain dalam jaringan tiga langkah. Anggota jaringan yang dianalisis adalah 75 aktor, sementara diameter jaringan adalah tiga. Jumlah anggota jaringan sebenarnya besar tetapi diameter jaringan relatif kecil, yakni tiga. Ini memperlihatkan bahwa tingkat keeratan antar pedagang pecel lele sangat tinggi. Artinya dalam kegiatan pedagang pecel lele yaitu pertama perubahan jaringan, kemungkinan perubahan jaringan akan lebih

tinggi karena diameter antar *node* termasuk pendek, dari bukan klik menjadi klik. Kemungkinan lain yang dapat terjadi dengan diameter yang pendek adalah penyebaran informasi. Contohnya informan perubahan harga atau kemungkinan penyebaran menu baru lebih tinggi dan kemungkinan kerja sama lebih tinggi.

Jarak (*distance*)

Jarak (*distance*) adalah beberapa rata-rata langkah (*path*) yang dibutuhkan oleh semua aktor untuk bisa saling berinteraksi. Jarak (*distance*) memperlihatkan kedekatan relasi di antara setiap aktor (Eriyanto, 2014).

Gambar 4. Hasil Analisis Jarak Kedekatan antar Setiap Aktor

```
Input dataset:
Output dataset:
Transformation:
Undefined distances:

Frequencies

          1      2
          Freq  Prop
-----
1  1      94  0.017
2  2       9  0.002
3  3       1  0.000
4  NA    5446  0.981

4 rows, 2 columns, 1 levels.

Average: :1.1
Std Dev: :0.3
```

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2019

Hasil analisis pada Gambar 4. menggunakan aplikasi UCINET menunjukkan bahwa rata-rata atau jarak antar aktor sebesar 1,1. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata aktor memiliki kedekatan yang erat. Data ini juga mendukung data diameter yang diketahui juga memiliki nilai yang kecil yaitu 3. Dalam simulasi ini jarak (*distance*) adalah 1,1. Ini bisa dibaca sebagai setiap aktor dalam jaringan bisa berinteraksi satu sama lain dalam jarak sebesar 1,1 langkah. Output kedua memperlihatkan jarak langka dari setiap aktor ke aktor lain. Sebagai misal, aktor, Muhammad Irvan untuk berinteraksi

dengan Eka dan Febri dibutuhkan dua kali langkah. Karena Muhammad irvan tidak bisa berinteraksi secara langsung, tetapi harus melalui perantara actor.

Analisis Jaringan Aktor

Analisis jaringan aktor dilakukan untuk menjawab pertanyaan mengenai sentralitas (*centrality*) aktor dalam jaringan. Analisis jaringan aktor dilakukan dengan menghitung Tingkatan (*Degree*) adalah jumlah *link* dari dan ke aktor, jadi tingkatan *degree* untuk memperlihatkan popularitas aktor dalam jaringan sosial.

