

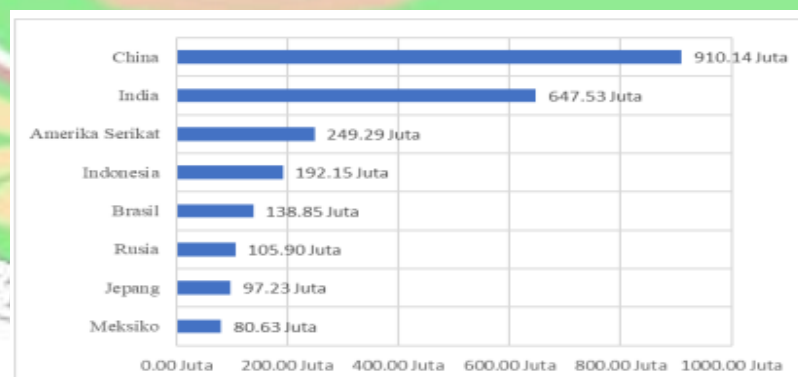
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Smartphone merupakan salah satu bentuk inovasi alat komunikasi yang mengambil alih peran komputer yang dapat melakukan banyak hal namun dalam bentuk yang lebih kecil. Fitur-fitur pendukung pada smartphone menjadi pendamping hidup bagi penggunanya guna melakukan berbagai aktivitas setiap harinya. Sehingga para produsen perusahaan smartphone saling berlomba guna memenuhi tingkat mobilitas dan konsumsi masyarakat dengan memproduksi berbagai macam smartphone. Saat ini jual beli smartphone adalah jual beli untuk kebutuhan tersier yang sudah dianggap tidak mewah lagi. Pertumbuhan *smartphone* yang pesat setiap tahunnya, mengakibatkan munculnya berbagai *smartphone*.

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki pengguna smartphone. Hal tersebut lebih jelas dapat dilihat pada gambar 1.1 berikut ini.



Gambar 1. 1 Daftar Negara yang memiliki Jumlah Pengguna Smartphone Terbesar Tahun 2022

Berdasarkan gambar 1.1 menjelaskan bahwa Indonesia berada diposisi keempat sebagai negara yang memiliki jumlah pengguna *smartphone* terbesar sebanyak 192,15 juta, populasi di Indonesia akan terus meningkat setiap tahunnya, peningkatan sehingga kebutuhan akan *smartphone* semakin banyak, pertumbuhan yang terjadi menunjukkan bagaimana industri *smartphone* mempunyai potensi yang besar dimasa yang akan datang sehingga membuka peluang bagi para pelaku bisnis maupun perusahaan.

Salah satu jual beli *smartphone* yang marak dan banyak peminatnya di Indonesia adalah iPhone yang berasal dari Perusahaan Apple Inc. Besarnya peluang dan daya serap *iphone* pada telah memberikan banyak kesempatan bagi para distributor *iphone* untuk saling bersaing menyalurkan dan memasarkan *iphone* yang telah diproduksi oleh para produsen kepada masyarakat. Tentu saja hal ini telah menciptakan suatu persaingan yang tinggi bagi para distributor *iphone*, sehingga bagi para distributor yang tak mampu bersaing secara sehat melakukan pendistribusian *iphone* secara ilegal, seperti mendistribusikan *iphone* dengan cara menghindari pajak. *Iphone* secara ilegal ini disebut dengan *iphone black market*. Hal ini memberikan keuntungan bagi para penyalur atau distributor karena dalam melakukan penetrasi pasar *iphone* kedalam masyarakat sangat cepat dan mudah.

Iphone black market sangat berbeda dengan *iphone* resmi biasa disebut dengan *iphone* legal. Karena *iphone black market* merupakan *iphone* yang diselundupkan ke dalam negeri dengan cara menghindari sistem perpajakan Negara.

Sedangkan iphone legal merupakan iphone yang didistribusikan melalui distributor yang memiliki sertifikat resmi dari Direktorat Jendral Pos dan Telekomunikasi Republik Indonesia untuk didistribusikan ke pasar yang telah memenuhi standar minimum yang telah ditentukan oleh Pemerintah. Berbeda lagi dengan jenis iphone *Refurbished* yang merupakan iphone bekas yang diperbaiki dan diperbaharui, sehingga iphone tersebut, seolah-olah menjadi iphone baru dengan status *black market* atau iphone dengan status legal.

Iphone *black market* merupakan iphone yang keadaannya mirip dengan aslinya tapi bukan original. Zaman sekarang yang paling diminati oleh masyarakat untuk iphone *black market* ini adalah iphone dengan series Iphone. Pemasaran iphone *black market* series iphone ini sudah ada dimana-mana dan diminati oleh masyarakat terlebih lagi anak-anak muda yang ingin memiliki iphone bagus dengan harga yang murah.

Pemasaran iphone *black market* pada era digital yang semakin berkembang pesat saat ini, pemasaran produk saat ini sangat mudah dengan adanya jaringan sosial seperti direkomendasikan oleh seseorang, tergabung dalam sebuah komunitas atau melalui platform online yang telah menjadi salah satu strategi yang sangat efektif untuk mempromosikan iphone *black market* ini. Platform online ini dikenal dengan sebutan *E-commerce*. Merupakan sistem pemasaran atau penjualan seperti ini bisa menjangkau seluruh dunia pada saat yang bersamaan tanpa harus mendirikan kantor cabang di semua negara. Selain itu juga bisa dilakukan 24 jam tanpa berhenti. Dengan

hanya melalui unit komputer yang terhubung ke Internet, perusahaan dapat memasarkan produk-produknya. (Arifin, 2003: 101).

