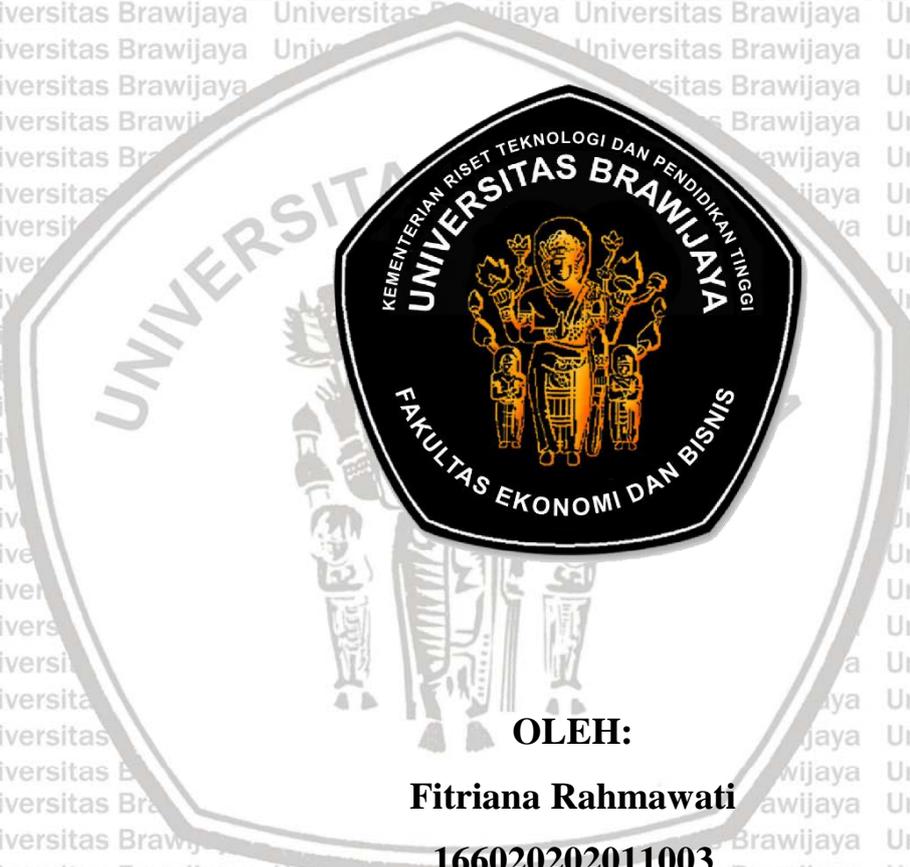


**MODAL SOSIAL KOMUNITAS DALAM UPAYA
PENINGKATAN KINERJA USAHA
(STUDI PADA KELOMPOK TERNAK SUMBER REJEKI)**

TESIS

DISUSUN UNTUK MEMENUHI

PERSYARATAN MENCAPAI GELAR MAGISTER



OLEH:

Fitriana Rahmawati

166020202011003

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

MALANG

2021



T E S I S

MODAL SOSIAL KOMUNITAS DALAM UPAYA PENINGKATAN KINERJA USAHA (STUDI PADA KELOMPOK TERNAK SUMBER REJEKI)

Oleh :

FITRIANA RAHMAWATI
166020202011003

telah dipertahankan di depan penguji
pada tanggal: **16 Juli 2021**
dinyatakan telah memenuhi syarat

Menyetujui
Komisi Pembimbing,

Ainur Rofiq, SE., MM., Ph.D.
Ketua

Risna Wijayanti, SE., MM., Ph.D.
Anggota

Mengetahui,
a.n. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Brawijaya
Ketua Program Magister Manajemen


Dr. Dra. Kusuma Ratnawati, MM.
NIP 196109232006042001

LEMBAR IDENTITAS KOMISI PEMBIMBING DAN PENGUJI

Judul Tesis:

MODAL SOSIAL KOMUNITAS DALAM UPAYA PENINGKATAN KINERJA USAHA (STUDI PADA KELOMPOK TERNAK SUMBER REJEKI)

Nama Mahasiswa : Fitriana Rahmawati
NIM : 1660202011003
Program Studi : Magister Manajemen

KOMISI PEMBIMBING

Ketua : Ainur Rofiq, SE., MM., Ph.D.
Anggota : Risna Wijayanti, SE., MM., Ph.D.

TIM DOSEN PENGUJI

Dosen Penguji 1 : Dr. Drs. Sudjatno, MS.
Dosen Penguji 2 : Dr. Christin Susilowati, SE., M.Si.

Tanggal Ujian : 16 Juli 2021

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Brawijaya
Ketua Program Magister Manajemen,

Dr. Ira Kusuma Ratnawati, MM.
NIP 196109232006042001

PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, didalam naskah Tesis dengan judul:

"MODAL SOSIAL KOMUNITAS DALAM UPAYA PENINGKATAN KINERJA USAHA (STUDI PADA KELOMPOK TERNAK SUMBER REJEKI)"

Tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur **Plagiasi**, maka saya bersedia menerima keputusan dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya untuk menggugurkan Tesis ini dan mencabut gelar Magister yang telah saya peroleh, serta bersedia untuk diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU NO. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Malang, 28 Juli 2021
Mahasiswa



Nama : Fitriana Rahmawati
NIM : 166020202011003
Program Studi : Magister Manajemen

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar – besarnya dari lubuk hati yang mendalam kepada :

Bapak Ainur Rofiq, SE., S.Kom., MM., Ph.D., CFP selaku Ketua Komisi Pembimbing, Ibu Risna Wijayanti, SE., MM., Ph.D., CFP selaku Anggota Komisi Pembimbing, dan Bapak Dr. Sudjatno, SE., MS selaku Dosen Penguji 1, serta Ibu Dr. Christin Susilowati, SE., M.Si selaku Dosen Penguji 2.

Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.

Bapak Rektor Universitas Brawijaya.

Keluarga, rekan – rekan penulis dan warga Dusun Getung, Desa Tawangrejo, Kecamatan Turi, Kabupaten Lamongan yang telah banyak memberikan bantuan ikut berperan dalam memperlancar penelitian dan penulisan Tesis ini.

Sujud dan terima kasih yang dalam penulis persembahkan kepada almarhumah ibu dan bapak atas dorongan yang kuat, kebijaksanaan dan doa.

Malang, 28 Juli 2021

Penulis

ABSTRAK

Fitriana Rahmawati: Pascasarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, 16 Juli 2021. Modal Sosial Komunitas Dalam Upaya Peningkatan Kinerja Usaha (Studi pada Kelompok Ternak Sumber Rejeki). Ketua Komisi Pembimbing: Ainur Rofiq, SE., S.Kom., MM., Ph.D., CFP, Anggota Komisi Pembimbing: Risna Wijayanti, SE., MM., Ph.D., CFP.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana peranan modal sosial terhadap kinerja usaha kecil dan menengah di Desa Tawangrejo, Kecamatan Turi, Kabupaten Lamongan. Pengambilan data dilakukan dengan melakukan wawancara secara mendalam. Sementara teknik analisis data menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal sosial merupakan sumber kekuatan terbesar bagi berdirinya usaha – usaha kecil dan menengah. Modal sosial yang intangible bertransformasi dan mendorong ibu – ibu rumah tangga untuk menjadi pengusaha. Aset bersama yang dimiliki dapat terpelihara berkat adanya resiprositas, kepercayaan, jaringan, dan norma sosial yang berkembang dalam kelompok. Modal bergilir yang dikelola oleh kelompok berputar dan meningkatkan nilainya sehingga pada akhirnya, dapat dirasakan kebermanfaatannya secara bersama – sama.

Kata kunci: Modal Sosial Komunitas, Kinerja Usaha, UMKM.

ABSTRACT

Rahmawati, Fitriana: Master Program in Management, Faculty of Economics and Business, Universitas Brawijaya. July 16th 2021. **Community Social Capital in the Effort of Business Performance Improvement (A Study of Sumber Rejeki Cattle Farmer Group)**. Head of Advisory Commission: Ainur Rofiq, SE., S.Kom., MM., Ph.D., CFP, Member of Advisory Commission: Risna Wijayanti, SE., MM., Ph.D., CFP.

This research aims to identify and analyze the effect of social capital on the performance of small and medium-sized enterprises in Tawangrejo village in the sub district of Turi in Lamongan regency. The data was gathered by conducting in-depth interviews and analyzed using the interactive model of Miles, Huberman, and Saldana.

This study finds that social capital is the largest source of strength for the establishment of small and medium-sized enterprises. Intangible social capital encourages housewives and transforms them into entrepreneurs. The shared assets in hand are maintained due to the presence of reciprocity, trust, network, and social norms developing in the group. The revolving capital managed by the group circulates in the group, and its value keeps increasing. In the end, the benefit of the capital can be felt by all group members together.

Keywords: Community Social Capital, Business Performance, MSME.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puja dan puji syukur atas kehadiran Allah SWT.,
dimana atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyajikan tulisan

TESIS yang berjudul: “Modal Sosial Komunitas dalam Upaya Peningkatan Kinerja
Usaha (Studi pada Kelompok Ternak Sumber Rejeki).”

Di dalam tulisan ini, disajikan pokok – pokok bahasan yang meliputi Modal
Sosial, Komunitas, Kinerja Usaha, dan UMKM. Sangat disadari bahwa dengan
kekurangan dan keterbatasan yang dimiliki penulis, walaupun telah dikerahkan
segala kemampuan untuk lebih teliti, tetapi masih dirasakan banyak
kekurangtepatan, oleh karena itu penulis mengharapkan saran yang membangun
agar tulisan ini bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Malang, 28 Juli 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN IDENTITAS TIM PENGUJI TESIS	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS	iii
RIWAYAT HIDUP	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	11
2.2 Manajemen Strategik	23
2.3 Usaha Mikro Kecil dan Menengah	28
2.4 Teori Modal Sosial	31
2.4.1 Definisi Modal Sosial	31
2.4.2 Bentuk – Bentuk Modal Sosial	34
2.4.3 Transformasi Modal Sosial menjadi Modal Ekonomi	41
2.5 Kinerja Usaha	46
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1 Pendekatan Penelitian	48
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	49
3.3 Metode Pengambilan Sampel	50



3.4 Metode Pengumpulan Data	53
-----------------------------------	----

3.5 Fokus Penelitian.....	55
---------------------------	----

3.6 Analisis Data.....	57
------------------------	----

3.7 Keabsahan Data.....	59
-------------------------	----

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	62
---	-----------

4.1 Deskripsi Hasil Penelitian.....	62
-------------------------------------	----

4.2 Penyajian Data.....	67
-------------------------	----

4.2.1 Bentuk – Bentuk Modal Sosial pada Usaha Kecil dan Menengah di Desa Tawangrejo.....	67
---	----

4.2.1.1 Resiprositas.....	67
---------------------------	----

4.2.1.2 Kepercayaan.....	70
--------------------------	----

4.2.1.3 Jaringan.....	71
-----------------------	----

4.2.1.4 Norma.....	76
--------------------	----

4.2.1.5 Kegiatan Ekonomi.....	78
-------------------------------	----

4.2.2 Proses Perubahan (<i>Transformasi</i>) Modal Sosial Menjadi Modal Ekonomi pada Usaha Industri Kecil di Desa Tawangrejo.....	80
---	----

4.2.2.1 Mendapatkan Bahan Baku.....	83
-------------------------------------	----

4.2.2.2 Memasarkan Produk.....	85
--------------------------------	----

4.2.2.3 Mendapatkan Informasi.....	88
------------------------------------	----

4.2.2.4 Mengakses Sumber – Sumber Keuangan.....	89
---	----

4.2.3 Peran Modal Sosial Terhadap Peningkatan Kinerja Usaha Kecil dan Menengah.....	90
--	----

4.2.3.1 Produktivitas.....	91
----------------------------	----

4.2.3.2 Penjualan.....	92
------------------------	----

4.2.3.3 Keuntungan.....	93
-------------------------	----

4.2.3.4 Pertumbuhan Usaha.....	94
--------------------------------	----

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	96
--------------------------------------	----

4.3.1 Analisis Bentuk – Bentuk Modal Sosial pada Usaha Kecil dan Menengah di Desa Tawangrejo.....	96
--	----

4.3.1.1 Resiprositas.....	96
---------------------------	----

4.3.1.2 Kepercayaan.....	97
--------------------------	----

4.3.1.3 Jaringan.....	98
4.3.1.4 Norma.....	99
4.3.1.5 Kegiatan Ekonomi.....	100
4.3.2 Analisis Proses Perubahan (<i>Transformasi</i>) Modal Sosial Menjadi Modal Ekonomi pada Usaha Industri Kecil di Desa Tawangrejo.....	102
4.3.2.1 Mendapatkan Bahan Baku.....	102
4.3.2.2 Memasarkan Produk.....	103
4.3.2.3 Mendapatkan Informasi.....	104
4.3.2.4 Mengakses Sumber – Sumber Keuangan.....	105
4.3.3 Analisis Peran Modal Sosial Terhadap Peningkatan Kinerja Usaha Kecil dan Menengah.....	107
4.3.3.1 Produktivitas.....	107
4.3.3.2 Penjualan.....	108
4.3.3.3 Keuntungan.....	109
4.3.3.4 Pertumbuhan Usaha.....	110
4.4 Implikasi Hasil Penelitian.....	110
4.5 Keterbatasan Penelitian.....	111
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	112
5.1 Kesimpulan.....	112
5.1.1 Bentuk – Bentuk Modal Sosial pada Usaha Kecil dan Menengah di Desa Tawangrejo.....	112
5.1.1.1 Resiprositas.....	112
5.1.1.2 Kepercayaan.....	112
5.1.1.3 Jaringan.....	113
5.1.1.4 Norma.....	113
5.1.1.5 Kegiatan Ekonomi.....	113
5.1.2 Proses Perubahan (<i>Transformasi</i>) Modal Sosial Menjadi Modal Ekonomi pada Usaha Industri Kecil di Desa Tawangrejo.....	113
5.1.2.1 Mendapatkan Bahan Baku.....	113
5.1.2.2 Memasarkan Produk.....	113

5.1.2.3 Mendapatkan Informasi.....	114
5.1.2.4 Mengakses Sumber – Sumber Keuangan.....	114
5.1.3 Peran Modal Sosial Terhadap Peningkatan Kinerja Usaha Kecil dan Menengah.....	114
5.1.3.1 Produktivitas.....	114
5.1.3.2 Penjualan.....	114
5.1.3.3 Keuntungan.....	115
5.1.3.4 Pertumbuhan Usaha.....	115
5.2 Saran.....	115
5.2.1 Bagi Pengembangan Teori.....	115
5.2.2 Bagi UMKM.....	115
5.2.3 Bagi Pemerintah Daerah.....	116
5.2.4 Bagi Penelitian Selanjutnya.....	116
DAFTAR PUSTAKA.....	117
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	120
PEDOMAN WAWANCARA.....	121
MATRIKS WAWANCARA MENDALAM.....	123



DAFTAR TABEL

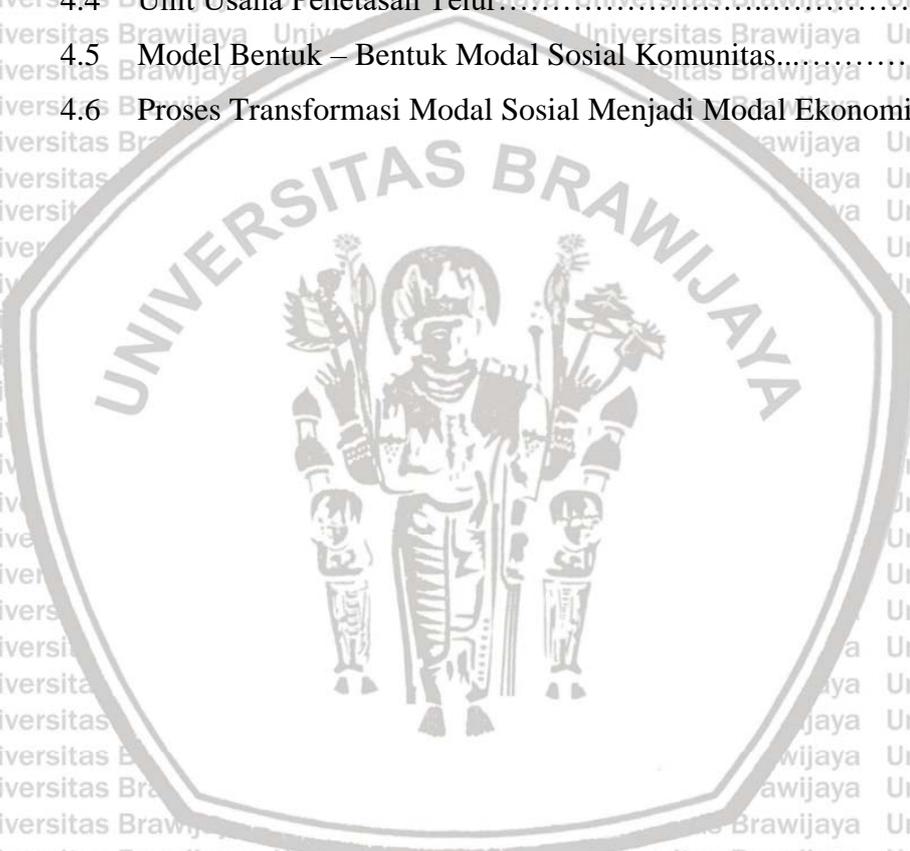
Tabel Halaman

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu Tentang Modal Sosial Dan Kinerja Usaha. 15



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Bentuk – Bentuk Modal Sosial.....	38
2.2	Transformasi Modal Sosial Menjadi Modal Ekonomi.....	45
3.1	Komponen dalam Analisis Data Model Interaktif.....	58
4.1	Tutut (Besusul).....	73
4.2	Ikan Asin.....	75
4.3	Kegiatan Simpan Pinjam Kelompok.....	78
4.4	Unit Usaha Penetasan Telur.....	88
4.5	Model Bentuk – Bentuk Modal Sosial Komunitas.....	102
4.6	Proses Transformasi Modal Sosial Menjadi Modal Ekonomi.....	106



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fakta bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah merupakan penopang perekonomian bangsa – bangsa di dunia, terutama di Negara – Negara berkembang.

Usaha kecil sangat berperan penting dalam penciptaan lapangan pekerjaan dan pembangunan ekonomi. Usaha kecil formal berkontribusi hingga 40% dari pendapatan nasional (PDB) di Negara berkembang. Komposisi mereka sekitar 90% dari bisnis yang ada dan menyumbang lebih dari 50% pekerjaan di seluruh dunia (worldbank.org).

Sayangnya, laju pertumbuhan usaha kecil berbanding terbalik dengan pertumbuhan jumlah tenaga kerja secara global. Pada tahun 2030 diproyeksikan sebanyak 600 juta pekerjaan dibutuhkan oleh para tenaga kerja global. Usaha – usaha kecil yang dijadikan sebagai rujukan dari para pencari kerja tersebut terancam tidak dapat menyisakan ruang sebesar yang dibutuhkan. Tidak ada pihak mana pun di dunia yang berani dengan pasti menyebutkan jumlah UMKM dunia pada tahun tahun tersebut.

Usaha skala kecil senantiasa dikelilingi oleh keterbatasan – keterbatasan, Diantaranya adalah akses terhadap sumberdaya – sumberdaya. Dengan demikian pengembangan UMKM patutnya menjadi prioritas utama bagi seluruh penduduk di seluruh dunia. Karena UMKM tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat dunia (Vipriyanti, 2011).

Era disrupsi yang kian tidak menentu arahnya niscaya akan semakin membawa dampak tidak stabilnya perekonomian dunia, yang secara langsung maupun tidak langsung juga mempengaruhi laju pertumbuhan UMKM. Hal ini tentunya mengancam keberadaan UMKM. Dalam konteks Negara Indonesia saja 77,6% UMKM belum mendapatkan akses terhadap sumberdaya seperti keuangan (Kompas.com).

Adanya sejumlah aturan atau ketentuan yang harus dipenuhi oleh pengusaha kecil agar mendapatkan bantuan pendanaan dari lembaga keuangan disinyalir menjadi permasalahan utamanya. Kendati aturan telah disederhanakan dan ditambah dengan dukungan pemerintah, tidak juga dapat mengurai permasalahan.

Profil usaha skala kecil tetap saja kurang atau tidak *bankable* atau dengan kata lain tidak memenuhi persyaratan teknis perbankan. Hal ini menyebabkan aspek kelayakan (*feasibility*) debitur dan UKM terabaikan (Susilo, 2007).

Kegagalan pemangku kepentingan seperti sector public bahkan sektor privat dalam mengurai permasalahan disebabkan oleh tidak adanya pelibatan modal sosial di dalamnya. Modal social merupakan modal dasar yang penting dan dapat digunakan sebagai penunjang keberhasilan usaha. Modal sosial merupakan seperangkat nilai atau norma informal tertentu yang dimiliki bersama diantara anggota kelompok.

Jika diperhatikan, kebanyakan lokasi unit usaha kecil adalah di lingkup pedesaan, yang mana dilokasi tersebut masih melekat nilai – nilai atau norma – norma yang masih dijunjung tinggi oleh masyarakat sekitar. Nilai modal social inilah yang seringkali diabaikan oleh pemerintah atau pemangku kepentingan lainnya. Adanya nilai – nilai dan kesepahaman nilai – nilai diantara anggota

masyarakat di suatu komunitas niscaya dapat memunculkan terjadinya kerjasama antara pihak tersebut (Fukuyama, 1997). Dengan demikian, program kebijakan apapun yang diberikan kepada masyarakat niscaya dapat menimbulkan hasil sebagaimana yang diinginkan.

Secara teoritis, modal sosial menunjukkan bahwa hubungan sosial di antara anggota organisasi dan dengan aktor luar memberikan sumber daya penting seperti informasi, nasihat, dukungan sosial, dan persahabatan (Burt, 1997), semua prasyarat penting untuk berbagi informasi, penciptaan pengetahuan, pengambilan risiko, dan inovasi. Modal sosial dapat didefinisikan sebagai ciri apapun dari hubungan sosial yang menghasilkan manfaat reproduktif.

Modal sosial patut digunakan terutama bagi organisasi atau perusahaan yang memiliki sumberdaya yang terbatas. Dengan membangun hubungan atau relasi sosial, dan menjaganya agar terus berlangsung sepanjang waktu, pelaku usaha skala kecil akan mampu bekerjasama dan mencapai tujuan mereka (Field, 2018).

Dengan bekerja secara bersama – sama hal – hal yang tidak dapat dilakukan secara sendiri niscaya dapat teratasi.

Modal sosial dipercaya memiliki peranan yang cukup signifikan, diantaranya yaitu dalam upaya meningkatkan kualitas pendidikan, pelayanan kesehatan, memperkuat posisi tawar politik, mempercepat proses rehabilitasi dan rekonstruksi bencana dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Usman (2018) menjelaskan bahwa modal sosial berkaitan erat dengan mendayagunakan sumberdaya (*resources*) dalam rangka memperoleh keuntungan seperti keuntungan ekonomi (*economic gain*) atau manfaat sosial (*social benefit*) melalui kegiatan produktif. Kegiatan mendayagunakan sumber daya (*resources*) sosial tersebut bisa

jadi secara ekonomi tidak mampu mendatangkan keuntungan yang signifikan namun, secara sosial hal tersebut mampu memperluas akses dan secara politik dapat mengembangkan posisi tawar kekuasaan.

Modal sosial secara sederhana dapat dimaknai sebagai suatu tindakan yang dapat ditimbulkan oleh struktur relasi – relasi social yang dapat digerakkan untuk memfasilitasi suatu tindakan. Fukuyama (1997) mendefinisikan modal sosial sebagai, “*the existence of a certain set of informal values or norms shared among members of group that permits cooperation among them.*” Maksudnya adalah modal social merupakan seperangkat nilai atau norma informal tertentu yang dimiliki bersama di antara anggota kelompok. Dimana nilai atau norma informal tersebut memungkinkan terjadinya kerjasama di antara mereka.

Layaknya modal – modal lainnya, modal sosial merupakan aset yang bersifat *long-lived* (memiliki umur yang panjang) sehingga dapat diinvestasikan guna keuntungan di masa depan. Modal sosial merupakan sumber daya yang sangat bernilai, langka dan sukar untuk ditiru (Clopton, 2011; Pratono, dkk., 2016). Hal tersebut memungkinkan tim dan organisasi mendapatkan keunggulan jika dibandingkan dengan tim atau organisasi lain tidak memiliki modal sosial.

Hasil penelitian di berbagai negara telah menunjukkan bahwa modal sosial memiliki peranan yang penting bagi kinerja tim atau organisasi (Clopton, 2011; Lee (2015); Pratono, dkk., 2016; Ozigi, 2018). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Clopton (2011) dari Universitas Negeri Louisiana, Amerika, menunjukkan adanya hubungan yang erat antara modal sosial dan kinerja tim. Modal sosial dapat meningkatkan kinerja tim dan menegaskan pentingnya rasa percaya. Karena kelompok dan tim dalam organisasi menawarkan keunikan dan menambahkan

kedinamisan diantara individual dan orientasi organisasi sehingga meletakkan peran kepercayaan dalam mengelola kinerja tim menjadi semakin tinggi.

Peran modal sosial terhadap kinerja usaha sangat esensial. Penelitian yang dilakukan oleh Lee (2015) dari Universitas Cheongju, Korea, berhasil membuktikan adanya peranan modal sosial struktural dan modal sosial kognitif terhadap keunggulan diferensiasi dan keunggulan biaya pada usaha kecil yang dijalankan oleh pengusaha wanita di Korea. Keuntungan diferensiasi dan keunggulan biaya tersebut juga mempengaruhi kinerja pemasaran secara signifikan.

Hal ini memberikan implikasi bahwa keunggulan bisnis tersebut terlalu esensial untuk diabaikan oleh pengusaha baik pria maupun wanita.

Kinerja usaha memiliki ketergantungan terhadap modal sosial. Penelitian yang dilakukan oleh Pratono, dkk. (2016) tentang usaha kecil di Indonesia memberikan penegasan bahwa modal sosial adalah sumber daya yang sangat bernilai. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa modal sosial memungkinkan usaha kecil untuk mendapatkan keuntungan yang kompetitif. Karenanya, kinerja perusahaan tidak hanya bergantung pada kemampuan pemasaran mereka melainkan juga pada modal sosial.

Modal sosial memfasilitasi kegiatan usaha, sehingga menghasilkan kinerja usaha. Penelitian Ozigi (2018) memberikan bukti adanya hubungan yang sangat dekat antara modal sosial dengan kinerja usaha kecil. Studi ini mengungkapkan bahwa kinerja usaha kecil bergantung pada informasi dan keunggulan kompetitif yang pada gilirannya membantu akses keuangan dan pasar. Modal sosial relasional memfasilitasi akses terhadap keuangan berdasarkan rasa saling percaya dan integritas, sehingga membuat akses keuangan lebih mudah bagi usaha kecil. Modal

sosial structural memfasilitasi akses terhadap informasi yang meningkatkan penetrasi pasar dan pangsa pasar yang bagus di kalangan usaha kecil, sementara modal sosial kognitif juga membantu usaha kecil memiliki keunggulan yang kompetitif dalam pasar.

Pentingnya peranan modal sosial bagi kinerja usaha tidak membuat modal sosial serta merta diterima oleh khalayak luas. Hasil penelitian lainnya menunjukkan bahwa modal sosial bisa juga memberikan dampak yang buruk terhadap kinerja usaha. Menurut Pratono dan Mahmood (2014), dalam keadaan turbulensi lingkungan yang tinggi, perusahaan dengan modal sosial yang besar bisa juga memiliki kinerja usaha yang buruk.

Lebih lanjut, usaha kecil dengan lebih banyak investasi di modal sosial umumnya menderita dari turbulensi lingkungan karena kapasitas mereka untuk beradaptasi dengan lingkungan bisnis yang dinamis. Adanya biaya yang berlebih juga bisa menjadi salah satu penyebab hubungan antara modal sosial dengan kinerja usaha tidak selalu sejalan (Alguezaui dan Filieri (2010). Pirolo dan Prestuti (2010) menjelaskan, perusahaan rintisan (*start-up*) cenderung menginvestasikan banyak sumber daya untuk meningkatkan jaringan sosialnya, hal inilah yang kemudian dalam jangka pendek membuat kinerja usaha menjadi buruk.

Berdasarkan hasil telaah pustaka di atas, membuktikan bahwa masih adanya perdebatan dikalangan ahli terkait hubungan antara modal sosial dan kinerja usaha.

Dengan melihat adanya inkonsistensi hasil penelitian – penelitian terdahulu tersebut, maka perlu dilakukan analisis lebih lanjut terkait modal sosial dan kinerja usaha.

Disamping itu, diketahui bahwa masing – masing peneliti ternyata memberikan penekanan yang berbeda – beda terhadap aspek dan determinan modal sosial. Selain

itu, ruang lingkup analisis yang dilakukan hanya terbatas pada skala mikro saja (Clopton, 2010; Lee, 2015; Pratono, dkk., 2016; Ozigi, 2018). Keterbatasan ini memunculkan pertanyaan bagaimana peran modal sosial di tingkat jaringan yang lebih luas di unit geografis yang lebih besar seperti kelompok dalam masyarakat (komunitas) terhadap kinerja usaha?

Berdasarkan uraian di atas, pembahasan tentang modal sosial dan kinerja usaha perlu dikaitkan dengan sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Hal ini lantaran sector usaha kecil senantiasa menggunakan modal sosial untuk bertahan hidup. Modal social merupakan senjata strategis yang dapat digunakan untuk memenangkan persaingan di tengah keterbatasan sumberdaya yang dimiliki.

Berdasarkan uraian di atas, diketahui bahwa peranan modal sosial kiranya sangat dibutuhkan dalam rangka peningkatan kinerja bagi sektor UMKM. Untuk itu, kajian ini bertujuan untuk melakukan suatu investigasi tentang modal sosial komunitas yang mendekati pada kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Lokasi penelitian dilakukan di Kabupaten Lamongan karena eksistensi modal sosial memiliki peranan penting dalam kehidupan masyarakat di Kabupaten Lamongan, khususnya bagi pemilik usaha – usaha kecil (*self-employed*) di Desa Tawangrejo.

Kelompok tersebut memiliki kinerja yang baik dalam mengelola aset -aset yang dimiliki bersama. Bermula dari 200 ekor bibit itik kini aset berupa uang yang dimiliki oleh kelompok kurang lebih sebesar 600 juta rupiah yang kebermanfaatannya dinikmati oleh seluruh anggota kelompok. Hal ini menunjukkan bahwa modal sosial berkontribusi sebagai aspek yang vital dalam menunjang keberadaan usaha mikro, kecil dan menengah.

Penelitian tentang modal sosial disuatu komunitas UMKM dimana anggotanya adalah wanita, dalam hemat penulis belum pernah ditemukan. Studi lapangan dilakukan dengan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode tersebut dipilih karena dapat menghasilkan deskripsi penelitian yang lebih mendalam mengenai peranan modal sosial bagi kinerja UMKM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran peranan modal sosial komunitas pada kinerja usaha. Untuk mendapatkan gambaran dari masalah penelitian ini, diperlukan penggalan yang mendalam sehingga informasi mengenai modal sosial komunitas pada kinerja usaha dapat diperoleh secara menyeluruh. Hal tersebut dapat dicapai melalui desain penelitian kualitatif. Pendekatan kualitatif lebih memungkinkan dipakai untuk mempelajari fenomena subyek secara lebih mendalam dan juga lebih detail berkaitan dengan topik penelitian.

Guna memberikan arah yang lebih jelas dalam penelitian ini, maka pokok persoalan yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah: 1.) Bagaimana bentuk – bentuk modal sosial dalam kegiatan usaha mikro, kecil dan menengah di Desa Tawangrejo; 2.) Bagaimana proses transformasi modal sosial menjadi modal ekonomi dalam usaha mikro, kecil, dan menengah di Desa Tawangrejo; 3.)

Bagaimana peran modal sosial terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah di Desa Tawangrejo. Sehubungan dengan hal tersebut tesis ini diberi judul “**Modal Sosial Komunitas dalam Upaya Peningkatan Kinerja Usaha (Studi pada Kelompok Ternak Sumber Rejeki)**”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1.2.1 Bagaimana bentuk – bentuk modal sosial dalam kegiatan usaha mikro, kecil, dan menengah di Desa Tawangrejo?

