

Relasi sebagai investasi analisis jaringan sosial dalam bisnis online pakaian bekas impor = Relation as investment social network analysis in online business of import secondhand clothing

Puji Lestari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20412692&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Semakin meningkatnya penggunaan jejaring sosial sebagai media bisnis saat ini tidak berarti mampu memberikan solusi terhadap masalah-masalah yang dihadapi para pelaku bisnis online, karena kunci kesuksesan sebuah bisnis tetap saja tergantung pada cara aktor membangun relasi dengan aktor lainnya. Melalui penelitian ini akan diuraikan tentang hubungan-hubungan sosial yang dibina para aktor dalam jaringan bisnis pakaian bekas impor, yang digunakan untuk mengatasi keterbatasan-keterbatasan dalam menjalankan bisnis secara online. Secara khusus, kajian ini bertujuan untuk melihat seberapa besar peran jaringan sosial terhadap eksistensi jaringan bisnis online, dengan fokus pada interaksi dan hubungan sosial yang dibangun, dipelihara, dan dimanfaatkan para aktor dalam upaya menciptakan transaksi. Data diperoleh dari hasil wawancara dengan pedoman, baik langsung dan tidak langsung (chat), serta pengamatan terlibat. Penelitian ini dikaji menggunakan analisis jaringan sosial dan hasil kajiannya adalah pemahaman dan analisis mengenai variasi hubungan sosial dalam aktivitas bisnis online; pemanfaatan sistem referensi sosial dalam proses terciptanya transaksi; dan kekuatan kontrol informal dalam menstabilkan struktur jaringan dan menjadikannya ?investasi? untuk mengembangkan bisnis.

ABSTRACT

The increasing use of social networking as a business media is not currently means being able to give a solution to the problems are faced by actors in online businesses, because key to the success of a business still depends on how actors build relationships with other actors. Through this study will be described about the social relations are fostered by actors in the business network of import secondhand clothing, which are used to solve the limitations in operating online business. Specifically, this study aimed to see how big the role of social network to the existence of the online business network, with a focus on interactions and social relations are built, maintained, and used by actors in an effort to create a transaction. Data obtained from interview with the guideline, both directly and indirectly (chat), and participant observation. This study examined using social network analysis and the result of study is the understanding and analysis of social relation variation in the activity of online business; social reference system utilization in the process of creation of the transaction; and the strength of informal control in stabilizing the structure of the network and make it as 'investment' to grow the business.