Gambar 5. Hasil Analisis Seluruh Jaringan Aktor

	1	2	3	4	5	6	7	8	
	Degree	2local	BetaCent	2Step	ARD	Closenes	Between	2StepBet	
1	Eka	1.000	2.000	1.409	2.000	1.500	363.000	0.000	0.000
2	Soraya Susana	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	370.000	0.000	0.000
3	Uti	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	370.000	0.000	0.000
4	Bowo	1.000	1.000	1.199	1.000	1.000	366.000	0.000	0.000
5	Sugeng	1.000	1.000	1.199	1.000	1.000	366.000	0.000	0.000
6	Rahmad Darmawan	2.000	2.000	2.467	2.000	2.000	362.000	1.000	1.000
7	Rafi	1.000	2.000	1.409	2.000	1.500	363.000	0.000	0.000
8	Nuki	1.000	2.000	1.409	2.000	1.500	363.000	0.000	0.000
9	Agus S	1.000	3.000	1.771	3.000	3.167	354.000	0.000	0.000
10	Irman Syafii	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	370.000	0.000	0.000
11	Ari H.	3.000	5.000	4.647	5.000	4.667	348.000	11.000	3.000
12	M. Udin	1.000	3.000	1.771	3.000	3.167	354.000	0.000	0.000
13	Iman R.	1.000	1.000	1.199	1.000	1.000	366.000	0.000	0.000
14	Dewi Putri	3.000	9.000	5.970	3.000	3.000	358.000	0.000	0.000
15	Eni	3.000	9.000	5.970	3.000	3.000	358.000	0.000	0.000
16	Asmahlusna	3.000	9.000	5.970	3.000	3.000	358.000	0.000	0.000
17	Ita	4.000	10.000	7.465	4.000	4.000	354.000	1.500	1.500
18	Nona	2.000	8.000	4.476	4.000	3.000	356.000	0.000	0.000
19	Meisy Yanti	4.000	10.000	7.465	4.000	4.000	354.000	1.500	1.500
20	Izal	2.000	8.000	4.476	4.000	3.000	356.000	0.000	0.000
21	Elena	2.000	8.000	4.476	4.000	3.000	356.000	0.000	0.000
22	Muhamad Irwan	2.000	2.000	2.467	2.000	2.000	362.000	1.000	1.000
23	Febri	1.000	2.000	1.409	2.000	1.500	363.000	0.000	0.000
24	Bagus	6.000	36.000	1200.000	6.000	6.000	346.000	0.000	0.000
25	Kushodin	6.000	36.000	1200.000	6.000	6.000	346.000	0.000	0.000
26	Ari MZ	6.000	36.000	1200.000	6.000	6.000	346.000	0.000	0.000
27	Ian	6.000	36.000	1200.000	6.000	6.000	346.000	0.000	0.000
28	Atik	6.000	36.000	1200.000	6.000	6.000	346.000	0.000	0.000
29	Maman	6.000	36.000	1200.000	6.000	6.000	346.000	0.000	0.000
30	Sri	6.000	36.000	1200.000	6.000	6.000	346.000	0.000	0.000
31	Indra	2.000	2.000	2.467	2.000	2.000	362.000	1.000	1.000
32	Sudirman	1.000	2.000	1.409	2.000	1.500	363.000	0.000	0.000
33	Arifin	1.000	2.000	1.409	2.000	1.500	363.000	0.000	0.000
34	Uci	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	370.000	0.000	0.000
36	Tini	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	370.000	0.000	0.000
37	Rosadi	1.000	2.000	1.451	2.000	2.083	360.000	0.000	0.000
38	Dedi Kurniawan	2.000	3.000	2.722	3.000	2.833	357.000	3.000	1.000
39	Ardhi	2.000	4.000	2.903	4.000	3.000	356.000	4.000	1.000
40	Herman D.	4.000	11.000	7.903	5.000	5.167	347.000	4.500	1.500
41	Irman	3.000	11.000	6.392	7.000	5.000	346.000	12.000	2.000
42	Vera	4.000	11.000	7.903	5.000	5.167	347.000	4.500	1.500
43	Agus	2.000	8.000	4.621	4.000	3.833	352.000	0.000	0.000
44	Rizal	2.000	8.000	4.621	4.000	3.833	352.000	0.000	0.000
45	Muna	1.000	1.000	1.199	1.000	1.000	366.000	0.000	0.000
46	Deden	1.000	1.000	1.199	1.000	1.000	366.000	0.000	0.000
47	Nok	1.000	1.000	1.199	1.000	1.000	366.000	0.000	0.000
48	Agus Kuncoro	1.000	1.000	1.199	1.000	1.000	366.000	0.000	0.000
49	Sendi	3.000	5.000	4.369	3.000	3.000	358.000	2.000	2.000
50	Niati	1.000	3.000	1.725	3.000	2.000	360.000	0.000	0.000
51	Ipung	2.000	5.000	3.266	3.000	2.500	359.000	0.000	0.000
52	Ustazia	2.000	5.000	3.266	3.000	2.500	359.000	0.000	0.000
53	Sutris	1.000	1.000	1.199	1.000	1.000	366.000	0.000	0.000
54	Febri Hartono	1.000	1.000	1.199	1.000	1.000	366.000	0.000	0.000
55	Adam	1.000	1.000	1.199	1.000	1.000	366.000	0.000	0.000
56	Yuni	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	370.000	0.000	0.000
57	Awil	1.000	2.000	1.451	2.000	2.083	360.000	0.000	0.000
58	Namat	2.000	3.000	2.722	3.000	2.833	357.000	3.000	1.000
59	Sunaryo	3.000	3.000	3.812	3.000	3.000	359.000	3.000	0.000
60	Bagas	1.000	3.000	1.632	3.000	2.000	360.000	0.000	0.000
61	Edi Prayoga	1.000	3.000	1.632	3.000	2.000	360.000	0.000	0.000
62	Suarno	1.000	3.000	1.632	3.000	2.000	360.000	0.000	0.000
63	Hendrawan	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	370.000	0.000	0.000
64	Hartwi	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	370.000	0.000	0.000
65	Sri Agustina	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	370.000	0.000	0.000
66	Sutiaji	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	370.000	0.000	0.000
67	Istiharoh	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	370.000	0.000	0.000
68	Anggun	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	370.000	0.000	0.000
69	Mulyono C	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	370.000	0.000	0.000
70	Eko	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	370.000	0.000	0.000
71	Anjas Simon	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	370.000	0.000	0.000
72	Hans	3.000	9.000	5.970	3.000	3.000	358.000	0.000	0.000
73	Junaidi	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	370.000	0.000	0.000
74	Bari	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	370.000	0.000	0.000
75	Hafiz N.	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	370.000	0.000	0.000