1.2.2 Bagaimana proses transformasi modal sosial menjadi modal ekonomi dalam usaha mikro, kecil, dan menengah di Desa Tawangrejo?

1.2.3 Bagaimana peran modal sosial terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah di Desa Tawangrejo?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, dapat dirumuskan tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.3.1 Untuk mengetahui dan mendeskripsikan bentuk – bentuk modal sosial dalam kegiatan usaha mikro, kecil, dan menengah di Desa Tawangrejo.

1.3.2 Untuk mengetahui dan memotret proses transformasi modal sosial menjadi modal ekonomi dalam usaha mikro, kecil, dan menengah di Desa Tawangrejo.

1.3.3 Untuk menganalisis peran modal sosial terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah di Desa Tawangrejo.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian tujuan penelitian, maka hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat secara akademis maupun praktis bagi

mahasiswa, perguruan tinggi, pemerintah daerah, dan masyarakat, yang disusun sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat akademis yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

- a. Memberikan kontribusi dalam bidang ilmu teori manajemen, khususnya disiplin ilmu strategi yang berkaitan dengan modal sosial, dan kinerja usaha.
- b. Sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya di bidang manajemen strategi untuk dikaji dan diteliti secara lebih mendalam dan lebih luas.

1.4.2 Manfaat praktis yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

- a. Memberikan kontribusi bagi pengambil keputusan agar dapat mengambil hasil dari penelitian ini sebagai tambahan informasi dan masukan dalam perumusan dan pelaksanaan kebijakan tentang pengembangan ekonomi kerakyatan.
- b. Memberikan kontribusi bagi khalayak luas agar dapat mengenal dan mengetahui serta memanfaatkan modal sosial secara lebih mendalam sewaktu menjalankan kegiatan usaha.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang modal sosial dan kinerja usaha cukup banyak dilakukan oleh peneliti di bidang ekonomi dan sosial. Penelitian Pratono dan Mahmood (2014) memperlihatkan bahwa modal sosial memiliki peran yang penting dalam kinerja usaha. Penelitian ini menyimpulkan bahwa ada pengaruh mediasi dari turbulensi lingkungan pada hubungan antara modal sosial dan kinerja usaha. Temuan ini memberikan masalah yang lebih mendasar pada pandangan berbasis sumberdaya (RBV) dan teori kontigensi (CT) bahwa dampak penyebaran sumber daya menghasilkan kinerja yang lebih baik dalam kondisi tertentu seperti turbulensi lingkungan yang rendah.

Modal sosial adalah sumberdaya yang berharga dan dapat diandalkan. Pratono, dkk (2016) mengkaji tentang modal sosial dan kinerja usaha, dan hasil penelitian tersebut mengkonfirmasi bahwa kombinasi antara teori berbasis sumberdaya (*resource-based theory*) dan teori modal sosial, yang mana modal sosial menentukan kapasitas perusahaan untuk mengendalikan harga pasar atas biaya marjinalnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal sosial adalah sumber daya yang berharga, yang mana memungkinkan usaha kecil mendapatkan keunggulan kompetitif. Sebagai elemen dari modal sosial, jaringan, kepercayaan, dan kognitif memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan keunggulan

kompetitif. Oleh karena itu, kinerja perusahaan tidak hanya bertumpu pada kemampuan pemasarannya tetapi juga dari modal sosial.

Modal sosial memungkinkan lahirnya pengusaha – pengusaha baru.

Kwon, dkk (2013) membuktikan hal tersebut dengan mengadakan suatu penelitian yang berfokus pada proses sosial tingkat komunitas dimana tingkat kepercayaan sosial, keanggotaan organisasi yang terhubung, dan keanggotaan organisasi yang terisolasi, merupakan penanda yang dapat diidentifikasi dari konteks yang mempengaruhi kewirausahaan. Hasil dari penelitian tersebut adalah tingkat kepercayaan sosial dan keanggotaan dalam organisasi terkait di tingkat komunitas meningkatkan kemungkinan bahwa seseorang anggota komunitas berwiraswasta; keanggotaan dalam organisasi terisolasi berkorelasi dengan penurunan kemungkinan bahwa seorang anggota masyarakat berwiraswasta.

Peran modal sosial dapat membantu meningkatkan penghasilan.

Penelitian yang dilakukan Ozigi (2018) memberikan penekanan tentang pentingnya tiga dimensi modal sosial bagi pelaku – pelaku usaha kecil di Nigeria. Hasil dari penelitian menegaskan bahwa modal sosial berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja UKM di Nigeria. Modal sosial berperan penting dalam menghasilkan keuangan dan pendapatan yang terbukti dalam hubungan positif dan signifikan antara tiga dimensi modal sosial dan penggerak pendapatan. Pada kesimpulannya ditekankan bahwa mempromosikan modal sosial dikalangan UKM sangat penting untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Modal sosial sangat penting dalam menghasilkan pendapatan melalui peningkatan penjualan dan keunggulan kompetitif antara UKM.

Manfaat yang diberikan modal sosial beraneka ragam, diantaranya dapat dimanfaatkan dalam rangka mendapatkan keunggulan biaya, dan memperbaiki kinerja pemasaran. Pemeriksaan yang dilakukan oleh Lee (2015) tentang modal sosial sebagai sumber keuntungan bisnis untuk pengusaha wanita dalam konteks usaha kecil menghasilkan pemahaman bahwa, modal sosial struktural dan modal sosial kognitif secara positif mempengaruhi baik keunggulan diferensiasi dan keunggulan biaya. Hasil empiris juga mengindikasikan bahwa keunggulan tersebut mempengaruhi kinerja pemasaran secara signifikan. Namun, dampak dari modal sosial relasional tidak signifikan.

Pengusaha UMKM yang baru memulai usaha maupun yang sedang menumbuhkan usaha mereka dapat menggunakan modal sosial mereka untuk mendapatkan informasi. Chimucheka (2013) menginvestigasi hubungan antara kinerja usaha kecil dan penggunaan jaringan pada perusahaan yang berada dalam tahap siklus hidup *start-up* dan pertumbuhan. Menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengeksplorasi dampak jaringan pada kinerja usaha kecil. Hasil temuan yang didapatkan adalah ada hubungan antara kinerja dengan jaringan kewirausahaan dalam baik tahap *start-up* maupun tahap pertumbuhan. Jaringan sangat penting bagi usaha kecil untuk mencari informasi dan peluang, mengakses sumber daya dan mendapatkan legitimasi.

Pengelolaan modal sosial yang dilakukan dengan baik pada akhirnya dapat memberikan dampak yang positif terhadap kinerja usaha. Liu (2017) membuktikan hal tersebut dengan memeriksa dampak dari hubungan antara modal intelektual, modal sosial dan kinerja. Lebih jauh, modal sosial memainkan peran sebagai mediasi kritis dalam hubungan antara modal intelektual dengan kinerja

organisasi kreatif budaya (CCO). Selanjutnya, ikatan bisnis memainkan peran moderasi positif dan ketidakpastian lingkungan memiliki dampak negatif terhadap modal sosial dan kinerja organisasi kreatif budaya (CCO). Hasil penelitian menunjukkan sebagai berikut:

Pertama, dalam membahas keterkaitan antar jenis modal intelektual, beberapa hasil mediasi menunjukkan bahwa modal manusia dan modal organisasi merupakan atribut mediasi kritis yang menciptakan hubungan antara modal pelanggan dan modal sosial. Kebutuhan dan koneksi pelanggan membentuk dasar dari akumulasi modal intelektual. Kedua, modal sosial yang terkumpul secara efektif penting untuk peningkatan kinerja secara keseluruhan, tidak hanya karena dapat menghubungkan modal manusia dan modal organisasi dengan modal intelektual tetapi juga dapat menimbulkan rasa saling percaya dalam organisasi, peningkatan kapabilitas inovatif organisasi, dan koneksi jaringan organisasi yang pada akhirnya dapat menghasilkan kinerja organisasi dan pasar yang lebih baik.

Senada dengan penelitian sebelumnya, modal sosial yang dijaga keberadaannya dapat membantu meningkatkan kinerja tim. Clopton (2011) mengeksplorasi kontribusi eksplisit dari modal sosial terhadap kinerja kelompok atau tim dan hasilnya menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara modal sosial dan kinerja tim. Kontribusi ini berada di atas dan di luar variabel input dan proses lainnya, seperti kinerja tim sebelumnya. Hasil temuan mengkonfirmasi penelitian sebelumnya tentang modal sosial relasional memiliki keterkaitan dengan hasil yang menonjol dari efektivitas tim. Lebih jauh, hasil temuan juga menegaskan bahwa peran modal sosial sebagai sumber daya yang akan dikelola dengan potensi keunggulan kompetitif yang signifikan.

Kuat ataupun lemahnya modal sosial antar organisasi secara empiris memiliki dampak yang positif terhadap pertumbuhan kinerja ekonomi perusahaan rintisan (*start up*). Pirolo dan Presutti (2010) mengkonfirmasi hal tersebut dengan melakukan analisis tentang pengembangan ikatan modal sosial yang kuat dan lemah antara perusahaan rintisan (*start-up*) dan pelanggan utamanya dan dampaknya terhadap pertumbuhan hasil kinerja ekonomi dan inovatif perusahaan rintisan (*start-up*). Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat perbedaan konfigurasi modal sosial yang dapat mempengaruhi pertumbuhan kinerja perusahaan rintisan (*start-up*) selama siklus hidupnya, yang bergantung pada ukuran hasil kinerja tugas yang dipilih. Temuan tersebut menawarkan beberapa refleksi menarik di bidang modal sosial, kewirausahaan, dan penelitian kinerja, yang meningkatkan implikasi strategis kritis untuk memulai dalam hal sumber daya peluang dan tata kelola.

Perusahaan dapat memanfaatkan sumber daya internalnya dan meningkatkan kinerja usaha. Witjaksono (2014) menganalisis orientasi kewirausahaan dan sumber daya internal perusahaan terhadap kinerja melalui keunggulan bersaing. Hasil analisis diperoleh bahwa orientasi kewirausahaan dan sumber daya internal berpengaruh terhadap keunggulan bersaing yang berdampak pada kinerja perusahaan. Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh yang positif terhadap keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan, sumber daya internal perusahaan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan. Keunggulan bersaing perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Gambaran tentang hasil penelitian terdahulu tersebut di atas dapat dilihat pada Tabel 2.1:

Tabel 2.1 Hasil penelitian terdahulu Tentang Modal Sosial dan Kinerja Usaha

No.	Peneliti	Judul	Variabel	Teknik Analisa	Hasil Penelitian
1.	Aluisius Hery Pratono dan Rosli Mahmood (2014)	Social Capital and Firm Performance: Moderating Effect of Environmental Turbulance	<p>Entrepreneurial Orientation:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Risk Taking Behaviour - Proactive - Innovativeness <p>Social Capital:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Structure -Trust - Cognition <p>Entrepreneurial Management</p> <ul style="list-style-type: none"> - Strategy Orientation - Entrepreneurial Culture -Organization structure - Reward System <p>Environmental Turbulence:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Technological Turbulence - Market Turbulence - Competitive Turbulence 	Analisis Jalur (Path Analysis)	<p>Modal sosial memiliki peranan penting bagi kinerja usaha.</p> <p>Turbulensi Lingkungan mengurangi dampak positif modal sosial terhadap kinerja usaha. Dalam turbulensi lingkungan yang rendah, modal sosial memiliki dampak yang positif terhadap kinerja usaha.</p> <p>Sementara selama turbulensi lingkungan yang tinggi, modal sosial memberikan dampak negatif terhadap kinerja usaha.</p>

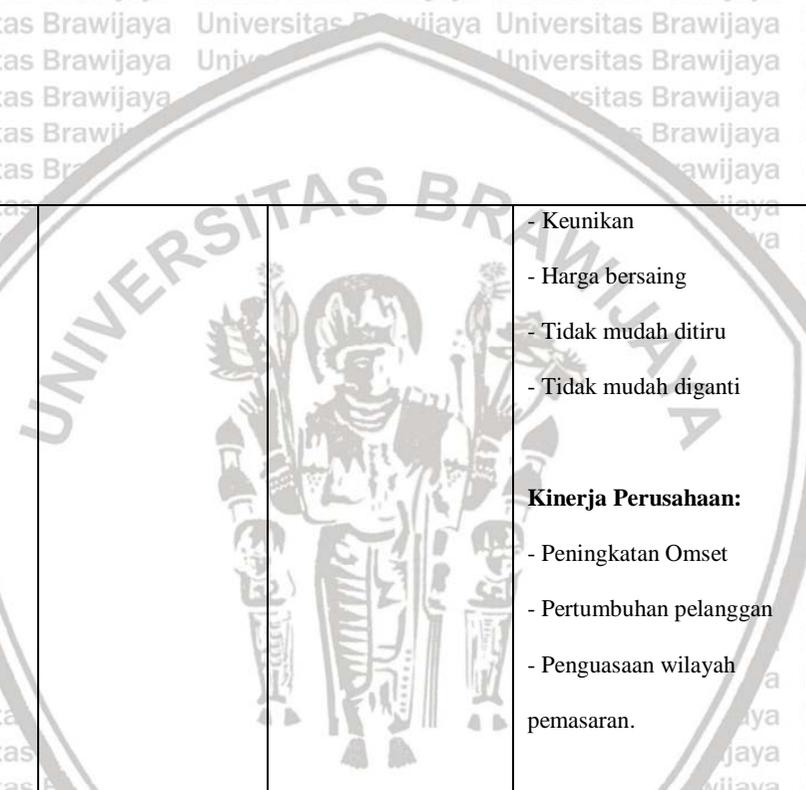
2.	Alusius Hery Pratono, Ruswiati Surya Saputra, Jatie K. Pudjibudojo (2016)	Social Capital and Firm Performance: Evident from Indonesias Small Businesses	Capital Social, Marketing Capability, Firm Performance	Path Analysis	Penelitian ini menegaskan bahwa SC menentukan kapasitas perusahaan untuk mengendalikan harga pasar atas biaya marjinalnya. Hasilnya menunjukkan SC adalah sumber daya berharga, yang memungkinkan usaha kecil untuk mendapatkan keuntungan keunggulan kompetitif. Sebagai jaringan utama SC, jaringan, kepercayaan dan kognitif memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Oleh karena itu, kinerja perusahaan tidak hanya bergantung pada MC mereka tetapi juga dari SC.
3.	Seok-Woo Kwon, Colleen Heflin, dan Martin Ruef (2013)	Community Social capital and Entrepreneurship	Individual-Level Variables: - Family Income - Marital Status - Education - Age - Same House As in 1995 - Female - Immigration - Race and Ethnicity - Industry - Co-ethnic density	Cross Sectional Analysis,	Individu dalam komunitas dengan tingkat kepercayaan sosial yang tinggi lebih mungkin untuk bekerja sendiri dibandingkan dengan individu dalam komunitas dengan tingkat kepercayaan sosial yang lebih rendah. Selain itu, keanggotaan dalam organisasi terhubung dengan yang lebih besar komunitas memiliki hubungan dengan tingkat wirausaha di level yang lebih tinggi, tetapi keanggotaan dalam organisasi yang terisolasi dalam artian tidak memiliki koneksi ke komunitas yang lebih besar memiliki hubungan yang rendah dengan wirausaha.

			<p>Community-Level Variables:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Self Employment Rate - Population - Population Density - Unemployment Rate - Income Per Capita - College Graduates - African American - Latino - Asian American - Racial segregation - Gay Index - Bohemian Index - State 		
4.	Obeitoh Ozigi (2018)	Social Capital and Financial Performance of Small and Medium Scale Enterprises	<p>Social Capital:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trust - Reliability - Reciprocity <p>Firm Performance:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Revenue Drive 	Analisis Regresi	Temuan studi ini mengungkapkan bahwa kinerja UKM bergantung pada informasi dan keunggulan kompetitif yang pada gilirannya membantu akses keuangan dan pasar. Modal sosial relasional memfasilitasi akses ke keuangan berdasarkan rasa saling percaya dan integritas, sehingga membuat akses ke keuangan lebih mudah bagi UKM. Modal sosial structural memfasilitasi akses informasi

			<ul style="list-style-type: none"> - Cost Advantage - Competitive Advantage 		<p>yang meningkatkan penetrasi pasar dan pangsa pasar yang baik di antara UKM.</p> <p>Modal sosial kognitif membantu UKM memiliki keunggulan kompetitif di pasar. Hasil penelitian menyajikan beberapa faktor pokok tentang modal sosial dan UKM yang menunjukkan bahwa modal sosial dapat menjadi sumber akses keuangan yang potensial sehingga terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara ketiga dimensi modal sosial dan penggerak pendapatan. Selain itu, modal sosial meningkatkan akses informasi, penetrasi pasar, dan keunggulan kompetitif.</p>
5.	Won-Jun Lee (2015)	<p>Social Capital as a Source of Business Advantages for Woman Entrepreneur in the Context of Small-Sized Business.</p>	<p>Social Capital:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cognitive - Structural - Relational <p>Competitive Advantage:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Differentiation Advantage - Cost Advantage <p>Market Performance:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Market performance Scale. 	SEM (Structural Equation Modeling)	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal sosial wanita mungkin bisa menjadi jawaban untuk mendapatkan keuntungan bisnis. Modal sosial secara positif mempengaruhi keunggulan diferensiasi dan keunggulan biaya.</p>

6.	Chimucheka Tendai (2013)	Networks and Performance of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Different Stages of the Life Cycle: A Case Study of a Small Business in the Netherlands	Networks and SME Performance	Pendekatan Kualitatif	Ada hubungan positif di antara kualitas jaringan sosial dan kinerja SME pada dua fase yakni pada fase strat up dan fase pertumbuhan. Hasil dari penelitian ini merekomendasikan bahwa SME perlu memanfaatkan ikatan kuat mereka untuk meningkatkan kinerja dan perusahaan yang telah melewati tahap awal disarankan untuk fokus pada pengembangan hubungan yang lemah untuk mencapai tujuannya.
7.	Chih-Hsing Liu (2017)	The Relationships Among Intellectual Capital, Social Capital, and Performance – The Moderating Role of Business Ties and Environmental Uncertainty	<ul style="list-style-type: none"> - Market Performance - Organization Performance - Business Ties - Environmental Uncertainty - Social Capital - Human Capital - Costumer Capital - Organizational Capital 	Analisis Regresi	Modal intelektual memiliki atribut dasar yang meningkatkan kinerja keseluruhan melalui akumulasi modal sosial, ketika memilih mitra kerja sama, manajer dapat mempertimbangkan mitra yang dapat memberikan pengetahuan atau sumber daya tambahan untuk membantu organisasi mengembangkan modal intelektual dan memperbesar kumpulan pengetahuan mereka sendiri.
8.	Aaron W. Clopton (2011)	Social Capital and Team Performance	Social Capital Team Performance	Analisis Regresi Berganda	Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara modal sosial dengan kinerja usaha.

9.	Luca Pirolo dan Manuela Presutti (2010)	The Impact of Social Capital on the Start- Ups Performance Growth	Social Capital: - Strong Ties - Weak Ties Start Up Performance: Economic and innovation task performance outcomes.	Analisis Regresi	Hasil penelitian mengkonfirmasi bahwa ada konfigurasi yang berbeda dari modal sosial untuk mempengaruhi pertumbuhan kinerja start up selama masa awla pada siklus hidupnya, yang bergantung pada ukuran hasil kinerja tugas yang dipilih.
10.	Herry Prasetyo Witjaksono (2014)	Analisis Orientasi Kewirausahaan dan Sumber Daya Internal Perusahaan terhadap Kinerja Melalui Keunggulan Bersaing (Studi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Furniture Kabupaten Jepara)	Orientasi Kewirausahaan: - Inovatif - Proaktif - Pengambilan Resiko Sumber daya Internal: - Kemampuan - Informasi - Pengetahuan - Modal - Teknologi - Keterampilan Karyawan Keunggulan Bersaing:	Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	Hasil penelitian menunjukkan Orientasi Kewirausahaan memiliki hubungan yang positif dengan keunggulan bersaing dan berhubungan positif secara signifikan dengan kinerja. Orientasi Kewirausahaan dan sumber daya internal memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan keunggulan bersaing dan juga pada kinerja.

		<ul style="list-style-type: none">- Keunikan- Harga bersaing- Tidak mudah ditiru- Tidak mudah diganti <p>Kinerja Perusahaan:</p> <ul style="list-style-type: none">- Peningkatan Omset- Pertumbuhan pelanggan- Penguasaan wilayah pemasaran.	
---	--	--	--

2.2 Manajemen Strategik

Era baru perubahan disegala aspek, membuat setiap organisasi bisnis dihadapkan kepada dua jenis 'lingkungan', yaitu lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Semakin besar ukuran suatu organisasi semakin kompleks pula bentuk, jenis, dan sifat interaksi yang terjadi dalam menghadapi ke dua jenis 'lingkungan' tersebut. Siagian (2004) menjelaskan salah satu implikasi kepelikan itu antara lain ialah proses pengambilan keputusan yang semakin sulit dan rumit.

Untuk itulah diperlukan manajemen strategik.

Strategi sering kali diidentikkan dengan taktik, namun sejatinya kedua hal tersebut merupakan sesuatu yang berbeda. Secara umum strategi adalah melakukan sesuatu yang benar (*doing the rights things*), sementara taktik melakukan sesuatu dengan benar (*doing things right*). Hutabarat dan Huseini (2018) menambahkan bahwa strategi adalah keputusan awal tentang keunggulan yang harus diciptakan (sebelum kegiatan), sedangkan taktik merupakan terjemahan strategi dalam rencana aktivitas yang memenangkan persaingan (setelah kegiatan).

Strategi bagi manajemen organisasi pada umumnya dan manajemen organisasi bisnis pada khususnya adalah rencana berskala besar. Rencana tersebut berorientasi jangkauan masa depan yang jauh. Hal itu, ditetapkan sedemikian rupa, sehingga memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif dengan lingkungannya dalam kondisi persaingan yang mana kesemuanya diarahkan pada optimalisasi pencapaian tujuan dan berbagai sasaran organisasi yang bersangkutan (Siagian, 2004).

David (2011) menjelaskan bahwa, proses manajemen strategik didasarkan pada keyakinan bahwa organisasi harus terus memantau peristiwa dan

repository.ub.ac.id

tren internal dan eksternal, sehingga perubahan tepat waktu dapat dibuat sesuai dengan kebutuhan. Perusahaan ibarat suatu organisme yang mana harus “mahir beradaptasi” atau mereka tidak akan dapat bertahan. Layaknya organisme, perusahaan – perusahaan yang berdiri pada akhirnya pun, ‘menjadi sejarah’ atau ‘membuat sejarah’ (Hutabarat dan Huseini, 2018).

Agar dapat mencetak sejarah, semua organisasi harus dapat secara cerdas mengidentifikasi dan beradaptasi dengan perubahan. Hal ini karena sebagaimana yang diutarakan oleh Waterman (dalam David, 2011) bahwa, satu – satunya yang konstan dalam lingkungan bisnis masa kini adalah perubahan itu sendiri. Perusahaan selayaknya secara terus – menerus memperbaiki birokrasi, strategi, sistem, produk, dan budaya mereka agar dapat bertahan.

Perusahaan perlu mengadakan persaingan secara kompetitif untuk mencapai keunggulan kompetitif. Namun, hendaknya perusahaan tidak berhenti sampai disitu (mencapai keunggulan kompetitif), melainkan terus berupaya hingga mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Keunggulan kompetitif adalah ketika suatu perusahaan dapat melakukan sesuatu yang tidak dapat dilakukan oleh perusahaan lain, atau memiliki sesuatu yang diinginkan oleh perusahaan pesaing. Keunggulan kompetitif biasanya hanya dapat bertahan untuk periode tertentu saja karena kompetitor dapat meniru dan merusak keuntungan itu, oleh sebab itu perusahaan perlu memikirkan strategi guna mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (David, 2011).

Perusahaan sewajarnya membuat strategi yang kompetitif guna membangun posisi yang menguntungkan dan berkelanjutan terhadap kekuatan yang



menentukan persaingan industri. Perusahaan harus berusaha untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dengan:

- 1.) Terus beradaptasi dengan perubahan trend an perubahan eksternal dan kemampuan internal, kompetensi dan sumber daya; dan dengan,
- 2.) Merumuskan secara efektif, menerapkan, dan mengevaluasi strategi yang memanfaatkan faktor – faktor tersebut (David, 2011).

Pakar manajemen strategik telah mengakui bahwa sumberdaya yang berharga dapat mendorong kinerja perusahaan menjadi lebih besar (Akio, 2005; Pratono dan Mahmood, 2014). Dalam pandangan berbasis kompetitif (*competitive based approach*), sumber daya saing berkelanjutan dapat berasal dari sumberdaya lingkungan eksternal. Sementara dalam pandangan berbasis sumberdaya (*resource based view*), sumberdaya internal perusahaan mungkin merupakan sumber utama adanya perbedaan kinerja antar perusahaan daripada lingkungan eksternal disekitar perusahaan (Akio, 2005).

Sehubungan dengan sumberdaya internal yang dapat digunakan untuk meningkatkan kinerja perusahaan, Barney (1991) menambahkan bahwa perusahaan dapat menggunakan sumberdaya yang dimilikinya untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dan agar dapat mencapai hal tersebut, dibutuhkan peran manajer untuk menganalisis sumberdaya yang sekiranya memiliki nilai lebih dan berpotensi untuk memunculkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Adapun sumberdaya yang memiliki potensi tersebut diantaranya adalah sumber daya yang bernilai, langka, tidak bisa ditiru, dan tidak bisa digantikan.

Para pakar ilmu sosial seperti ekonom, sosiolog, dan lain sebagainya telah lama berdiskusi tentang bagaimana mendayagunakan sumber daya

(*resources*) perusahaan, guna memperoleh keuntungan ekonomi (*economic gain*) atau manfaat sosial (*social benefit*). Ada beberapa jenis sumberdaya atau modal yang dapat digunakan untuk memperoleh keuntungan ekonomi atau manfaat sosial, diantaranya: modal finansial (*financial capital*), modal manusia (*human capital*), dan modal sosial (*social capital*) (Suharto, 2008; Usman, 2018). Modal ekonomi atau finansial adalah sejumlah uang yang dapat digunakan untuk membeli fasilitas dan alat – alat produksi perusahaan saat ini (seperti pabrik, mesin, peralatan kantor, kendaraan) atau sejumlah uang yang dihimpun untuk investasi di masa depan.

Sementara modal manusia, seringkali dikaitkan dengan usaha mengelola, meningkatkan dan mendayagunakan kepandaian, keterampilan (*skill*), tingkat dan keragaman pendidikan serta pengalaman sebagai sumber daya manusia yang diinvestasikan untuk memperoleh keuntungan atau manfaat sosial melalui kegiatan produktif.

Sebagaimana modal finansial dan modal manusia, modal sosial dewasa ini juga semakin diakui sebagai faktor penting yang turut mempengaruhi kinerja organisasi. Pembahasan tentang modal sosial lazim dikaitkan dengan upaya mengelola, meningkatkan dan mendayagunakan relasi – relasi sosial sebagai sumber daya yang diinvestasikan untuk memperoleh keuntungan ekonomi atau manfaat sosial. Relasi – relasi sosial tersebut diendapi oleh norma – norma yang memberikan jaminan, nilai – nilai yang menghargai perkembangan (*trust*), serta melembagakan hubungan yang saling menguntungkan (*reciprocal relationships*) (Usman, 2018).

Penggunaan istilah “Modal Sosial” yang pertama kali ditemui adalah berasal dari karya klasik Jane Jacob di tahun 1961 yang berjudul *The Death and*

Life of Great American Cities (Kematian dan Kehidupan Kota – Kota Besar Amerika) (Fukuyama, 1997). Dalam karya tersebut, menjelaskan bahwa lingkungan kota yang baik atau sukses adalah tempat atau lingkungan yang mana senantiasa mengikuti segala permasalahan dan perkembangan yang ada di lingkungan tersebut, sehingga lingkungan itu tidak akan dengan mudah dihancurkan oleh permasalahan tersebut. Dalam keadaan lingkungan yang demikian dapat terbentuk suatu jaringan yang dapat secara efektif digunakan untuk melindungi diri mereka sendiri.

Dengan adanya jaringan sosial yang telah terbentuk, suatu kota dapat menerima pendatang baru (seperti imigran) dan memutuskannya secara bijaksana. Disebutkan bahwa jaringan tersebut adalah modal sosial kota yang tidak bisa digantikan. Kapan pun modal itu hilang, dari apapun yang menyebabkannya, hasil yang didapatkan dari jaringan itu pun menghilang. Tidak akan kembali hingga dan paling tidak ada modal baru yang terbentuk secara perlahan dan kebetulan. (Jacob, 1961; Fukuyama, 1997).

Secara terminologi modal sosial berasal dari dua suku kata yakni modal dan sosial. Lin (2003) mendefinisikan modal sebagai, “*investment of resources with expected returns in the marketplace* (investasi sumber daya dengan pengharapan pengembalian di dalam pasar)”. Modal adalah sumberdaya ketika sumberdaya ini di investasikan dan digerakkan untuk mengejar keuntungan sebagai tujuan dari tindakan. Jadi, modal merupakan sumberdaya dua kali di proses.

Pada proses pertama, sumber daya diproduksi atau diubah sebagai investasi; kedua, yang diproduksi atau sumber daya yang diubah ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan keuntungan. Secara sederhana modal merupakan hasil

dari proses produksi (memproduksi atau penambahan nilai pada sebuah sumber daya); sementara yang lainnya modal merupakan faktor penyebab dalam sebuah produksi (sumber daya ditukar untuk menghasilkan keuntungan). Dikatakan sebagai proses karena baik investasi atau mobilisasi memerlukan waktu dan usaha (Lin, 2003).

Istilah sosial dalam modal sosial merujuk pada relasi – relasi sosial. Modal sosial bersifat less tangible (tidak begitu kasat mata). Modal sosial baru akan nampak keberadaannya atau dapat diidentifikasi gejalanya hanya apabila orang – orang menjalin relasi sosial (Usman, 2018).

Berdasarkan pemaparan yang telah diutarakan maka dapat diambil pemahaman bahwa dalam rangka mencapai tujuan manajemen strategik, perusahaan dapat menggunakan sumber daya penting yang dimilikinya seperti modal sosial. Modal sosial merupakan sumberdaya internal perusahaan yang bersifat tidak begitu kasat mata. Perusahaan niscaya dapat melihat adanya modal sosial jika para manajer perusahaan menjalin relasi sosial.

2.3 Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi (Tambunan, 2017). Pada prinsipnya pembedaan antara usaha mikro (UMI), usaha kecil (UK), usaha menengah (UM) dan usaha besar (UB) pada umumnya didasarkan pada nilai asset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata – rata per tahun, atau jumlah pekerja tetap. Namun demikian, definisi UMKM disusun berdasarkan tiga alat ukur ini berbeda di berbagai negara. Menurut

Tambunan (2017) karena hal inilah yang menyebabkan sulitnya membandingkan peran penting UMKM antar negara.

Secara umum, usaha mikro mengerjakan lima atau kurang pekerja tetap; walaupun banyak usaha dari kategori ini tidak mengerjakan pekerja yang digaji, yang di dalam literatur sering disebut *self-employment*. Sedangkan sebuah usaha kecil menengah bisa bekisar antara kurang dari 100 pekerja. Selain menggunakan jumlah pekerja, banyak negara yang juga menggunakan nilai asset tetap (tidak termasuk gedung dan tanah) dan omset guna mendefinisikan UMKM. Bahkan di banyak negara lainnya di Asia, misalnya, definisi UMKM berbeda antarsektor, seperti di Thailand, India, dan Cina, atau bahkan berbeda antarlembaga atau departemen pemerintah, misalnya di Pakistan (Tambunan, 2017).

Di Negara Indonesia definisi UMKM dapat dilihat pada Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang UMKM. Dalam Undang – undang tersebut, usaha mikro didefinisikan sebagai usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha seperti: a.) memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau b.) memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah).

Sementara usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung, maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang mana memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana diatur dalam Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2008.

Adapun kriteria usaha kecil adalah sebagai berikut: a.) memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau b.) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,- (dua milyar lima ratus juta rupiah). Sedangkan usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang – undang tersebut.