Teori struktural merupakan teori yang menolak dualisme (kontradiksi) dan berupaya menemukan persamaan atau hubungan setelah konflik tajam antara struktur fungsional dan konstruktivisme fenomenologis. Giddens tidak puas dengan pandangan fungsionalisme struktural yang diyakininya terjebak dalam pandangan naturalistik. Pandangan naturalistik mereduksi aktor menjadi sebuah struktur dan kemudian memandang sejarah secara mekanis dan bukan sebagai produk argumen atas aktivitas para aktor. Namun Giddens juga tidak setuju dengan konstruktivisme fenomenologis, yang menurutnya pada akhirnya mengarah pada imperialisme subjek. Jadi dia ingin mengakhiri kedua narasi tersebut dengan menggabungkan kedua sekolah tersebut.

Pemasaran dengan strategi promosi melalui internet khususnya dengan sosial media (jejaring sosial) dapat meningkatkan penjualan secara luas dan tidak memerlukan biaya pemasaran yang mahal. Konsumen juga akan lebih mudah untuk mencari informasi mengenai produk yang ingin mereka beli karena tidak perlu tatap muka secara langsung. 7 situs sosial media terpopuler Facebook menduduki posisi pertama lalu disusul Whatshapp, Line, Twitter, Instagram, Tiktok, Telegram. Tetapi juga memungkinkan bahwa konsumen mengetahui iphone *black market* dari teman mereka yang merekomendasikan iphone *black market* tersebut.

Tabel 1. 1 Estimasi dan Realisasi Penjualan Toko Iphone Per Bulan di Padang Per Unit

No.	Toko	Estimasi Penjualan/Bulan		
		2021	2022	2023
1.	Phone Store A	600	660	520
2.	Phone Store B	800	880	694
3.	Phone Store C	400	440	312
4.	Phone Store D	550	605	429
5.	Phone Store D	570	685	352

Sumber : Observasi awal

Tabel diatas merupakan estimasi penjualan Iphone Black Market di Kota Padang, ini disampaikan oleh beberapa toko terkait yang menjual Iphone Inter. Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa minat dari masyarakat Kota Padang terhadap teknologi terutama Iphone memiliki angka yang tinggi, dengan kebutuhan masing-masing masyarakat penjualan Iphone di setiap bulannya. Salah satu kelompok yang menjadi target pasar yang potensial adalah Generasi Z atau yang sering disebut sebagai digital native. Di Sumatera Barat, Generasi Z merupakan kelompok yang aktif menggunakan teknologi digital, khususnya dalam hal penggunaan iphone. Hal ini dapat dilihat lebih jelas pada tabel 1.1 berikut ini:

Tabel 1. 2 Persentase *Trend User Iphone* dan *Android* Berdasarkan Wilayah

No.	Wilayah	Persentase	
		Iphone	Android
1.	Bali	81	19
2.	Maluku Utara	78	22
3.	Sulawesi Selatan	76	24
3.	Kepulauan Riau	75	25
4.	Papua Barat	75	25
5.	Kalimantan Utara	74	26
6.	Sulawesi Utara	73	27
7.	Daerah Istimewa Yogyakarta	73	27
8.	Daerah Khusus Ibukota Jakarta	73	27
9.	Sulawesi Tengah	73	27
10.	Sulawesi Tenggara	73	27
11.	Aceh	73	27
12.	Sulawesi Barat	73	27
13.	Maluku	73	27
14.	Kalimantan Timur	72	28
15.	Papua	72	28
16.	Sumatera Barat	72	28
17.	Sumatera Selatan	72	28
18.	Nusta Tenggara Barat	71	29
19.	Bengkulu	71	29
20.	Kalimantan Selatan	70	30
21.	Gorontalo	70	30
22.	Sumatera Utara	70	30
23.	Jambi	70	30
24.	Jawa Timur	69	31
25.	Kalimantan Tengah	69	31
26.	Banten	69	31
27.	Riau	69	31
28.	Jawa Tengah	69	31
29.	Kalimantan Barat	69	31
30.	Jawa Barat	68	32
31.	Lampung	68	32
32.	Kepualauan Bangka Belitung	67	33
33.	Nusta tenggara Timur	65	35

Sumber: trends.google.co.id Tahun 2024

Berdasarkan tabel 1.1 diatas, dapat diketahui bahwa dalam penggunaan *smartphone* di seluruh Indonesia, Provinsi Sumatera Barat terletak pada urutan ke-16 dalam persentase Iphone dan Android yaitu dengan persentase penggunaan Iphone 72% dibandingkan dengan Android yaitu 28%. Hal tersebut, dapat dikatakan bahwa penduduk Provinsi Sumatera Barat ini memiliki minat penggunaan iphone yang lebih tinggi dibandingkan penggunaan Android.

Terdapat dalam surveinya APJII juga menjelaskan bahwa secara garis besar masyarakat Indonesia menggunakan Internet melalui perangkat *smartphone*, penggunaan *smartphone* erat kaitannya dengan media sosial yang hampir sebagian besar dimiliki oleh para pengguna *smartphone*. 51,5% masyarakat Indonesia menjelaskan bahwa mereka menggunakan internet untuk mengakses media sosial dan 32,9% penduduk lainnya menggunakan internet untuk berkomunikasi melalui pesan teks. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2020).