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2019

Analisis Jaringan Aktor Dengan Menghitung Tingkatan (*Degree*)

Analisis jaringan aktor dilakukan dengan menghitung Tingkatan (*Degree*) adalah jumlah *link* dari dan ke aktor, jadi tingkatan *degree* untuk memperlihatkan popularitas aktor dalam jaringan sosial. Berdasarkan dari hasil Gambar 5. menggunakan aplikasi UCINET bahwa aktor nilai terbesar dengan skor *degree* yaitu Bagus, Kushodin, Ari MZ, Ian, Atik, Maman dan Sri dengan skor masing-masing 6,000. Dan menunjukkan aktor dengan skor terendah atau tidak berpengaruh berjumlah 19 aktor yaitu Eka, Soraya Susana, Uti, bowo, sugeng, Rahmad darwaman, Rafi, Nuki, Agus S, Irman Syafii, Sri Agustina, Sutiaji, Istiharoh, Anggun, Mulyono C, Eko,

Anjas Simon, Junaidi, Bari, dan Hafiz N dan lain-lain dengan skor masing-masing 0,000.

Sentralitas Kedekatan (*Closeness Centrality*)

Sentralitas Kedekatan (*Closeness Centrality*) adalah sentralitas kedekatan yang menggambarkan seberapa dekat aktor (*node*) dengan semua aktor lain di dalam jaringan. Kedekatan disini diukur dari beberapa langkah (*jalur/path*) seorang aktor bisa menghubungi atau dihubungi oleh aktor lain dalam jaringan. Dari hasil analisis di atas menggunakan aplikasi UCINET diketahui bahwa aktor dengan nilai terkecil berjumlah delapan orang yaitu Bagus, Kushodin, Ari MZ, Ian, Atik, Maman, Sri, dan Irman dengan skor *Closeness Centrality* masing-masing 346,000.

Keperantaraan (*Betweenness*)

Keperantaraan (*betweenness*) memperlihatkan derajat seorang aktor berperan sebagai perantara dari relasi atau hubungan antar aktor. Semakin tinggi nilai keperantaraan, maka semakin penting posisi seorang aktor karena menunjukkan aktor satu harus melewati aktor tersebut agar bisa berhubungan dengan aktor lain (Eriyanto, 2014).