Di dalam Pasal 6 Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2008, didebutkan bahwa kriteria usaha menengah adalah *pertama*, memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,- (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. *Kedua*, memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,- (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,- (lima puluh milyar rupiah). Selain menggunakan nilai moneter sebagai kriteria, sejumlah lembaga pemerintah seperti Departemen Perindustrian dan Badan Pusat Statistik (BPS) selama ini juga menggunakan jumlah pekerja sebagai ukuran untuk membedakan skala usaha antara usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar.

Misalnya, menurut BPS usaha mikro (atau di sektor industri manufaktur umum disebut sebagai industri rumah tangga) adalah unit usaha dengan jumlah

pekerja tetap hingga 4 orang; usaha kecil antara 5 sampai 19 orang pekerja; dan usaha menengah dari 20 sampai dengan 99 orang. Perusahaan – perusahaan dengan jumlah pekerja di atas 99 orang masuk dalam kategori usaha besar (Tambunan 2017).

Dalam konteks mikro dan organisasi, industri menurut Kuncoro (Kimbal, 2015) adalah sekelompok perusahaan yang menghasilkan produk/jasa yang relatif sejenis, atau mempunyai sifat saling mengganti yang erat. Sementara Tohar mendefinisikan usaha kecil sebagai kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil, dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam undang – undang (Kimbal, 2015). Usaha pencapaian tujuan pembangunan industri sub sektor industri kecil dan kerajinan rakyat diharapkan mempunyai peran strategis, yaitu sebagai penggerak utama peningkatan laju pertumbuhan ekonomi.

UMKM diibaratkan sebagai raksasa yang tengah tidur. Wilantara dan Susilawati (2016) menjelaskan bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) bertujuan untuk menumbuhkembangkan usaha dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan. Maksudnya adalah bahwa UMKM merupakan alat perjuangan nasional untuk menumbuhkan dan membangun perekonomian nasional dengan melibatkan sebanyak mungkin pelaku ekonomi berdasarkan potensi yang dimiliki atas dasar keadilan bagi semua pemangku kepentingan.

2.4 Teori Modal Sosial

2.4.1 Definisi Modal Sosial

Pembahasan tentang modal sosial sejatinya tidak bisa lepas dari pembahasan tentang modal – modal lainnya yang lebih dulu populer. Secara umum, dari segi sumber daya (*resources*), modal dapat dikategorikan menjadi modal finansial (*financial capital*), modal fisik (*physical capital*), modal manusia (*human capital*), dan modal sosial (*social capital*). Pembahasan mengenai modal sosial senantiasa berkaitan dengan mendayagunakan sumber daya (*resources*) dalam rangka memperoleh keuntungan ekonomi (*economic gain*) atau manfaat sosial (*social gain*) melalui kegiatan produktif.

Teori modal sosial pada dasarnya adalah teori tentang hubungan. Manusia sebagai makhluk sosial menjalin hubungan dengan sesama dan menjaganya agar terus berlangsung sepanjang masa. Hal ini memungkinkan orang – orang yang terlibat di dalam hubungan tersebut mendapatkan keuntungan tertentu. Orang menjadi mampu bekerja bersama – sama untuk mencapai berbagai hal yang tidak dapat mereka lakukan apabila mereka sendirian (Field, 2018).

Dewasa ini, modal sosial semakin diakui sebagai faktor penting yang menentukan keberhasilan pembangunan suatu negara. Modal sosial diyakini memiliki peran yang signifikan antara lain dalam upaya meningkatkan kualitas pendidikan, pelayanan kesehatan, memperkuat posisi tawar politik, mempercepat proses rehabilitasi dan rekonstruksi bencana dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Modal sosial sangat diperlukan oleh masyarakat agar terjaga kelangsungan hidupnya dalam menghadapi gelombang yang dahsyat dalam era teknologi dan informasi (Suharto, 2008; Usman, 2018; Ancok, 2003).

Pembahasan tentang modal sosial erat kaitannya dengan upaya mengelola, meningkatkan dan mendayagunakan relasi – relasi sosial sebagai

sumber daya yang diinvestasikan untuk memperoleh keuntungan ekonomi atau manfaat sosial. Relasi – relasi sosial tersebut diendapi oleh norma – norma yang memberikan jaminan, nilai – nilai yang menghargai perkembangan (*trust*), serta melembagakan hubungan yang saling menguntungkan (*reciprocal relationships*).

Karakteristik modal sosial bersifat *less tangible* (tidak begitu kasat mata). Modal sosial baru diketahui keberadaannya atau dapat diidentifikasi gejalanya hanya apabila orang menjalin relasi – relasi sosial (Usman, 2018).

Salah satu kharakteristik modal sosial adalah hal tersebut dapat dikonversikan menjadi modal yang memiliki nilai ekonomi. Pakar - pakar modal sosial telah banyak memberikan sumbang asih tentang definisi modal sosial. Bordieu (1986) memberikan gambaran tentang modal sosial yang mana merupakan keseluruhan sumber daya baik yang aktual maupun potensial yang terkait dengan kepemilikan jaringan hubungan kelembagaan yang tetap dengan didasarkan pada saling kenal dan saling mengakui.

Penjelasan tentang definisi yang diberikan oleh Bardieu adalah apabila seseorang menjadi anggota dari suatu kelompok orang tersebut niscaya akan memperoleh dukungan dari modal yang dimiliki secara kolektif. Besar kecilnya modal sosial yang dimiliki seseorang yang merupakan anggota dari suatu kelompok tergantung pada seberapa jauh kuantitas maupun kualitas jaringan hubungan yang dapat dibentuknya. Selain itu juga tergantung seberapa besar volume modal ekonomi, budaya dan sosial yang dimiliki oleh setiap orang yang ada dalam jaringan hubungannya.

Putnam secara sederhana menggambarkan modal sosial sebagai, “*features of social organization such as networks, norms, and social trust that*

facilitate coordination and cooperation for mutual benefit". Jika diterjemahkan sebagai berikut: 'ciri – ciri organisasi sosial seperti jaringan, norma – norma, dan kepercayaan yang memudahkan koordinasi dan kerjasama untuk mendapatkan manfaat bersama. Dalam definisi yang ditawarkan oleh Putnam tersebut mengandung unsur 'keterikatan sosial', maksudnya keterkaitan yang di dalamnya terdapat norma – norma tertentu dimana hal tersebut dapat menentukan produktivitas suatu kelompok masyarakat (Putnam, 1995).

Senada dengan definisi yang diberikan oleh Putnam, Fukuyama menyebutkan bahwa, modal sosial merupakan keberadaan seperangkat nilai atau norma informal tertentu yang dimiliki bersama diantara anggota kelompok. Hal yang paling sering digaungkan dalam definisi ini adalah kepercayaan. Faktor kepercayaan diyakini sebagai penentu perkembangan ekonomi Negara dan Bangsa (Fukuyama, 1997).

Berdasarkan definisi tentang modal sosial sebagaimana yang telah diuraikan, dapat ditarik suatu pemahaman bahwa modal sosial adalah keseluruhan sumber daya baik yang aktual maupun potensial yang terkait dengan kepemilikan jaringan hubungan kelembagaan yang tetap dengan didasarkan pada faktor – faktor seperti kepercayaan, nilai – nilai, dan norma – norma yang berlaku. Modal sosial yang digunakan dalam tulisan ini adalah yang mengacu kepada seperangkat nilai atau nilai informal tertentu yang dimiliki bersama di antara anggota kelompok sehingga memungkinkan terjadinya kerjasama diantara mereka.

2.4.2 Bentuk – Bentuk Modal Sosial

Modal sosial merupakan sesuatu yang dapat muncul ketika para aktor yang terlibat didalamnya menjalin hubungan sosial. Jaringan modal sosial dapat

dibentuk karena adanya latar belakang seperti berasal dari daerah yang sama, kesamaan kepercayaan politik atau agama, hubungan genealogis, dan lain – lain.

Akan tetapi yang penting adalah bahwa jaringan sosial tersebut diorganisasikan menjadi sebuah institusi yang memberikan perlakuan khusus terhadap mereka yang dibentuk oleh jaringan, untuk mendapatkan modal sosial dari jaringan tersebut (Hermawanti dan Rinandari dalam Kimbal, 2015).

Ciri khusus yang dimiliki oleh modal sosial sebagai sebuah modal, jika dibandingkan dengan jenis modal lainnya adalah asal usulnya yang bersifat sosial.

Dimana relasi sosial itu dianggap sinergi atau kompetisi yang mana kemenangan seseorang hanya dapat dilabelkan di atas kekalahan orang lain. Modal sosial ditentukan oleh fungsinya. Modal sosial bukan entitas tunggal tetapi Seperti modal – modal lainnya, modal sosial juga memiliki sifat produktif (Coleman, 1988; Suharto, 2008).

Modal sosial memungkinkan pencapaian tujuan – tujuan tertentu yang tanpa kehadirannya tidak mungkin terjadi. Seperti modal fisik dan modal manusia, modal sosial tidak sepenuhnya sepadan tetapi mungkin khusus untuk kegiatan tertentu. Bentuk modal sosial tertentu yang berharga dalam memfasilitasi tindakan tertentu mungkin tidak berguna atau bahkan berbahaya bagi orang lain.

Modal sosial dapat dijelaskan sebagai produk hubungan manusia antara satu sama lainnya, khususnya hubungan yang intim dan konsisten. Modal sosial menunjuk pada jaringan, norma, dan kepercayaan yang berpotensi pada produktivitas masyarakat. Namun demikian, modal sosial berbeda dengan modal lainnya seperti modal finansial karena modal sosial memiliki sifat kumulatif dan bertambah dengan sendirinya (Putnam, 1993; Suharto, 2008; Kimbal, 2015).

Sehubungan dengan hal itu, modal sosial dikatakan tidak akan habis jika dipergunakan, melainkan semakin meningkat. Rusaknya modal sosial lebih sering disebabkan bukan karena dipakai, melainkan karena hal itu tidak dipergunakan dengan baik. Berbeda dengan modal manusia, modal sosial juga menunjuk pada kemampuan orang untuk berasosiasi dengan orang lain (Coleman, 1988; Suharto, 2008). Dengan bersandar pada norma – norma dan nilai – nilai bersama, asosiasi antar manusia tersebut menghasilkan kepercayaan yang pada gilirannya memiliki nilai ekonomi yang besar dan terukur (Fukuyama, 2010; Suharto, 2008, Kimbal, 2015).

Terdapat 3 (tiga) bentuk modal sosial, menurut Coleman (1988) hal tersebut diantaranya: *pertama* kewajiban, harapan, dan kepercayaan (*obligation, expectation, and trustworthiness of structure*); *kedua* kapasitas aliran informasi struktur sosial; *ketiga* norma – norma yang dijalankan dengan berbagai sanksi. Adapun kaitan antara kewajiban dan harapan yang didasarkan pada kepercayaan lingkungan sosial adalah sebagaimana yang telah digambarkan oleh Coleman (1988), yakni misalkan Si A melakukan suatu kebaikan terhadap Si B dan ia menaruh kepercayaan (*trust*) kepada Si B bahwa suatu hari nanti Si B akan membalas kebaikan itu. Proses tersebut di satu sisi memunculkan harapan (*expectation*) bagi A dan disisi lain menimbulkan kewajiban (*obligation*) bagi Si B.

Kewajiban tersebut akan menjadi slip kredit (*credit slip*) yang dipegang A untuk kinerja (*performance*) B. Karena dalam realitasnya Si A tidak hanya melakukan kebaikan kepada Si B, tetapi juga kepada Si C, Si D, Si E, dst. Si A pada dasarnya memiliki serangkaian slip kredit yang sewaktu – waktu bisa ia gunakan ketika ia membutuhkan teman – temannya untuk kepentingannya (Coleman, 1988).

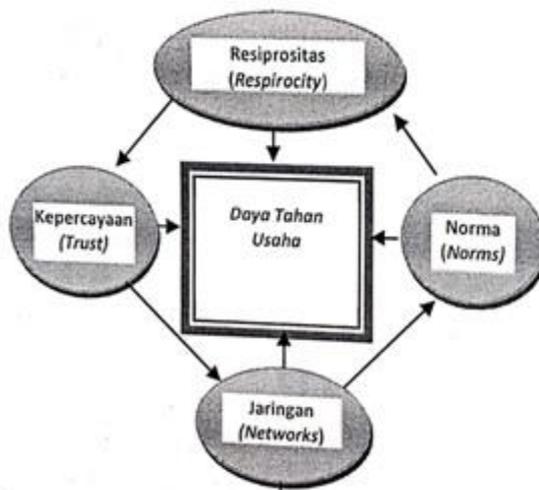
Karena itu, bagi Coleman, bentuk modal sosial tergantung pada dua elemen: *pertama*, kepercayaan terhadap lingkungan sosial, artinya bahwa kewajiban pasti akan dilunasi dan *kedua*, luas actual berbagai kewajiban (*the actual extent of obligations*).

Sanggar (Kimbal, 2015) juga menyebutkan bentuk – bentuk modal sosial, diantaranya adalah:

- 1.) Perkumpulan berbasis komunitas, profesi, agama, usia, gender, hubungan kekerabatan, hobi, dll.
- 2.) Kelembagaan forum warga, missal: rembug desa, selapanan desa, perapatan adat, dll.
- 3.) Kelembagaan sosial yang mengatur penyelenggaraan aktivitas public, missal: saparan desa, syawalan, sadranan, bersih desa, dsb.
- 4.) Kelembagaan sosial yang mengatur penegakan hukum, dan etika pergaulan, missal: pemberlakuan hokum adat, dan norma – norma dalam masyarakat.
- 5.) Kelembagaan sosial yang mengatur produksi dan pertukaran, missal: adat istiadat penyakapan, penggaduhan, pewarisan, dsb.

Bentuk – bentuk modal sosial lainnya yang terdapat dalam keseharian masyarakat berbeda – beda. Menurut Kimbal (2015) bentuk – bentuk modal sosial antara lain: resiprositas (hubungan timbal balik); kepercayaan (*trust*); jaringan; norma; kegiatan sosial; dan kegiatan ekonomi/keuangan. Adapun bentuk – bentuk modal sosial dapat dilihat pada Gambar 2. 1.

Gambar 2.1 Bentuk – Bentuk Modal Sosial



Sumber : Kimbal (2015) hasil modifikasi.

2.4.2.1 Resiprositas

Bentuk modal sosial resiprositas adalah modal sosial yang diwarnai oleh kecenderungan saling tukar kebaikan antar individu dalam internal kelompok.

Modal sosial ini sangat berkaitan erat dengan aktivitas usaha kecil yang tidak dapat berdiri sendiri. Usaha kecil niscaya memerlukan pihak – pihak lain yang berfungsi sebagai penopang usaha. Dengan kata lain, dalam mengembangkan dan mempertahankan usahanya, seorang pengusaha memerlukan dukungan dari pihak lain. Eksistensi modal sosial resiprositas begitu melekat pada usaha kecil, hal ini dapat terdeteksi dari beberapa pola hubungan pada usaha kecil, Kimbal (2015) menyebutkan modal sosial resiprositas dalam usaha industri kecil dapat digambarkan melalui pola hubungan seperti: 1.) hubungan antar sesama pengusaha; 2.) hubungan pengusaha dan petani (pemasok); 3.) pengusaha dan pedagang besar; 4.) pengusaha dan pedagang pengecer, dan 5.) secara tidak langsung antara pengusaha lewat pedagang dan konsumen.

2.4.2.2 Kepercayaan

Rasa percaya merupakan dasar dari perilaku moral dimana modal sosial dibangun. Moralitas menyediakan arahan bagi kerjasama dan koordinasi sosial dari semua aktivitas sehingga manusia dapat hidup bersama dan berinteraksi satu dengan yang lainnya. Membangun rasa percaya adalah bagian dari proses kasih sayang yang dibangun sejak awal dalam suatu keluarga. Sepanjang adanya rasa percaya dalam perilaku dan hubungan kekeluargaan maka akan terbangun prinsip – prinsip resiprositas dan pertukaran.

Kepercayaan adalah pengharapan yang lahir dalam sebuah komunitas yang berperilaku normal, jujur, dan kooperatif, berdasarkan norma – norma yang dimiliki bersama demi kepentingan anggota yang lain dari komunitas itu (Fukuyama, 2010). Norma – norma tersebut boleh jadi merupakan persoalan – persoalan “nilai” yang mendasar seperti nilai Ketuhanan dan keadilan. Selain itu, norma – norma itu juga dapat mencakup norma – norma sekular seperti standar – standar profesional dan aturan – aturan perilaku, yakni kita yakin bahwa dokter tidak akan menyakiti kita secara sengaja karena kita percaya bahwa dokter itu bekerja dengan kode etik kedokteran dan standar – standar profesi medis.

Sebagai alat untuk membangun suatu hubungan, rasa percaya dapat menekan biaya transaksi yaitu biaya yang muncul dalam proses pertukaran yang dapat dibagi menjadi tiga tahap yaitu, kontak, kontrak, dan kontrol. Secara umum orang lebih menyukai hubungan yang didasari dengan rasa saling percaya dibandingkan dengan hubungan yang oportunistik (Vipriyanti, 2011).

2.4.2.3 Jaringan

Jaringan merupakan salah satu bentuk modal sosial. Setiap orang sejatinya mampu berinteraksi dengan orang lain tanpa harus memilih. Tetapi sesungguhnya setiap orang memiliki pola tertentu dalam berinteraksi, melakukan pilihan dengan siapa berinteraksi dan dengan alasan apa ia melakukan interaksi tersebut (Dasgupta, 2002).

Jaringan (*Networks*) menurut Barnes (dalam Kimbal, 2015) merupakan suatu rangkaian hubungan – hubungan yang dibuat oleh seorang individu di sekitarnya dan berpusat pada dirinya sendiri, berdasarkan atas kehendak pribadinya.

Jaringan kerja pada awalnya merupakan sistem dari saluran komunikasi (*system of communication channel*) untuk melindungi dan mengembangkan hubungan interpersonal. Jaringan kerja menekankan pada pentingnya asosiasi vertikal dan horizontal antar manusia. Granoveter (dalam Vipriyanti, 2011) menyatakan bahwa ikatan inter masyarakat (*strong ties*) diperlukan untuk memberikan identitas pada keluarga dan masyarakat serta tujuan bersama. Pandangan tersebut juga menganggap bahwa tanpa adanya ikatan antar masyarakat (*weak ties*) yang menghubungkan berbagai asosiasi sosial, maka ikatan horizontal yang kuat dapat menjadi dasar untuk mewujudkan keinginan kelompok.

2.4.2.4 Norma

Pada masyarakat tertentu, nilai – nilai dan norma – norma kehidupan budaya masih tercermin dalam kehidupan sehari – hari. Tradisi atau adat istiadat masih tertanam dan tetap terpelihara sebagai budaya peninggalan nenek moyang.

Norma adalah nilai bersama yang mengatur perilaku individu dalam suatu masyarakat atau kelompok. Kelompok individu dengan kepentingan bersama (*common interest*) paling tidak mencangkup tujuan ekonomi, umumnya akan

berusaha untuk mengembangkan tujuan bersama tersebut. Kelompok individu diharapkan lebih mementingkan kepentingan bersama dibandingkan dengan kepentingan individu. Ada anggapan bahwa individu dalam kelompok akan bertindak di luar keinginan pribadinya. Tetapi sesungguhnya individu dalam kelompok akan berusaha untuk mencapai tujuan bersama hanya jika individu tersebut juga memperoleh keuntungan dengan kata lain, tindakan untuk mencapai tujuan bersama tersebut bukanlah sukarela. Oleh karena itu, diperlukan norma yang berperan mengatur individu dalam suatu kelompok sehingga keuntungan setiap anggota proporsional dengan usahanya dalam kelompok tersebut.

2.4.3 Transformasi Modal Sosial menjadi Modal Ekonomi

Modal sosial memiliki peran yang penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Transformasi modal sosial menjadi modal ekonomi, merupakan proses perubahan dimana relasi – relasi sosial yang terbangun diantara aktor – aktor modal sosial pada akhirnya dapat memberikan keuntungan ekonomi bagi aktor – aktor tersebut. Sebab, apabila relasi – relasi sosial yang terendap dalam kehidupan sosial tidak diinvestasikan untuk keuntungan ekonomi ataupun sosial relasi tersebut tidak dapat diklasifikasikan sebagai modal sosial. Relasi – relasi semacam itu hanya diklasifikasikan sebagai ekspresi bertemunya stimulan dan respon terhadap sikap dan tindakan (Usman, 2018).

Gambaran kerangka kerja informal tentang bagaimana modal sosial dapat berubah dan menghasilkan nilai ekonomi, secara eksplisit disebutkan oleh Grootaert (1998) diantaranya melalui pembagian informasi, pengkoordinasian kegiatan, dan pengambilan keputusan bersama. *Pertama*, pembagian informasi. Grootaert (1998) menjelaskan bahwa dengan saling berbagi informasi dalam

jaringan sosial dapat berkontribusi dalam mengurangi kegagalan pasar akibat kurangnya informasi. Relasi – relasi sosial dapat memfasilitasi aliran informasi tentang berbagai macam kebutuhan lingkungan.

Semakin luas jaringan sosial yang dapat dikembangkan semakin banyak pula informasi yang akan diperoleh. Di satu sisi penguasaan informasi memiliki peran penting dalam upaya mengidentifikasi dan memprediksi kebutuhan yang tumbuh dan berkembang dalam masyarakat. Sedangkan di sisi lain, penguasaan informasi memiliki peran penting dalam upaya membuat prakiraan atau prediksi tentang sumber daya (*resources*) yang layak diinvestasikan sesuai dengan kebutuhan tersebut. Modal sosial memang tidak dapat menghilangkan ketidakpastian, akan tetapi hal tersebut mampu menciptakan pemahaman bersama tentang bagaimana seorang agen akan merespon ketika dihadapkan pada beberapa keadaan yang terjadi (Usman, 2018).

Kedua, pengkoordinasian kegiatan, dengan mengkoordinasikan tindakan dan mengatur perilaku oportunistik diantara sesama niscaya akan dapat mengurangi resiko terjadinya kegagalan pasar. Manusia secara alamiah memiliki sifat oportunistik, dan apabila hal tersebut tidak dikendalikan maka dapat merugikan orang lain. Adanya asosiasi dapat mengurangi perilaku oportunistik dengan menciptakan interaksi berulang kali diantara individu. Kegiatan tersebut niscaya dapat meningkatkan kepercayaan di antara aktor – aktor yang terlibat (Dasgupta, 2000).

Pengkoordinasian kegiatan dapat membantu petani untuk memperoleh keberhasilan dalam kegiatan produksinya. Petani dapat bekerjasama dengan petani – petani lainnya dalam satu jaringan daerah irigasi untuk bersama – sama

menentukan waktu produksi (tanam) dan penggunaan air irigasi mereka. Dengan demikian tingkat keberhasilan kelompok tani dapat meningkat, daripada ketika tidak adanya koordinasi diantara mereka.

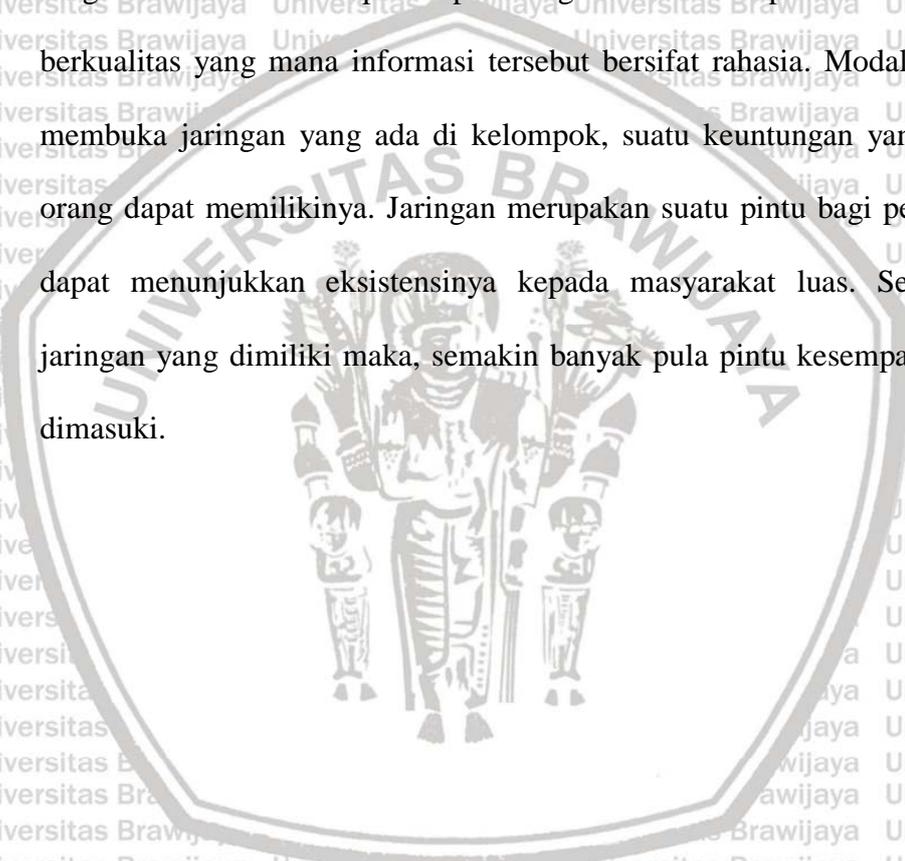
Ketiga, pengambilan keputusan bersama. Pengambilan keputusan bersama berkaitan dengan proses penyediaan barang publik dan pengelolaan eksternalitas pasar. Modal sosial yang terendap ke dalam relasi sosial diperlukan karena dianggap lebih efektif dalam menegakkan kesepakatan bersama dan tindakan kerjasama ketika distribusi aset lokal dan pemberian manfaat yang dibagi lebih merata. Adanya modal sosial memunculkan efisiensi sehingga kesetaraan pun dapat terwujud: pembagian yang lebih baik memberikan insentif untuk koordinasi yang lebih baik dalam mengelola barang publik lokal yang meningkatkan produktivitas bagi semua orang.

Eksistensi modal sosial dalam usaha kecil dapat menjadi bermakna manakala modal sosial berfungsi secara ekonomis mendatangkan profit. Modal sosial dapat membuka jalan menuju akumulasi modal ekonomi terutama berkaitan dengan dana, biaya dan harga. Dalam banyak hal, modal sosial bertransformasi menjadi modal ekonomi yang berdaya guna untuk ketahanan usaha kecil (Kimbal, 2015).

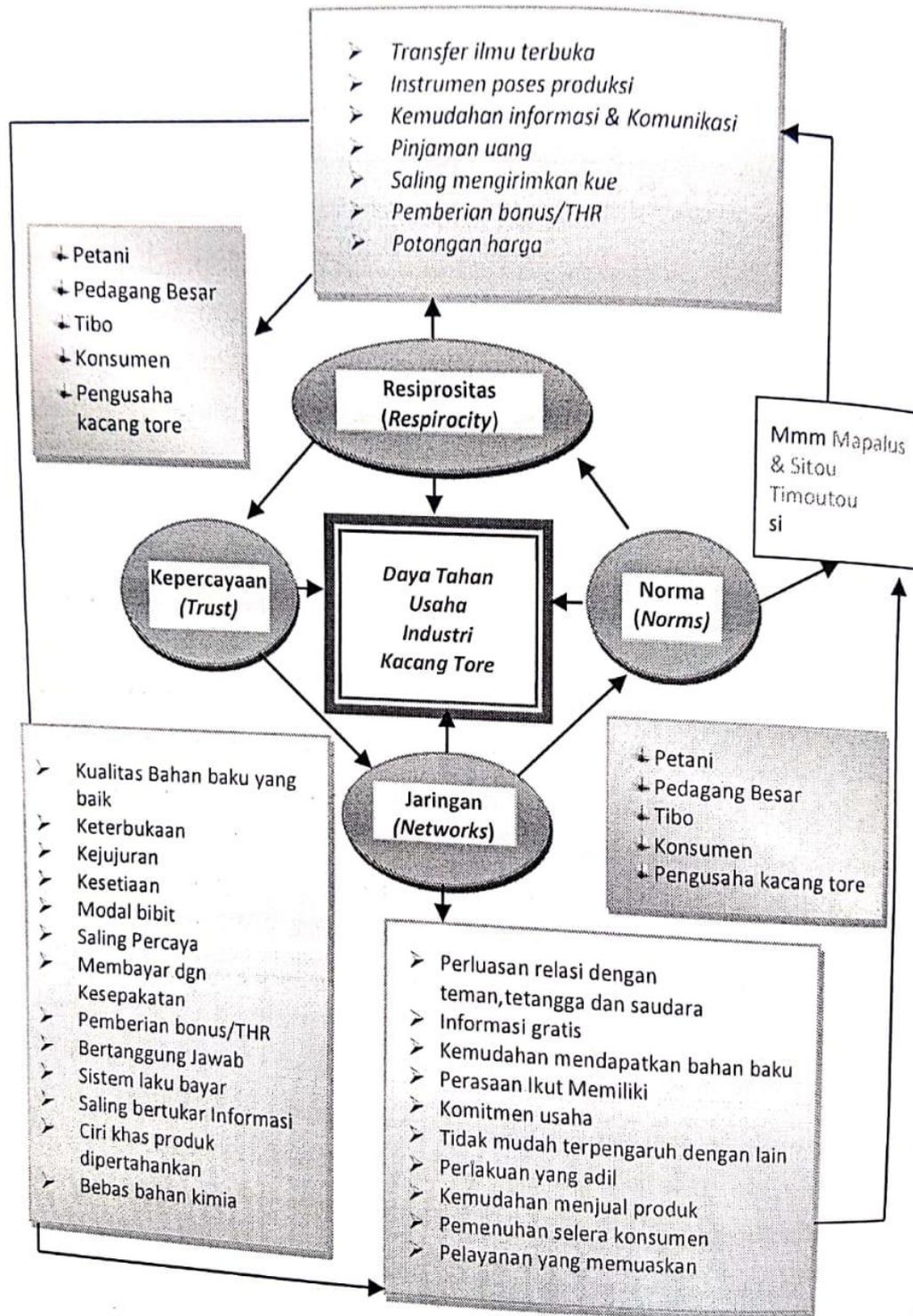
Modal sosial bertransformasi dan mendatangkan manfaat ekonomi. Kimbal (2015) memberikan gambaran bahwa pada usaha industri kecil transformasi dari modal sosial ke modal ekonomi ditandai dengan pemotongan biaya – biaya dan datangnya keuntungan bagi pengusaha dalam hal: (1) mendapatkan bahan baku; (2) memasarkan produk dengan biaya promosi yang murah; (3) mendapatkan informasi; dan (4) mengakses sumber – sumber keuangan. Adapun gambaran

tentang bagaimana modal sosial dapat bertransformasi menjadi modal ekonomi di gambarkan oleh Kimbal (2015) dapat dilihat pada Gambar 2.2.

Hubungan resiprositas yang terjalin diantara anggota dalam suatu komunitas memungkinkan terjadinya transfer ilmu pengetahuan. Karena terjadi secara berulang kepercayaan diantara anggota kelompok niscaya bertambah sehingga, diantara anggota kelompok tersebut dapat saling bertukar informasi yang sangat mendalam sekalipun seperti bagaimana mendapatkan bahan baku yang berkualitas yang mana informasi tersebut bersifat rahasia. Modal sosial niscaya membuka jaringan yang ada di kelompok, suatu keuntungan yang tidak semua orang dapat memilikinya. Jaringan merupakan suatu pintu bagi pengusaha untuk dapat menunjukkan eksistensinya kepada masyarakat luas. Semakin banyak jaringan yang dimiliki maka, semakin banyak pula pintu kesempatan yang dapat dimasuki.



Gambar 2.2 Transformasi Modal Sosial Menjad Modal Ekonomi



Sumber : Kimbal (2015).

2.5 Kinerja

Secara etimologi, kinerja berasal dari kata *performance* atau *to perform* (Sinambela, 2014). Keban (2008) menambahkan istilah kinerja merupakan terjemahan dari *performance* yang sering diartikan oleh para cendekiawan sebagai “penampilan”, “unjuk kerja”, atau “presentasi”. Dewasa ini kinerja sering diartikan sebagai pemanfaatan sumberdaya secara efisien dan efektif untuk mencapai hasil (Berman dalam Keban, 2008).