Pada tahun 2020, iOS (Iphone Operating System) memiliki pangsa pasar sistem operasi seluler di seluruh dunia sebesar 26,28%, naik dari 22,71% pada tahun sebelumnya. Terlepas dari pertumbuhan ini, Android masih mendominasi pasar dengan 73,06%. Tahun 2021 mengalami peningkatan 50,4% dalam pengiriman iPhone pada tahun 2021, dengan 55,2 juta iPhone dikirim pada kuartal pertama saja. Sementara, awal tahun 2022 ini berdasarkan laporan dari perusahaan riset Data Reportal mengatakan bahwa jumlah perangkat seluler yang terkoneksi di Indonesia

mencapai 370,1 juta. Jumlah tersebut meningkat jauh dari periode yang sama di tahun sebelumnya (Goodstats, 2022).

Dengan memanfaatkan modal sosial, perusahaan dapat menggunakan masyarakat sebagai agen pemasaran yang efektif melalui metode word-of-mouth (Pemasaran Mulut ke Mulut). Kualitas produk, kepuasan pengguna, dan pengalaman positif dapat dengan cepat dibagikan dan dikomunikasikan oleh satu orang kepada yang lainnya mereka melalui platform online. Dalam hal ini, masyarakat berperan sebagai influencer yang memiliki pengaruh besar dalam mempengaruhi keputusan pembelian produk smartphone.

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian ini menarik dilakukan karena meningkatnya trend usaha dan kebutuhan akan teknologi yaitu iphone. Masyarakat khususnya remaja-remaja yang ingin menunjang penampilan dengan memiliki iphone bagus tetapi dengan budget yang terbilang murah maka timbullah sebuah iphone *black market*. Dengan demikian, peneliti dapat merumuskan masalah yaitu **Bagaimana Interaksi Dualitas Dalam Pemasaran Iphone *Black Market* di Kota Padang?**

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah mendeskripsikan interaksi dualitas agen dan struktur dalam pemasaran iphone *black market* di Kota Padang.

1.3.2 Tujuan Khusus

- a. Mendeskripsikan faktor sosial constraining (membatasi) dalam pemasaran *iphone black market* di Kota Padang.
- b. Mendeskripsikan faktor social enabling (memungkinkan) dalam pemasaran *iphone black market* di Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademik

Agar bisa membongkar penyelupan Iphone Black Market dalam kerangka teori Anthony Giddens.

1.4.2 Manfaat Praktis

Mengembangkan penalaran, membentuk pola pikir dinamis, sekaligus untuk mengetahui kemampuan penulis dalam menerapkan ilmu yang diperoleh.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.4 Dualitas Agen Dengan Struktur

Agen merupakan seseorang atau badan usaha yang di tunjuk dan di beri wewenang atau kuasa yang melakukan suatu transaksi sebagai perantara produsen dan konsumen, yang disebut agen adalah orang-orang yang terlibat dalam arus kontinu tindakan (Priyono 2002: 19). Giddens (1984) melihat agen sebagai “pelaku dalam praktik sosial”, agen dapat dilihat sebagai individu perorangan ataupun sebagai kelompok.

Sedangkan konsep struktur, Giddens menyatakan bahwa struktur bukanlah benda, melainkan suatu skemata yang hanya tampil melalui praktik sosial. Berdasarkan Kamus Sociology Antropology (2001:319) menyatakan bahwa struktur sosial adalah konsep perumusan asas-asas hubungan antar individu dalam kehidupan masyarakat yang merupakan pedoman bagi tingkah laku individu. Struktur adalah aturan dan sumber daya yang terbentuk dari dan memediasi perulangan praktik sosial. Dualitas struktur terletak pada proses dimana "struktur sosial merupakan hasil 'outcome' dan sekaligus menjadi sarana 'medium' praktik sosial (Giddens 1979: 5). Artinya, dualitas agen dan struktur terletak dalam fakta bahwa suatu struktur yang menjadi prinsip praktik-praktik sosial di berbagai tempat dan waktu adalah merupakan suatu hasil perulangan dan terus-menerus dari berbagai praktik sosial yang kita lakukan, dan sebaliknya, struktur menjadi medium bagi berlangsungnya praktik sosial kita (Priyono 2002: 22). Agen dan struktur melakukan interaksi yang saling mempengaruhi satu sama lain. Inilah yang disebut dualitas struktur.

Pertama dan terutama harus disajikan teori strukturasi. Sebagaimana sudah disebut, hubungan antara pelaku (tindakan) dan struktur berupa relasi dualitas, bukan dualisme. Dualitas itu terjadi dalam “praktik sosial yang berulang dan terpola dalam lintas ruang dan waktu.” Giddens menyebut skemata itu struktur. Dari berbagai prinsip struktural yang ada, Giddens mencoba melihat tiga gugusan besar struktur: pertama, struktur penandaan atau signifikansi yang menyangkut skemata simbolik pemaknaan, penyebutan dan wacana. Kedua, struktur penguasaan atau dominasi yang

mencakup skemata penguasaan atas orang dan barang. Ketiga, struktur pembenaran atau legitimasi yang menyangkut skemata peraturan normatif, yang terungkap dalam tatanan hukum.

Terdapat dua tema sentral yang menjadi poros pemikiran Giddens sendiri, yaitu hubungan antara struktur (structure) dan pelaku (agency), serta sentralitas ruang (space) dan waktu (time).