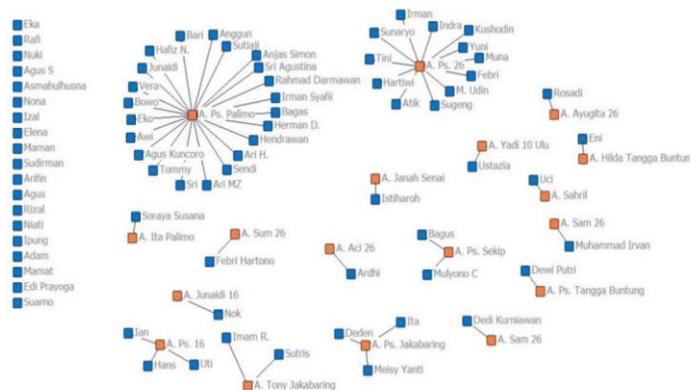
Hasil dari analisis pada Gambar 5. dengan menggunakan aplikasi UCINET menunjukkan bahwa aktor dengan nilai terbesar 12.000 yaitu Irman dan yang kedua yaitu Ari H dengan nilai terbesar 11.000. Artinya kedua aktor tersebut merupakan aktor yang menjadi perantara paling penting dalam masing-masing komponen atau kelompoknya.

Analisis Jaringan Aktor dengan Bahan Baku

Analisis jaringan aktor dengan penyedia bahan baku dilakukan untuk melihat sentralitas masing-masing pedagang bahan baku mulai dari pedagang ayam, bebek, lele, gurami, cumi-cumi, udang, nila, kepiting, kerang, tahu, tempe, sayur-mayur dan sembako. Hasil analisis ini menunjukkan kemana paling banyak aktor pedagang pecel lele membeli bahan baku untuk usaha pecel lenanya. Berikut analisis masing-masing penyedia bahan baku.

Jaringan dengan Pedagang Ayam

Gambar 6. Jaringan Aktor Pedagang Pecel Lele dengan Penyedia Bahan Baku Ayam



Ket: ■ Aktor Pedagang Ayam Pedagang Ayam

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2019

Jaringan (*network*) secara sederhana dapat didefinisikan sebagai perangkat hubungan atau *relationship* di antara aktor-aktor sosial. Dari definisi ini, ada dua bagian penting dari analisis jaringan yaitu aktor dan hubungan di antara aktor. Aktor (*node*) berupa individu (orang). Sementara *link*

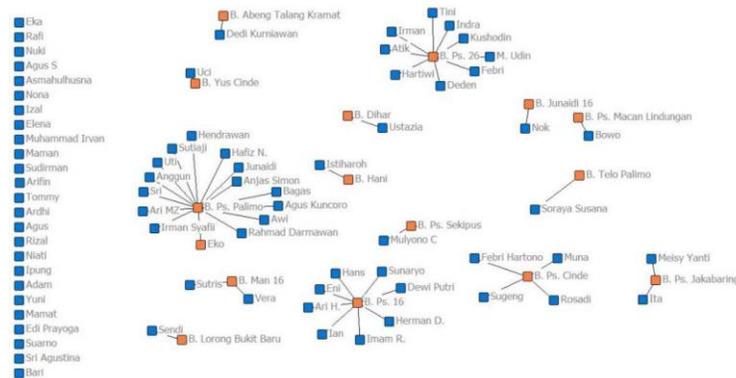
(*edge*) adalah relasi di antara aktor. *Link* dilambangkan dalam satu garis yang menghubungkan antara aktor yang satu dan aktor lain. Adanya garis di antara aktor menunjukkan ada relasi, sebaliknya jika antara aktor tidak ada garis, menunjukkan tidak adanya relasi (Eriyanto, 2014). Dari

gambar 6. bahwa yang mempunyai banyak relasi di pasar palimo dan relasi terbanyak ke dua di pasar 26, dan yang tidak mempunyai relasi yaitu Eka, Rafi, Nuki, Agus S, Asmahulhusna, Nona, Izal, Elena, Muhammad Irvan, Maman, Sudirman,

Arifin, Tommy, Ardhi, Agus, Rizal, Niati, Ipung, Adam, Yuni, Mamat, Edi prayoga, Suarna, Sri agustina dan Bari.