Vo dan Gi berpendapat bahwa karena tujuan dari kinerja adalah apa yang ingin dicapai oleh perusahaan, kinerja diteliti untuk mengungkap variabel – variabel kunci yang mewakilinya (Sayuti, 2012). Tujuan dari keberadaan suatu perusahaan niscaya adalah untuk dapat terus bertahan hidup dan menduduki puncak tertinggi dari siklus hidup industri. Dan untuk mencapainya, perusahaan perlu untuk memastikan bahwa tujuan – tujuan dari kinerjanya terpenuhi secara konsisten.

Mulyadi menjelaskan bahwa, organisasi pada dasarnya dijalankan oleh manusia, maka penilaian kinerja sesungguhnya merupakan penilaian atas perilaku manusia dalam menjalankan peran yang mereka mainkan dalam organisasi (Mujib, 2010). Suatu organisasi dapat dikatakan efektif kalau tujuan organisasi atau nilai – nilai sebagaimana ditetapkan dalam visinya telah tercapai. Nilai – nilai ini merupakan nilai - nilai yang telah disepakati bersama antara para stakeholder dari organisasi yang bersangkutan. Karena itu, pencapaian visi ini adalah indikator yang sangat penting (Keban, 2008).

Kinerja bisnis menurut Madura (Mujib, 2010) dapat dilihat dari sudut pemilik usaha yang menanamkan modalnya pada suatu perusahaan. Ada dua kriteria untuk mengukur kinerja, *pertama*, imbalan atas modalnya; dan *kedua*,

resiko dari penanaman modal mereka. Pada dasarnya tugas seorang manajer adalah untuk membuat strategi bisnis yang mana dapat memuaskan pemilik bisnis. Para manajer harus menentukan bagaimana strategi bisnis yang bermacam – macam akan mempengaruhi imbalan atas penanaman modal perusahaan dan resikonya.



BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian, baik kualitatif maupun kuantitatif merupakan suatu kegiatan (ilmiah) yang ditempuh melalui serangkaian proses. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah (sebagai lawannya eksperimen) (Sugiyono, 2014). Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah penelitian kualitatif. Pemilihan penelitian kualitatif dikarenakan agar dapat mengungkapkan suatu keadaan, permasalahan yang faktual atau secara nyata terjadi.

Motif lain dari pemilihan jenis penelitian kualitatif bagi penulisan ini yakni karena penelitian kualitatif memungkinkan untuk mendapatkan deskripsi secara mendetail tentang situasi yang dialami, hubungan – hubungan yang terjalin, kegiatan yang terjadi, pandangan, sikap yang nampak, atau tentang suatu proses yang sedang berlangsung, pengaruh yang sedang bekerja, kelainan yang muncul, kecenderungan yang nampak dan sebagainya. Metode penelitian ini membuat penulis secara aktif melibatkan diri untuk mengumpulkan dan menggunakan data – data empiris. Perlu dipahami bahwa penulis tidak melakukan pengkajian kekuatan antar variabel, melainkan berusaha melihat dan menggambarkan sebuah permasalahan sosial yang muncul berkaitan dengan kasus yang diangkat dalam penelitian ini.

Pendekatan kualitatif dalam penulisan ini dilakukan melalui studi kasus dengan melakukan pengamatan dan terlibat untuk dapat memperoleh

pengalaman langsung dan pemahaman tentang bentuk – bentuk modal sosial, proses transformasi modal sosial menjadi modal ekonomi, dan peran modal sosial komunitas terhadap upaya peningkatan kinerja usaha kecil menengah yang ada di Desa Tawangrejo khususnya di Dusun Getung yang menjadi lokasi penelitian. Penulis hadir dan melakukan pengamatan terkait interaksi yang terjadi diantara anggota kelompok. Dengan bantuan pedoman wawancara penulis melakukan wawancara dengan para informan dan sedapat mungkin menggali informasi secara mendalam dan rinci.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penentuan lokasi penelitian sangat penting sebagai upaya dalam pengumpulan data penelitian. Adapun lokasi yang dijadikan rujukan dalam penulisan ini adalah Desa Tawangrejo, Kecamatan Turi, Kabupaten Lamongan.

Pemilihan lokasi tersebut berdasarkan beberapa alasan, yaitu:

1. Penduduk Kecamatan Turi mata pencahariannya adalah di sektor pertanian, perikanan, peternakan, perdagangan, dan jasa. Namun mata pencaharian yang dominan adalah pertanian tanaman padi dan budidaya ikan air tawar.
2. Desa Tawangrejo merupakan desa terluas kedua di Kecamatan Turi dengan yakni seluas 3,98 Km² (8,17 persen) (BPS Kabupaten Lamongan, 2019).
3. Desa Tawangrejo merupakan salah satu desa yang masyarakatnya mengusahakan produk – produk yang menjadi unggulan di Kecamatan Turi, yakni sentra peternakan itik.
4. Di Desa Tawangrejo terdapat sebuah kelompok usaha yang dikelola oleh ibu – ibu rumah tangga. Kelompok usaha tersebut pernah masuk sebagai nominator kelompok Agribisnis peternakan di tingkat Nasional tahun 2011. Setahun

kemudian kelompok yang sama mengantarkan Kabupaten Lamongan meraih Otonomi Award kategori khusus pemberdayaan ekonomi lokal (perempuan produktif). Otonomi awards dari *JawaPost Institute of Pro Otonomi (JPIP)*, adalah ajang penghargaan yang diberikan oleh Kabupaten atau Kota yang memiliki program inovatif di bidang pemerataan ekonomi, pelayanan kesehatan, pelayanan administrasi dasar, dan kinerja DPRD, partisipasi publik, pengentasan kemiskinan, dan pemberdayaan ekonomi lokal. Adapun parameter utama Otonomi Award adalah kemajuan kehidupan ekonomi, peningkatan pelayanan publik, dan perbaikan performa publik lokal.

3.3 Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non Probability Sampling*. Sumber data dalam penulisan ini adalah informan, peristiwa, dan dokumen.

3.3.1 Informan

Informan merupakan objek penting dalam penelitian, yang mana dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang topik penelitian. Hal ini sebagaimana yang diutarakan oleh Meolong (2019), bahwa tujuan dari *sampling* dalam penelitian kualitatif ada dua, yakni untuk merinci kekhususan yang ada dalam ramuan konteks yang unik, dan menggali informasi yang akan menjadi dasar dari rancangan dan teori yang muncul. Dalam penulisan ini, *purposive sampling* dilakukan untuk menjaring sebanyak mungkin informasi. Selain itu, pemilihan informan secara acak juga dilakukan guna menambah informasi yang ada.

Informan dipilih secara sengaja (*purposive*) yakni dipilih berdasarkan pada ciri – ciri atau sifat – sifat tertentu yang dipandang memiliki

sangkut paut yang erat dengan populasi yang diketahui sebelumnya. Adapun informan yang secara sengaja dituju untuk mendapatkan informasi, diantaranya adalah:

1. Ibu Hj. Musarofah sebagai Ketua kelompok ternak Sumber Rejeki sekaligus pelaku usaha ternak itik di Desa Tawangrejo. Informan pertama merupakan informan yang paling penting atau sebagai *key informant* karena dianggap memiliki pengetahuan yang luas dan penguasaan terhadap masalah di lapangan.
2. Bapak Raolan dan Bapak Hariono. Informan kedua ini merupakan informan yang dipilih karena memiliki keahlian tertentu dibidang peternakan. Kedua orang tersebut memiliki sangkut paut yang erat dengan keberadaan kelompok ternak itik di lokasi penelitian.
3. Kepala Desa Tawangrejo, Bapak Masbukin. Beliau adalah salah satu stakeholder yang secara tidak langsung ikut terlibat di dalam kegiatan bisnis kelompok ternak itik.

Pemilihan informan dipilih sesuai dengan prinsip kesesuaian dan prinsip kecukupan. Informan yang dipilih di atas adalah orang yang memberikan informasi yang berhubungan dengan penelitian modal sosial komunitas dalam upaya peningkatan kinerja usaha. Prinsip kesesuaian maksudnya, informan yang dipilih berdasarkan pengetahuan yang dimiliki yang sesuai dengan topik penelitian.

Prinsip kecukupan yakni, informasi yang diperoleh dari informan sudah dapat menggambarkan seluruh fenomena yang berkaitan dengan topik penelitian.

Apabila dirasa informasi dari informan sudah tidak dapat menambah hasil data yang di dapat maka peneliti berhak untuk menghentikan pencarian data pada informan

tersebut. Sehubungan dengan hal tersebut, selain informan – informan yang telah disebutkan di atas, penulis juga melakukan wawancara dengan anggota kelompok yang peneliti dapatkan dari hasil *snowball*. Informan didapat atas rekomendasi yang diberikan oleh *key informant*, adapun informan tersebut diantaranya:

1. Individu pengusaha A (Pengusaha skala mikro)
2. Individu pengusaha B (Pengusaha skala kecil)
3. Individu Pengusaha C (Pengusaha skala sedang)
4. Individu Pengusaha D (Pengusaha skala besar)

3.3.2 Peristiwa

Peristiwa dalam penulisan ini adalah kejadian – kejadian yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti di lapangan. Dalam penulisan ini yang dimaksud peristiwa adalah:

- a. Kegiatan – kegiatan yang dilakukan pelaku – pelaku kegiatan usaha kecil dan menengah.
- b. Kegiatan – kegiatan yang dilakukan masyarakat setempat yang berkaitan langsung dengan kegiatan usaha kecil dan menengah seperti kegiatan rutin lainnya yang biasa dilakukan oleh masyarakat setempat.

3.3.3 Dokumen

Dokumen dalam penulisan ini adalah dokumen yang berkaitan dengan masalah, tujuan dan fokus penelitian. Bentuk dari dokumen – dokumen tersebut antara lain: format – format kegiatan usaha mikro, kecil, dan menengah, monografi Dinas dan data – data pendukung lainnya dari Dinas terkait.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif dilaksanakan sampai pada tingkat kejenuhan (*saturated*) (Kimbal, 2015). Ketika informasi awal sudah jenuh, mereka yang menguasai data – data yang hanya akan dipilih. Tahapan pengumpulan data dilakukan proses sebagai berikut:

3.4.1 Proses Memasuki Lokasi Penelitian

Langkah awal yang perlu dilakukan oleh penulis adalah mengurus ijin pada Program Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis universitas Barawijaya Malang, dan diteruskan kepada Instansi – instansi terkait di Kabupaten Lamongan.

3.4.2 Ketika Berada di Lokasi Penelitian

Ketika penulis ketika berada di situs penelitian, penulis bertindak dalam hal mengumpulkan informan – informan sebagai pihak yang telah ditetapkan sebagai sumber data.

3.4.3 Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan beberapa cara, meliputi wawancara, observasi dan dokumentasi. Adapun penjelasan terkait dengan pengumpulan data adalah sebagai berikut:

3.4.3.1 Wawancara

Wawancara yang mendalam (*in depth interview*). Wawancara merupakan cara utama yang digunakan dalam penulisan, hal ini dikarenakan: *pertama*, dengan wawancara maka penulis dapat menggali hal – hal yang diketahui dan yang dialami oleh informan penelitian, dan apa yang tersembunyi jauh dalam diri informan tersebut. *Kedua*, apa yang ditanyakan kepada informan bisa mencakup hal – hal

yang bersifat lintas waktu yang berkaitan dengan masa lampau, masa sekarang, dan juga masa yang akan datang. Wawancara tidak hanya dilakukan dengan materi pertanyaan dengan struktur yang ketat namun pertanyaan yang memfokus dan mendukung pengungkapan rumusan masalah yang telah disusun sebelumnya.

3.4.3.2 Observasi

Observasi, dilakukan melalui pengamatan secara langsung terhadap obyek penelitian guna memperoleh data aktual dari sumber data. Kegiatan pengamatan dilakukan karena teknik pengamatan memungkinkan penulis untuk dapat melihat dan mengamati sendiri, kemudian mencatat perilaku dan kejadian sebagaimana yang terjadi pada keadaan yang sebenarnya. Penulis melakukan pengamatan tentang bagaimana anggota kelompok saling berinteraksi dalam keseharian dan ketika terjadi perkumpulan rutin.

3.4.3.3 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sumber – sumber informasi non manusia, seperti dokumen dan rekaman atau catatan. Dalam penelitian kualitatif, umumnya dokumentasi seringkali diabaikan karena dianggap tidak dapat disejajarkan keakuratannya dan kerinciannya dengan hasil wawancara dan observasi yang ditangani langsung oleh peneliti sebagai tangan pertama (Kimbal, 2015). Data dokumentasi diperlukan peneliti sebagai bahan pelengkap. Peneliti melakukan dokumentasi dari kegiatan yang dilakukan selama penelitian. Di samping itu, peneliti juga mengoleksi foto – foto yang berhubungan dengan kegiatan usaha mikro, kecil, dan menengah di Desa Tawangrejo.

3.5 Fokus Penelitian

Luasnya masalah yang ada di lapangan niscaya menjadi kendala tersendiri pada saat melakukan penelitian. Sugiyono (2014) mengungkapkan bahwa, dalam pandangan penelitian kualitatif, gejala dari suatu obyek itu bersifat holistik (menyeluruh, tidak dapat dipisah – pisahkan), sehingga peneliti kualitatif tidak akan menetapkan penelitiannya hanya berdasarkan variabel penelitian. Karena terlalu luasnya masalah, maka penulis perlu melakukan pembatasan masalah. Batasan masalah dalam penelitian umumnya disebut sebagai fokus penelitian.

Setidaknya ada 2 (dua) tujuan dalam penetapan fokus penelitian, diantaranya: *pertama*, penetapan fokus dapat membatasi studi, yang berarti bahwa dengan adanya fokus, penentuan tempat penelitian menjadi lebih layak (Meolong, 2019; Kimbal, 2015). *Kedua*, penentuan fokus secara efektif berfungsi untuk memenuhi kriteria inklusi – eksklusi atau kriteria masuk – keluar suatu informasi yang baru diperoleh di lapangan (Meolong, 2019). Dengan bimbingan dan arahan suatu fokus, seorang peneliti dapat tahu persis data mana dan data tentang apa yang perlu dikumpulkan dan data mana pula yang walaupun mungkin menarik, karena tidak relevan, tidak perlu dimasukkan ke dalam sejumlah data yang sedang dikumpulkan.

Seperti yang telah dideskripsikan dalam perumusan masalah dan juga pada tujuan penelitian, maka agar dapat merinci yang menjadi fokus dalam penulisan ini adalah sebagai berikut:

3.5.1 Kegiatan pengusaha dalam usaha kecil dan menengah, yang mana tidak dapat lepas dari peranan modal sosial yang melekat erat serta hidup bersama – sama

dengan masyarakat sekitar. Oleh sebab itu, penulis bermaksud mendeskripsikan mengenai bentuk – bentuk modal sosial apa saja yang melekat pada usaha kecil dan menengah yang ada di Desa Tawangrejo. Secara teoritis, menurut Kimbal (2015) bentuk – bentuk modal sosial antara lain:

3.5.1.1 Resiprositas (hubungan timbal balik);

3.5.1.2 Kepercayaan (*trust*);

3.5.1.3 Jaringan;

3.5.1.4 Norma; dan

3.5.1.5 Kegiatan ekonomi/keuangan.

3.5.2 Proses perubahan (*transformation*) yang terjadi dari modal sosial (*social capital*) menjadi modal ekonomi (*financial*) nampaknya memberikan berbagai keuntungan positif. Kimbal (2015) memberikan gambaran bahwa pada usaha industri kecil transformasi dari modal sosial ke modal ekonomi ditandai dengan pemotongan biaya – biaya dan datangnya keuntungan bagi pengusaha. Sehubungan dengan itu, transformasi modal sosial yang terdapat pada usaha kecil dan menengah di Desa Tawangrejo yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah diantaranya dalam hal:

3.5.2.1 Mendapatkan bahan baku;

3.5.2.2 Memasarkan produk;

3.5.2.3 Mendapatkan informasi; dan

3.5.2.4 Mengakses sumber – sumber keuangan.

3.5.3 Peran modal sosial terhadap peningkatan kinerja usaha kecil dan menengah.

Dalam kajian ini memberikan deskripsi tentang kepercayaan, norma, nilai, dan jaringan sebagai bagian dari modal sosial komunitas yang dikaitkan dengan

produktivitas, penjualan, keuntungan, pertumbuhan usaha, dan kepuasan pengusaha sebagai faktor – faktor penentu kadar kinerja usaha.

3.6 Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun data yang diperoleh, baik dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Neuman (2013) mengatakan bahwa menganalisis data berarti secara sistematis menyusun, mengintegrasikan, dan menyelidiki. Pada saat melakukan analisis, seorang peneliti mencari pola tentang hubungan diantara rincian yang spesifik.

Penulisan ini menggunakan analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yakni menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldana. Sebagaimana dapat dilihat pada Gambar 3.1. Analisis dilakukan secara terus menerus sepanjang penelitian berlangsung. Model analisis ini dipilih karena dianggap dapat memudahkan penulis dalam membuat kesimpulan pada saat penelitian. Penulis tidak perlu memasukkan data ke dalam aplikasi pengolah data manapun, sehingga peneliti dapat menganalisis dan merasakan fenomena dari data yang diperoleh.

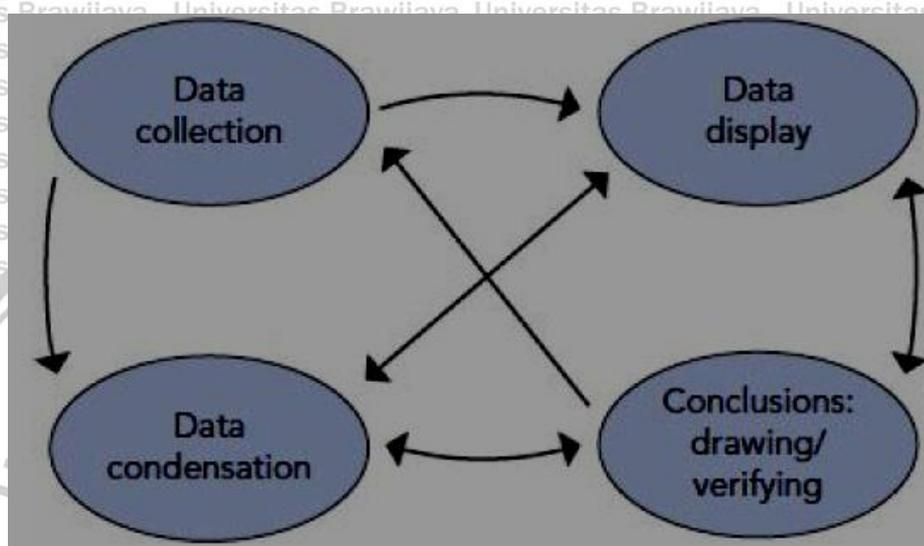
Tahapan awal dalam penelitian yang dilakukan antara lain adalah dilakukannya pengumpulan data. Data yang didapatkan kemudian disortir menjadi beberapa bagian, lalu diadakan kualifikasi, tujuannya untuk memisahkan data yang penting dan data yang tidak penting atau tidak relevan dengan fokus penelitian.

Tahapan ini dapat disebut sebagai kondensasi data.

Setelah itu, penulis menyajikan data dalam bentuk yang sederhana tujuannya agar mudah untuk dibaca, dipahami dan diinterpretasikan untuk mencari

jawaban atas permasalahan yang diteliti. Setelah data disajikan, penulis kemudian mengkaitkan data yang diperoleh dengan hasil temuan terdahulu dan teori – teori yang terdapat pada kajian teori. Ketika telah mengkerucut, dan diketahui makna yang diperoleh kemudian dilakukanlah penarikan kesimpulan.

Gambar 3.1 Komponen dalam Analisis Data: Model Interaktif



Sumber: Miles, Huberman, dan Saldana (2014)

Keterangan:

3.6.1 Kondensasi Data (*Data Condensation*)

Kondensasi data merupakan proses memilih, memfokuskan, menyederhanakan, meringkas dan/atau mengubah data yang muncul dari catatan – catatan yang ditulis pada waktu di lapangan (Miles, Huberman, dan Saldana, 2014).

Maksudnya adalah, peneliti melakukan telaah terhadap semua data yang didapatkan dari situs penelitian. Dalam proses ini, peneliti mengabaikan data – data yang telah diperoleh apabila dianggap tidak sesuai dengan permasalahan dan tujuan penelitian.

3.6.2 Penyajian Data (*Data Display*)

Kegiatan setelah melaksanakan kondensasi data adalah menampilkan data. Penyajian data adalah sebuah pengorganisasian mengenai data – data yang telah didapat (Miles, Huberman, dan Saldana, 2014). Peneliti melakukan pengorganisasian data yang telah didapatkan, yakni menyajikan data atau informasi yang didapatkan dengan bentuk deskriptif atau uraian (teks naratif) baik singkat maupun panjang, menyajikan tabel dan gambar yang juga diurai dengan penjelasan. Tujuannya agar dapat lebih mudah dipahami oleh pembaca.

Dalam penyajian data, perlu disesuaikan dengan fokus penelitian. Dengan begitu data yang tersaji adalah data yang berhubungan dengan judul dari penelitian. Penyesuaian terhadap fokus penelitian juga dimaksudkan untuk memudahkan dalam menarik suatu kesimpulan.

3.6.3 Kesimpulan: Menggambar/Memferivikasi (*Conclusion: Drawing and Verifying*)

Penarikan kesimpulan merupakan kegiatan dimana peneliti mengulang kembali pengumpulan data sampai pada penyajian data yang dideskripsikan secara rinci dan disertakan pemecahan dari masalah yang diangkat.

Dari tahapan penyajian data, peneliti berusaha mencari makna atau maksud dari data yang mana telah dianalisis dan disajikan. Setelah peneliti mendapatkan jawaban akan hal tersebut (makna), maka peneliti dapat menarik kesimpulan.

Dengan kata lain, kesimpulan merupakan hasil yang didapatkan peneliti dari hasil analisis data yang telah dikaitkan dengan teori.

3.7 Keabsahan Data

Setiap penelitian memerlukan standar untuk melihat derajat kepercayaan atau kebenaran terhadap hasil penelitian. Dalam penelitian kualitatif,

standar tersebut dikenal dengan istilah keabsahan data. Dengan kata lain, keabsahan data merupakan suatu usaha untuk meningkatkan derajat kepercayaan data.

Sugiyono (2014) menyebutkan bahwa dalam penelitian kualitatif, temuan atau data dapat dinyatakan *valid* apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti.

Untuk menetapkan keabsahan data (*trustworthiness*) data diperlukan teknik pemeriksaan. Sehubungan dengan itu, dalam penelitian ini, pengujian kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian dilakukan dengan peningkatan ketekunan dan teknik triangulasi.

3.7.1 Meningkatkan Ketekunan

Ketekunan atau keajegan pengamatan berarti mencari secara konsisten interpretasi dengan berbagai cara dalam kaitan dengan proses analisis yang konstan atau tentatif (Meolong, 2019). Ketekunan dalam pengamatan bermaksud menemukan ciri – ciri dan unsur – unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan atau isu yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal – hal tersebut secara rinci. Secara sederhana, peningkatan ketekunan dalam pengamatan bermaksud untuk mendapatkan *kedalaman*.

Peneliti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Harapannya agar kepastian data dan urutan peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis. Dengan meningkatkan ketekunan maka, peneliti dapat melakukan pengecekan kembali apakah data yang telah ditemukan itu salah atau tidak. Selain itu, dengan meningkatkan ketekunan, peneliti dapat memberikan deskripsi data yang akurat dan sistematis tentang apa yang diamati.

3.7.2 Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain, di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu (Meolong, 2019). Triangulasi dalam pengujian kredibilitas dilakukan dengan cara melakukan pengecekan data dari sumber dengan sumber lainnya (Sugiyono, 2014). Pada penulisan ini triangulasi dilakukan dengan triangulasi sumber, triangulasi data, dan triangulasi metode.

Triangulasi sumber dilakukan dengan cara *cross check* data dengan membandingkan fakta dari sumber lain, sumber tersebut berupa informan yang berbeda. Seperti melakukan pengecekan fakta antara informan pelaku usaha dengan perwakilan dari Dinas Peternakan untuk melakukan reanalisis data yang telah diperoleh. Triangulasi data dilakukan dengan cara meminta *feed back* dari informan. Umpan balik tersebut berguna untuk memperbaiki kualitas data dan kesimpulan yang ditarik dari data tersebut.

Triangulasi metode, dilakukan dengan cara menggunakan beberapa metode. Metode – metode tersebut diantaranya wawancara yang mendalam dan observasi dengan menelaah data sekunder. Data sekunder diantaranya seperti dokumen – dokumen tertulis, arsip, catatan resmi, catatan atau tulisan pribadi, dan gambar atau foto yang selanjutnya akan memberikan pandangan (*insight*) yang berbeda pula mengenai fenomena yang diteliti.

3.7.3 Member Check

Untuk mendapatkan tingkat kredibilitas yang tinggi, penulis berupaya melakukan konfirmasi dan klarifikasi data yang diperoleh dengan para partisipan/*member checks*. Penulis kembali mendatangi partisipan setelah analisis data dilakukan.



BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Lokasi dan Situs Penelitian

4.1.1.1 Profil Kabupaten Lamongan

Pada subseksi ini menjelaskan tentang gambaran umum lokasi penelitian yakni Kabupaten Lamongan. Secara geografis Kabupaten Lamongan terletak pada

6° 51' 54" sampai dengan 7° 23' 6" Lintang Selatan dan diantara garis bujur timur

112° 4' 41" sampai 112° 33' 12" Bujur Timur. Kabupaten Lamongan memiliki luas

wilayah kurang lebih 1.812,80 km² setara 181.280 Ha atau ± 3,78% dari luas

wilayah Propinsi Jawa Timur. Wilayah Kabupaten Lamongan terdiri dari daratan

rendah dan bonorowo dengan tingkat ketinggian 0 – 25 meter seluas 50,17%,

sedangkan ketinggian 25 – 100 meter seluas 45,68%, selebihnya 4,15 %

berketinggian di atas permukaan air laut, dan memiliki panjang garis pantai

sepanjang 47 km. Batas wilayah administratif Kabupaten Lamongan adalah :

1. Sebelah Utara : Laut Jawa.
2. Sebelah Timur : Kabupaten Gresik.
3. Sebelah Selatan : Kab. Jombang dan Kab. Mojokerto.
4. Sebelah Barat : Kab. Bojonegoro dan Kab. Tuban.

Kondisi topografi Kabupaten Lamongan dapat ditinjau dari ketinggian

wilayah di atas permukaan laut dan kelerengan lahan. Kabupaten Lamongan terdiri

dari dataran rendah dan berawa dengan ketinggian 0-20 m dengan luas 50,17% dari

luas Kabupaten Lamongan. Selain itu, terdapat juga daratan dengan ketinggian 25-

100 meter seluas 45,68%, sedangkan sisanya 4,15% merupakan daratan dengan ketinggian di atas 100 m.

Tanah di Kabupaten Lamongan relatif datar. Hal ini karena sebagian besar wilayah di Kabupaten Lamongan memiliki tingkat kemiringan tanah sebesar 0-2°. Tanah di wilayah tersebut umumnya merupakan tanah *alluvium* yang memiliki karakteristik dapat menampung air hujan yang tergenang. Disebabkan oleh karakteristik tersebut mayoritas penduduk di Kabupaten Lamongan bermata pencaharian sebagai petani.

Keadaan iklim di Kabupaten Lamongan merupakan iklim tropis yang dapat dibedakan atas 2 (dua) musim, yaitu musim penghujan dan musim kemarau.

Curah hujan tertinggi terjadi diantara Bulan Desember sampai dengan Bulan Mei, sedangkan pada bulan – bulan lain curah hujan relatif rendah. Pada tahun 2013, curah hujan di Kabupaten Lamongan terbilang cukup tinggi yakni rata – rata 1.714 mm/tahun, dengan rata – rata curah hujan terbanyak terjadi pada Bulan Januari 2013 yaitu sebanyak 362 mm/tahun.

4.1.1.2 Profil Kecamatan Turi

Topografi Kecamatan Turi berada di dataran yang cukup rendah (tanah datar) dengan tingkat ketinggian dari permukaan air laut 5-9 meter, 47,37 persen berada pada ketinggian 6 meter diatas permukaan laut, 31,58 persen berada pada ketinggian 5 meter diatas permukaan laut, dan 10,53 persen berada pada ketinggian 7 meter diatas permukaan laut. Sedangkan sisanya sekitar 10,52 persen berada pada ketinggian 8-9 meter.

Luas wilayah Kecamatan Turi 48,69 Km² yang terbentang pada 7°01'30" LS - 7°06'30" LS dan 112°20'30" BT – 112°26'00" BT dengan rata-rata hari hujan

6 hari serta rata-rata curah hujan 78 mm. Letak geografis Kecamatan Turi disebelah barat ibukota Kabupaten Lamongan dengan jarak orbitasi 5 Km dari ibukota Lamongan yang dilalui jalan raya Surabaya – Jakarta. Secara Geografis, batas-batas wilayah Kecamatan Turi meliputi:

- Sebelah Utara Kecamatan Kalitengah;
- Sebelah Timur Kecamatan Deket;
- Sebelah Selatan Kecamatan Lamongan; dan
- Sebelah Barat Kecamatan Sukodadi.

Desa Balun merupakan Desa yang memiliki wilayah terluas, yakni 5,6 Km² (11,52 persen), berikutnya Desa Tawangrejo 4 Km² (8,17 persen). Adapun desa yang wilayahnya terkecil sebanyak 3 desa Ngujungrejo, Sukorejo, dan Bambang, yakni sekitar 1,4 Km² (2,90 persen).

Ada beberapa potensi yang dimiliki oleh Kecamatan Turi, diantaranya adalah:

1. Bidang Pertanian Tanaman Pangan

Luas lahan di Kecamatan Turi sebagian besar adalah lahan pertanian yakni sebesar 43,55 km² atau sekitar 89,46 persen dari total lahan. Sub sektor Pertanian tanaman pangan yang di usahakan di kecamatan Turi hanya dua komoditi yaitu Padi sawah dan jagung yang merupakan komoditi yang biasa di usahakan petani sedangkan komoditi palawija yang lain tidak di usahakan karena tidak cocok dengan kondisi lahan pertanian yang ada di Kecamatan Turi.

2. Bidang Perikanan

Disamping mengkusahkan tanaman Padi dan Jagung hampir 90 persen petani di Kecamatan Turi mengusahkan budidaya ikan di air tawar yaitu ikan Bandeng dan Udang Vaname yang merupakan produk unggulan perikanan di Kecamatan Turi setiap Tahunnya.

3. Bidang Peternakan

Peternakan yang menjadi produk Unggulan di Kecamatan Turi adalah Itik yang hampir diseluruh desa ada masyarakat yang mengusahkan khususnya di Desa Tawangrejo dan Desa Bambang merupakan sentra Peternakan Itik disamping Itik masyarakat Kecamatan Turi juga berternak Sapi, Kerbau, Kambing dan Domba.

4. Bidang Industri

Kecamatan Turi adalah daerah yang sebagian besar masyarakatnya bekerja di sektor pertanian dan sebagai buruh dan juga sebagian kecil. Yang berusaha di bidang sektor industri kecil atau industri Rumah Tangga karena di Kecamatan Turi tidak ada industri besar maupun sedang, adapun industri kecil ada di semua desa kecuali Desa Sukorejo.

Usaha industri kecil yang diusahakan oleh masyarakat ketiga desa tersebut adalah industri Bos Kopyah (Songkok setengah jadi) dan Telur Asin. Tetapi usaha tersebut hanya usaha sampingan saja kalau pada musim kemarau. Di kecamatan Turi industri yang ada hanya industri Kecil dan Kerajinan Rumah Tangga karena usaha industri kecil dan Rumah Tangga yang mampu untuk menambah penghasilan masyarakat di Kecamatan Turi.

4.1.1.3 Gambaran Umum Modal Sosial di Desa Tawangrejo

Desa Tawangrejo termasuk ke dalam wilayah Kecamatan Turi Kabupaten Lamongan. Desa ini terbagi menjadi tiga dusun kecil yakni Getung, Deyo, dan Kaoman. Di desa ini terdapat kelompok yang mampu menjadi kebanggaan warga Desa Tawangrejo pada khususnya dan bahkan bagi warga Kabupaten Lamongan pada umumnya.