Pertama, hubungan pelaku dan struktur. Mengatakan bahwa pelaku berbeda dengan struktur sama dengan mengatakan sesuatu yang sudah jelas. Begitu pula mengatakan bahwa struktur terkait dengan pelaku, dan sebaliknya, tidak menyatakan banyak hal. Masalah mendasar terletak dalam pertanyaan berikut. Perbedaan (atau kaitan) pelaku dan struktur itu berupa dualism (tegangan atau pertentangan) atau dualitas (timbang balik)

1.5.2 Iphone *Black Market*

Iphone *black market* merupakan iphone yang diselundupkan dengan menghindari sistem perpajakan negara dan perdagangan ini bersifat ilegal dikarenakan perdagangan ini termasuk perdagangan yang tidak resmi serta melanggar hukum suatu negara. Iphone ini tidak diberikan garansi resmi dikarenakan smartphone ini dijual secara ilegal yang dimana barang tersebut tidak masuk melalui jalur resmi dan tidak dijual oleh distributor resmi.

Perbandingan antara iphone asli dengan iphone *black market*:

a. Kotak kemasan iphone

Pada iphone asli, kotak kemasan iphone tersebut dibungkus (wrapping) oleh plastik berlogo merk iphone diseluruh bagiannya, sementara untuk versi black market tidak. Andapun ada, wrapping plastik yang digunakan hanya berlogo sebagian, tidak keseluruhan. Selain itu, kotak kemasan yang asli terbuat dari kertas daur ulang dengan serat halus dan berwarna coklat agak gelap dan lebih tebal dibandingkan versi black market. Sedangkan untuk kotak kemasan iphone black market tidak menggunakan kertas daur ulang berserat, sehingga warnanya pucat cenderung pucat atau coklat terlalu gelap.

b. Fisik Iphone

Dari sisi fisik atau tampilan iphone, antara yang asli dan black market memang tampak sama, bahkan sangat sulit untuk membedakannya. Namun ketika sudah memegang iphone tersebut, maka akan jelas terasa perbedaannya. Versi supercopy (black market) akan terasa lebih berat, kasar, dan kesan plastiknya sangat terasa. Jika pada iphone asli, logo akan terasa lebih lembut, sedangkan versi supercopy terasa kasar dan timbul. Saat membuka casing belakang, akan terlihat kondisiudukan baterai, hologram pada baterai terlihat lebih kasar karena dibuat asal-asalan.

c. International Mobile Station Equipment Identity (IMEI)

Iphone asli pasti mencantumkan nomor IMEI dibagian belakang iphone, sedangkan iphone supercopy yang diproduksi dan diedarkan biasanya tidak mencantumkan nomor IMEI. IMEI terdiri dari 15 digit angka dan berfungsi sebagai pembawa informasi tentang ponsel, seperti pabrik pembuat ponsel, model ponsel.

d. Kamera iphone

Salah satu elemen yang sulit ditiru oleh iphone supercopy yang bersifat black market adalah resolusi kamera. Seperti contoh iphone asli Samsung Galaxy S5 memiliki resolusi kamera 16 MP, sedangkan supercopy biasanya tidak lebih dari 13 MP. Tentu gambar yang dihasilkan juga sangat jauh berbeda kualitasnya ini karena rata-rata kualitas kamera iphone supercopy adalah digital VGA.

e. Prosesor

Prosesor merupakan kunci yang paling membedakan antara iphone asli dan iphone supercopy. Hampir semua iphone supercopy menggunakan prosesor buatan Media Tek yang pastinya lebih murah dibanding buatan Qualcomm. iphone supercopy juga biasanya masih menjalankan Operating System OS Android 4.2 Jelly Bean, walaupun tidak menutup kemungkinan akan ada yang berjalan pada OS Android 4.4 KitKat. Untuk iphone iPhone, OS yang biasa digunakan ialah OS android. Sedangkan iphone Iphone asli sistem yang digunakan ialah operasi iPhone iOS atau disingkat iOS. Selain

itu, RAM yang biasa digunakan oleh iPhone Supercopy hanya 1GB saja, sedangkan untuk memori internal pun biasanya hanya berkapasitas 2GB.

f. Konektivitas

Untuk melihat perbandingan iPhone asli dengan black market juga bisa dilihat dari konektivitas perangkat terhadap komputer atau laptop. Jika iPhone asli disambungkan dengan komputer maka biasanya akan terdeteksi, namun iPhone black market ada yang terdeteksi dan tidak terdeteksi.

g. Kode Negara (Nomor Model)

Di seluruh perangkat iPhone, terdapat kode negara atau kode region yang menunjukkan lokasi perangkat tersebut dibuat. iPhone dari iBox memiliki kode negara atau kode region Indonesia, yaitu PA/A, ID/A, dan FE/A. Sementara iPhone Inter memiliki kode negara yang berbeda karena dibeli dari luar negeri.

1.5.4 Tinjauan Sosiologis

Penelitian ini menggunakan teori strukturasi Giddens. Anthony Giddens membedakan dua jenis struktur: aturan dan sumber daya. Aturan berarti prosedur yang dapat diikuti seseorang dalam kehidupan nyata. Dalam beberapa kasus, interpretasi aturan tersebut dapat berbentuk dokumen tertulis, misalnya undang-undang atau peraturan birokrasi. Aturan struktural dibuat oleh anggota masyarakat dan dapat diubah melalui tindakan. Jenis kedua, sumber daya, juga muncul sebagai hasil dari aktivitas manusia dan dapat dimodifikasi oleh manusia. Teori strukturasi

berusaha mempelajari pandangan-pandangan dualisme antara obyektivisme dan subyektivisme dalam teori sosial, namun harus dikonseptualisasikan kembali sebagai dualitas-dualitas struktur. Meskipun teori ini mengakui peran penting „perubahan linguistik“, ia bukanlah satu versi hermeneutika atau sosiologi interpretative. Meskipun juga mengakui bahwa masyarakat bukanlah kreasi subjek-subjek individual, namun ia jauh dari konsepsi apapun dalam sosiologi struktural. Usaha merumuskan suatu pandangan koheren tentang agensi manusia dan tuntutan struktur merupakan usaha konseptual yang tidak sedikit (Giddens, 2010).