Jaringan dengan Pedagang Bebek

Gambar 7. Jaringan Aktor Pedagang Pecel Lele dengan Penyedia Bahan Baku Bebek



Ket: ■ Aktor Pedagang bebek
 ■ Pedagang Bebek

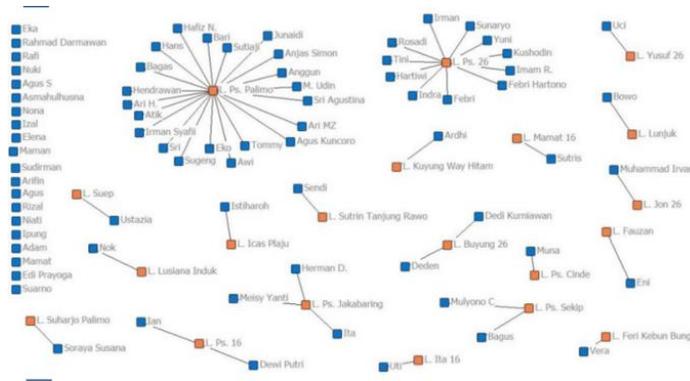
Sumber: Diolah oleh peneliti, 2019

Jaringan (*network*) secara sederhana dapat didefinisikan sebagai perangkat hubungan atau *relationship* di antara aktor-aktor sosial. Dari definisi ini, ada dua bagian penting dari analisis jaringan yaitu aktor dan hubungan di antara aktor. Aktor (*node*) berupa individu (orang). Sementara *link (edge)* adalah relasi di antara aktor. *Link* dilambangkan dalam satu garis yang menghubungkan antara aktor yang satu dan aktor lain. Adanya garis di antara aktor menunjukkan ada relasi, sebaliknya jika antara aktor tidak ada garis, menunjukkan

tidak adanya relasi (Eriyanto, 2014). Dari gambar 7. bahwa yang mempunyai banyak relasi *link (edge)* yaitu di pasar palimo, terbesar ke dua yaitu pasar 16 dan yang tidak mempunya relasi *link (edge)* yaitu Eka, Rafi, Nuki, Agus S, Asmahulhusna, Nona, Izal, Elena, Muhammad Irvan, Maman, Sudirman, Arifin, Tommy, Ardhi, Agus, Rizal, Niati, Ipung, Adam, Yuni, Mamat, Edi Prayoga, Suarno, Sri Agustina dan Bari.

Jaringan dengan Pedagang Lele

Gambar 8. Jaringan Aktor Pedagang Pecel Lele dengan Penyedia Bahan Baku Lele



Ket: ■ : Aktor pedagang Lele

■ : Pedagang Lele

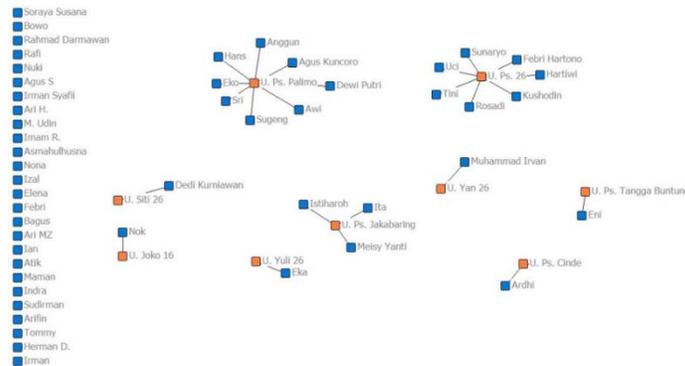
Sumber: Diolah oleh peneliti, 2019

Jaringan (*network*) secara sederhana dapat didefinisikan sebagai perangkat hubungan atau *relationship* di antara aktor-aktor sosial. Dari definisi ini, ada dua bagian penting dari analisis jaringan yaitu aktor dan hubungan di antara aktor. Aktor (*node*) berupa individu (orang). Sementara *link* (*edge*) adalah relasi di antara aktor. *Link* dilambangkan dalam satu garis yang menghubungkan antara aktor yang satu dan aktor lain. Adanya garis di antara aktor menunjukkan ada relasi, sebaliknya jika