Warga di Desa Tawangrejo khususnya di Dusun Getung tergolong pekerja keras. Hampir setiap orang memiliki sumber mata pencaharian lebih dari satu. Hal ini dikarenakan, hasil pertanian yang tidak menentu sehingga mereka harus dapat menguasai bidang keahlian lain agar dapat mempertahankan hidupnya.

Di samping sumber daya alam yang cukup memadai, di Desa Tawangrejo khususnya di Dusun Getung juga memiliki modal sosial yang relatif tinggi. Hal ini dibuktikan dengan adanya kelompok tani ternak agribisnis komoditas itik. Dengan adanya kelompok ini, perekonomian di Desa tersebut dapat berjalan dengan baik. Dengan satu gerakan kecil mampu mendongkrak taraf kehidupan masyarakat.

Kelompok ternak tersebut tersebut tidak serta merta terbentuk. Dengan berdasar pada suatu tujuan yang sama, satu persatu anggota kelompok berduyun-duyun untuk ikut bergabung menjadi anggot kelompok. Seperti kelompok-kelompok pada umumnya, kelompok tersebut banyak berbenturan dengan berbagai dinamika.

Awal mula terbentuk kelompok ternak Sumber Rejeki sering dikaitkan karena adanya program kebijakan dari pemerintah setempat. Namun, karena adanya modal sosial yang kuat di antara anggotanya, kelompok tersebut masih dapat bertahan dan menjadi suatu sumber kekuatan yang mampu membantu menopang kehidupan para anggotanya. Padahal, komunitas – komunitas lain yang mendapat

manfaat yang serupa dari adanya program kebijakan tersebut sudah telah lama berguguran bahkan sejak bantuan dari pemerintah masih bergulir. Hal inilah kiranya yang perlu untuk lebih diperhatikan.

Di tengah pergolakan lingkungan yang turbulen, individu atau organisasi niscaya mencari cara agar dapat tetap bertahan hidup. Sementara sumber – sumber daya yang ada sangat terbatas, naluri yang muncul dalam diri manusia agar dapat bertahan adalah mencari alternatif – alternatif sumber daya yang lain. Namun sayangnya sangat jarang yang menyadari bahwa sumberdaya – sumberdaya itu ada dan sangat dekat dengan diri manusia tersebut.

4.2 Penyajian Data

4.2.1 Bentuk – Bentuk Modal Sosial Pada Usaha Kecil Dan Menengah Di Desa

Tawangrejo

Untuk mengetahui bagaimana bentuk – bentuk modal sosial pada Usaha Kecil dan Menengah di Desa Tawangrejo, maka peneliti menggunakan 5 (lima) kriteria sebagaimana yang telah dijelaskan pada bab 2 (dua). Adapun kriteria tersebut diantaranya adalah : a.) Resiprositas (hubungan timbal balik); b.) Kepercayaan (*trust*); c.) Jaringan; d.) Norma; dan e.) Kegiatan ekonomi/keuangan.

Berikut ini disajikan data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang telah dikelompokkan.

4.2.1.1 Resiprositas (hubungan timbal balik)

Salah satu karakteristik Bangsa Indonesia adalah keramah tamahannya. Bangsa ini unggul dan niscaya tidak akan kalah dari Bangsa manapun di dunia dalam hal tersebut. Siapapun warga Negara asing dapat membuktikannya kalau warga tersebut pernah mengunjungi Negeri ini.

Akan tetapi, sikap yang diajarkan oleh leluhur kini mulai luntur dan jarang nampak di kota – kota besar. Beruntung tidak sedikit warga pedesaan yang senantiasa mengamalkan ajaran para orang tua. Sopan santun dan tata karma masih sangat kental apabila kita memasuki kawasan pedesaan.

Di lokasi penelitian, karakteristik ini masih dijumpai. Warga masyarakat sangat menyambut baik kedatangan siapapun yang datang, dengan tangan kosong sekalipun. Di sela – sela waktu istirahatnya, narasumber – narasumber yang ditemui menerima dan menyempatkan waktunya untuk wawancara. Ketua Kelompok Ternak Sumber Rejeki menyatakan bahwa:

“Warga Dusun Getung secara umum menyambut baik kehadiran orang asing. Selama saya tinggal di sini Alhamdulillah rukun – rukun semua. Warga sering bertukar kebaikan antara satu dengan yang lainnya.” (wawancara tanggal 8 Desember 2020 pukul 10.00 di kediaman Ibu Musharofah).

Pernyataan senada juga diutarakan oleh Kepala Desa Tawangrejo, bahwa karakteristik warga yang dipimpinnya tersebut cenderung baik. Selama periode kepemimpinannya jarang ditemukan adanya perkelahian antar warga. Tingkat toleransi sesama warga juga baik. Adapun yang disampaikan oleh Kepala Desa Tawangrejo, Bapak Masbukin sebagai berikut:

“Warga desa cenderung baik dan ramah. Selama saya menjabat, permasalahan yang sering kali saya temui kebanyakan seputar kenakalan remaja. Sangat jarang jika ada perkelahian antar warga. Semua itu karena sikap toleransi diantara warga cukup tinggi.” (wawancara pada tanggal 8 Desember 2020 pukul 09.00 di Kantor Desa Tawangrejo).”

Tidak hanya sikap toleransi yang tinggi, masyarakat Getung juga memiliki rasa solidaritas yang tinggi. Dari wawancara dengan Ketua Kelompok Ternak Sumber Rejeki diketahui bahwa:

“Masyarakat sering kali terlibat dalam kegiatan gotong royong. Semisal apabila ada yang punya hajat, tetangga kanan kirinya ikut membantu. Kalau ada yang terkena musibah, warga juga berduyun – duyun datang.” (wawancara tanggal 8 Desember 2020 pukul 10.00 di kediaman Ibu Musharofah).

Kepedulian anggota kelompok ternak terhadap lingkungan di sekitarnya juga ditunjukkan dalam bentuk penyaluran dana sosial yang diperuntukkan untuk pembangunan masjid dan kegiatan sosial lainnya. Dalam artian, bahwa dana hasil pengelolaan bersama yang mereka miliki dikembalikan lagi kepada masyarakat sekitar atau tidak hanya anggota kelompok saja yang boleh menerima hasil tersebut, melainkan seluruh warga masyarakat. Hal ini sebagaimana yang disampaikan oleh Ketua Seksi Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Kabupaten Lamongan Bapak Raolan sebagai berikut:

“Mereka cukup baik, mereka juga menyisihkan sebagian dana yang mereka kelola untuk keperluan warga, seperti membangun masjid. Setahu saya mereka juga menyantuni anak yatim pada bulan tertentu.” (Wawancara pada tanggal 02 Januari 2021 pukul 14.00 di Kantor Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Kabupaten Lamongan).

Dengan adanya unsur resiprositas yang kuat diantara masyarakat di Dusun Getung niscaya dapat menumbuhkan sikap kemandirian lokal. Dampak yang muncul dengan adanya hubungan resiprositas yang terjadi di antara kelompok dapat menyebar secara luas. Ketua Kelompok Ternak Sumber Rejeki menjelaskan bahwa:

“Kami saling bantu membantu, contoh konkritnya itu di desa kami tidak ada tempat pembuangan umum. Kami berencana akan membeli tanah milik warga untuk dijadikan sebagai tempat pembuangan sampah sementara. Karena kalau nunggu pemerintah maka kami tidak akan pernah memiliki TPU sendiri.” (wawancara tanggal 8 Desember 2020 pukul 10.00 di kediaman Ibu Musharofah).

Resiprositas, adalah kecenderungan saling tukar kebaikan antar individu dalam internal maupun eksternal kelompok. Modal sosial komunitas dalam bentuk resiprositas yang terjadi di Dusun getung diwarnai dengan adanya kepedulian, toleransi, solidaritas. Dengan adanya modal sosial yang kuat dalam hal ini adalah resiprositas, niscaya dapat terbentuk suatu kemandirian lokal.

4.2.1.2 Kepercayaan (*Trust*)

Rasa percaya merupakan dasar dari perilaku moral dimana modal sosial dibangun. Anggota kelompok ternak Sumber Rejeki sangat mempercayai para pengurus kelompok. Bahkan sejak kelompok tersebut berdiri, belum pernah sekalipun terjadi pergantian pengurus. Hal ini lantaran karena pengurus mampu menjaga kredibilitasnya selaku pemimpin dalam kelompok. Ketua Kelompok Ternak Sumber Rejeki menjelaskan bahwa:

“Mulanya kami mendapatkan bantuan hibah dari pemerintah, tapi kami merasa bantuan tersebut bukanlah percuma (gratis). Dalam benak kami ini adalah amanah yang diberikan kepada kami. Semampu kami meskipun dalam tempo waktu yang lama, Alhamdulillah kami berhasil mengembalikan modal awal yang diberikan kepada kami.” (wawancara tanggal 8 Desember 2020 pukul 10.00 di kediaman Ibu Musharofah).

Kelompok ternak Sumber Rejeki berdiri sekitar tahun 2007, pada waktu tersebut, ibu – ibu pendiri kelompok tersebut mendapat bantuan modal dari pemerintah berupa 200 ekor itik. Karena kuatnya nilai – nilai kejujuran dan rasa tanggung jawab yang dimiliki oleh anggota tersebut, kelompok ternak Sumber Rejeki dapat bertahan hingga sekarang. Salah seorang anggota kelompok sebut saja ibu A menyatakan bahwa:

“Saya percaya saja dengan Ibu Musharofah. Awalnya saya di ajak, dari pada hanya berdiam diri dan hanya bergantung kepada penghasilan suami yang tidak tetap lebih baik kita berusaha sendiri. Bagi saya tawaran yang diberikan tidak terlalu memberatkan jika dibandingkan dengan hasil

yang didapat” (wawancara tanggal 3 Januari 2021 pukul 09.00 di halaman rumah ibu A).

Adanya sistem tata kelola organisasi yang baik niscaya juga mendorong tingginya rasa kepercayaan diantara anggota masyarakat. Ketua Kelompok Ternak

Sumber Rejeki menjelaskan bahwa:

“Penyaluran dana kelompok kami atur dengan mengedepankan asas kepastian (proporsionalitas). Besaran dana yang diminta kami sesuaikan dengan kemampuan ekonomi mereka. Kami tinggal berdekatan sudah lama jadi otomatis kami tahu bagaimana kesehariannya mereka.” (wawancara tanggal 8 Desember 2020 pukul 10.00 di kediaman Ibu Musharofah).

Sehubungan dengan hal tersebut, ada pihak eksternal yang juga terlibat dalam perkembangan kelompok. Pihak eksternal tersebut, mampu memberikan dampak yang positif sehingga turut mempengaruhi tumbuh kembang kelompok.

Ketua Seksi Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Kabupaten Lamongan Bapak Raolan menambahkan sebagai berikut:

“Kelompok ternak tersebut merupakan binaan kami. Pada awalnya, bantuan – bantuan yang diberikan Pemerintah tersebar ke beberapa desa tidak hanya khusus bagi Desa Getung saja. Dari sekian kelompok yang menjadi sasaran penerima hanya sedikit yang berhasil termasuk kelompok ternak di desa itu. Karena keberhasilan dalam menjaga kepercayaan itu, kelompok tersebut pun sering kali diikuti sertakan ketika ada program kebijakan lainnya.” (Wawancara pada tanggal 02 Januari 2021 pukul 14.00 di Kantor Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Kabupaten Lamongan).

Rasa percaya tidak senantiasa dapat muncul. Kepercayaan harus dijaga dan dipupuk. Perlu adanya suatu tata kelola yang baik agar tidak ada rasa saling curiga di antara anggota organisasi yang dapat membawa kehancuran.

4.2.1.3 Jaringan (*Network*)

Jaringan, merupakan salah satu bentuk modal sosial yang tidak boleh dilewatkan. Jaringan yang dimiliki oleh kelompok niscaya lebih baik dan lebih luas jika dibandingkan dengan jaringan milik pribadi atau individu. Hal ini karena kelompok atau komunitas merupakan sekumpulan individu yang bersatu. Oleh karena itu, secara logis dapat dikatakan bahwa jaringan kelompok lebih menguntungkan jika dibandingkan dengan jejaring sendirian.

Adapun jaringan yang terdapat pada kelompok ternak Sumber Rejeki dapat dilihat melalui pola hubungan seperti: 1.) hubungan antar sesama pengusaha; 2.) hubungan pengusaha dan pemasok (bahan atau pakan); 3.) pengusaha dan pedagang besar; dan 4.) pengusaha dan pedagang pengecer. Jaringan antara sesama pengusaha (peternak) itik telah meluas hingga ke luar kota seperti Blitar, Mojokerto dan Jombang. Bahkan untuk pengusaha ikan asin, hasil olahannya bisa sampai pada luar provinsi seperti di Jawa Tengah. Jaringan yang terbentuk antar sesama pengusaha tersebut niscaya dapat meningkatkan produktivitas para pengusaha.

Hubungan antara pengusaha dengan pemasoknya digambarkan oleh Ketua Kelompok Ternak Sumber Rejeki sebagai berikut:

“Kalau masalah pakan, pengecer dedak, dan besusul datang sendiri kesini untuk menawarkan dagangan mereka. Jadi kami (peternak) tidak perlu bersusah payah untuk mencari karena semuanya tersedia dengan mudah” (wawancara tanggal 8 Desember 2020 pukul 10.00 di kediaman Ibu Musharofah).

Pernyataan yang telah diutarakan oleh Ibu Musharofah tersebut sebagaimana yang terlihat pada Gambar 4.1 berikut:

Gambar 4.1 Tutut (Besusul)



Sumber: Hasil Dokumentasi Penulis.

Gambar tersebut merupakan tutut (besusul) yang merupakan pakan ternak itik. Pedagang tutut datang dengan membawa berkilo – kilo tutut dan dijual kepada pelanggannya. Pedagang tersebut setiap hari datang dan menjual dagangannya untuk keperluan pakan ternak itik.

Di sekitar Desa Tawangrejo, terdapat tempat penggilingan beras yang cukup besar. Di tempat itu, biasanya para pedagang membeli dedak padi. Dedak padi digunakan sebagai bahan campuran untuk pakan ternak.

Ada sebuah temuan yang di dapat pada saat penelitian di lapangan. Meskipun di sekitar desa terdapat tempat penggilingan beras, para peternak rupanya lebih memilih untuk membeli dedak dari pengepul yang mendatangi rumah mereka.

Meskipun kualitas barang (dedak) yang ditawarkan lebih rendah dengan harga yang sama. Ketua Kelompok Ternak Sumber Rejeki menjelaskan hal itu sebagai berikut:

“Kami sudah saling mengenal cukup lama (dengan pengepul dedak). Anggap saja membantu teman dan meratakan rejeki. Sama – sama orang kecil harus saling tolong” (wawancara tanggal 8 Desember 2020 pukul 10.00 di kediaman Ibu Musharofah).

Pernyataan tersebut membuktikan adanya nilai solidaritas yang tinggi diantara sesama pelaku usaha. Ikatan yang terbangun tidak hanya kepada sesama anggota internal kelompok, melainkan juga dengan jejaring yang ada. Bidang usaha di kelompok Sumber Rejeki tidak hanya terbatas pada beternak itik saja, tetapi juga mengolah ikan asin, membuat songkok dan lain sebagainya. Salah seorang anggota kelompok (sebut saja ibu A) yang menolak untuk disebutkan namanya menyatakan bahwa:

“Saya kalau musimnya ikan ya buat krecek (ikan asin). Itu tergantung, biasanya saya juga ternak (itik), tetapi karena kebutuhan ya saya jual semua. Ini saya mau mulai lagi ternak angsa” (wawancara tanggal 3 Januari 2021 pukul 09.00 di halaman rumah narasumber).

Ketika musim ikan (jumlah ikan yang dibudidayakan) melimpah, ibu – ibu di Dusun Getung membuat krecek (ikan asin). Hasil tersebut ada yang dikonsumsi sendiri dan dijual kepada pengepul. Pengepul tersebut merupakan pedagang besar yang mampu mendistribusikan hasil produksi hingga ke kota – kota besar. Ikan asin olahan warga Getung bahkan bisa merambah hingga ke Semarang Jawa Tengah. Adapun hasil dokumentasi ikan asin yang diproduksi oleh warga Dusun Getung dapat dilihat pada Gambar 4.2.

Hubungan antara pengusaha kecil di desa Tawangrejo dengan pengecer dapat dilihat pada hubungan antara peternak itik dengan pengusaha telur asin. Tidak semua pengusaha telur asin memiliki skala usaha yang besar. Kebanyakan pengusaha telur asin membeli atau meminjam telur dengan jumlah yang sedikit untuk dijual. Ketua Kelompok Ternak Sumber Rejeki menjelaskan hal itu sebagai berikut:

“Saya kalau ada waktu luang biasanya saya juga buat telur asin. Tapi sekarang ada orang sini yang usahanya telur asin. Jadi dia ambil telur saya lalu dia olah entah jadi telur bakar atau telur asin. Saya tidak mau serakah, kalau rejekinya orang itu ya saya ikhlas saja. Toh saya juga untung dari hasil menjual telur meskipun sedikit.” (wawancara tanggal 8 Desember 2020 pukul 10.00 di kediaman Ibu Musharofah).

Dari hasil wawancara sebagaimana di atas dapat ditarik suatu pemahaman bahwa masing – masing anggota memiliki jaringannya sendiri – sendiri. Namun bukan berarti hal tersebut digunakan untuk kepentingan anggota kelompok tersebut semata. Dengan adanya rasa solidaritas bersama, manfaat yang diperoleh dari adanya jejaring tersebut dapat dinikmati bersama.

Gambar 4.2 Ikan Asin





Sumber: Hasil Dokumentasi Penulis.

4.2.1.4 Norma (*Norm*)

Norma merupakan nilai bersama yang mengatur perilaku individu dalam suatu masyarakat atau kelompok. Dengan adanya norma niscaya dapat terwujud suatu keteraturan di dalam kelompok. Norma yang terdapat di Desa Tawangrejo dapat dilihat dari adanya aturan desa tentang bank harian. Kepala Desa Tawangrejo, Bapak Masbukin menjelaskannya sebagai berikut:

“Di Desa ini ada aturan tentang larangan bagi bank harian untuk masuk di desa sini. Terus terang mereka sangat mengganggu perekonomian masyarakat. Mereka secara ilegal menawarkan produk keuangan mereka.” (wawancara pada tanggal 8 Desember 2020 pukul 09.00 di Kantor Desa Tawangrejo).

Norma – norma yang terdapat dalam kelompok yang beranggotakan ibu – ibu rumah tangga terdapat beberapa hal seperti diantaranya adalah ketika hendak mendaftar menjadi anggota kelompok, calon anggota baru tersebut harus atas persetujuan suaminya. Hal ini untuk mencegah terjadinya hal – hal yang tidak diinginkan. Sekaligus sebagai pembelajaran agar kehidupan rumah tangga anggota dapat berjalan dengan baik.

Sehubungan dengan itu, ketika anggota hendak mengajukan pinjaman modal, pengurus biasanya menanyakan kepada pasangan dari anggota yang meminjam. Bahkan jika nominalnya cukup banyak, suami dari anggota yang hendak meminjam modal tersebut harus ikut serta ke kantor atau sekretariat kelompok. Ketua Kelompok Ternak Sumber Rejeki menjelaskan hal itu sebagai berikut:

“Kalau sekiranya nominalnya banyak kami minta suami dari anggota yang pinjam itu harus datang juga. Tujuannya kami ingin menilai seberapa besar komitmen diantara keduanya untuk mengembalikan pinjaman tersebut.” (wawancara tanggal 8 Desember 2020 pukul 10.00 di kediaman Ibu Musharofah).

Permasalahan yang sering terjadi di sebuah masyarakat adalah apabila salah seorang dari sepasang suami yang meminjam uang di suatu lembaga umumnya adalah pasangannya tidak mengetahui hal tersebut. Yang lebih parah bahkan ia dijadikan sebagai penjamin, dan apabila terjadi gagal bayar maka sang penjaminlah biasanya yang harus bertanggung jawab. Karena inilah mengapa ketika ada anggota kelompok yang meminjam modal dana dengan jumlah yang cukup besar harus datang ditemani oleh pasangannya. Khawatir kalau — kalau pinjaman tersebut disalahgunakan.

Di samping aturan di atas, rupanya terdapat aturan yang melarang anggota apabila sudah keluar tidak dapat kembali masuk menjadi anggota. Ketua Kelompok Ternak Sumber Rejeki menjelaskan bahwa:

“Kalau dia keluar maka tidak kami ijinikan untuk masuk lagi. Hal ini karena ketika menjadi anggota tentu ada kewajiban yang harus dipenuhi. Kami tidak ingin organisasi ini menjadi bulan — bulanan. Oleh karena itu kita harus tegas dengan anggota yang seperti itu.” (wawancara tanggal 8 Desember 2020 pukul 10.00 di kediaman Ibu Musharofah).

Berdasarkan uraian di atas dapat ditarik pemahaman bahwa, bank harian merupakan lembaga keuangan yang menawarkan bantuan jasa keuangan kepada masyarakat dengan jaminan atau tanpa jaminan dan dengan bunga yang tinggi.

Masyarakat tingkat bawah yang terjepit masalah perekonomian niscaya akan mudah terjebak dalam skema yang mereka tawarkan. Karena hanya merugikan masyarakat, Pemerintah Desa Tawangrejo membuat aturan tertulis untuk melarang palaku bank harian untuk memasuki wilayah Desa Tawangrejo. Adanya isu tersebut, dapat diminimalisir dengan adanya komunitas. Dengan adanya lembaga formal yang terwadahi niscaya secara tidak langsung dapat membantu menjembatani masyarakat dengan masalah perekonomiannya.

4.2.1.5 Kegiatan Ekonomi/Keuangan.

Kegiatan perekonomian yang terdapat di Desa Tawangrejo diwujudkan melalui kegiatan koperasi simpan pinjam. Masyarakat yang menjadi anggota kelompok memiliki kemudahan dalam menyimpan dan meminjam dana. Pertemuan rutin diadakan setiap satu bulan sekali. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 4.3.

Gambar 4.3 Kegiatan Simpan Pinjam Kelompok





Sumber: Hasil Dokumentasi Penulis.

Para anggota berduyun – duyun mendatangi kediaman Ketua kelompok ternak yang merupakan kantor sekretariat sementara. Kantor koperasi tersebut sebenarnya terletak di sebelah kantor Kepala Desa, namun karena Kantor Kepala Desa tersebut masih direnovasi maka untuk sementara pertemuan rutin dilakukan di kediaman Ketua kelompok. Satu per satu anggota menyerahkan buku pinjaman mereka dan menyerahkannya kepada pengurus.

Pengurus mendata dan menghitung jumlah tagihan yang menjadi beban tanggungan mereka, serta tidak lupa untuk mengingatkan agar membayar tagihannya tepat waktu. Kegiatan yang mereka lakukan tidak hanya seputar simpan pinjam saja. Sesekali mereka saling bertukar kabar diantara sesama dan bercanda gurau bersama. Hal ini diperlukan untuk mempererat tali silaturahmi mereka. Karena pada dasarnya mereka adalah makhluk sosial.

Kebanyakan anggota mengajukan pinjaman untuk keperluan modal usaha. Salah seorang anggota kelompok (sebut saja ibu A) yang menolak untuk disebutkan namanya menyatakan bahwa:

“Saya mau mengajukan pinjaman untuk modal usaha. Sekarang waktunya musim tanam. Tapi saya tidak punya uang untuk beli pupuk. Jadi saya mau ajukan pinjaman. Pinjaman yang lalu sudah saya lunasi, jadi semoga saya bisa dapat pinjaman.” (wawancara tanggal 8 Desember 2020 pukul 10.00 di kediaman Ibu Musharofah).

Dana hasil pinjaman dari kegiatan koperasi tidak hanya diperuntukkan khusus untuk modal usaha. Melainkan juga untuk kebutuhan lain seperti biaya sekolah. Salah seorang anggota kelompok (sebut saja ibu B) yang menolak untuk disebutkan namanya menyatakan bahwa:

“Saya perlu dana untuk keperluan cucu saya kuliah. Ibunya dan saya sepakat untuk mengajukan pinjaman dan berjanji untuk melunasinya.” (wawancara tanggal 8 Desember 2020 pukul 10.00 di kediaman Ibu Musharofah).

Kegiatan koperasi yang dilakukan sebagaimana yang telah diuraikan di atas, merupakan salah satu bentuk perwujudan adanya modal sosial yang dapat memunculkan keuntungan finansial (ekonomi). Dengan berkumpul niscaya terjadi suatu pertukaran nilai. Nilai tersebut termasuk di dalamnya yaitu nilai ekonomi.

4.2.2 Proses Perubahan (*Transformation*) Modal Sosial (*Social Capital*)

Menjadi Modal Ekonomi Pada Usaha Industri Kecil Di Desa Tawangrejo

Untuk mengetahui bagaimana proses perubahan modal sosial menjadi modal ekonomi Usaha Kecil dan Menengah di Desa Tawangrejo, maka dapat dilihat pada kegiatan – kegiatan seperti: 1) Mendapatkan bahan baku; 2) Memasarkan produk; 3) Mendapatkan informasi; dan 4) Mengakses sumber – sumber keuangan.

Modal sosial memiliki peran yang penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Transformasi modal sosial menjadi modal ekonomi, merupakan proses perubahan dimana relasi – relasi sosial yang terbangun diantara

aktor – aktor modal sosial pada akhirnya dapat memberikan keuntungan ekonomi bagi aktor – aktor tersebut. Sebab, jika relasi – relasi sosial yang terendap dalam kehidupan sosial tidak diinvestasikan untuk keuntungan ekonomi ataupun keuntungan lainnya, relasi sosial tersebut tidak dapat diklasifikasikan sebagai modal sosial. Relasi – relasi semacam itu hanya diklasifikasikan sebagai ekspresi bertemunya stimulan dan respon terhadap sikap dan tindakan (Usman, 2018).

Gambaran kerangka kerja informal tentang bagaimana modal sosial dapat berubah dan menghasilkan nilai ekonomi, secara eksplisit disebutkan oleh Grootaert (1998) diantaranya melalui pembagian informasi, pengkoordinasian kegiatan, dan pengambilan keputusan bersama. *Pertama*, pembagian informasi. Grootaert (1998) menjelaskan bahwa dengan saling berbagi informasi dalam jaringan sosial dapat berkontribusi dalam mengurangi kegagalan pasar akibat kurangnya informasi. Relasi – relasi sosial dapat memfasilitasi aliran informasi tentang berbagai macam kebutuhan lingkungan.

Semakin luas jaringan sosial yang dapat dikembangkan semakin banyak pula informasi yang akan diperoleh. Di satu sisi penguasaan informasi memiliki peran penting dalam upaya mengidentifikasi dan memprediksi kebutuhan yang tumbuh dan berkembang dalam masyarakat. Sedangkan di sisi lain, penguasaan informasi memiliki peran penting dalam upaya membuat prakiraan atau prediksi tentang sumber daya (*resources*) yang layak diinvestasikan sesuai dengan kebutuhan tersebut. Modal sosial memang tidak dapat menghilangkan ketidakpastian, akan tetapi hal tersebut mampu menciptakan pemahaman bersama tentang bagaimana seorang agen akan merespon ketika dihadapkan pada beberapa keadaan yang terjadi (Usman, 2018).

Kedua, pengkoordinasian kegiatan, dengan mengkoordinasikan tindakan dan mengatur perilaku oportunistik diantara sesama niscaya akan dapat mengurangi resiko terjadinya kegagalan pasar. Manusia secara alamiah memiliki sifat oportunistik, dan apabila hal tersebut tidak dikendalikan maka dapat merugikan orang lain. Adanya asosiasi dapat mengurangi perilaku oportunistik dengan menciptakan interaksi berulang kali diantara individu. Kegiatan tersebut niscaya dapat meningkatkan kepercayaan di antara aktor – aktor yang terlibat (Dasgupta, 2000).

Pengkoordinasian kegiatan dapat membantu pengusaha, misal petani. Untuk memperoleh keberhasilan dalam kegiatan produksinya, petani dapat bekerjasama dengan petani – petani lainnya dalam satu jaringan daerah irigasi untuk bersama – sama menentukan waktu produksi (tanam) dan penggunaan air irigasi mereka. Dengan demikian tingkat keberhasilan kelompok tani dapat meningkat, daripada ketika tidak adanya koordinasi diantara mereka.

Ketiga, pengambilan keputusan bersama. Pengambilan keputusan bersama berkaitan dengan proses penyediaan barang publik dan pengelolaan eksternalitas pasar. Modal sosial yang terendap ke dalam relasi sosial diperlukan karena dianggap lebih efektif dalam menegakkan kesepakatan bersama dan tindakan kerjasama ketika distribusi aset lokal dan pemberian manfaat yang dibagi lebih merata. Adanya modal sosial memunculkan efisiensi sehingga kesetaraan pun dapat terwujud: pembagian yang lebih baik memberikan insentif untuk koordinasi yang lebih baik dalam mengelola barang publik lokal yang meningkatkan produktivitas bagi semua orang.

Modal sosial bertransformasi dan mendatangkan manfaat ekonomi.

Kimbal (2015) memberikan gambaran bahwa pada usaha industri kecil transformasi dari modal sosial ke modal ekonomi ditandai dengan pemotongan biaya – biaya dan datangnya keuntungan bagi pengusaha dalam hal: (1) mendapatkan bahan baku; (2) memasarkan produk dengan biaya promosi yang murah; (3) mendapatkan informasi; (4) mengakses sumber – sumber keuangan; (5) menemukan pekerjaan baru; (6) penyerapan ilmu; (7) merintis usaha; dan (8) perlindungan usaha.

Eksistensi modal sosial dalam usaha kecil dapat menjadi bermakna manakala modal sosial berfungsi secara ekonomis mendatangkan profit. Modal sosial dapat membuka jalan menuju akumulasi modal ekonomi terutama berkaitan dengan dana, biaya dan harga. Dalam banyak hal, modal sosial bertransformasi menjadi modal ekonomi yang berdaya guna untuk ketahanan usaha kecil (Kimbal, 2015).

Berikut ini disajikan data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang telah dikelompokkan.

4.2.2.1 Mendapatkan Bahan Baku

Individu anggota kelompok niscaya akan lebih mudah dalam mengakses sumber daya – sumber daya milik kelompok. Ketua Kelompok Ternak Sumber Rejeki menjelaskan hal itu sebagai berikut:

“Anggota kelompok misal pengusaha itik, kami pinjamkan itik anakan agar mereka kembangkan. Ketika itik – itik tersebut sudah dewasa dan sudah menghasilkan seperti telur, hasil usaha tersebut terkadang dikembalikan kepada kelompok. Bisa berupa itik lagi atau nominal, terserah sesuai dengan kemampuan masing - masing.” (wawancara tanggal 8 Desember 2020 pukul 10.00 di kediaman Ibu Musharofah).

Senada dengan yang dituturkan oleh Ketua Kelompok, sebagaimana yang telah dipaparkan pada bagian sebelumnya, anggota kelompok merasa diberikan kemudahan dalam hal mendapatkan bahan baku ketika telah tergabung dalam kelompok. Salah seorang anggota Kelompok Ternak Sumber Rejeki, Ibu C menjelaskan hal itu sebagai berikut:

“Bidang usaha saya adalah pengusaha telur asin. Awalnya saya meminjam telur itik kepada Ibu Ketua karena tidak memiliki modal untuk membeli bahan baku. Saya juga di ajari bagaimana cara membuat telur asin. Alhamdulillah, setelah mendapatkan keuntungan, saya mengembalikan modal tersebut.” (wawancara tanggal 28 Mei 2021 Pukul 14.00 di kediaman Ibu C).

