

SOCIAL CAPITAL UKM BERBASIS PEREMPUAN UNTUK PENGEMBANGAN USAHA MIKRO DI KABUPATEN MALANG JAWA TIMUR

(Studi pada usaha mikro berbasis perempuan upk Kabupaten Malang)

**Oleh :
Ike Kusdyah Rachmawati¹**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran modal sosial pada pelaku usaha ukm berbasis perempuan. Pendekatan yang digunakan dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Adapun komponen yang akan dideskripsikan dalam penelitian ini mengenai peran modal sosial dalam bentuk kepercayaan, jaringan, dan norma. Dengan menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan wawancara langsung kepada 80 responden perempuan yang berprofesi sebagai pelaku ukm pada upk di kabupaten Malang. Hasil penelitian menunjukkan dalam kelompok tidak terdapat norma tidak tertulis, norma (nilai-nilai) tradisional, dan norma (nilai-nilai) keagamaan yang disepakati bersama. Hanya ada aturan-aturan tertulis terkait dengan hak dan kewajiban anggota kelompok saja yang diketahui oleh anggota kelompok ada di dalam kelompok. Jaringan, terdiri dari jaringan dengan konsumen, kekerabatan, teman, pemasok, antar-ukm perempuan, dan jaringan teman. Jaringan yang paling berperan dalam pengembangan usaha komunitas ukm perempuan adalah peran jaringan dengan sesama pelaku ukm perempuan. Ikatan kekerabatan gender yang kuat berdampak pada sisi psikologis perempuan dalam membawa perubahan pola pikir dalam rangka peningkatan ekonomi rumah tangga serta dapat membantu meringankan beban keluarga. Kepercayaan bertindak sebagai pelumas atau pelicin dalam interaksi dalam jaring-jaring sosial. Jaring-jaring sosial bergerak sebagai penjamin keberlanjutan (sustainability) usaha yang terangkai dalam koridor-koridor norma. Dan norma sendiri merupakan refleksi dari kepercayaan. Ketiga elemen tersebut tercipta bukan dengan cara instan tetapi melalui proses interaksi yang berulang-ulang.

Kata kunci : modal sosial, jaringan, kepercayaan, norma

¹ Dosen STIE ASIA Malang

ABSTRACT

This study aims to determine how the role of social capital in women-based businesses SMEs. The approach used by using descriptive qualitative research method. The components will be described in this study on the role of social capital in the form of trust, networks, and norms. By using primary data obtained through questionnaires and interviews directly to the 80 female respondents who work as actors, SMEs in cfu in Malang regency. The results showed in the group there is no unwritten norms, norms (values) traditional, and norms (values) religious mutually agreed. There are only written rules relating to the rights and obligations of members of the group are known by group members in the group. Network, consisting of a network with consumers, kinship, friends, suppliers, inter-ukm women, and a network of friends. Network of the most instrumental in the development of SMEs community of women is the role of SMEs network with fellow female actors. Kinship ties are strong gender impact on the psychological side of women in bringing a change of mindset in order to improve the household economy and can help ease the burden on families. The trust acts as a facilitation in the interaction in the social nets. Social nets move as guarantor of sustainability (sustainability) are strung in the business corridors norm. And the norm is itself a reflection of the trust. These three elements are created not by way of instant but through a process of repeated interaction.

Keywords : *social capital, networks, trust, norms*

I. Pendahuluan

A. Latar belakang

Modal sosial dibentuk dari kehidupan masyarakat tradisional, dan dibentuk setiap hari oleh warga dan organisasi organisasi dalam masyarakat kapitalis modern. Modal sosial akan lebih berkembang ketika teknologi semakin berkembang, organisasi struktur hirarki semakin bersifat merata (*horizontal*), dan hirarki dari sistem usaha digantikan oleh jaringan (Fukuyama, 2005). Modal sosial merupakan seperangkat norma norma atau nilai nilai yang terbentuk secara informal. Umumnya norma norma yang terbentuk secara informal, yakni tidak tertulis dan diumumkan. Sedangkan norma yang dibentuk melalui wewenang hierarkis lebih menunjukkan kepada bentuk hukum tertulis.