antara aktor tidak ada garis, menunjukkan tidak adanya relasi (Eriyanto, 2014). Dari gambar 8. yang banyak mempunyai relasi *link* (*edge*) yaitu pasar palimo, yang mempunyai relasi ke dua ialah pasar 26 dan yang tidak mempunyai relasi *link* (*edge*) yaitu Eka, Rahmad Darmawan, Rafi, Nuki, Agus S, Asmahulhunsna, Nona, Izal, Elena, Maman, Sudirman, Arifin, Agus, Rizal, Niati, Ipung, Adam, Mamat, Edi Prayoga dan Suarno.

Jaringan dengan Pedagang Udang

Gambar 9. Jaringan Aktor Pedagang Pecel Lele dengan Penyedia Bahan Baku Udang



Ket: ■ : Aktor Pedagang Udang
 ■ : Pedagang Udang

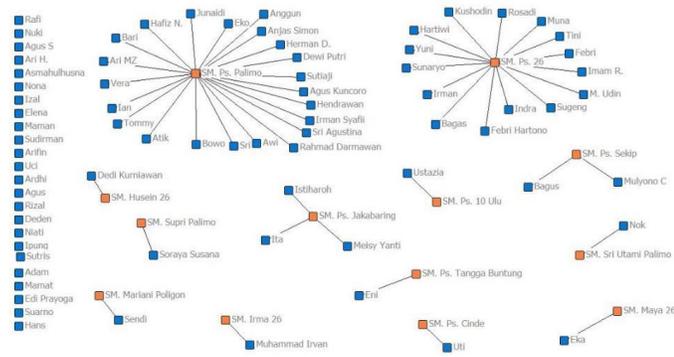
Sumber: Diolah oleh peneliti, 2019

Jaringan (*network*) secara sederhana dapat didefinisikan sebagai perangkat hubungan atau *relationship* di antara aktor-aktor sosial. Dari definisi ini, ada dua bagian penting dari analisis jaringan yaitu aktor dan hubungan di antara aktor. Aktor (*node*) berupa individu (orang). Sementara *link* (*edge*) adalah relasi di antara aktor. *Link* dilambangkan dalam satu garis yang menghubungkan antara aktor yang satu dan aktor lain. Adanya garis di antara aktor menunjukkan ada relasi, sebaliknya jika antara aktor tidak ada garis, menunjukkan

tidak adanya relasi (Eriyanto, 2014). Dari Gambar 9. menunjukkan relasi bahan baku cumi terbanyak di pasar palimo, relasi terbanyak ke dua di pasar 26 dan yang tidak mempunyai relasi *link* (*edge*) yaitu Soraya Susana, Bowo, Rahmad Darmawan, Rafi, Nuki, Agus S, Irman syafii, Ari H., M. Udin, Imam R, Asmahulhusna, Nona, Izal, Elena, Febri, Bagus, Ari Mz, Ian, Atik, Maman, Indra, Sudirman, Arifin, Tommy, Herman D, dan Irman.