Pada teori strukturasi, isu-isu yang menjadi perhatian utama adalah yang berhubungan dengan hakikat tindakan sosial dan tindakan itu sendiri, bagaimana interaksi itu dikonseptualisasikan dan hubungannya dengan lembaga-lembaga kemudian memahami konotasi-konotasi praktis analisis sosial. Maksudnya, focus pada pembahasan ini adalah usaha agency manusia sekaligus lembaga-lembaga sosial (Giddens, 2004:xx). Menurut teori strukturasi, bukanlah pengalaman actor individual atau bentuk-bentuk kesatuan sosial tertentu, melainkan praktik sosial yang diatur melintasi ruang dan waktu (Giddens, dalam Ritzer, 2003:507). Tampak sekali bahwa maksud dari teori strukturasi ini adalah berusaha untuk mengintegrasikan antara agen dengan struktur. Hubungan mereka bukanlah sebuah hubungan apa yang mempengaruhi apa maupun apa dipengaruhi apa. Namun, strukturasi didasarkan pada proposisi bahwa struktur itu selalu membebaskan dan mengekang (enabling dan constraining), begitu pula dengan agen, agensi dan kekuasaan.

Teori ini menyatakan bahwa manusia adalah proses mengambil dan meniru beragam sistem sosial. Dengan kata lain, tindakan manusia adalah sebuah proses memproduksi dan mereproduksi sistem-sistem sosial yang beraneka ragam. Interaksi antar individu dapat menciptakan struktur yang memiliki range dari masyarakat yang lebih besar dan institusi budaya yang lebih kecil yang masuk dalam hubungan individu itu sendiri. Individu yang menjadi komunikator bertindak secara strategis berdasarkan pada peraturan untuk meraih tujuan mereka dan tanpa sadar menciptakan struktur baru yang mempengaruhi aksi selanjutnya. Hal ini karena pada saat individu itu bertindak dalam rangka memenuhi kebutuhannya, tindakan tersebut menghasilkan konsekuensi yang tidak diinginkan (*unintended consequences*) yang memapankan suatu struktur sosial dan mempengaruhi tindakan individu itu selanjutnya.

Struktur dinyatakan seperti hubungan pengharapan, kelompok peran dan norma-norma, jaringan komunikasi dan institusi sosial dimana keduanya berpengaruh dan dipengaruhi oleh aksi sosial. Struktur memfasilitasi individu dengan aturan yang membimbing tindakan mereka. Akan tetapi, tindakan mereka juga bertujuan untuk menciptakan aturan-aturan baru dan mereproduksi yang lama. Teori strukturasi memandang, bahwa masyarakat manusia atau sistem-sistem sosial, terus terang tidak akan ada tanpa agensi manusia, namun bukan berarti aktor-aktorlah yang menciptakan sistem sosial, aktor-aktor mereproduksi atau mengubahnya dengan jalan menata kembali apa yang telah ada dalam kontinuitas praksis (Giddens, 2010:212).

Manusia menurut teori ini yaitu agen pelaku bertujuan yang memiliki alasan-alasan atas aktivitas-aktivitasnya dan mampu menguraikan alasan itu secara berulang-ulang. Aktivitas-aktivitas sosial manusia ini bersifat rekursif dengan tujuan agar aktivitas-aktivitas sosial itu tidak dilaksanakan oleh pelaku-pelaku sosial tetapi diciptakan untuk mengekspresikan dirinya sebagai aktor/pelaku secara terus menerus dengan mendayagunakan seluruh sumberdaya yang dimilikinya. Melalui aktivitas-aktivitasnya, agen-agen mereproduksi kondisi-kondisi yang memungkinkan dilakukannya aktivitas-aktivitas itu. Tindakan manusia diibaratkan sebagai suatu arus perilaku yang terus menerus seperti kognisi.

Strukturasi mengandung tiga dimensi, yaitu sebagai berikut:

1. Pemahaman (interpretation / understanding), yaitu menyatakan cara agen memahami sesuatu.
2. Moralitas atau arahan yang tepat, yaitu menyatakan cara bagaimana seharusnya sesuatu itu dilakukan.
3. Kekuasaan dalam bertindak, yaitu menyatakan cara agen mencapai suatu keinginan.

Tiga dimensi strukturasi ini mempengaruhi tindakan agen. Tindakan agen diperkuat oleh struktur pemahaman, moralitas, dan kekuasaan. Dalam hal ini agen menggunakan aturan-aturan untuk memperkuat tindakannya. Dalam satu kelompok yang telah terbentuk strukturnya, masing-masing individu saling membicarakan satu topik tertentu. Dalam strukturasi, hal ini tidaklah direncanakan dan merupakan

konsekuensi yang tidak diharapkan dari perilaku anggota-anggota kelompok. Norma atau aturan yang ada diinterpretasi oleh tiap individu dan menjadi arahan tingkah laku mereka. Kekuatan yang mereka miliki memungkinkan mereka untuk mencapai tujuan dan mempengaruhi tindakan orang lain.