Modal sosial sebagai hubungan yang tercipta dari norma sosial yang menjadikan hal ini sebagai perekat sosial, yaitu terciptanya sebuah kesatuan dalam anggota kelompok secara bersama-sama. Pada jalur yang sama (Solow, 1999) mendefinisikan, modal sosial sebagai serangkaian nilai-nilai atau norma-norma yang diwujudkan dalam perilaku yang dapat mendorong kemampuan dan kapabilitas untuk bekerjasama dan berkoordinasi untuk menghasilkan kontribusi besar terhadap keberlanjutan produktivitas. Modal sosial hanya dapat di bangun ketika tiap individu belajar dan mau mempercayai individu lain sehingga mereka mau membuat komitmen yang dapat di pertanggung jawabkan untuk mengembangkan bentuk-bentuk hubungan yang saling menguntungkan (Putman,1995: dalam Robert M.Z. Lawang 2004).

Prospek bisnis UKMK dalam era perdagangan bebas dan otonomi daerah sangat tergantung pada upaya yang ditempuh oleh pemerintah dalam mengembangkan bisnis UMKM. Untuk

mencapai iklim usaha yang kondusif ini, diperlukan penciptaan lingkungan kebijakan yang kondusif bagi UMKM. Kebijakan yang kondusif dimaksud dapat diartikan sebagai lingkungan kebijakan yang transparan dan tidak membebani UMKM secara finansial bicara berlebihan. Ini berarti berbagai campur tangan pemerintah yang berlebihan, baik pada tingkat pusat maupun daerah harus dihapuskan, khususnya penghapusan berbagai peraturan dan persyaratan administratif yang rumit dan menghambat kegiatan UKM. (firdausy, 2000).

Pemerintah RI mencanangkan tahun 2005 sebagai Tahun Kredit Mikro Nasional. Pencanaan ini sebagai sambutan positif dari gagasan global yang juga mencanangkan 2005 sebagai tahun Kredit Mikro Internasional (*the year of microfinance*). Gagasan pentingnya kredit mikro untuk kaum perempuan tentu tidak terlepas dari kebijakan Bank Dunia yang menyebutkan bahwa memastikan tersedianya kesempatan yang sama di antara berbagai kelompok masyarakat, termasuk antara laki-laki dan perempuan, adalah instrumen penting untuk mencapai tujuan pengentasan kemiskinan dan pertumbuhan

Ada 60 persen dari 30 juta pengusaha mikro, kecil, dan menengah adalah perempuan. Nasib mereka belum menggembirakan. Kendala terbesar yang dihadapi perempuan pengusaha kecil berkisar pada pemasaran dan permodalan. Perempuan pengusaha Indonesia sering menjadi kelompok yang dimarjinalkan (Kompas, 10/10/03). Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), dari sekitar 2 juta unit usaha mikro dan 194.546 unit usaha kecil di sektor pengolahan, jumlah pelaku usaha laki-laki 1,3 juta orang (59,21 persen), sedangkan jumlah pelaku usaha perempuan sekitar 896.047 (40,79 persen)

Dalam hal kredit mikro untuk perempuan, konsep pemberdayaan harus mengarah pada konsep pemberdayaan pasif dan aktif mengingat perempuan sering harus berhadapan dengan ketidakadilan kaum pria. Definisi pemberdayaan yang sesuai dengan kerangka kerja kredit mikro menurut Mayoux' (1998) adalah suatu istilah yang umum digunakan untuk mendeskripsikan proses dimana orang yang tidak berdaya menjadi sadar akan situasi mereka sendiri kemudian mengorganisasikan diri mereka secara kolektif, ditujukan untuk memperoleh akses yang lebih terhadap pelayanan publik serta untuk pengembangan tingkat ekonomi mereka (Rajivan, 2001).

Upaya perempuan mengelola usaha kelas mikro ini nampak pada pertumbuhan secara kuantitatif jumlah pelaku usaha kecil di Indonesia tahun 2001 yang mencapai 40.137.773 juta (99,86%) dari total jumlah pelaku usaha 40.197.61 juta sementara pelaku usaha mikro mencapai 97,6% dari jumlah pelaku usaha kecil (BPS 2001). Semakin jelas kontribusi usaha kecil-mikro khususnya

Kontribusi sektor UMKM dalam meningkatkan PDB Indonesia juga tidak luput dari peran perempuan baik sebagai pelaku usaha (pengusaha) maupun sebagai tenaga kerja. Meskipun tidak ada data yang pasti tentang UMKM yang dikelola perempuan tetapi bisa dikatakan bahwa peran perempuan dalam pengembangan sektor UMKM sangat penting.