Jaringan dengan Pedagang Tahu dan Tempe

Gambar 11. Jaringan Aktor Pedagang Pecel Lele dengan Penyedia Bahan Sayur-mayur



Ket: ■ : Aktor Pedagang Sayur – mayur
■ : Pedagang Sayur-mayur

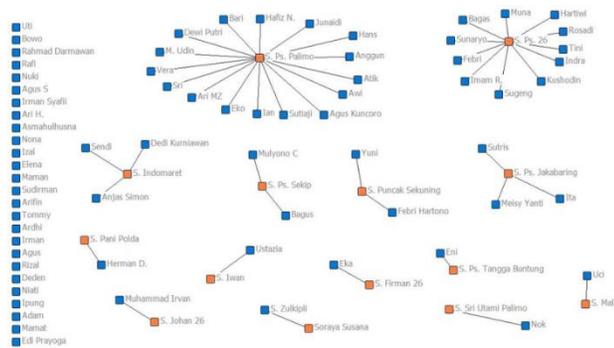
Sumber: Diolah oleh peneliti, 2019

Jaringan (*network*) secara sederhana dapat didefinisikan sebagai perangkat hubungan atau *relationship* di antara aktor-aktor sosial. Dari definisi ini, ada dua bagian penting dari analisis jaringan yaitu aktor dan hubungan di antara aktor. Aktor (*node*) berupa individu (orang). Sementara *link* (*edge*) adalah relasi di antara aktor. *Link* dilambangkan dalam satu garis yang menghubungkan antara aktor yang satu dan aktor lain. Adanya garis di antara aktor menunjukkan ada relasi, sebaliknya jika antara aktor tidak ada garis, menunjukkan

tidak adanya relasi (Eriyanto, 2014). Dari Gambar 11. menunjukkan yang banyak relasi *link* (*edge*) bahan baku sayur-mayur yaitu di Pasar palimo, yang relasi terbanyak ke dua di pasar 26 dan yang tidak punya satupun relasi yaitu Rafi, Nuki, Agus S, Ari H, Asmahulhusna, Nona, Izal, Elena, Maman, Sudirman, Arifin, Uci, Ardhi, Agus, Rizal, Deden, Niati, Ipung, Sutris, Adam, Mamat, Edi Prayoga, Suarno, dan Hans.

Jaringan dengan Pedagang Sembako

Gambar 12. Jaringan Aktor Pedagang Pecel Lele dengan Penyedia Bahan Baku Sembako



Ket: : Aktor Pedagang Sembako
 : Pedagang Sembako

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2019

Jaringan (*network*) secara sederhana dapat didefinisikan sebagai perangkat hubungan atau *relationship* di antara aktor-aktor sosial. Dari definisi ini, ada dua bagian penting dari analisis jaringan yaitu aktor dan hubungan di antara aktor. Aktor (*node*) berupa individu (orang). Sementara *link* (*edge*) adalah relasi di antara aktor. *Link* dilambangkan dalam satu garis yang menghubungkan antara aktor yang satu dan aktor lain. Adanya garis di antara aktor menunjukkan ada relasi, sebaliknya jika antara aktor tidak ada garis, menunjukkan tidak adanya relasi (Eriyanto, 2014). Dari Gambar 12 menunjukkan bahwa relasi terbanyak dalam bahan baku sembako yaitu di pasar palimo, relasi terbanyak ke dua yaitu di pasar 26 dan yang tidak mempunyai satupun relasi ialah Uti, Bowo, Rahmad Darmawan, Rafi, Nuki, Agus S, Irman Syafii, Ari H, Asmahulhusna, Nona, Izal, Elena, Maman, Sudirman, Arifin, Tommy, Deden, Niati, Ipong, Adam, Mamat, dan Edi Prayoga

Ardhi, Irman, Agus, Rizal, Deden, Niati, Ipong, Adam, Mamat, dan Edi Prayoga.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil artikel mengenai jaringan sosial pedagang pecel lele di Kota Palembang (studi di Kecamatan Ilir Barat I) dalam artikel ini adalah:

1. Analisis jaringan pada tingkat sistem dapat menggambarkan struktur jaringan. Kepadatan jaringan antar aktor pedagang pecel lele tidak tinggi yang berarti ada banyak aktor yang tidak saling mengenal. Diameter dan jarak jaringan antar aktor pedagang pecel lele relatif kecil yang memperlihatkan bahwa tingkat keeratan antar pedagang pecel lele sangat tinggi.
2. Analisis jaringan pada tingkat kelompok digunakan untuk mengidentifikasi kelompok-kelompok kecil yang ada di dalam jaringan. Terdapat sebanyak 34 komponen dalam jaringan dengan komponen terbesar memiliki ukuran

sebesar 8, komponen terkecil memiliki ukuran sebesar 1 yang terdapat sebanyak 19 komponen. Terdapat 9 klik dalam jaringan.