Anthony Giddens menggambarkan sifat sistem dan institusi sosial. Menurut sosiolog, sistem sosial adalah contoh hubungan sosial yang ada pada waktu dan tempat tertentu. Perlu juga dicatat bahwa negara bagian dan birokrasi dipandang sebagai pola perilaku yang berlangsung selama periode waktu tertentu. Dalam hal dualitas struktural, sistem dan institusi berhubungan dengan aktivitas manusia. Sosiolog biasanya menyebut mereka sebagai agen untuk menekankan posisi aktif mereka.

1.5.4 Penelitian Relevan

Suatu penelitian memerlukan dukungan dari penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian tersebut. Hal ini dikarenakan hasil penelitian terdahulu berfungsi sebagai bahan perbandingan serta acuan dalam pelaksanaan penelitian yang hendak dilaksanakan. Dari hasil pengamatan serta pencarian yang dilakukan oleh peneliti ditemukan beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian yang dijalankan, yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. 3 Penelitian Relevan

No	Penelitian	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1	Leghi Syam Surya. 2017. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar	Jual beli iphone blackmarket ditinjau dari perspektif ekonomi islam di Kota Makassar	Mekanisme pelaksanaan jual beli iphone black market yang ada di kota Makassar melalui system pesan online ataupun langsung mendatangi tempat tersebut, serta melalui beberapa tiga tahapan yaitu penawaran, pengecekan barang, dan pembayaran.	- Meneliti tentang iphone blackmarket - Metode penelitian kualitatif	- Perspektif kajian - Lokasi serta tahun penelitian berbeda
2	Rika Amalia Putri. 2022. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya	Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan iphone pada toko Dunia Cell di Kota Surabaya	Langkah-langkah Strategi SO yang harus lebih diperhatikan adalah meningkatkan produk yang berkualitas, meningkatkan keberagaman produk, dan lebih responsive terhadap permintaan pelanggan. Toko Dunia Cell dapat meningkatkan peluang yang ada dengan memanfaatkan ekonomi yang	- meneliti pemasaran iphone metode penelitian kualitatif	-Penelitian berfokus kepada iphone asli - lokasi serta tahun berbeda

			mulai tumbuh stabil, banyaknya orang yang mencari iphone karena dibutuhkan untuk syarat masuk ke lokasi tertentu, dan banyaknya penduduk usia muda maupun tua yang tertarik akan iphone		
3	Herman Dwi Susilo. 2015. Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta	Jual beli iphone di Pasar Gelap	Jual beli iphone di pasar gelap terdapat peluangkecurangan yang besar yang bisadilakukan oleh penjual. Hal ini menjadi salah satu sebab mengapa metode jual beli ini dilarang. Faktor rendahnya kesadaran dan kepatuhan masyarakat terhadap hukum membuat praktek jual beli iphone ini masih saja dilakukan.	- meneliti Iphone pasar gelap - metode penelitian kualitatif	-fokus penelitian berbeda - lokasi serta tahun berbeda

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Pendekatan Penelitian

Metode penelitian adalah cara yang dilakukan oleh peneliti untuk memecahkan suatu masalah dan mencari jawaban atas pertanyaan penelitiannya. Dalam penelitian ini, pendekatan yang akan digunakan adalah pendekatan penelitian kualitatif. Pendekatan penelitian kualitatif merupakan metode penelitian ilmu-ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan manusia serta peneliti tidak berusaha menghitung atau mengkuantifikasikan data kualitatif yang telah diperoleh dengan demikian tidak menganalisis angka-angka (Afrizal, 2014: 13). Pada penelitian ini peneliti akan mencari jawaban bagaimana suatu konsultan bisnis yaitu Monoca Collective memanfaatkan jaringan sosial yang mereka punya dalam menjalankan bisnis mereka, termasuk bentuk-bentuk jaringan sosial yang mereka miliki serta bagaimana bentuk pemanfaatan jaringan sosial yang mereka lakukan. Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian tipe deskriptif, yang mana peneliti mendeskripsikan suatu fenomena yang berkaitan dengan masalah dan unit yang diteliti. Penggunaan pendekatan ini akan memberikan peluang kepada peneliti untuk mengumpulkan sejumlah data yang bersumber dari wawancara, catatan lapangan, foto-foto, dokumen pribadi, catatan dan dokumen resmi guna menggambarkan subjek penelitian (Moleong, 1998: 6). Peneliti menggunakan penelitian kualitatif tipe deskriptif dengan tujuan untuk mendeskripsikan bagaimana bentuk jaringan sosial

tentang pemasaran iphone black market yang dilakukan oleh produsen atau penjual dalam menjalankan suatu bisnis dan bagaimana bentuk pemanfaatan jaringan sosial yang mereka lakukan, serta memperoleh gambaran mendalam, faktual, dan akurat mengenai data yang didapatkan di lapangan, baik itu berupa hasil wawancara, catatan lapangan, dan foto-foto.

1.6.2 Informan Penelitian

Informan penelitian merupakan orang yang memberikan informasi baik tentang dirinya maupun orang lain atau suatu kejadian atau suatu hal kepada peneliti atau pewawancara (Afrizal 2014:139). Informan dibutuhkan oleh peneliti untuk mendapatkan data serta informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Teknik yang digunakan dalam menentukan informan dalam memperoleh data untuk penelitian ini yaitu menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel didasarkan atas tujuan tertentu yakni menetapkan kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh orang akan dijadikan informan. Dalam penelitian kualitatif ada dua kategori informan yang akan digunakan, Afrizal (2014:139) telah membagi informan menjadi dua kategori yaitu :

1. Informan pelaku yaitu informan yang memberikan keterangan terkait dirinya, terkait perbuatannya, pikirannya, dan interpretasinya atau pengetahuannya.