Menurut Sukes (2002) fenomena wanita bekerja untuk mencari nafkah terjadi karena dorongan kebutuhan kemauan dan kemampuan serta kesempatan kerja yang tersedia dan akses wanita atas kesempatan tersebut. Status ekonomi wanita dilihat dari aktivitasnya dalam kegiatan mencari nafkah akses terhadap faktor produksi, tingkat pendapatan yang dihasilkan dan kontribusinya terhadap pendapatan keluarga. Peran perempuan di sektor UMKM umumnya terkait dengan bidang perdagangan dan industri pengolahan seperti : warung makan, toko kecil, pengolahan makanan dan industri kerajinan, karena usaha ini bisa dilakukan di rumah sehingga

tidak melupakan peran perempuan sebagai ibu rumah tangga. Meskipun di rumah sehingga tidak melupakan peran perempuan sebagai ibu rumah tangga. Tetapi bisa menjadi sumber pendapatan rumah tangga utama apabila dikerjakan dengan sungguh-sungguh.

Modal sosial menjadi salah satu faktor penunjang keberlangsungan sebuah UMKM. Modal sosial adalah sumber daya relasional yang melekat pada hubungan personal lintas sektoral, yang sangat berguna untuk perkembangan individual pada komunitas sosial organisasi (Tsai dan Ghoshal, 2007, p. 2). Jaringan sosial ini akan menciptakan modal sosial yang bermanfaat bagi pengusaha. Menurut Birley, Greene, Brown, dan Uzi (dalam Davidsson and Honig, 2003, p.9) dari perspektif *entrepreneurial*, modal sosial menyediakan jaringan yang memungkinkan penemuan peluang serta pengidentifikasian, pengumpulan, dan pengalokasian sumber daya yang langka. Secara singkat, Maskell dan Landry et al (dalam Doh dan Zolnik, 2011, p.5) mengemukakan bahwa modal sosial berkontribusi dalam *entrepreneurship* karena dengan tingkat modal sosial yang tinggi dapat mengurangi biaya transaksi antar pelaku, biaya pencarian informasi, biaya penawaran, dan biaya pengambilan keputusan. Dalam mengidentifikasikan modal sosial, beberapa ahli pada penelitian terdahulu telah mengkategorikan modal sosial dalam beberapa dimensi. Doh dan Zolnik (2011, p.3) mengkategorikan modal sosial dalam hubungannya dengan kewirausahaan menjadi tiga dimensi yaitu *trust*, *associational activities*, dan *civic norms*.

James Coleman mengartikan modal sosial (*social capital*) sebagai strukturhubungan antar individu-individu yang memungkinkan mereka menciptakan nilai-nilai baru. Menurut Coleman, modal sosial lemah oleh proses-proses yang merusakkekerabatan, seperti perceraian dan perpisahan, atau migrasi. Ketika keluargameninggalkan jaringan-jaringan kekerabatan mereka yang sudah ada, teman-teman dan kontak-kontak yang lainnya, maka nilai dari modal sosial mereka akan jatuh (Field, 2005:140).

Menurut Robert Lawang, modal sosial menunjuk pada semua kekuatan kekuatansosial komunitas yang dikonstruksikan oleh individu atau kelompok dengan mengacu padastruktur sosial yang menurut penilaian mereka dapat mencapai tujuan individual dan/ataukelompok secara efisien dan efektif dengan modal-modal lainnya (Lawang, 2004:24). Konsep modal sosial menawarkan betapa pentingnya suatu hubungan. Denganmembangun suatu hubungan satu sama lain, dan memeliharanya agar terjalin terus, setiapindividu dapat bekerjasama untuk memperoleh hal-hal yang tercapai sebelumnya sertameminimalisasikan kesulitan yang besar. Modal sosial menentukan bagaimana orang dapat bekerja sama dengan mudah.