Sehubungan dengan pengusaha ternak itik, sejatinya membutuhkan bahan baku pakan seperti dedak (ampas beras yang digiling hingga halus). Karena kelompok telah memiliki pemasok langganan, hal ini tentu semakin mempermudah mereka. Berawal dari adanya relasi yang di miliki oleh salah seorang anggota dengan pemasok bahan, maka dapat menjembatani anggota – anggota kelompok lainnya. Kepala Desa Tawangrejo, Bapak Masbukin menjabarkannya sebagai berikut:

“Salah seorang petani (pengusaha ternak) ada yang memiliki hubungan dekat dengan penjual dedak. Dialah yang membantu penjual tersebut untuk memperkenalkan penjual dan menawarkan dedak ke anggota – anggota yang lain, dan mereka mau. Sampai sekarang kalau anggota membeli dedak mereka berlangganan dengan penjual tersebut. Secara umum kalau belinya banyak pasti diberi diskon” (wawancara pada tanggal 8 Desember 2020 pukul 09.00 di Kantor Desa Tawangrejo).

Pertemuan rutin kelompok Sumber Rejeki diadakan satu bulan sekali.

Dalam pertemuan rutin tersebut, nampak bahwa, anggota kelompok memiliki keuntungan sehingga dapat mengajukan pinjaman dana. Salah seorang anggota

kelompok (sebut saja ibu B) yang menolak untuk disebutkan namanya menyatakan bahwa:

“Saya hendak mengajukan pinjaman untuk berbagai kebutuhan seperti, bibit, pupuk. Saya mau mengajukan pinjaman tetapi saya bayarnya nanti kalau sudah panen saja. Nanti sambil menjadi buruh kasar di sawah milik orang lain” (wawancara tanggal 8 Desember 2020 pukul 10.00 di kediaman Ibu Musharofah).

Berkaitan dengan mendapatkan bahan baku, adanya modal sosial kelompok sangat membantu dan dapat menjadi tumpuan. Anggota kelompok bahu – membahu agar tidak sampai terjadi gagal bayar. Karena sesama anggota sejatinya adalah tetangga jadi mereka saling mengingatkan. Hal ini disebabkan lantaran modal yang dikeluarkan tersebut merupakan modal milik bersama sehingga manfaat dari modal tersebut agar dapat diterima juga bagi yang lainnya.

4.2.2.2 Memasarkan Produk

Kegiatan memasarkan hasil produksi masih belum berkembang. Para pengusaha masih memasarkan hasil produksi mereka secara individu. Salah seorang anggota kelompok Ibu A menjelaskan sebagai berikut:

“Seringkali ada pengepul yang mendatangi kami, jadinya ya saya jual ke pengepul itu. Tapi biasanya kalau masih sisa saya bawa ke pasar dan di jual disana.” (wawancara tanggal 3 Januari 2021 pukul 09.00 di halaman rumah ibu A).

Pernyataan yang diberikan oleh ibu A tersebut senada dengan pernyataan salah seorang anggota kelompok (sebut saja ibu B) yang menolak untuk disebutkan namanya. Beliau menyatakan bahwa:

“Hasil produksi telur asin kami, dijual ke Gresik sama suami saya. Kalau ada permintaan pasarnya banyak ya dia kirim juga sampai ke Surabaya.”

(wawancara tanggal 8 Desember 2020 pukul 10.00 di kediaman Ibu Musharofah).

Kendatipun dilakukan secara mandiri, namun hal tersebut tidak menutup kemungkinan terbukanya peluang kerjasama diantara sesama anggota. Ketua Kelompok Ternak Sumber Rejeki menjelaskan hal itu sebagai berikut:

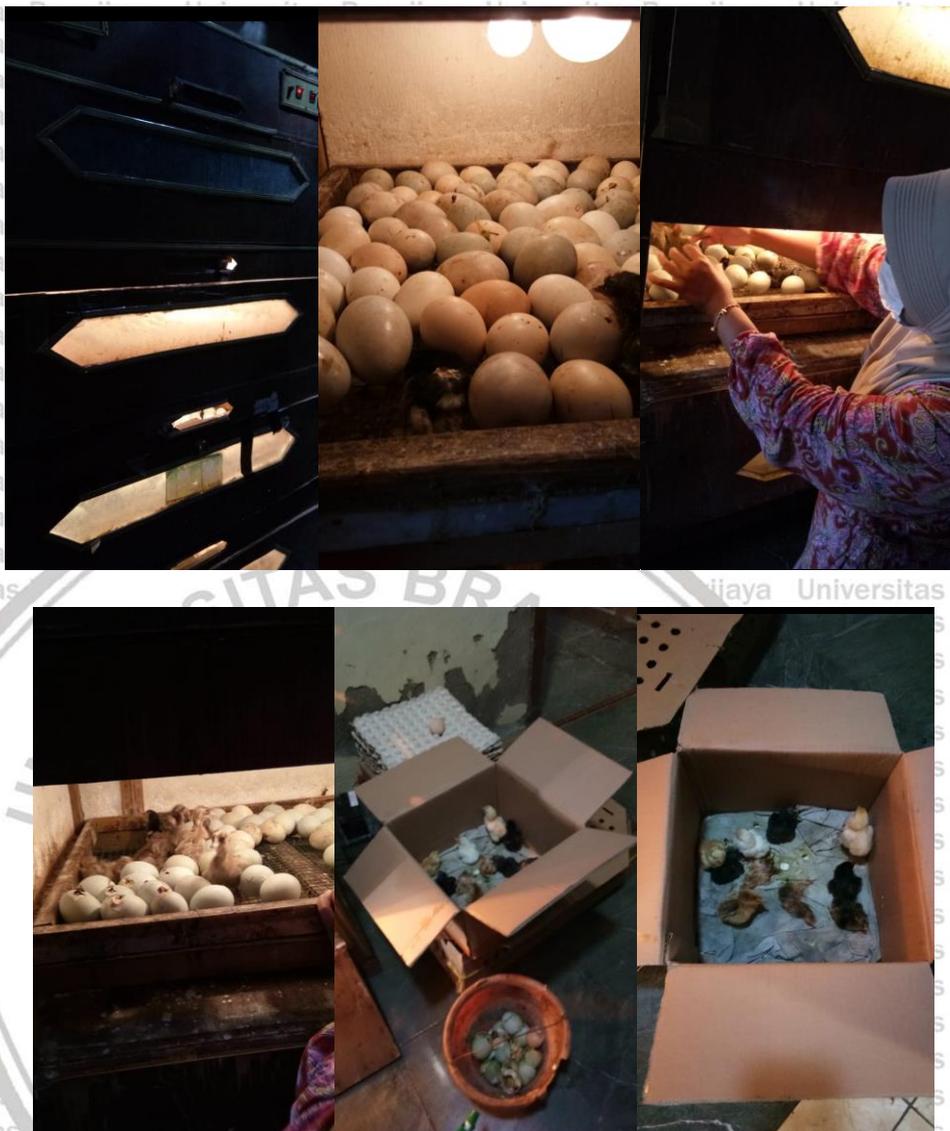
“Untuk memasarkan hasil ternak, biasanya orang – orang luar yang mendatangi para peternak. Misal kalau ada yang pesan telur sekian lewat telepon ya saya sediakan. Tergantung jumlah pesannya, kalau banyak dan saya tidak punya ya saya carikan ke anggota yang lain sebagai tambahan.” (wawancara tanggal 8 Desember 2020 pukul 10.00 di kediaman Ibu Musharofah).

Industri ternak yang sudah terbentuk di Desa Tawangrejo menawarkan berbagai kesempatan. Pemasaran hasil produksi dapat disalurkan juga secara internal yakni kepada sesama anggota kelompok. Salah seorang anggota kelompok Ibu D menjelaskan sebagai berikut:

“Dalam kelompok ada tugasnya sendiri - sendiri. Kebetulan mayoritas kegiatan usaha saya adalah penetasan telur. Dan saya juga diberi tugas sebagai tempat untuk penetasan. Ini ada juga alat penetasan milik kelompok. Jadi kalau ada anggota yang pesan anakan ya saya layani” (wawancara tanggal 28 Mei 2021 pukul 13.00 di kediaman Ibu D).

Adapun gambaran tentang bidang usaha penetasan telur tersebut dapat dilihat pada Gambar 4.4.

Gambar 4.4 Unit Usaha Penetasan Telur



Sumber: Hasil Dokumentasi Penulis.

Bergabungnya seseorang menjadi anggota kelompok membuka peluang dapat di aksesnya terhadap berbagai hal, termasuk terhadap alat – alat dan sumber daya yang dimiliki oleh kelompok. Gambar 4.4 menunjukkan bahwa aset – aset seperti peralatan kelompok dapat didistribusikan dalam hal kebermanfaatannya kepada para anggota kelompok. Salah satu mesin inkubator yang di titipkan kepada

Ibu D merupakan aset kelompok, sehingga anggota kelompok juga dapat merasakan manfaat dari adanya hal tersebut.

Industri ternak itik di Desa Tawangrejo telah terbentuk dari hulu hingga hilir. Dari usaha penetasan telur, pembesaran, dan budidaya petelur, hingga produksi hasil olahan ternak ada di desa tersebut. Oleh karena itu apabila anggota kelompok hendak memulai usaha hampir seluruh aksesnya telah terbuka, menyisakan kemauan dan kemampuan dari orang tersebut. Hal ini menunjukkan, bahwa pemasaran produk bisa berasal dari kalangan anggota kelompok itu sendiri.

Modal sosial komunitas memberikan suatu keuntungan berupa terbukanya peluang untuk menjalin kerjasama diantara sesama anggota. Layaknya organisasi bisnis pada umumnya, masing – masing pengusaha yang menjadi anggota kelompok memiliki segmentasi pasar yang berbeda – beda pula. Hal ini tidak menghalangi para pengusaha dalam berusaha, karena adanya pangsa pasar yang sangat luas.

4.2.2.3 Mendapatkan Informasi

Awal berdirinya kelompok adalah dari adanya warga yang saling berinteraksi. Dari mulut ke mulut atau istilah lainnya *getuk tular*. Ibu A menceritakan awal mula beliau menjadi anggota kelompok sebagai berikut:

“Saya dulu awalnya dari tetangga yang mengajak. Katanya daripada di rumah cuma diam menggantungkan pemberian nafkah dari suami lebih baik berbuat sesuatu. Toh uang dari suami juga tidak pernah pasti kapan datangnya.” (wawancara tanggal 3 Januari 2021 pukul 09.00 di halaman rumah ibu A).

Kebanyakan manusia akan lebih mempercayai atau meyakini sesuatu apabila ia sudah pernah melihat secara nyata hasilnya. Hal ini wajar dan dijalankan

oleh siapapun, ketika ada warga yang berhasil dalam melakukan sesuatu niscaya orang – orang disekitarnya pasti ingin mengetahui rahasia dari keberhasilan tersebut dan tidak sedikit yang menirunya. Di tambah di lingkungan sosial pedesaan, yang mana interaksi sosial diantara warganya yang cukup tinggi. Hal tersebut membuat penyerapan informasi sangat cepat dan beredar luas.

Terbentuknya kelompok Sumber Rejeki mulanya adalah karena adanya bantuan dari pemerintah. Ketua Kelompok Ternak Sumber Rejeki menjelaskan hal itu sebagai berikut:

“Saya dan Pak Raolan adalah teman, beliau menyampaikan informasi kalau Pemerintah ada program pemberian bantuan modal berupa bibit. Informasi tersebut lalu saya teruskan kepada teman - teman” (wawancara tanggal 8 Desember 2020 pukul 10.00 di kediaman Ibu Musharofah).

Berawal dari adanya hubungan pertemanan, suatu organisasi dapat tumbuh dan berkembang. Sehingga dapat menghidupi individu yang ada di dalamnya. Aliran informasi tidak terbatas hanya pada saluran yang formal saja melainkan saluran informal sekalipun. Tugas kita adalah bagaimana memanfaatkan informasi itu agar dapat bermanfaat bagi kehidupan baik secara pribadi maupun bagi khalayak umum.

4.2.2.4 Mengakses Sumber – Sumber Keuangan

Manfaat adanya kelompok adalah, ada nilai – nilai yang harus dipahami dan ditaati bersama. Dalam hal mengakses sumber – sumber keuangan, kelompok sumber rejeki membuat suatu tata aturan yang harus ditaati masing – masing anggota. Ketua Kelompok Ternak Sumber Rejeki menjelaskan tata aturan peminjaman sebagai berikut.

“Kami tidak meminta jaminan apapun hanya perlu komitmen. Kalau jumlahnya besar kami minta anggota agar datang bersama suaminya untuk pencegahan. Bunga kami hanya 2 persen, itupun nantinya akan dikelola lagi menjadi modal, bukan untuk pengurus.” (wawancara tanggal 8 Desember 2020 pukul 10.00 di kediaman Ibu Musharofah).

Kelompok memudahkan individu dalam mengakses sumber – sumber daya keuangan. Apabila individu tersebut tidak menjadi bagian dari kelompok, niscaya individu tersebut tidak akan memiliki akses kemudahan yang ditawarkan tersebut, Ibu A menuturkannya sebagai berikut:

“Pekerjaan pokok saya adalah seorang ibu rumah tangga namun, karena diajak tetangga, dibantu dan diberikan bantuan (modal), sekarang saya jadi bisa beternak (memiliki usaha ternak).” (wawancara tanggal 3 Januari 2021 pukul 09.00 di halaman rumah ibu A).

Penjelasan Ibu A tersebut memberikan gambaran bahwa hubungan yang baik dengan lingkungan sekitar merupakan modal sosial yang telah membuka ruang untuk mendapatkan kucuran modal ekonomi dari sumber – sumber keuangan. Dana bersama yang dikelola oleh pengurus kelompok menjadi jalan masuk untuk mendapatkan informasi sekaligus dukungan kucuran dana. Fenomena ini menunjukkan adanya peralihan modal sosial menjadi modal ekonomi di Desa Tawangrejo.

4.2.3 Peran Modal Sosial Terhadap Peningkatan Kinerja Usaha Kecil Dan Menengah.

Untuk mengetahui peran modal sosial terhadap peningkatan kinerja Usaha Kecil dan Menengah di Desa Tawangrejo, maka dapat dilihat pada faktor – faktor diantaranya seperti, kepercayaan, norma, nilai, dan jaringan sebagai bagian dari modal sosial komunitas yang dikaitkan dengan unsur – unsur kinerja usaha.

4.2.3.1 Produktivitas

Modal sosial yang terbentuk diantara masyarakat memberikan dampak yang positif bagi keberlangsungan perekonomian masyarakat. Ketua Kelompok Ternak Sumber Rejeki menjelaskan perihal dampak positif dari modal sosial komunitas terhadap perekonomian sebagai berikut:

“Adanya kelompok sangat membantu perekonomian anggota. Kalau tidak ada modal sosial dalam bentuk kepercayaan diantara sesama anggota maka, kami tidak akan dapat berkembang seperti sekarang. Para anggota tidak akan dapat merasakan adanya dampak dari modal bergulir yang kita kelola bersama.” (wawancara tanggal 8 Desember 2020 pukul 10.00 di kediaman Ibu Musharofah).

Munculnya kelompok Sumber Rejeki di latar belakang oleh kesamaan tujuan diantara anggotanya. Meningkatkan kesejahteraan keluarga masing-masing. Tanpa adanya kesamaan tujuan, kelompok tersebut niscaya akan mudah goyah karena adanya berbagai konflik kepentingan.

Dengan adanya akses keuangan yang mudah, anggota kelompok dapat meningkatkan produktivitasnya dan dapat mendorong perekonomian keluarganya.

Salah seorang anggota kelompok Ibu A ketika ditemui di kediamannya menyatakan bahwa:

“Suami saya pekerjaannya bertani, di musim seperti sekarang, kami tidak selalu bisa mengandalkan hasil panen. Kalau saya hanya mengandalkan nafkah dari suami, dapur saya tidak bisa menyala setiap hari. Saya harus bekerja dan membantu perekonomian keluarga, saya memanfaatkan modal yang ditawarkan kelompok dan memulai usaha sendiri, meskipun kecil yang penting cukup untuk kebutuhan sehari-hari.” (wawancara tanggal 3 Januari 2021 pukul 09.00 di halaman rumah ibu A).

Sumber daya milik bersama yang dikelola dengan baik secara bersama memungkinkan anggotanya untuk dapat meningkatkan produktivitasnya. Seorang istri yang notabennya adalah ibu rumah tangga ketika bergabung menjadi anggota

dari sebuah kelompok memiliki nilai tambah. Yakni wanita tersebut mampu menjadi *self employment* (pengusaha). Dengan berbekal tekad dan keterampilan dan dibantu ke akses sumber daya kelompok, wanita yang menjadi bagian dari kelompok mampu mengolah sumberdaya dan keterampilan yang dimilikinya sehingga dapat menghasilkan pundi – pundi penghasilan.

4.2.3.2 Penjualan

Terkait dengan penjualan hasil industri, para anggota kelompok kebanyakan menjual hasil produksinya secara mandiri. Namun, target pasar tiap – tiap anggota berbeda – beda. Ada yang menjualnya pada internal kelompok, dan ada pula yang memasarkan hasil produksinya di luar kelompok. Salah seorang anggota kelompok Ibu A disela – sela kesibukannya menyatakan bahwa:

“Untuk penjualan ikan asin, saya jual sendiri, namun ketika ada yang mendapatkan pesanan yang banyak, biasanya saya join sama tetangga saya.” (wawancara tanggal 3 Januari 2021 pukul 09.00 di halaman rumah ibu A).

Selaras dengan yang diungkapkan oleh narasumber di atas, Ibu D yang memiliki usaha penetasan telur menjelaskan terkait penjualannya sebagai berikut:

“Kalau musim tanam tiba, biasanya teman – teman memesan anakan itik ke saya. Berapa pun jumlah yang mereka butuhkan selama persediaan ada ya saya layani.” (wawancara tanggal 28 Mei 2021 pukul 13.00 di kediaman Ibu D).

Peran serta modal sosial komunitas muncul secara tidak langsung dan mempengaruhi penjualan para pengusaha. Ketua Kelompok Ternak Sumber Rejeki Ibu Hj. Musharofah menjelaskan peran modal sosial komunitas tersebut sebagai berikut:

“Tidak semua anggota memiliki unit usaha yang besar, tetapi ketika mereka mendapatkan pesanan dalam jumlah yang besar mereka mau

merangkul yang lainnya dan berkerjasama. Misalnya ibu X dapat pesanan telur asin sekian, tapi karena kapasitas produksinya sedikit, dia akan mengajak anggota lainnya. Hasilnya nanti dibagi sesuai kesepakatan.” (wawancara tanggal 8 Desember 2020 pukul 10.00 di kediaman Ibu Musharofah).

Pengusaha kecil bisa jadi gagal mendapatkan peluang apabila hanya berdiri sendiri dan tidak memiliki jaringan yang dapat dimanfaatkan untuk mendongkrak penjualan usaha. Tetapi karena memiliki jaringan yang dapat diajak untuk berkompromi dan bekerjasama niscaya penjualan dapat meningkat. Memang pada pelaksanaannya hasil yang diperoleh harus direlakan untuk dibagi dengan pihak yang bekerjasama, namun bukan berarti pengusaha kecil tersebut tidak mendapat bagian keuntungan sama sekali. Tapi ketika pengusaha kecil tersebut memikirkan bahwa hal tersebut bisa jadi adalah investasi maka, bisa jadi keuntungan yang seharusnya didapat ketika itu bisa didapatkan di masa yang akan datang.

Modal sosial niscaya akan tumbuh dan berkembang apabila secara kontinu dipupuk dan dipelihara dengan baik. Dengan adanya modal tersebut, tiap – tiap anggota memiliki peluang yang sama untuk dapat meningkatkan penjualannya.

4.2.3.3 Keuntungan

Kedekatan sosial antar anggota kelompok memudahkan mereka untuk lebih cepat dalam hal mengakses peluang usaha yang datang dari lingkungan eksternal. Ketua Kelompok Ternak Sumber Rejeki menjelaskan perihal kemudahan akses peluang usaha sebagai berikut:

“Pada dasarnya kami adalah tetangga yang setiap hari ketemu. Jadi kalau ada informasi atau tawaran (bisnis) dari mana ya cepat atau lambat tetangga yang lainnya pasti juga akan mendengar hal tersebut.” (wawancara tanggal 8 Desember 2020 pukul 10.00 di kediaman Ibu Musharofah).

Rasa solidaritas yang tinggi dapat memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat. Secara khusus memang anggota kelompok mendapatkan keuntungan yang lebih, akan tetapi hal tersebut dapat juga mendatangkan keuntungan bagi masyarakat luas. Bapak Masbukin, Kepala Desa Tawangrejo menjelaskannya sebagai berikut:

“Di desa ini, Alhamdulillah rasa kepedulian terhadap sesamanya cukup tinggi. Contohnya banyak warga sini yang meminjamkan sebagian luas sawah/tambaknya kepada tetangganya yang tidak punya sawah.” (wawancara pada tanggal 8 Desember 2020 pukul 09.00 di Kantor Desa Tawangrejo).

Masyarakat bergotong – royong membantu sesamanya. Ketika seseorang tidak memiliki dana yang cukup namun apabila orang tersebut memiliki sikap yang bagus di mata masyarakat hal tersebut merupakan modal yang lebih dari cukup. Di Desa Tawangrejo, kebanyakan pemilik lahan berbaik hati meminjamkan sebagian lahannya kepada tetangga mereka yang membutuhkan.

Meskipun tidak berniat untuk meminta imbalan atas bantuan yang diberikan, orang – orang yang diberikan bantuan pinjaman tersebut memiliki kesadaran terhadap diri sendiri yang tinggi. Mereka tanpa diminta membantu pekerjaan sang pemilik lahan. Diantaranya seperti membersihkan lahan pemilik lahan dan membantu dalam proses produksi pemilik lahan.

4.2.3.4 Pertumbuhan Usaha

Layanknya usaha kecil pada umumnya, kegiatan usaha para anggota kelompok sangat sedikit yang mengalami pertumbuhan. Di samping faktor keterbatasan modal, usaha kecil milik anggota kelompok juga terkendala minimnya

lahan yang mereka miliki. Ketua Seksi pada Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Kabupaten Lamongan Bapak Raolan sebagai berikut:

“Terkait dengan pertumbuhan usaha, mereka ada kendala keterbatasan lahan.” (Wawancara pada tanggal 02 Januari 2021 pukul 14.00 di Kantor Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Kabupaten Lamongan).

Hampir seluruh anggota kelompok memelihara itik di halaman rumah mereka. Dan kebanyakan lahan untuk kegiatan usaha ternak tersebut sangat terbatas. Hal ini mengakibatkan kegiatan usaha ternak sangat sukar sekali untuk mengalami pertumbuhan yang pesat.

Selain adanya faktor keterbatasan lahan yang dapat mempengaruhi pertumbuhan usaha, keterbatasan tenaga kerja juga menjadi pemicu yang menyebabkan kegiatan usaha kecil sulit berkembang. Anggota kelompok Sumber Rejeki Ibu A ketika diwawancarai menyatakan bahwa:

“Tenaganya yang tidak ada. Saya pagi mengurus pekerjaan rumah, lalu ke sawah selain itu, terkadang juga saya ke pasar cari ikan. Saya pelihara ternak ini untuk mengisi kekosongan waktu di antara kegiatan rutin saya, soalnya beternak itu tidak terlalu memakan waktu. Tinggal kasih pakan saja trus saya tinggal ke kegiatan yang lain.” (wawancara tanggal 3 Januari 2021 pukul 09.00 di halaman rumah ibu A).

Ciri usaha kecil dan menengah adalah pemilik usaha mengerjakan berbagai macam jenis pekerjaan. Mulai dari produksi hingga penjualan semua ditangani sendiri oleh pemilik usaha. Tidak terkecuali di Desa Tawangrejo. Para pengusaha kecil dan menengah mengerjakan berbagai macam jenis pekerjaan lantaran tidak memiliki tenaga kerja atau karyawan.

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

Untuk dapat menginterpretasikan bagaimana bentuk – bentuk modal sosial pada Usaha Kecil dan Menengah di Desa Tawangrejo, proses perubahan (*transformation*) modal sosial komunitas menjadi modal ekonomi pada usaha industri kecil di Desa Tawangrejo dan peran modal sosial komunitas terhadap peningkatan kinerja usaha kecil dan menengah maka penulis melakukan analisis terhadap data yang telah dikelompokkan sesuai dengan fokus penelitian atau data yang ada dalam penyajian data. Dalam kegiatan analisis, data yang diperoleh di lapangan kemudian dikaitkan dengan teori – teori yang terdapat pada Bab II Kajian Pustaka. Dengan demikian maka pembahasan dalam tulisan ini menjadi komprehensif dan tidak keluar dari konteks yang dicanangkan di dalam tujuan penelitian.

4.3.1 Analisis Bentuk – Bentuk Modal Sosial Pada Usaha Kecil Dan Menengah Di Desa Tawangrejo

Berikut ini merupakan analisis bentuk – bentuk modal sosial pada usaha kecil dan menengah di Desa Tawangrejo :

4.3.1.1 Resiprositas

Komunitas pengusaha kecil dan menengah di Desa Tawangrejo menjalin hubungan sebagian besar diawali dengan hadirnya modal sosial bentuk resiprositas. Pengusaha – pengusaha kecil dan menengah di Desa Tawangrejo pada hakikatnya merupakan tetangga dengan interaksi sosial yang cukup kuat. Terbentuknya komunitas mulanya didasari oleh para anggota yang saling balas membalas perbuatan baik yang telah mereka terima.

Adanya pertukaran perbuatan kebaikan tersebut sebagaimana di gambarkan oleh Coleman (1998) dimana misalkan Si A melakukan suatu perbuatan baik terhadap Si B. Si A niscaya memiliki suatu kepercayaan kepada Si B bahwa pada saatnya nanti Si B akan membalas kebaikan tersebut. Jika hal tersebut terjadi maka dapat memicu munculnya ekspektasi tertentu bagi A dan menimbulkan kewajiban bagi Si B.

Modal sosial resiprositas diwarnai oleh kecenderungan saling tukar menukar kebaikan antar individu dalam internal kelompok. Pengusaha kecil dan menengah dimanapun tentu memerlukan dukungan dari segala sisi. Apabila pengusaha tersebut dikelilingi oleh lingkungan yang dapat memberikan *support system* yang baik, yang terjadi adalah keberlangsungan hidup usaha yang telah dijalankan.

4.3.1.2 Kepercayaan

Rasa percaya merupakan dasar dari adanya relasi sosial yang berkelanjutan. Rasa kepercayaan yang ada di dalam komunitas usaha kecil dan menengah di Desa Tawangrejo terlihat cukup erat. Kepercayaan tumbuh di dalam hubungan pengembangan usaha. Sebagai salah satu bentuk dari modal sosial, hal tersebut berkembang di tengah kehidupan masyarakat pengusaha kecil.

Rasa percaya diantara sesama pengusaha kecil di Desa Tawangrejo tidak muncul begitu saja. Melainkan, kepercayaan tersebut dibangun, dijaga dan dipupuk.

Hal ini selaras dengan yang diutarakan oleh Fukuyama (2010), bahwa kepercayaan adalah pengharapan yang lahir dalam sebuah komunitas yang berperilaku normal, jujur, dan kooperatif, berdasarkan norma – norma yang dimiliki bersama demi kepentingan anggota yang lain dari komunitas itu.

Perilaku masyarakat yang jujur dan mau kooperatif memungkinkan mereka untuk menjalin hubungan kerjasama antara satu dengan yang lainnya.

Adanya hubungan baik antara sesama pengusaha kecil atau antara anggota kelompok dengan pengurus kelompok sangat tergantung dengan rasa kepercayaan yang dimiliki oleh mereka. Bila antara kedua pihak yang menjalin hubungan sama – sama mendapatkan apa yang diinginkannya maka niscaya hubungan tersebut akan berlangsung tanpa batas waktu.

Sepanjang adanya rasa percaya dalam perilaku dan hubungan kerjasama maka akan terbangun prinsip – prinsip resiprositas atau pertukaran. Sebagai alat untuk membangun hubungan, rasa percaya dapat digunakan sebagai alat untuk menekan biaya transaksi atau biaya yang muncul dalam proses pertukaran (Vipriyanti, 2011). Semakin tebal rasa percaya pada orang lain, semakin kuat kerjasama yang terjadi diantara mereka.

4.3.1.3 Jaringan

Jaringan merupakan salah satu bentuk modal sosial. Peran modal sosial jaringan (*Networks*) sangat penting bagi para pengusaha kecil di Desa Tawangrejo. Dengan adanya jaringan modal sosial, para individu pengusaha kecil menjadi dapat terfasilitasi, seperti dalam hal mengakses sumber daya finansial.

Peran penting jaringan tersebut selaras dengan yang diutarakan oleh Coleman (1988) yang mengatakan bahwa jaringan kerja sosial akan meningkatkan efisiensi penguatan perilaku kerjasama dalam suatu organisasi. Modal sosial memberikan manfaat bagi individu dan jaringan kerja individu itu sendiri. Dalam hal ini, modal sosial adalah jumlah dari “*relational capital*” yang dimiliki beberapa individu yang dibangun oleh norma resiprositas.

Modal sosial memiliki eksternalitas ekonomi positif pada tingkat lokal melalui proses fasilitasi terhadap tindakan bersama (*collective action*). Hubungan tingkat komunitas berperan penting dalam hal mengakses sumber daya lokal. Pada tingkat lokal niscaya akuntabilitas individu dan *network of trust* sangat membantu menyelesaikan masalah akses terhadap modal finansial.

4.3.1.4 Norma

Bentuk modal sosial norma di Desa Tawangrejo secara kasat mata memang tidak nampak. Namun apabila kita mencermatinya lebih dalam, ketika kita berinteraksi dengan anggota kelompok, hal tersebut dapat kita rasakan. Aturan memang tidak dibuat secara tertulis oleh para pengurus, namun bukan berarti mereka melakukan hal – hal yang dapat membahayakan keberlangsungan hidup kelompok.

Para pengusaha kecil menjalankan nilai – nilai kebiasaan yang berlaku. Pengusaha di Desa Tawangrejo terbiasa untuk saling mendukung dan mempercayai satu sama lainnya. Hal ini selaras dengan yang dikemukakan oleh Vipriyanti (2011)

Kelompok individu dengan kepentingan bersama (*common interest*), paling tidak mencakup tujuan ekonomi umumnya akan berusaha untuk mengembangkan tujuan bersama. Kelompok individu diharapkan agar dapat lebih mementingkan kepentingan bersama daripada kepentingan individu. Dengan demikian, individu dalam kelompok tersebut niscaya akan bertindak diluar keinginan pribadinya.

Akan tetapi, sesungguhnya individu dalam kelompok akan berusaha untuk mencapai tujuan bersama hanya jika individu tersebut juga memperoleh keuntungan. Dengan kata lain, tindakan untuk mencapai tujuan bersama tersebut

bukanlah murni karena sukarela. Fukuyama (1999) menambahkan bahwa modal sosial sebagai norma informal yang bersifat instan dapat mengembangkan kerjasama antar dua individu atau lebih.

Norma yang mana merupakan modal sosial dapat disusun dari norma resiprositas antar teman. Norma berperan sebagai pengatur agar individu dalam kelompok dapat berperilaku tidak mementingkan diri sendiri. Sehingga tiap – tiap individu dalam kelompok dapat mendapatkan keuntungan yang proporsional dengan usahanya dalam kelompok tersebut.

4.3.1.5 Kegiatan Ekonomi/keuangan

Bentuk modal sosial di Desa Tawangrejo diwujudkan melalui kegiatan koperasi simpan pinjam. Kegiatan ini dapat membantu para anggota kelompok yang membutuhkan tambahan modal atau untuk kebutuhan sehari – hari. Melalui kegiatan ini, kesejahteraan anggota kelompok secara otomatis dapat meningkat.