Informan Pelaku pada penelitian ini adalah pada penelitian ini adalah perusahaan, institusi, agen maupun kelompok atau individu yang menjual iphone *black market*.

2. Informan pengamat yaitu informan yang memberikan informasi tentang orang lain atau suatu kejadian/hal kepada peneliti. Informan pengamat ini dapat dikatakan sebagai orang yang tidak diteliti melainkan mengetahui tentang orang yang diteliti atau dapat juga disebut sebagai saksi suatu kejadian atau pengamat lokal. Informan pengamat adalah masyarakat khususnya mahasiswa yang membeli iphone *black market* di Kota Padang.

1.6.3 Data yang Diambil

Pada penelitian kualitatif data yang diambil yaitu berupa kata-kata (lisan atau tulisan) dan perbuatan-perbuatan manusia tanpa ada usaha peneliti untuk menghitung atau mengkuantifikasikan data tersebut (Afrizal, 2016:17). Dalam penelitian ini, data diperoleh melalui dua sumber, dalam penelitian kualitatif terdapat dua sumber data yaitu (Sugiyono, 2017: 104).

1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang langsung didapat dari informan penelitian. Data yang diperoleh yaitu berupa informasi dari informan seperti hasil wawancara yang dilakukan dalam penelitian. Dalam penelitian ini data primer yang akan diperoleh oleh peneliti yaitu hasil wawancara dengan para informan.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data berupa dokumen yang berisi informasi yang dibutuhkan tentang penelitian. Pada penelitian ini data sekunder diperoleh peneliti

perusahaan, institusi, kelompok atau individu yang menjual iphone *black market* yang berkaitan dengan bagaimana pemasaran iphone *black market* di Kota Padang

1.6.4 Teknik Pengumpulan Data

Peneliti yang menggunakan metode penelitian kualitatif menggunakan teknik pengumpulan data untuk mendapatkan kata-kata dan perbuatan manusia sebanyak-banyaknya. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi dan wawancara mendalam (*in-depth interview*) Pengertian wawancara mendalam dan observasi yaitu sebagai berikut :

1. Wawancara mendalam

Wawancara mendalam merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah , artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban diberikan oleh yang diwawancarai. Wawancara mendalam adalah sebuah wawancara tanpa alternatif jawaban yang dilakukan untuk mendalami informasi dari serang informan (Afrizal, 2014 :136). Teknik wawancara yang dilakukan adalah wawancara tak berstruktur, artinya yaitu peneliti melakukan wawancara berdasarkan pertanyaan yang umum kemudian dikembangkan ketika melakukan wawancara atau setelah selesai melakukan wawancara. Dalam penelitian ini yang akan diwawancarai adalah konsumen atau pembeli iphone *black market* di Kota Padang perusahaan, institusi, kelompok atau individu yang menjual iphone *black market*.

Tahapan yang dilakukan dalam wawancara ini adalah dengan membuat kesepakatan dengan informan terkait, tentukan jadwal wawancara yang dilakukan dan juga menanyakan beberapa pertanyaan terkait Iphone *Black Market*. Jika wawancara pertama tidak selesai atau pertanyaan penelitian belum terjawab, maka perlu diadakan negosiasi antara peneliti dan informan terhadap mengatur kembali jadwal wawancara untuk menyelesaikan wawancara dan menjawab semua daftar pertanyaan penelitian. Teknik wawancara mendalam ini menggunakan pedoman wawancara buku catatan lapangan pena, recorder/alat perekam, dan juga kamera untuk pengambilan foto dan video untuk menyimpan hasil wawancara mendalam. Pada penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam dikarenakan dapat terlaksana secara leluasa dan mendalam dengan para informan yang telah dipilih oleh peneliti berdasarkan tolak ukur yang sudah ditentukan sesuai dengan tujuan penelitian.

2. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan secara langsung pada objek yang diteliti dengan menggunakan panca indra. Dengan observasi kita dapat memanfaatkan panca indra untuk mengetahui, melihat, mendengar dan merasakan apa yang sebenarnya terjadi di lapangan. Teknik observasi bertujuan untuk mendapatkan data yang dapat menjelaskan atau menjawab permasalahan penelitian. Teknik observasi yang akan dilakukan dalam penelitian ini yaitu *participant as observer* dimana dalam melakukan kegiatannya peneliti memberitahukan maksud dan tujuan kedatangan kepada kelompok yang diteliti

(Ritzer, 2002:74). Peneliti akan melakukan observasi langsung dan mengamati bagaimana produsen atau penjual memanfaatkan jaringan sosial yang mereka miliki untuk mendapatkan konsumen.

Observasi dilakukan peneliti dimulai pada tahun 2024 di bulan Februari, ketika peneliti turun ke lapangan peneliti berkunjung langsung ke sebuah toko yang menjual Iphone *Black Market* yang berada dipadang. Pada saat di toko tersebut peneliti disambut dengan baik oleh karyawan dan pemilik toko. Pengamatan atau observasi ini dilakukan bersamaan pada saat peneliti melakukan wawancara dengan beberapa informan.

Selain mengamati interaksi, peneliti juga mengamati kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh karyawan toko tersebut, seperti kegiatan yang dilakukan setiap harinya pada saat di toko. Bersamaan saat peneliti melakukan wawancara dengan pemilik toko, karyawan, dan juga pengunjung.