Persoalan kemiskinan perempuan bukan hanya sekedar persoalan akses terhadap sumberdaya keuangan semata. Persoalan perempuan miskin adalah persoalan struktural dengan faktor penyebab dan kendala yang tidak tunggal. Ketimpangan gender dalam seluruh aspek kehidupan merupakan kondisi utama yang mengantarkan perempuan pada kemiskinan yang berkepanjangan. Paling tidak ada lima aspek yang saling berhubungan yang harus diperhatikan dalam pemberdayaan perempuan yaitu: *kesejahteraan*, *akses sumberdaya*, *partisipasi*, *kesadaran kritis dan kontrol*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah seperti yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut :

“Bagaimana gambaran deskripsi modal social yang terdiri dari jaringan, kepercayaan dan norma, merupakan aspek penting dalam pemberdayaan perempuan dimana hal tersebut dapat memberikan manfaat ekonomis pada UKM mikro berbasis perempuan di kabupaten Malang”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui bagaimana gambaran deskripsi modal sosial Yaitu jaringan, kepercayaan dan norma pada UKM mikro berbasis perempuan di kabupaten Malang

D. Manfaat Penelitian

Untuk akademik : dapat memberikan sumbangan terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang kajian ilmu sosiologi dan memperkaya referensi atau literature.

Untuk praktis : dapat memberikan sumbangan pemikiran kepada pemerintah khususnya pemerintah kabupaten Malang dalam menangani persoalan dan strategi kebijakan Ukm khususnya ukm berbasis perempuan di kabupaten Malang.

II. Telaah Pustaka

Keterlibatan perempuan di dunia kerja, baik di desa maupun di kota, dari waktu ke waktu, semakin memperlihatkan kontribusinya bagi pembangunan ekonomi di daerahnya. Dari banyak studi menyebutkan bahwa peningkatan partisipasi perempuan di dunia kerja, terutama sebagai pedagang, dipengaruhi tidak hanya oleh taraf pendidikan yang meningkat tetapi juga terdesak oleh kebutuhan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga.

Usaha-usaha mikro, seperti perdagangan, pengolahan makanan, industri berteknologi rendah, konveksi dan jasa adalah jenis-jenis usaha yang banyak dijalankan perempuan baik secara mandiri maupun sebagai bagian dari sistem produksi keluarga (Dewayanti & Chotim, 2004

Perempuan pengusaha kecil dapat diklasifikasikan dengan berbagai macam cara, sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Dalam kasus tertentu, klasifikasi dibuat untuk melihat gambaran perbedaan hambatan yang dihadapi oleh perempuan sebagai pengusaha kecil. Oleh karena itu, pengklasifikasian dilakukan berdasarkan kepemilikan unit usaha dan peran perempuan dalam pengelolaan usaha. Perempuan yang memiliki unit usaha sendiri, terlepas dari unit usaha yang dimiliki suami atau anggota keluarga lainnya. Dalam hal ini perempuan menjadi pemilik dan pengelola usaha tersebut. Perbedaan kepemilikan unit usaha dan posisi perempuan dalam pengelolaan usaha ini berpengaruh pada kemampuan perempuan untuk mengambil keputusan di dalam memulai, menjalankan, dan mengembangkan usahanya

A. Landasan Teori

1. Modal Sosial

Fukuyama menyatakan modal sosial adalah kemampuan yang timbul dari adanya kepercayaan (*trust*) dalam sebuah komunitas (Francis Fukuyama, 2002: 18) Menurut Robert D. Putnam, definisi modal sosial adalah bagian dari kehidupan sosial seperti jaringan, norma, dan kepercayaan yang mendorong partisipan bertindak bersama secara lebih efektif untuk mencapai tujuan-tujuan bersama (Field, 2011: 51). Fukuyama (2002) berpendapat bahwa unsur terpenting

dalam modal sosial adalah kepercayaan (*trust*) yang merupakan perekat bagi langgengnya kerjasama dalam kelompok masyarakat. Dengan kepercayaan (*trust*) orang-orang akan bisa bekerjasama secara lebih efektif. Sebagaimana menurut Pretty dan Ward (Lubis, 2000) sikap saling percaya merupakan unsur pelumas yang sangat penting untuk kerjasama.