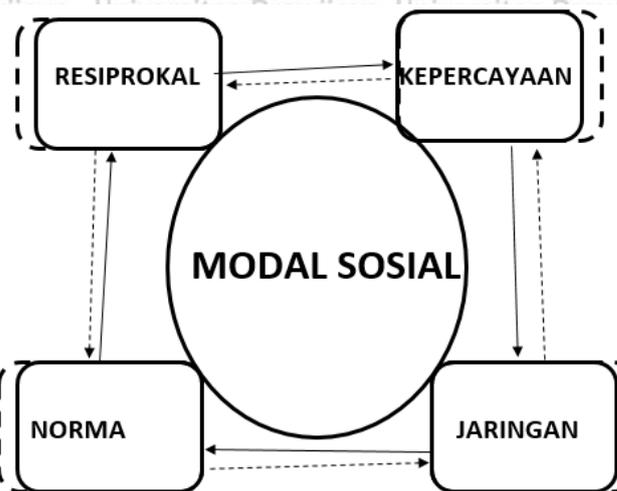
Temuan tersebut selaras dengan yang diutarakan oleh Putnam (1995), Grootaert (2001), Christoforu (2003) dan Vipriyanti (2011), yang mana membuktikan bahwa modal sosial yang kuat merupakan salah satu faktor yang dapat mendorong tercapainya kesejahteraan yang lebih tinggi dan mampu menekan terjadinya kesenjangan antar wilayah maupun antar kelompok masyarakat dalam suatu wilayah. Modal sosial yang kuat akan tercermin melalui keadaan sosial, ekonomi, dan politik wilayah dimana terdapat tingkat keamanan yang tinggi, aktivitas kehidupan organisasi yang tinggi, terjaganya norma – norma yang mengandung kearifan, rasa percaya yang tinggi serta fasilitas publik yang terjaga dengan baik. Rasa percaya, kesediaan menjalin jaringan kerja dan mematuhi norma yang berlaku merupakan respon terhadap stimuli sosial yang telah terkondisikan.

Secara umum, semakin banyak ikatan atau bentuk modal sosial yang muncul, akan menunjukkan stok modal sosial yang semakin baik. Ikatan – ikatan tersebut harus selalu diperbaharui untuk menyesuaikan dengan kemajuan teknologi dan tuntutan jaman. Selain itu, ikatan – ikatan tersebut akan semakin baik apabila hubungan yang terbangun di dalamnya merupakan hubungan yang bersifat dua arah atau timbal balik dan bukan hubungan yang searah.

Pada akhirnya, seluruh uraian dalam sub bahasan ini dapat diringkas menjadi, bentuk – bentuk modal sosial ternyata dapat tumbuh dan berkembang karena adanya hubungan timbal balik diantara anggota kelompok. Hubungan resiprokal tersebut berlangsung terus menerus sehingga terbentuk adanya rasa kepercayaan diantara sesama anggota kelompok. Karena didasari oleh kepercayaan tersebut muncullah jejaring sosial yang dijalin sesuai dengan kebutuhan masing – masing.

Terakhir, semua bentuk modal sosial tersebut niscaya tidak akan berlangsung lama jika tidak di dasari oleh norma – norma sosial yang berlaku di lingkungan sekitar. Gambaran rinci tentang bentuk – bentuk modal sosial di industri kecil dan menengah di Desa Tawangrejo dapat dilihat pada Gambar 4.5. Garis putus – putus menunjukkan bahwa hubungan yang terjalin secara tidak langsung dalam suatu komunitas bisa juga menghasilkan modal sosial. Selain itu, bisa juga menunjukkan bahwa jumlah modal sosial dapat diakumulasikan.

Gambar 4.5 Model Bentuk – Bentuk Modal Sosial Komunitas



Sumber: Hasil Olahan Penulis.

4.3.2 Analisis Proses Perubahan (*Transformation*) Modal Sosial (*Social Capital*) Menjadi Modal Ekonomi Pada Usaha Industri Kecil Di Desa Tawangrejo

Berikut ini merupakan analisis tranformasi modal sosial menjadi modal ekonomi pada usaha kecil dan menengah di Desa Tawangrejo :

4.3.2.1 Mendapatkan Bahan Baku

Adanya jaringan modal sosial yang kuat memungkinkan pelaku di dalamnya dapat bekerjasama antara satu dengan yang lainnya. Dalam hal mendapatkan bahan baku, pengusaha industri skala kecil di Desa Tawangrejo dapat memanfaatkan jaringan yang telah ada di dalam kelompok. Modal sosial membuka akses terhadap jaringan yang privat menjadi jaringan yang dapat dimanfaatkan oleh anggota kelompok lainnya.

Rasa percaya dan hubungan yang saling timbal balik menjembatani terjadinya kegiatan kerjasama diantara pelaku usaha. Atas dasar rasa percaya, ditambah dengan kontribusi individu dalam kelompok yang kontinu niscaya

memberikan kontribusi terhadap pengembangan sikap dan perilaku saling mempercayai dalam kelompok. Dengan demikian dapat diyakini bahwa factor – factor tersebutlah yang berperan dalam peningkatan kesejahteraan.

Individu dalam artian pengusaha kecil yang menjadi anggota kelompok, apabila ia aktif dalam kelompoknya, niscaya ia juga akan mendapatkan keuntungan dalam hal mengakses sumber daya. Jaringan yang telah dibentuk dalam kelompok niscaya dapat pula dimanfaatkan selama yang bersangkutan turut berpartisipasi secara aktif dalam kegiatan kelompok. Namun apabila pengusaha kecil tersebut tidak memberikan kontribusi yang signifikan, niscaya kelompok dimana ia bergabung tidak akan memberikan akses yang luas terhadapnya.

4.3.2.2 Memasarkan Produk

Bergabung bersama komunitas memberikan keuntungan tersendiri daripada bekerja dan membentuk jaringan secara mandiri. Seorang pengusaha tidak akan mendapatkan keuntungan apabila ia tidak dapat menjual produknya kepada pelanggan. Agar produk dapat di terima oleh pelanggan, pengusaha memerlukan saluran pemasaran yang tepat.

Jaringan milik kelompok merupakan salah satu yang dapat memberikan keuntungan tersendiri bagi pengusaha. Jaringan yang sudah dimiliki oleh kelompok dapat memberikan jalan pintas bagi pengusaha dalam hal memasarkan produknya. Akan tetapi jaringan pemasaran kelompok terkadang juga memiliki kelemahan tersendiri.

Pengusaha yang tergabung dalam kelompok juga seyogyanya harus mau berbagi akses pemasaran kepada anggota kelompok yang lain. Hal tersebut merupakan salah satu bentuk kontribusi yang harus penuh sebagai anggota

kelompok. Atau dalam artian bahwa, hal tersebut dapat mengurasi pangsa pasar para pengusaha. Untuk dapat menentukan besar kecilnya keuntungan dan kerugian pemanfaatan modal sosial dalam hal memasarkan produk diperlukan pengukuran yang lebih lanjut.

4.3.2.3 Mendapatkan Informasi

Informasi merupakan sesuatu yang penting bagi setiap pelaku usaha. Pengusaha yang terlambat dalam mendapatkan informasi niscaya akan kalah dalam persaingan. Dengan adanya kelompok, individu pengusaha di Desa Tawangrejo merasa sangat terbantu. Kelompok mampu menyediakan informasi yang bermanfaat sehingga pengusaha tidak terlalu repot dalam mencari informasi.

Keuntungan bergabung dalam kelompok adalah, anggota kelompok dapat secara cepat dalam mendapatkan informasi. Semakin aktif anggota kelompok tersebut mengikuti kegiatan – kegiatan dalam organisasi atau kelompok, maka semakin cepat dan banyak pula informasi yang bisa ia dapatkan. Sedikit banyaknya informasi yang diterima juga bergantung pada sedikit banyaknya kelompok tersebut melakukan interaksi dengan stakeholdernya.

Modal sosial yang baik telah memudahkan pengusaha untuk mengakses informasi dari konsumen. Kimbal (2015) menjelaskan setidaknya ada dua keuntungan yang didapat oleh pengusaha. Pertama adalah terkait informasi calon pembeli dan yang kedua adalah informasi perbaikan kualitas.

Keuntungan pertama tentu dapat mempengaruhi biaya komunikasi dalam menjangkau konsumen. Ketersediaan informasi akan calon pembeli dapat memberikan manfaat seperti dapat mengurangi besarnya dana yang diperlukan untuk publikasi atau memasarkan produk. Selain itu, manfaat lainnya adalah hal

tersebut mampu memperluas jangkauan dan volume penjualan dengan biaya publikasi yang rendah.

Terkait dengan perbaikan kualitas, dengan bergabung dengan komunitas, pengusaha dapat menghemat biaya dalam hal perbaikan kualitas barang dan jasa yang mereka jual. Dengan adanya modal sosial yang kuat, pengusaha dapat menghemat biaya karena pengusaha tersebut tidak perlu mengeluarkan biaya besar untuk mengundang konsultan dalam hal menilai kualitas produk yang dihasilkan.

Karena sejatinya dengan adanya norma – norma yang kuat dan berlaku di lingkungan, niscaya control sosial akan dapat terjaga dengan baik.

Kimbal (2015) menambahkan bahwa, manfaat – manfaat sebagaimana yang telah disebutkan di atas, menerangkan terjadinya transformasi modal sosial pengusaha menjadi modal ekonomi. Sistem jaringan sosial yang telah terbentuk dapat membantu para pengusaha mengurangi atau menghemat biaya yang semestinya dikeluarkan oleh mereka. Dengan adanya peran serta modal sosial, pengusaha dapat meminimalisir biaya dan memaksimalkan keuntungan.

4.3.2.4 Mengakses Sumber – Sumber Keuangan

Sebagaimana yang telah disebutkan pada pembahasan yang sebelumnya, bahwa dengan adanya modal sosial individu pengusaha industri kecil dapat menggunakan keanggotaanya dalam suatu kelompok untuk memperoleh manfaat.

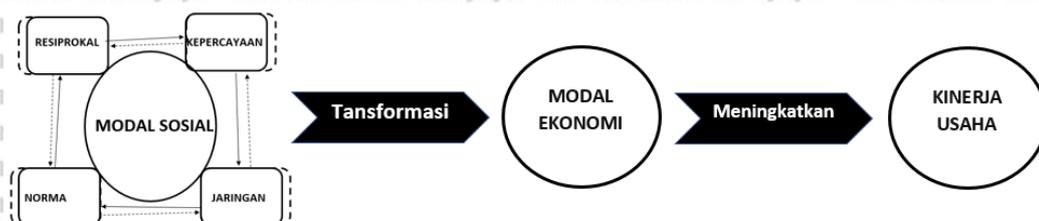
Modal sosial adalah akumulasi dari “*relational capital*” yang dimiliki oleh beberapa individu yang dibangun oleh norma resiprositas. Vipriyanti (2011) menyebutkan bahwa, modal sosial memiliki eksternalitas ekonomi yang positif pada tingkat lokal melalui proses fasilitasi terhadap aksi bersama.

Krishna (dalam Usman 2018) menambahkan bahwa modal sosial dapat diyakini sebagai asset yang mampu menggerakkan beragam komunitas dalam melakukan kegiatan ekonomi. Para anggota kelompok saling membantu dalam kegiatan budi daya, pengolahan, dan pemasaran hasil produksi. Kualitas dan kuantitas produk yang dihasilkan oleh pengusaha boleh jadi berbeda, akan tetapi para anggota kelompok niscaya merasa menjadi suatu entitas yang harus saling melindungi dan memperkuat satu sama lain.

Komunitas dengan modal sosial yang kuat mampu melembagakan *trust* (kepercayaan), *reciprocal relationships* (hubungan timbal balik) dan *networking* (jaringan). Dengan kepercayaan, hubungan timbal balik, jaringan, serta norma yang kuat membuat pengusaha kecil memiliki daya ketahanan hidup yang tinggi. Hal ini berbeda dengan pengusaha kecil yang tidak memiliki modal sosial.

Ringkasan yang dapat diambil pada sub bahasan ini adalah bahwa modal sosial dapat dokonversikan menjadi modal ekonomi dan dapat meningkatkan kinerja usaha. Keempat bentuk modal sosial dapat meleburkan tembok pemisah dan membuka akses terhadap sumberdaya yang tidak dimiliki oleh pengusaha kecil dan menengah. Gambaran tentang transformasi modal sosial menjadi modal ekonomi dapat dilihat pada Gambar 4.6.

Gambar 4.6 Proses Transformasi Modal Sosial Menjadi Modal Ekonomi



Sumber: Hasil Olahan Penulis.

4.3.3 Analisis Peran Modal Sosial Terhadap Peningkatan Kinerja Usaha Kecil Dan Menengah.

Untuk mengetahui peran modal sosial terhadap peningkatan kinerja Usaha Kecil dan Menengah di Desa Tawangrejo, maka dapat dilihat pada faktor – faktor diantaranya seperti produktivitas, penjualan, keuntungan, pertumbuhan usaha, dan kepuasan pengusaha. Dengan melihat pada kriteria tersebut diharapkan akan diketahui sejauh mana peranan modal sosial terhadap peningkatan kinerja usaha tersebut.

4.3.3.1 Produktivitas

Dampak positif adanya modal sosial di Desa Tawangrejo adalah lahirnya pengusaha – pengusaha yang memiliki usaha bisnis mereka sendiri (*self employed*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa munculnya pengusaha tersebut lantaran kelompok senantiasa memberikan bantuan berupa ilmu pengetahuan dan akses untuk mendapatkan modal usaha. Hal ini umumnya menjadi permulaan bagi seseorang terjun dalam bidang usaha yang digelutinya sekarang.

Adanya hubungan resiprokal diantara sesama anggota kelompok mampu mendorong pihak lain untuk turut menjadi pengusaha. Dimana secara otomatis hasil dari hubungan itu juga membuat sesama anggota kelompok dapat menghasilkan sesuatu (berproduksi). Karena hubungan yang dijalin bersifat kontinu niscaya juga akan senantiasa terjadi pertukaran ilmu pengetahuan tentang peningkatan produksi usaha.

Fenomena yang terjadi di lapangan sebagai mana yang digambarkan oleh Yustika dan Baksh (2015). Keterbatasan modal dapat menyebabkan sirkulasi kegiatan ekonomi di perdesaan tidak berjalan. Padahal sejatinya, apabila tidak ada

perputaran aktivitas ekonomi, proses akumulasi capital juga tidak bisa terjadi. Salah satu tujuan dari adanya modal sosial kelompok adalah untuk menggerakkan kegiatan ekonomi di wilayah perdesaan, khususnya sector pertanian dan usaha kecil (*small firm*).

4.3.3.2 Penjualan

Kehidupan masyarakat modern menurut Habermas (dalam Usman, 2018) ditandai oleh rasionalitas artinya, tindakan yang dilakukan oleh seseorang tidaklah secara mendadak dan kebetulan (didekte oleh keadaan), tetapi dilandasi pertimbangan – pertimbangan yang rasional. Modal sosial komunitas yang dimiliki oleh seseorang niscaya mampu memberikan manfaat seperti peningkatan hasil penjualan. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa modal sosial komunitas membuka peluang seorang pengusaha untuk dapat menjual produknya ke wilayah pasar yang lain.

Hasil temuan tersebut selaras dengan yang dinyatakan oleh Burt (dalam Usman, 2018). Pada hakikatnya, di dalam modal sosial terdapat unsur jejaring yang ditandai oleh interkoneksi antar aktor yang amat kuat. Kedekatan hubungan antar aktor tersebut yakni dalam memenuhi kebutuhan atau mencapai tujuan tertentu.

Setiap kelompok melembagakan pola hubungan sosial sendiri. Aktor – aktor didalam kelompok memiliki peran tertentu, diantaranya sebagai jembatan yang menghubungkan antar anggota kelompok atau bahkan menjadi penghubung diantara kelompok yang satu dengan kelompok yang lainnya. Dalam kondisi demikian, informasi yang diterima oleh aktor – aktor tertentu dapat tersebar kepada aktor – aktor tertentu lainnya meskipun mereka berafiliasi pada kelompok yang berbeda.

Jika dicermati lebih lanjut, seorang pengusaha kecil senantiasa akan mendapatkan manfaat yang besar apabila ia berafiliasi dengan Aktor atau broker tersebut. Pengusaha kecil dapat memanfaatkan jaringan modal sosial untuk menjual produk yang telah diproduksinya. Dengan fasilitasi yang diberikan oleh kelompok dimana ia bergabung, pengusaha kecil tidak perlu terlalu bersusah payah dibandingkan saat ia tidak tergabung dalam kelompok ketika menjual hasil produksinya.

4.3.3.3 Keuntungan

Untuk menjadi bagian dari suatu jaringan yang dapat memberikan peluang manfaat yang besar umumnya akan memakan biaya yang tidak sedikit. Namun apabila pengusaha mampu memupuk ikatan itu sedini mungkin maka kemungkinan biaya yang akan muncul niscaya dapat diminimalisir. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengusaha kecil secara luas mendapatkan keuntungan dengan adanya modal sosial di masyarakat.

Sebagaimana yang telah diterangkan di atas, bahwa terdapat actor – actor yang berperan sebagai jembatan penghubung diantara anggota kelompok dengan lingkungannya. Dengan berlandaskan kepercayaan, memungkinkan terjalannya suatu kerjasama yang dapat menghasilkan keuntungan bagi pihak – pihak yang melakukan kerjasama tersebut. Modal sosial yang tinggi dan yang telah terinstitusionalkan dengan baik niscaya dapat di sebarakan kepada lingkungan sekitar, sehingga kemanfaatannya dapat disebarluaskan.

Hal inilah yang membedakan modal sosial dengan jenis modal lainnya.

Ketika modal lain memiliki hak kepemilikan atasnya, modal sosial tidak. Siapapun yang diberikan kepercayaan dapat memiliki akses terhadapnya.

4.3.3.4 Pertumbuhan Usaha

Salah satu kelemahan usaha kecil menengah adalah dalam hal pertumbuhan usaha. Kendatipun pengusaha kecil tersebut memiliki modal sosial yang kuat, pada kenyataannya hal tersebut tetap saja belum mampu membawa usaha kecil menengah untuk bertumbuh. Masih tersentralnya pengelolaan usaha membuat usaha kecil menengah gagal untuk melebarkan sayapnya.

Pengusaha kecil identik dengan *one man show*, dalam artian semua proses dilakukan sendiri oleh pengusaha tersebut. Belum adanya distribusi pekerjaan membuat usaha kecil menengah mengalami gagal *move on*. Pertimbangan biaya karyawan yang tinggi bisa jadi menghantui pengusaha untuk merekrut pegawai. Terkait hal ini perlu dilakukan penelitian yang lebih lanjut.

Modal sosial yang terdapat dalam situs penelitian diyakini belum mampu menyentuh pada aspek pengelolaan kelembagaan pada diri usaha kecil menengah.

Hal ini dapat menjadi celah penelitian bagi penelitian yang selanjutnya. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memberikan alternatif penyelesaian terkait pemanfaatan modal sosial yang terdapat dalam tubuh usaha kecil menengah.

4.4 Implikasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan penarikan kesimpulan yang telah dijelaskan sebelumnya menghasilkan beberapa implikasi. Adapun implikasi tersebut berupa rekomendasi kebijakan kepada beberapa instansi/orang yang terkait dalam kegiatan usaha kecil dan menengah di Desa Tawangrejo, Kecamatan Turi, Kabupaten Lamongan. *Pertama*, modal sosial bentuk resiprositas, jaringan, kepercayaan dan norma penerapannya sudah baik namun, perlu ditingkatkan. Pengelolaan kelompok yang telah terbentuk ada baiknya ditingkatkan

dan dikelola dengan sistem manajemen yang lebih baik lagi. Perlu dilakukan regenerasi sehingga nilai – nilai baru yang masuk dapat lebih cepat sehingga perkembangan kelompok dapat berjalan lebih cepat.

Dewasa ini hanya anggota yang aktif saja yang mendapatkan peluang yang lebih besar. Kedepannya diharapkan semua anggota yang tergabung dalam kelompok dapat berperan serta secara aktif sehingga peluang usaha yang didapatkan dapat berjalan lebih besar. Bagi kelompok diharapkan agar dapat menjaga ciri khas yang telah melekat. Tetap bekerja keras dan bersahabat dengan lingkungan disekitar.

4.5 Keterbatasan Penelitian

Fokus pada UMKM yang terdapat di Desa Tawangrejo oleh karena itu bidang usaha yang ada dirasa kurang mewakili bidang usaha kecil dan menengah secara keseluruhan. Karena bidang usaha kecil dan menengah niscaya memiliki karakteristik yang berbeda dengan UMKM bidang lainnya seperti perdagangan manufaktur, dan jasa, sehingga untuk memahami bagaimana peranan modal sosial pada UMKM di bidang lainnya perlu dilakukan penelitian lebih lanjut. Bagi peneliti lain, hendaknya melakukan penelitian lebih lanjut terutama berhubungan dengan bentuk – bentuk modal sosial dan interaksinya untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif. Serta kemungkinan adanya bentuk modal atau cara transformasi modal sosial yang lainnya yang belum terungkap dalam penelitian ini.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Desa Tawangrejo, Kecamatan Turi Kabupaten Lamongan dapat dikatakan bahwa modal sosial komunitas yang terdapat di lokasi tersebut cukup besar. Hal tersebut dapat dimanfaatkan oleh pengusaha kecil dan menengah di daerah tersebut untuk menggerakkan roda perekonomian. Sehingga pada akhirnya banyak pengusaha kecil mengalami peningkatan dalam kinerja usahanya. Secara Rinci dapat disimpulkan sebagai berikut:

5.1.1 Bentuk – Bentuk Modal Sosial Pada Usaha Kecil Dan Menengah Di Desa Tawangrejo

5.1.1.1 Resiprositas

Pengusaha kecil di Desa Tawangrejo saling bertukar kebaikan. Hal ini mampu menumbuhkan rasa solidaritas diantara sesama. Sehingga pada akhirnya muncul jaringan yang mampu menjembatani kebutuhan diantara sesama pengusaha kecil menengah.

5.1.1.2 Kepercayaan

Hubungan yang dijalin oleh pengusaha kecil dan menengah di Desa Tawangrejo berlandaskan pada kepercayaan diantara sesama anggota kelompok. Dengan adanya kepercayaan, memungkinkan para pengusaha untuk menjalin hubungan kerjasama. Semakin tebal rasa percaya pada orang lain, maka semakin kuat kerjasama yang terjalin diantara mereka.

5.1.1.3 Jaringan

Jaringan modal sosial memiliki peranan yang sangat penting. Hal tersebut mampu memfasilitasi pengusaha kecil dan menengah di Desa Tawangrejo dalam hal mengakses sumber daya finansial. Adanya jaringan niscaya juga dapat membantu dalam hal pengurangan biaya.

5.1.1.4 Norma

Pengusaha kecil dan menengah di Desa Tawangrejo menjalankan nilai – nilai kebiasaan yang berlaku di lingkungan mereka. Adanya norma membantu individu pengusaha dalam menjalankan bisnisnya. Norma yang ada membantu mengatur agar individu dalam kelompok dapat mendapatkan keuntungan yang proporsional.

5.1.1.5 Kegiatan Ekonomi/Keuangan

Bentuk modal sosial di Dea Tawangrejo diwujudkan melalui kegiatan koperasi. Dengan adanya kegiatan tersebut, para pengusaha kecil dan menengah dapat terbantu dalam hal akses terhadap keuangan / modal.

5.1.2 Proses Perubahan (*transformation*) Modal Sosial (*Social Capital*) menjadi modal ekonomi Pada Usaha Industri Kecil di Desa Tawangrejo

5.1.2.1 Mendapatkan Bahan Baku

Modal sosial kepercayaan, resiprositas dan jaringan mampu menjembatani hubungan diantara pelaku usaha sehingga memudahkan mereka dalam mengakses bahan baku.

5.1.2.2 Memasarkan Produk

Pengusaha kecil yang tergabung dalam kelompok lebih mudah memasarkan hasil produksinya. Melalui jaringan yang telah ada dalam kelompok mempermudah pengusaha dalam hal memasarkan produk usahanya.

5.1.2.3 Mendapatkan Informasi

Pengusaha kecil lebih mudah dan cepat dalam hal mendapatkan informasi ketika telah berafiliasi dengan kelompok. Informasi yang di dapat bisa jadi menjadi peluang usaha apabila dimanfaatkan dengan baik.

5.1.2.4 Mengakses Sumber – Sumber Keuangan

Manfaat dari keikutsertaan dalam suatu kelompok adalah pengusaha dapat memperoleh kesempatan yang sama dalam hal mengakses sumber – sumber keuangan yang dikelola oleh kelompok.

5.1.3 Peran Modal Sosial Terhadap Peningkatan Kinerja Usaha Kecil dan Menengah

5.1.3.1 Produktivitas

Adanya hubungan resiprokral di antara sesama anggota kelompok memungkinkan lahirnya pengusaha – pengusaha baru. Pengusaha yang kesehariannya merupakan ibu rumah tangga dapat beralih pekerjaan menjadi *self employed* yang dapat memproduksi sesuatu.

5.1.3.2 Penjualan

Modal sosial komunitas mampu menjembatani pengusaha untuk menjual produknya ke beberapa lokasi. Hal ini tergantung seberapa aktif pengusaha tersebut dalam menjalin relasi sosial.

5.1.3.3 Keuntungan

Modal sosial memiliki dampak yang luas. Tidak hanya pada internal kelompok saja, melainkan hal tersebut dapat menjadi jembatan bagi kehidupan lingkungan sekitar. Ekternalitas ekonomi dari adanya modal sosial mampu membawa pengaruh yang besar bagi masyarakat disekitarnya.

5.1.3.4 Pertumbuhan Usaha

Modal sosial di Desa Tawangrejo belum mampu menumbuhkan kegiatan usaha kecil menengah. Hal ini dapat menjadi celah penelitian bagi penelitian yang selanjutnya. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memberikan alternatif penyelesaian terkait pemanfaatan modal sosial yang terdapat dalam tubuh usaha kecil menengah.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian di atas maka dapat dikemukakan saran untuk pengelolaan modal sosial komunitas dalam upaya meningkatkan kinerja usaha pada kelompok ternak Sumber Rejeki, sebagai berikut:

5.2.1 Bagi Pengembangan Teori

Dalam rangka pengembangan teori, perlu dilakukan perluasan ruang lingkup pembahasan. Selain itu perlu juga melibatkan bidang ilmu pengetahuan lainnya, tidak terbatas pada ilmu manajemen atau ilmu ekonomi saja, melainkan ilmu budaya, sosiologi, dan administrasi agar pembahasan teori tentang modal sosial dapat lebih meluas.

5.2.2 Bagi UMKM

Bagi pengusaha kecil dan menengah hendaknya lebih meningkatkan kapasitasnya sebagai pengusaha. Mulai membuka diri terhadap kegiatan wirausaha, sehingga praktik pengelolaan usaha dapat berjalan dan berkembang. Perlu meningkatkan jaringan dan keberanian dalam berwirausaha.

5.2.3 Bagi Pemerintah Daerah

Pemerintah dapat menerapkan kemitraan dengan pihak swasta untuk membantu memasarkan produk – produk yang dihasilkan oleh para pengusaha kecil dan menengah di Desa Tawangrejo. Pemerintah juga dapat menjalin kerjasama dengan civitas akademika untuk mengembangkan teknologi yang dapat membantu para pengusaha kecil dalam meningkatkan volume produksi usahanya. Pemerintah dapat juga memberikan pelatihan kewirausahaan kepada para pelaku usaha dan memberikan dukungan moral sehingga para pengusaha dapat terpacu dalam meningkatkan skala usaha mereka.

5.2.4 Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini terfokus pada modal sosial dan kinerja usaha kecil dan menengah. Untuk penelitian selanjutnya bisa lebih mengeksplorasi bagaimana keterkaitan pemerintah daerah dan stakholder lainnya dalam mempengaruhi kinerja usaha kecil dan menengah. Sehingga diharapkan dapat lebih mengungkap fenomena yang terjadi.

Daftar Pustaka

- Adler, Paul, S. dan Kwon, Seok, Woo. 2002. *Social Capital: Prospect for a New Concept*, Academy of Management, 27: 17-40.
- Akio, Tokuda. 2005. *The Critical Assessment of the Resource-Based View of Strategic Management: The Source of Heterogeneity of the Firm*, Ritsumeikan International Affairs, 3:125-150.
- Ancok, Djamaludin. 2002. *Membangun Kepercayaan Menuju Indonesia Madani, Demokratis dan Damai Sebuah Tinjauan Psikologi Sosial*, Buletin Psikologi, Tahun X, No. 2, Desember 2002.
- _____. 2003. *Modal Sosial dan Kualitas Masyarakat*, Psikologika Nomor 15 Volume VIII Tahun 2003.
- ASEAN.org melalui <https://asean.org/asean-economic-community/sectoral-bodies-under-the-purview-of-aem/micro-small-and-medium-enterprises/overview/> diakses pada 04 Mei 2021.
- Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Lamongan. 2019. *Kabupaten Lamongan Dalam Angka*. Katalog. Lamongan: BPS Kabupaten Lamongan.
- Barney, Jay. 1991. *Firm Resources and Sustained Competitive Advantage*, Journal of Management, 17: 99-120.
- Bourdieu, Pierre. 1986. The Forms of Capital. Pp. 241-258 dalam *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, editor J. G. Richardson. New York: Greenwood Press.
- Chimucheka, Tendai. 2013. *Networks of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Different Stage of the Life Cycle: A Case Study of a Small Business in the Netherlands*, J Communication, 4(2):89-94 (2013).
- Claridge, Tristan. 2004. *Designing Social Capital Sensitive Participation Methodologies*. New Zealand: Social Capita Research.
- Clopton, Aaron,W. 2011. *Social Capital and Team Performance. Team Performance Management: An International Journal*, 17: 369-381.
- Coleman, James, S. 1988. *Social Capital in the Creation of Human Capital*. The American Journal of Sociology, Vol. 94 Supplement S95-S120.
- Creswell, John, W. 2015. *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset Memilih di Antara Lima Pendekatan*. Ed.ke-3. Diterjemahkan Oleh: Ahmad Lintang Lazuardi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- David, Fred, R. 2011. *Strategic Management Concepts and Cases*. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education.
- Field, John. 2018. *Modal Sosial*. Bantul: Kreasi Wacana Offset.
- Fox, Jonathan dan Gershman. 2000. *The World Bank and Social Capital, Lesson from Ten Rural Development Projects in The Philippines and Mexico*. Policy Science 33: 399-419, 2000.
- Fukuyama, Francis. 1997. *Social Capital*. Brasenose College: Oxford.
- _____. 2010. *Tust Kebajikan Sosial dan Penciptaan Kemakmuran*. Diterjemahkan oleh: Ruslani. Yogyakarta: CV. Qalam Yogyakarta.
- Grootaert, Christiaan. 1998. *Social Capital, The Missing Link. Social Capital Initiative Working Paper No.3*. Washington, DC: The World Bank
- Jacob, Jane. 1961. *The Death and Life of Great American Cities*. New York: Random House.

- Keban, Y., T. 2008. *Administrasi Publik, Konsep, Teori, dan Isu*. Yogyakarta: Gava Media.
- Kementerian Koperasi dan Kecil dan Menengah melalui www.depkop.go.id diakses pada 19 Oktober 2020.
- Kimbal, Rahel, Widiawati. 2015. *Modal Sosial dan Ekonomi Industri Kecil Sebuah Studi Kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kwon, Seok, Woo. Heflin, Collen. Ruef, Martin. *Community Social Capital Entrepreneurship*, American Sociological Review. 78(6) 980-1008.
- Lee, Won, Jun. 2015. *Social Capital as a Source of Business Advantages for a Woman Entrepreneur in the Context of Small-Size Business*, Asian Social Science; Vol. 11, No. 12; 2015, page 155-167.
- Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia (LPPI) dan Bank Indonesia. 2015. *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*.
- Liu, Chih, Hsing. 2017. *The Relationships Among Intellectual Capital, Social Capital, and Performance – The Moderating Role of Business Ties and Environmental Uncertainty*, Tourism Management 61 (2017) 553-561.
- Meolong, Lexy, J. 2019. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Miles, B., Matthew, dan Huberman, A., Michael, Saldana, Jhonny. 2014. *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook Edition 3*. London: Sage Publications.
- Molinas, Jose, R. 1998. *The Impact of Inequality, Gender, External Assistance and Social Capital on Local-Level Cooperation*. *World Development*, Vol. 26, No. 3, pp. 413-431, 1998.
- Muchtar, Yasmin, dan Qamariyah, Inneke, Lubis. 2017. *Entrepreneurial Intellectual Capital (Human Capital, Social Capital, Customer Capital, Technology Capital) on SME's Performance in Medan, Indonesia*, Advances in Economics, Business, and Management Research (AEBMR), 46: 553-557. Published by Atlantis Press.
- Mujib, Fatkhul, Moh. 2010. *Analisis Faktor – Faktor yang Berpengaruh Secara Langsung dan Tidak Langsung Terhadap Kinerja Usaha Kecil dan Menengah (UKM), Studi pada Pelaku UKM di Kabupaten Kebumen*. SKRIPSI. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Neuman, W., Lawrence. 2013. *Metode Penelitian Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Diterjemahkan oleh Edina T. Sofis. Jakarta: Indeks.
- Onyx, Jenny, dan Bullen, Paul. 2000. *Measuring Social Capital in Five Communities*. *The Journal of Applied Behavioral Science* 2000 36:23.
- Ozigi, Obeitoh. 2018. *Social Capital and Financial Performance of Small and Medium Scale Enterprises*, Journal of Advanced Research in Business and Management studies 10, Issue I (2018) 18-27.
- Pirollo, Luca, dan Prestutti, Manuela. 2010. *The Impact of Social Capital on the Start-Ups' Performance Growth*, Journal of Small Business Management 2010 48(2), pp. 197-227.
- Porter, Michael, E. 1985. *Competitive Advantage, Creating and Sustaining Superior Performance*. Toronto: The Free Press.
- Pratono, Alusius, Hery, dan Mahmood, Rosli. 2014. *Social Capital and Firm Performance: Moderating Effect Environmental Turbulence*. Asian Social Science, 10: 59-68.