1.6.5 Unit Analisis

Unit analisis berhubungan dengan pemilihan siapa dan apa yang akan diteliti dalam upaya memahami permasalahan yang menjadi tujuan penelitian (Satori, 2009: 48). Unit analisis dapat berupa individu, masyarakat, lembaga (keluarga, perusahaan, organisasi, negara, dan komunitas). Dalam penelitian ini yang menjadi unit analisis adalah kelompok, yaitu *Iphone Black Market*, karena penelitian ini akan mengkaji bagaimana jaringan sosial menjalankan sebuah usaha pemasaran iphone *black market*.

1.6.6 Analisis Data

Analisis data merupakan proses pengujian sistematis terhadap data untuk menentukan bagian-bagiannya, hubungan di antara bagian-bagian, dan hubungan dengan bagian-bagian itu dengan keseluruhannya dengan mengkategorikan data dan mencari hubungan antara kategori. Analisis data merupakan aktivitas yang terus menerus dilakukan dalam melakukan penelitian kualitatif (Afrizal, 2014: 176). Analisis data akan dilakukan secara terus menerus sejak awal penelitian dan selama penelitian berlangsung, mulai dari pengumpulan data sampai pada tahap penulisan data. Dalam hal ini analisis data yang akan dilakukan adalah analisis data kualitatif menggunakan prinsip yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman. Miles dan Huberman membagi analisis data dapat dikategorikan menjadi tiga tahap secara garis besar, yaitu tahap :

1. Kodifikasi Data

Peneliti menulis ulang catatan lapangan yang dibuat ketika melakukan wawancara kepada informan. Kemudian catatan lapangan tersebut diberikan kode atau tanda untuk informasi yang penting. Sehingga peneliti menemukan mana informasi yang penting dan tidak penting. Informasi yang penting yaitu informasi yang berkaitan dengan topik penelitian, sedangkan data yang tidak penting berupa pernyataan informan yang tidak berkaitan. Hasil dari kegiatan tahap pertama adalah diperolehnya tema-tema atau klasifikasi dari hasil penelitian. Tema-tema atau klasifikasi itu telah mengalami penanaman oleh peneliti (Afrizal, 2014: 178).

2. Tahap Penyajian Data

Sebuah tahap lanjutan analisis dimana peneliti menyajikan temuan penelitian berupa kategori atau pengelompokan. Miles dan Huberman menganjurkan untuk menggunakan matrix dan diagram untuk menyajikan hasil penelitian agar lebih efektif (Afrizal, 2014: 179). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan matrix atau tabel dalam menyajikan hasil analisis data.

3. Menarik Kesimpulan

Menarik kesimpulan merupakan tahap lanjutan dimana pada tahap ini peneliti menarik kesimpulan dari temuan data. Ini adalah interpretasi penulis atas temuan dari suatu wawancara atau dokumen. Setelah kesimpulan diambil, peneliti kemudian mengecek lagi kesahihan interpretasi dengan cara mengecek ulang proses coding dan penyajian data untuk memastikan tidak ada kesalahan yang dilakukan (Afrizal, 2014: 180). Dalam penelitian ini peneliti akan menarik kesimpulan dari hasil temuan data primer dan data sekunder serta menganalisisnya dengan teori yang digunakan, lalu mengecek ulang proses *coding* dan penyajian data untuk memastikan tidak ada kesalahan yang dilakukan.

1.6.7 Definisi Operasional Konsep

Ada beberapa konsep yang dipakai dalam penelitian ini, karena itu perlu diberikan batasan untuk mempermudah peneliti memahaminya. Definisi konsep ini merupakan informasi ilmiah yang membantu peneliti dalam mengukur variabel yang

digunakan. Untuk menghindari kerancuan dalam pemakaian konsep, maka perlu didefinisikan konsep-konsep yang dimaksudkan adalah :

1. Jaringan sosial adalah hubungan-hubungan yang tercipta antar banyak individu dalam suatu kelompok ataupun antar suatu kelompok dengan kelompok lainnya.
2. Pemasaran merupakan kegiatan menyeluruh dan terencana yang dilakukan oleh suatu perusahaan, institusi, kelompok atau bahkan individu dalam melakukan berbagai upaya agar mampu memenuhi permintaan pasar atau konsumen.
3. *Iphone Black Market* merupakan iphone yang diselundupkan dengan menghindari sistem perpajakan negara dan perdagangan ini bersifat ilegal dikarenakan perdagangan ini termasuk perdagangan yang tidak resmi serta melanggar hukum suatu negara.

1.6.8 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yaitu lokasi dari sebuah penelitian, dia merupakan tempat dimana penelitian akan dilakukan (Afriзал 2007, 128). Lokasi dari penelitian ini di Kota Padang. Kota Padang dipilih sebagai lokasi penelitian karena terdapat banyaknya peredaran *Iphone black market*.

1.6.9 Jadwal Penelitian

Jadwal penelitian ini dibuat sebagai pedoman dalam pelaksanaan penelitian. Oleh karena itu, tujuan membuat jadwal penelitian agar penelitian ini berjalan dengan

efektif dan efisien. Adapun rancangan jadwal penelitian sebagai pedoman sesuai dengan tabel di bawah ini:

Tabel 1. 4 Jadwal Penelitian

No	Nama Kegiatan	2024					
		Jan	Feb	Maret	Apr	Mei	
1	Survey Awal						
2	Pengumpulan Data						
3	Analisis Data						
4	Penulisan Laporan Skripsi						
5	Ujian Skripsi						