Fukuyama (Rahmat, 2009: 19) menyebutkan bahwa modal sosial sebagai norma informal yang dapat mendorong kerja sama antar anggota masyarakat. Dari pernyataan tersebut dapat dipahami bahwa aspek kerja sama menjadi modal penting dalam berusaha. Untuk bekerja sama diperlukan kepercayaan diantara anggota kelompok yang bekerja sama. Oleh karena itu kepercayaan menjadi syarat yang mutlak.

Menurut Putnam (Rahmat, 2009:23) bahwa modal sosial mengacu pada aspek-aspek utama organisasi social seperti kepercayaan (*trust*), norma-norma (*norms*) dan jaringan-jaringan (*networks*) yang dapat meningkatkan efisiensi dalam suatu masyarakat melalui fasilitas tidakan yang terkoordinasi. Budaya gotong-royong, tolong menolong, saling mengingatkan antarindividu dalam entitas masyarakat desa merefleksikan semangat saling memberi (*reciprocity*), saling percaya (*trust*), dan adanya jaringan-jaringan sosial (*social networking*). Berkembangnya modal sosial di tengah masyarakat akan menciptakan suatu situasi masyarakat yang toleran, dan merangsang tumbuhnya empati dan simpati terhadap kelompok masyarakat di luar kelompoknya

Dari uraian di atas modal sosial yang dilaksanakan dalam penelitian ini meliputi aspek-aspek utama dalam kajian modal sosial yaitu meliputi norma yang terbentuk, jaringan sosial antara sesama pelaku ukm yang berbasis perempuan, kepercayaan dan hubungan timbal balik yang terjadi diantara sesama pelaku ukm.

Definisi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mempunyai batasan yang bervariasi. Dinas Perindustrian dan Koperasi (Disperindagkop) Kabupaten Malang sampai saat ini masih menggunakan UU No. 9 tahun 1995 sebagai acuan dalam mengklasifikasikan Usaha Kecil Menengah. Berdasarkan UU No. 9 tahun 1995, usaha kecil dan menengah memiliki kriteria sebagai berikut :

- a. Kekayaan bersih paling banyak Rp 200 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 1 miliar.
- c. Milik Warga Negara Indonesia (WNI)
- d. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki atau dikuasai usaha besar.
- e. Bentuk usaha orang per orang, badan usaha berbadan hukum/tidak, termasuk koperasi. Untuk sektor industri, memiliki total aset maksimal Rp 5 miliar.
- g. Untuk sektor non industri, memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 600 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha), atau memiliki hasil penjualan tahunan maksimal Rp 3 miliar pada usaha yang dibiayai.

Standard yang digunakan dinas Perindagkop Kabupaten Malang mengklasifikasikan UKM sesuai UU No 9 Tahun 1995 yang berdasarkan investasi perusahaan. Investasi tersebut sebagai berikut

TABEL 2.1 : KRITERIA USAHA RUMAH TANGGA, KECIL, MENENGAH, DAN BESAR

Kelompok Usaha	Kriteria
Usaha Rumah Tangga	< 5 juta
Usaha Kecil	5 – 200 juta
Usaha Menengah	201 juta – 1 milyar
Usaha Besar	> 1 milyar

Sumber : *Depkumham, (2008)*

Berdasarkan beberapa referensi maka peneliti mengkategorikan Usaha Kecil Menengah (UKM) jumlah karyawan karena akan sulit mendapatkan data finansial pada masing-masing UKM. UKM adalah usaha yang memiliki karyawan paling banyak 99 orang. Batas jumlah karyawan ditentukan berdasarkan BPS dan Kementerian Koperasi dan UMKM

2. UKM

Dalam *Perempuan dalam kemelut Gender (2002)* dijelaskan bahwasetiap masyarakat mengembangkan identitas gender yang berbeda, tetapi kebanyakan masyarakat membedakan laki-laki dan perempuan dengan maskulin dan feminim. Maskulin identik dengan keperkasaan, bergelut disektor publik, jantan, agresif. Sedangkan feminim identik dengan lemah lembut, berkulat di sektor domestik (rumah), pesolek, pasif, dan lemah.