- Analisis jaringan pada tingkat aktor dapat menggambarkan aktor sentral yang berperan penting dalam jaringan. Aktor dengan tingkatan (*degree*) terbesar atau berpengaruh yaitu Bagus, Kushodin, Ari MZ, Ian, Atik, Maman dan Sri sedangkan aktor dengan skor terendah atau tidak berpengaruh yaitu Eka, Soraya Susana, Uti, Irman syafii, Uci, Tommy, Tini, Yuni, Hendrawan, Hartiwi, Sri Agustina, Sutiaji, Istiharoh, Anggun, Mulyono C, Eko, Anjas Simon, Junaidi, Bari, dan Hafiz N. Aktor dengan Sentralitas Kedekatan (*Closeness Centrality*) terkecil yaitu Bagus, Kushodin, Ari MZ, Ian, Atik, Maman, Sri, dan Irman. Aktor dengan Keperantaraan (*Betweenness*) tertinggi yaitu Irman dan Ari H yang menunjukkan bahwa kedua aktor tersebut berperan sebagai perantara hubungan antar aktor yang paling penting.
- Analisis jaringan aktor dengan penyedia bahan baku dilakukan untuk menggambarkan kemana paling banyak aktor pedagang pecel lele membeli bahan baku untuk usaha pecel lelenya. Bahan baku yang termasuk adalah

DAFTAR PUSTAKA

Andriawati, M. R. (2016). Jaringan Komunikasi Perantau Etnis Jawa Asal Banyuwangi di Kota Makassar terhadap Daya Tarik Daerah Tujuan dan Daerah Asal. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 225–245. <https://journal.unhas.ac.id/index.php/ka>

[reba/article/view/1895](https://journal.unhas.ac.id/index.php/ka/reba/article/view/1895)

- Cindoswari, A. R. (2016). Analisis Struktur Jaringan Komunikasi dalam Adaptasi Ekonomi, Sosial, dan Budaya pada Paguyuban Babul Akhirat di Kota Batam. *Komunikasi*, 10(2), 129–144. <https://journal.trunojoyo.ac.id/komunikasi/article/view/2517>
- Damsar. (1997). *Sosiologi Ekonomi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Damsar. (2000). Masyarakat Madani dan Perguruan Tinggi: Suatu Kajian Sosiologis. In *Indonesia Baru Menuju Masyarakat Madani*. Baitul Hikmah.
- Damsar. (2002). *Sosiologi Ekonomi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Eriyanto. (2014). *Analisis Jaringan Komunikasi*. Prenada Media Group.
- Field, J. (2010). *Modal Sosial* (Terjemahan). Kreasi Wacana.
- Hasbullah, J. (2006). *Social Capital: Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia*. MR-United Press.
- Monge, P. R., & Contractor, N. (2003). *Theories of Communication Networks*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780195160369.001.0001>
- Nadhiroh, I. M. (2015). *Jaringan Co-Authorship dan Potensi Kolaborasi Penelitian Indonesia dengan Analisis Jaringan Sosial* [Institut Pertanian Bogor]. <https://docplayer.info/29703646-Jaringan-co-authorship-dan-potensi-kolaborasi-penelitian-indonesia-dengan-analisis-jaringan-sosial-irene-muflikh-nadhiroh.html>
- Rahmawati, A., Muljono, P., & Sarwoprasodjo, S. (2016). Analisis Jaringan Komunikasi Dalam Diseminasi Informasi Produksi Dan Pemasaran Jeruk Pamelon (Communication Network Analysis in Dissemination of Pummelo Fruits

- Production and Marketing Information). *KMP: Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 14(1), 1–12.
https://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnal_kmp/article/view/13547
- Rinaldy, E., Ikhlas, D., & Utama, A. (2018). *Perdagangan Internasional: Konsep dan Aplikasi*. Bumi Aksara.
- Rogers, E. M., & Kincaid, D. L. (1981). *Communication Network: Toward A New Paradigm for Research*. The Free Press.
- Sujatmiko, E. (2014). *Kamus IPS*. Aksara Sinergi Media.
- Wasserman, S., & Faust, K. (1994). *Social Network Analysis*. Cambridge University Press.
<https://doi.org/10.1017/CBO9780511815478>