- Pratono, Alusus, Hery, dkk., 2016. Social Capital and Firm Performance: Evidence from Indonesia Small Businesses. *International Journal of Economic and Financial Issues*, 6: 47-50.
- Putnam, Robert, D. *Bowling Alone: America's Declining Social Capital*, Journal of Democracy, January 1995, pp. 65-78.
- Sayuti, Suryanto. 2012. Strategi Korporasi, Struktur Modal dan Kinerja Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Makanan dan Minuman, Bursa Efek Indonesia). TESIS. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. Malang.
- Schiff, Maurice. 2000. *Love Thy Neighbor, Trade, Migration, and Social Capital*. Development Research Group The World Bank.
- Siagian, Sondang, P. 2004. Manajemen Strategik. Cetakan Ke-5. Jakarta: Bumi Aksara.
- Silvey, Rachel, dan Elmhirst, Rebecca. 2003. *Engendering Social Capital, Women Workers and Rural – Urban Networks in Indonesia's Crisis*. *World Development Vol. XX, No. X, PP. XXX-XXX, 2003. Published by Elsevier Science Ltd*.
- Sinambela, L.,P., dkk. 2014. Reformasi Pelayanan Publik, Teori, Kebijakan, dan Implementasi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Soekanto, Soerjono. 2015. Sosiologi Suatu Pengantar. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. 2014. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Suharto, Edi. 2008. *Modal Sosial dan Kebijakan Publik*, Sekolah Tinggi Kesejahteraan Sosial (STKS). Bandung.
- Syahyuti. 2008. *Peran Modal Sosial (Social Capital) dalam Perdagangan Hasil Pertanian*, Forum Penelitian Agro Ekonomi. Volume 26 No.1, Juli 2008: 32 -43.
- Tambunan, Tulus, T., H. 2017. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Usman, Sunyoto. 2018. Modal Sosial. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Vipriyanti, Nyoman, Utari. 2011. Modal Sosial dan Pembangunan Wilayah Mengkaji Succes Story Pembangunan di Bali. Malang: UB Press.
- Wilantara, Rio., F., dan Susilawati. 2016. Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM, Upaya meningkatkan Daya Saing UMKM Nasional di Era MEA. Bandung: Refika Aditama.
- Witjaksono, Herry, Prasetyo. 2014. *Analisis Orientasi Kewirausahaan dan Sumber Daya Internal Perusahaan Terhadap Kinerja melalui Keunggulan Bersaing (Studi pada Usaha mikro Kecil dan Menengah Furniture Kabupaten Jepara)*, Jurnal Bisnis Strategi. Vol. 23 No.1 Juli 2014.
- Woolcock, Michael. 2000. *The Place of Social Capital in Understanding Social and Economic Outcomes*, Development Research Group, The World Bank, and Kenedy School of Government, Harvard University.
- _____, dan Narayan, Deepa. 2000. *Social Capital, Implications for Development Theory, Research, and Policy*. *The World Bank Observer*, Vol. 15, No. 2 (August 2000), pp. 225-49.





LAMPIRAN - LAMPIRAN

Lampiran 1

Pedoman Wawancara

Daftar pertanyaan berikut ini ditujukan dalam rangka untuk mencari data penelitian tentang “Modal Sosial Komunitas dalam Upaya Peningkatan Kinerja Usaha (Studi pada Kelompok Ternak Sumber Rejeki)”. Jawaban dari pertanyaan – pertanyaan ini nantinya akan dijadikan sebagai data untuk melakukan analisis terhadap masalah penelitian. Adapun pertanyaan – pertanyaan yang akan disampaikan sebagai berikut:

A. Identitas Informan

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Umur :
4. Pekerjaan :

B. Daftar Pertanyaan

1. Bentuk – bentuk Modal Sosial dalam kegiatan usaha mikro, kecil, dan menengah di Desa Tawangrejo

1. Bagaimana bentuk modal sosial resiprositas yang terdapat dalam dalam kelompok ternak Sumber Rejeki?
2. Bagaimana bentuk modal sosial kepercayaan yang terdapat dalam kelompok ternak Sumber Rejeki?
3. Bagaimana bentuk modal sosial jaringan yang terdapat dalam kelompok ternak Sumber Rejeki?

4. Bagaimana bentuk norma – norma yang terdapat dalam kelompok ternak

Sumber Rejeki?

5. Apa saja bentuk kegiatan ekonomi/keuangan yang terdapat dalam kelompok

ternak Sumber Rejeki?

2. Proses transformasi Modal Sosial menjadi modal ekonomi dalam kegiatan usaha mikro, kecil, dan menengah di Desa Tawangrejo

1. Bagaimana cara peternak mendapatkan bahan baku?
2. Bagaimana cara peternak memasarkan produk hasil usaha?
3. Bagaimana proses peternak mendapatkan informasi?
4. Bagaimana cara peternak mengakses sumber – sumber keuangan?

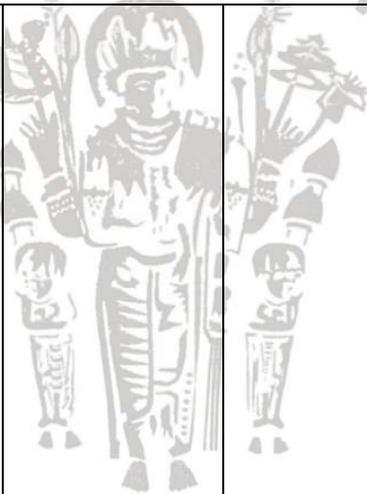
3. Peran Modal Sosial terhadap Kinerja Usaha mikro, kecil, dan menengah di Desa Tawangrejo

1. Apakah faktor resiprositas, kepercayaan, jaringan, dan norma mempengaruhi produktivitas usaha mikro, kecil, dan menengah?
2. Apakah faktor resiprositas, kepercayaan, jaringan, dan norma mempengaruhi penjualan usaha mikro, kecil, dan menengah?
3. Apakah faktor resiprositas, kepercayaan, jaringan, dan norma mempengaruhi keuntungan usaha mikro, kecil, dan menengah?
4. Apakah faktor resiprositas, kepercayaan, jaringan, dan norma mempengaruhi pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah?

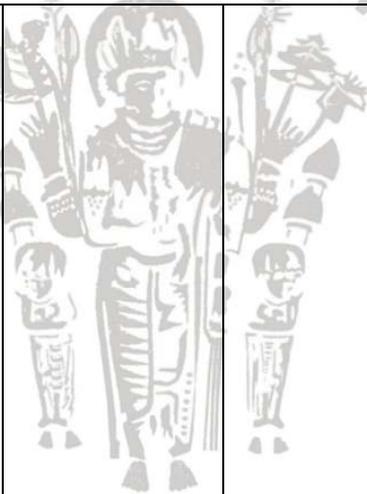
MATRIKS WAWANCARA MENDALAM

PERTANYAAN	Ketua Kelompok	Bapak Raolan	Bapak Hariono	Kepala Desa Tawangrejo	Pengusaha A	Pengusaha B	Pengusaha C	Pengusaha D
1. Bentuk – bentuk modal sosial dalam kegiatan usaha mikro, kecil, dan menengah di Desa Tawangrejo.								
1. Bagaimana bentuk modal sosial resiprositas di kelompok ternak sumber rejeki?	Orang – orang disini (Warga Dusun Getung) Alhamdulillah baik kalau sama orang lain, saya kurang tahu kalau di Desa Lain, tapi selama saya tinggal di sini Alhamdulillah rukun – rukun semua. Saya sering diberi hasil panen oleh mereka, padahal saya tidak meminta. Masyarakat sering kali gotong royong. Semisal apabila ada yang	Mereka cukup baik, mereka juga menyisihkan sebagian dana yang mereka kelola untuk keperluan warga, seperti membangun masjid. Saya dengar mereka juga menyantuni anak yatim pada bulan tertentu.	Setahu saya mereka cukup baik.	Warga disini Alhamdulillah baik dan ramah. Selama saya menjabat, permasalahan yang sering kali saya temui kebanyakan seputar kenakalan remaja. Sangat jarang jika ada perkelahian antar warga. Saya tidak tahu kenapa, mungkin karena sikap toleransi diantara mereka itu tinggi jadi ya	Kami saling bantu ketika ada yang membutuhkan	Kalau ada yang pinjam sesuatu kalau kita punya barangnya ya kita pinjamkan. Begitu sebaliknya.	Macam – macam, yang jelas kami saling bantu kalau ada yang membutuhkan.	Kalau ada anggota yang butuh bantuan ya kalau kami mampu ya pasti akan kami bantu. Kalau ada yang sakit kita tengok bersama.

punya hajat, tetangga kanan kirinya ikut rewang (membantu). Kalau ada yang terkena musibah, kami juga berduyun – duyun datang, bahkan kami juga menyalurkan sebagian dana sosial milik kelompok yang kami kelola bersama. Kami saling bantu membantu, contoh konkritnya itu di desa kami tidak ada tempat pembuangan umum. Rencananya kami akan membeli tanah milik warga untuk dijadikan sebagai tempat



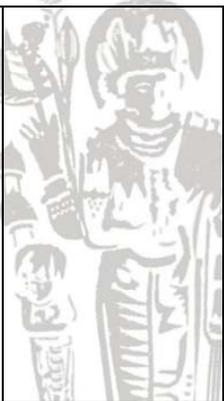
mereka rukun – rukun saja.

	<p>punya hajat, tetangga kanan kirinya ikut rewang (membantu). Kalau ada yang terkena musibah, kami juga berduyun – duyun datang, bahkan kami juga menyalurkan sebagian dana sosial milik kelompok yang kami kelola bersama. Kami saling bantu membantu, contoh konkritnya itu di desa kami tidak ada tempat pembuangan umum. Rencananya kami akan membeli tanah milik warga untuk dijadikan sebagai tempat</p>		<p>mereka rukun – rukun saja.</p>				
--	---	---	-----------------------------------	--	--	--	--

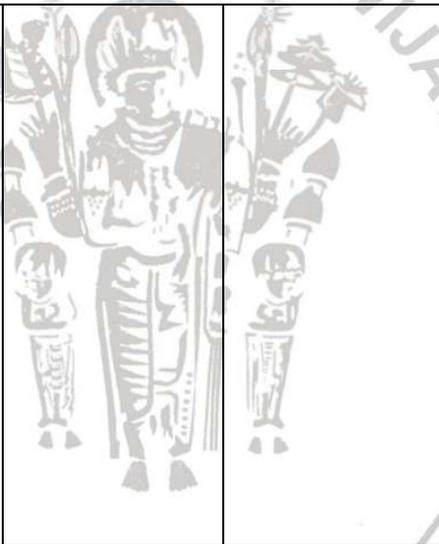
	<p>pembuangan sampah sementara. Karena kalau nunggu pemerintah maka kami tidak akan pernah memiliki TPU sendiri.</p>							
<p>2. Bagaimana bentuk modal sosial kepercayaan yang terdapat dalam kelompok ternak Sumber Rejeki?</p>	<p>Mulanya kami mendapatkan bantuan hibah dari pemerintah, tapi karena kami merasa bantuan tersebut bukanlah percuma (gratis). Dalam benak kami ini adalah amanah yang diberikan kepada kami. Semampu kami meskipun dalam tempo waktu yang lama, Alhamdulillah kami berhasil mengembalikan modal awal yang</p>	<p>Kelompok ternak tersebut merupakan binaan kami. Pada awalnya, bantuan yang diberikan oleh Pemerintah tersebar ke beberapa desa, tidak hanya khusus untuk Desa Getung saja. Dari sekian kelompok yang menjadi sasaran penerima hanya sedikit</p>	<p>Di sana warga masyarakat percaya dengan ketua dan pengurusnya. Modal bergilir yang sudah menjadi aset bersama masih dikelola oleh kepengurusan yang sama dari awal kelompok terbentuk. Saya rasa mereka percaya karena pengurusnya memiliki integritas yang tinggi, mereka</p>	<p>Saya rasa masyarakat saling percaya satu dengan yang lain. Buktinya kalau ada yang pinjam uang ke koperasi dipinjami.</p>	<p>Saya percaya saja dengan kaji Mu (Ibu Musharofah). Awalnya saya di ajak, dari pada hanya berdiam diri dan hanya bergantung kepada penghasilan suami yang tidak tetap lebih baik kita berusaha sendiri (beternak, membuat ikan asin). Bagi saya tawaran yang diberikan tidak</p>	<p>Saya percaya dengan teman – teman. Kalau saya dipinjami modal sedikit ya memang karena kemampuan bayar saya sebatas itu. Tapi terkadang ketika ada kebutuhan yang mendesak ya saya bilang apa adanya,</p>	<p>Saya percaya dengan pengurus. Kebetulan ketuanya itu bibi saya, jadi ya saya percaya kalau diminta ini itu.</p>	<p>Kami saling menjaga kepercayaan satu sama lain. Saya diberikan kepercayaan untuk mengoperasikan mesin penetasan telur, ya saya jalankan. Nanti ketika ada anggota yang butuh saya layani. Jadi alat ini bukan milik saya, tapi milik kelompok.</p>

	<p>diberikan kepada kami. Penyaluran dana kelompok kami diatur dengan mengedepankan asas kepastian (proporsionalitas). Besaran dana yang diminta kami sesuaikan dengan kemampuan ekonomi mereka. Kami tinggal berdekatan sudah lama jadi otomatis kami tahu bagaimana kesehariannya mereka.</p>	<p>yang berhasil termasuk kelompok ternak tersebut. Karena keberhasilan dalam menjaga kepercayaan itu, kelompok tersebut pun seringkali diikutsertakan ketika ada program kebijakan lainnya.</p>	<p>mampu menjaga amanah yang menjadi tanggung jawabnya.</p>		<p>terlalu memberatkan jika dibandingkan dengan hasil yang didapat.</p>	<p>dan alhamdulillah bu kaji mengerti dan ya saya diberi pinjaman sedikit banyak.</p>		
<p>3. Bagaimana bentuk modal sosial jaringan yang terdapat dalam kelompok ternak Sumber Rejeki?</p>	<p>Kalau masalah pakan, pengecer dedak, dan besusul datang sendiri kesini untuk menawarkan dagangan mereka. Jadi kami</p>	<p>Setahu saya jaringan mereka cukup luas. Untuk mendapatkan bahan baku ada yang sampai didatangkan dari luar kota.</p>	<p>Jaringan yang paling mudah dilihat dikelompok itu ya jaringan bahan baku misalnya. Mereka sudah punya</p>	<p>Jaringan pemasok pakan misalnya. Disini rutin ada yang jual pakan kayak dedak, dan tutut. Karena sudah langganan dan</p>	<p>Saya kalau musimnya ikan ya buat krecek (ikan asin). Itu tergantung, biasanya saya juga ternak (itik), tetapi karena kebutuhan ya</p>	<p>Saya tidak tahu jaringannya itu apa, biasanya yang menjual telur itu suami saya</p>	<p>Saya biasanya membeli telur dari pengepul. Biasanya tiap minggu pengepul telur kesini.</p>	<p>Disini serba tersedia sebenarnya, tinggal mau apa tidak orang – orang untuk berusaha.</p>

	<p>(peternak) tidak perlu bersusah payah untuk mencari karena semuanya tersedia dengan mudah. Kami sudah saling mengenal cukup lama (dengan pengepul dedak). Anggap saja membantu teman dan meratakan rejeki. Sama – sama orang kecil harus saling tolong. Saya kalau ada waktu luang biasanya saya juga buat telur asin. Tapi sekarang ada orang sini yang usahanya telur asin. Jadi dia ambil telur saya lalu dia olah</p>	<p>Pemasaran mereka pun juga ada yang sudah sampai keluar provinsi.</p>	<p>langganan tetap ketika membeli bahan baku.</p>	<p>belinya dalam jumlah yang banyak maka biasanya ada potongan harga.</p>	<p>saya jual semua. Ini saya mau mulai lagi ternak menthok (angsa).</p>	<p>dan anak saya.</p>		
--	--	---	---	---	---	-----------------------	--	--

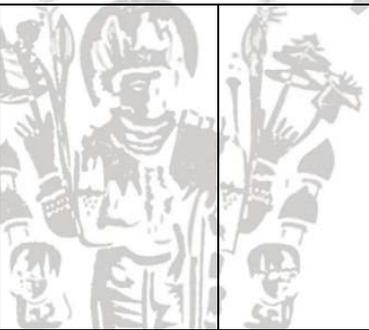
	<p>entah jadi telur bakar atau telur asin. Saya tidak mau serakah, kalau rejekinya orang itu ya saya ikhlas saja. Toh saya juga untung dari hasil menjual telur meskipun sedikit.</p>							
<p>4. Bagaimana bentuk norma – norma yang terdapat dalam kelompok ternak Sumber Rejeki?</p>	<p>Kalau sekiranya nominalnya banyak kami minta suami dari anggota yang pinjam itu harus datang juga. Tujuannya kami ingin menilai seberapa besar komitmen diantara keduanya untuk mengembalikan pinjaman tersebut. Kalau dia keluar maka tidak kami</p>	<p>Terkait aturan, saya rasa yang berlaku disana adalah kebiasaan – kebiasaan yang sudah terjadi di masyarakat. Artinya kalau ada masalah diselesaikan dengan kekeluargaan.</p>	<p>Saya rasa disana tidak ada aturan tertentu yang mengatur.</p>	<p>Di Desa ini ada aturan tentang larangan bagi bank harian untuk masuk di desa sini. Terus terang mereka sangat mengganggu perekonomian masyarakat. Mereka secara ilegal menawarkan produk keuangan mereka.</p>	<p>Tidak ada peraturan.</p>	<p>Saya kurang paham kalau terkait dengan peraturan.</p>	<p>Disini kalau ada masalah biasanya diselesaikan dengan musyawarah.</p>	<p>Setahu saya tidak ada peraturan tertulis. Kita sama – sama tahu lah kalau ada yang salah ya kita ingatkan.</p>

ijinkan untuk masuk lagi. Hal ini karena ketika menjadi anggota tentu ada kewajiban yang harus dipenuhi. Kami tidak ingin organisasi ini menjadi bulan – bulanan. Oleh karena itu kita harus tegas dengan anggota yang seperti itu.



2. Proses Transformasi Modal Sosial menjadi Modal Ekonomi dalam Kegiatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Desa Tawangrejo

<p>1. Bagaimana cara pengusaha kecil mendapatkan bahan baku?</p>	<p>Contohnya bagi pengusaha itik, kami pinjamkan itik anakan agar mereka kembangkan. Ketika itik – itik tersebut sudah dewasa dan sudah menghasilkan seperti telur, hasil usaha tersebut</p>	<p>Ada kerjasama yang dijalin diantara peternak dan pedagang. Karena sudah berlangganan jadi pakan rutin diantarkan.</p>	<p>Nereka membeli di pedagang pakan, biasanya mereka menghampiri para peternak. Jadi pakai pick up trus diantar ke rumah – rumah.</p>	<p>Petani (pengusaha ternak) ada yang punya kenalan jual dedak. Dia bantu tawarkan ke anggota – anggota yang lain, dan mereka mau. Jadi sampai sekarang kalau</p>	<p>Kadang saya membeli ikan dipasar atau beli di tetangga yang punya tambak.</p>	<p>Ini untuk beli macam – macam, bibit, pupuk. Saya mau mengajukan pinjaman tapi bayarnya nanti kalau sudah panen saja. Nanti sambil mreman</p>	<p>Ada pedagang yang datang kemari, saya rutin paling tidak saya beli 2000 butir telur per minggunya.</p>	<p>Unit usaha saya tidak terbatas pada menetaskan telur saja. Saya juga punya sawah dan kandang. Kalau soal bahan baku mudah sekali mendapatkannya, kalau butuh telur ya tinggal ambil di kandang, butuh dedak ya tinggal wa</p>
--	--	--	---	---	--	---	---	--

	terkadang dikembalikan kepada kelompok. Bisa berupa itik lagi atau nominal, terserah sesuai dengan kemampuan masing - masing.			soal dedak mereka berlangganan. Kalau belinya banyak kan dikasih diskon.		(menjadi buruh kasar di sawah milik orang lain).		pedagangnya, nanti di antar.
3. Bagaimana cara pengusaha kecil memasarkan produk hasil usaha?	Kebanyakan anggota memasarkan produknya sendiri dalam artian secara mandiri. Untuk memasarkan hasil ternak, biasanya orang – orang luar yang mendatangi para peternak. Misal kalau ada yang pesan telur sekian lewat telepon ya saya sediakan. Tergantung jumlah pesannya,	Setahu saya mereka memasarkan hasil produksi mereka secara mandiri. Sendiri – sendiri. Cuma kalau misalkan ada yang mendapatkan pesanan banyak itu mereka bagi – bagi, karena kapasitas produksi mereka tidak terlalu besar.	Mereka memasarkan masih secara sendiri – sendiri.	Saya kurang begitu paham terkait hal ini tapi, yang jelas mereka memasarkannya secara individu.	Untuk memasarkan produk, seringkali ada pengepul yang datang, jadinya ya saya jual ke pengepul itu. Tapi biasanya kalau masih sisa saya bawa ke pasar dan di jual disana.	Hasil produksi telur asin kami, dijual ke Gresik sama suami saya. Kalau pas permintaan pasarnya banyak ya dia kirim juga sampai ke Surabaya.	Saya jual sendiri mbak, biasanya saya titipkan ke pedagang – pedagang di pasar sambil jalan – jalan. Kadang sampai made juga telur asin saya. Tapi kebanyakan yang beli itu di Karanggeneng.	Biasanya ada pedagang pengecer yang datang kesini. Misalnya kalau yang menetas sudah banyak saya wa orangnya trus dia datang kesini mengambil itik – itik yang sudah menetas. Sekarang sudah canggih, tinggal wa saja sudah datang sendiri. Ada yang dari luar kota juga.

	kalau banyak dan saya tidak punya ya saya carikan ke anggota yang lain sebagai tambahan.							
4. Bagaimana proses pengusaha kecil mendapatkan informasi?	Saya dan Pak Raolan adalah teman, beliau menyampaikan kalau Pemerintah ada program pemberian bantuan modal berupa bibit. Karena kami teman, ya saya percaya saja dan mau diajak untuk mengumpulkan orang (membentuk kelompok).	Kami memang berteman. Tapi hal itu bukan yang menjadi alasan kenapa bantuan diberikan. Karena ada potensi disana dan warga juga mau di ajak untuk maju jadi bantuan bisa tersalurkan tepat sesuai dengan sasaran.	Istilahnya adalah getuk tular. Dari satu warga ke warga yang lain. Karena mereka rumahnya saling berdekatan jadi komunikasinya lancar.	Biasanya kalau ada info dari dinas ata dari pemerintah itu langsung menghubungi ketua kelompoknya. Dari situ lalu turun ke bawah.	Saya dulu awalnya dari tetangga yang mengajak. Katanya daripada di rumah cuma diam menggantungkan pemberian nafkah dari suami lebih baik berbuat sesuatu. Toh uang dari suami juga tidak pernah pasti kapan datangnya.	Dari tetangga. Kami kan setiap hari bertemu, jadiil kalau ada informasi apa ya cepat.	Biasanya Bu Kaji yang menyampaikan rumah kami dekat jadi kalau ada apa – apa kami diberi tahu.	Sekarang jaman sudah canggih mbak, kalau ada pengumuman tinggal japri saja. Atau kalau nggak ya tinggal main ke rumahnya.
5. Bagaimana cara pengusaha kecil mengakses	Kami tidak meminta jaminan apapun hanya perlu komitmen. Kalau jumlahnya	Sekarang dana hibah sudah menjadi aset kelompok jadi untuk	Setahu saya kalau para pengusaha kecil membutuhkan modal bisa	Ya itu kan sekarang sudah terbentuk koperasi. Anggota tinggal	Untuk mengakses keuangan biasanya saya menghubungi	Untuk modal ya saya pinjam ke kelompok. Waktu ada	Dulu awal – awal saya meminjam di kelompok untuk	Seperti pada umumnya mbak. Kalau untuk modal usaha kalau besar ya pinjam ke bank. Tapi

sumber – sumber keuangan?	besar kami minta anggota agar datang bersama suaminya untuk pencegahan. Bunga kami hanya 2 persen, itupun nantinya akan dikelola lagi menjadi modal, bukan untuk pengurus.	mengaksesnya harus sesuai dengan peraturan yang dibuat oleh kelompok.	menghubungi pengurus. Nanti pengurus yang akan mengecek, apakah kas nya ada atau apakah orang tersebut memenuhi kriteria yang disyaratkan.	pinjam saja disitu.	pengurus, bilang ke Bu Kaji, nanti kalau kumpulan biar disediakan dananya.	kumpulan saya datang dan mengajukan pinjaman.	dijadikan modal. Sekarang alhamdulillah sudah bisa terkumpul. Tapi saya juga masih rutin ikut kumpulan.	kalau di bank kan harus ada jaminannya. Setelah ada kelompok, Warga disini pinjamnya ke kelompok. Saya juga kadang – kadang juga pinjam. Harus pinjam, karena nanti hasilnya dibagi bersama. Kadang untuk rekreasi kemana.
---------------------------	--	---	--	---------------------	--	---	---	--

3. Peran Modal Sosial terhadap Kinerja Usaha mikro, kecil, dan menengah di Desa Tawangrejo

1. Apakah faktor resiprositas, kepercayaan, jaringan, dan norma mempengaruhi produktivitas pengusaha kecil?	Tentu sangat membantu. Kalau tidak ada kepercayaan dari pemerintah lalu dari masyarakat maka kami tidak akan dapat berkembang hingga seperti sekarang.	Menurut saya sangat berpengaruh. Kalau tidak ada kepercayaan diantara mereka, kelompok tidak akan dapat mengelola dananya dengan baik. Sehingga para anggota	Mempengaruhi. Kalau tidak percaya dengan, mereka tidak akan dapat akses terhadap keuangan kelompok.	Tentu.	Suami saya pekerjaannya bertani. Di musim seperti sekarang, kami tidak selalu bisa mengandalkan hasil panen. Kalau saya hanya mengandalkan nafkah dari suami, dapur saya tidak bisa	lya mbak.	Dulu awal – awal. Saya sekarang tidak terlalu rutin ikut kegiatan.	Pasti. Kalau saya tidak dipercaya, para anggota kelompok tidak akan menunjuk saya sebagai koordinator penetasan. Saya tidak akan dititipin alat – alat inkubator ini. Ini kan secara tidak langsung bisa menambah produktivitas kelompok dan saya
---	--	--	---	--------	---	-----------	--	---

		kelompok tidak akan dapat merasakan manfaat nya. Menurut saya, mereka bisa percaya karena mereka sudah merasakan manfaatnya.			ngepul (menyala) setiap hari.			juga. Dalam artian sama – sama saling menguntungkan.
2. Apakah faktor resiprositas, kepercayaan, jaringan, dan norma mempengaruhi penjualan pengusaha kecil?	Seperti yang sudah saya jelaskan di awal. Berpengaruh mbak, sedikit banyak pasti mempengaruhi.	Mempengaruhi. Lebih jelasnya bisa ditanyakan secara langsung kepada pengusahanya.	Menurut saya jelas berpengaruh.	Ya.	Untuk penjualan, saya jual sendiri, namun ketika ada pesanan yang banyak, biasanya saya join sama tetangga saya. Walaupun keuntungannya tidak banyak yang penting dibagi rata.	Saya kurang paham.	Saya rasa sebagian ada yang berpengaruh sebagian kurang berpengaruh.	Berpengaruh. Kalau tidak dibantu kelompok, anggota kemungkinan tidak akan dapat berproduksi, kalau tidak produksi maka tidak ada yang dijual.
3. Apakah faktor resiprositas, kepercayaan, jaringan, dan norma	Ya. Pada dasarnya kami adalah tetangga yang setiap hari ketemu. Jadi kalau ada	Kalau menurut saya semua orang yang terlibat akan diuntungkan. Dari segi anggota,	Tentu, para anggota itu bisa merasakan bantuan modal yang disediakan dari kelompok.	Pastinya.	Iya mbak, saya merasa terbantu. Ada yang bisa dijagakan kalau butuh bantuan modal.	Alhamdulillah mbak, iya saya bisa merasakan. Memang ada biaya 2	Saya rasa iya mbak. Saya awal mulai usaha kan karena ada bantuan dari	Jelas itu, teman – teman disini kan guyub mbak, jadi kalau ada yang butuh bantuan bisa minta ke pengurus.

mempengaruhi keuntungan pengusaha kecil?	informasi atau tawaran (bisnis) dari mana ya gampang (lebih cepat untuk merespon).	mereka dapat bantuan modal, dari segi rekanan juga diuntungkan, kalau anggota beternak kan beli bahan bakunya di mereka juga.	Daripada mereka pinjam ke rentenir kan risikonya lebih besar.			persennya tapi masih mending daripada pinjam di bank. Lagi pula biasanya di akhir nanti juga dibagi rata.	kelompok, saya diberi bantuan dan alhamdulillah saya bisa berusaha sampai sekarang.	Tentu disesuaikan dengan kemampuan kelompok. Kalau ada dananya ya diberi pinjaman. Besarnya pun juga harus disesuaikan. Kalau sekiranya kemampuan bayar mereka kecil ya di beri sesuai dengan kesanggupan. Intinya tidak ada pemaksaan disini.
4. Apakah faktor resiprositas, kepercayaan, jaringan, dan norma mempengaruhi pertumbuhan usaha pengusaha?	Untuk pertumbuhan usaha saya rasa kurang mbak.	Terkait dengan pertumbuhan usaha, mereka ada kendala keterbatasan, seperti keterbatasan lahan usaha. Kandang mereka umumnya kecil – kecil jadi kemungkinan akan sukar untuk	Para peternak itu umumnya terpengaruh dengan musim. Meskipun secara modal ada tapi ketika musimnya tidak mendukung juga susah. Kalau musim tertentu, cari pakan juga akan kesulitan. Itiknya juga	Mungkin. Tapi dari tidak ada menjadi ada.	Untuk pertumbuhan usaha, tenaganya yang tidak ada. Saya pagi mengurus pekerjaan rumah, lalu ke sawah kalau tidak gitu ya ke pasar cari ikan. Saya peliharaan ternak ini untuk mengisi kekosongan	Kalau saya sih sigini saja sudah cukup mbak, yang penting bisa makan, anak – anak bisa sekolah.	Ya kalau saya cukup berpengaruh.	Kalau menurut saya iya. Secara tidak langsung adanya kelompok ini membantu kami untuk mengembangkan usaha. Kampung kami sampai di datangi banyak orang. Ada yang menjadi calon pembeli ada yang membeli dan jadi



		<p>memperbesar volume usaha. Saya rasa untuk yang usahanya sudah besar seperti bu Kaji ketua kelompok dan yang lainnya itu bisa tetap sustain karena secara modal mereka ada, lahan juga ada. Seperti pengusaha D, beliau bahkan bisa sampai menjual DOD ke luar kota.</p>	<p>akan gampang terkena penyakit. Makanya biasanya kalau musim tertentu itu tiba biasanya itiknya akan mereka jual karena ongkos produksi yang tinggi.</p>		<p>waktu di antara kegiatan rutin saya, soalnya beternak itu tidak terlalu memakan waktu. Tinggal kasih pakan saja trus saya tinggal ke kegiatan yang lain.</p>			<p>langganan sampai sekarang.</p>
--	--	--	--	--	---	--	--	-----------------------------------