Fakih (1996) mengemukakan konsep gender yakni suatu sifat yang melekat pada kaum laki-laki dan perempuan yang dikonstruksikan secara sosial maupun kultural. Misalnya, bahwa perempuan itu dikenal dengan lemah lembut, cantik, emosional, atau keibuan. Sementara laki-laki dianggap kuat, rasional, jantan, dan perkasa Menurut Naqiyah (2005) perempuan adalah manusia yang mempunyai potensi untuk tumbuh dan berkembang. Sebagai manusia ia lahir dengan naluri untuk sukses dan terus maju dalam kehidupan yang ditempuhnya. Posisi perempuan yang selama ini menjadi nomor dua (*women is second sex*) akan mengebiri dan menindas perempuan. Secara sosiokultural, perempuan dibatasi oleh budaya patriarkat yang kukuh dan tidak mudah merobohkannya.

Naqiyah (2005) menjelaskan bahwa secara ideal, perempuan menginginkan keadilan dan persamaan peran pada segala dimensi kesehariannya, seperti politik, ekonomi, dan sosial. Harapan itu sepertinya hanya sebatas mimpi yang sulit diwujudkan. Pada dimensi sosial, perempuan sering kali tersubordinasi oleh realitas yang meminggirkan perannya di wilayah publik. Ketidaksetaraan muncul di permukaan masyarakat tatkala perempuan menikah dan harus mengerjakan pekerjaan domestik, serta pengabaikan peran publik. Bahkan pada kasus pernikahan dini, perempuan tidak memiliki kecakapan hidup (*life skill*) yang memadai untuk berperan aktif pada tataran relasi sosial. Banyaknya perempuan berpendidikan rendah menambah problem pengangguran kerja karena potensinya tenggelam oleh keterbatasan yang memasung kreativitasnya. Pasungan itu bisa diciptakan oleh dirinya atau muncul dari proteksi orang dekatnya. Seperti, *masochisme* adalah bentuk menyakiti diri sendiri agar memperoleh kesenangan. Posisi perempuan menjadi

tertekan dengan mengandalkan sifat cinta secara berlebihan dan mengorbankan banyak waktu untuk merenungi, merefleksi, dan melarutkan diri pada kesadaran pasif.

Budaya di masyarakat desa memandang perempuan sebagai orang kelas dua, maka prioritas utama pendidikan diberikan sepenuhnya kepada anak laki-laki untuk melanjutkan sekolah ke jenjang yang lebih tinggi. Karakter masyarakat yang terpinggirkan akan mudah kehilangan semangat berjuang (*unconsciousness motivation*) untuk memperbaiki kualitas hidupnya (Naqiyah, 2005).

Mulyanto (2006) mengemukakan bahwa dalam kehidupan masyarakat Asia Tenggara, perempuan adalah penguasa dapur. Artinya, perempuan menguasai pengelolaan keuangan, redistribusi pendapatan, dan alokasi konsumsi. Latar sosial-budaya inilah yang bisa menjawab pertanyaan mengenai hubungan perempuan dengan usaha kecil. Keterlibatan perempuan dalam usaha kecil didorong oleh beragam alasan. Djamal (2000) menemukan bahwa 80 persen perempuan yang disurveinya beralasan membantu suami dan rumah tangga. Sing, dkk., 2000 menemukan bahwa lebih dari 56 persen menyebutkan memperoleh pendapatan tambahan sebagai alasan memasuki usaha kecil, dan selebihnya menjawab ingin mandiri. Van Velzen, 1990 menyatakan warisan dari orang tua juga alasan yang melatari keterlibatan perempuan (dikutip oleh Mulyanto, 2006).

Naqiyah (2005) namun, perempuan bisa saja berperan pada sektor kerja yang didominasi laki-laki, seperti berhubungan dengan mesin, kalau ia memang kapabel di dalam bidangnya. Seiring dengan nyanyian pembebasan yang terus didengungkan dan ditabuhnya beduk persaingan yang sehat memerlukan upaya lebih serius dari perempuan. Menurut Suhairi (2006) salah satu sumber yang unik yang dimiliki sebuah perusahaan skala kecil dan menengah adalah nilai kepribadian seseorang wirausaha, yakni nilai-nilai kepribadian yang melekat pada diri seseorang pemilik yang sekaligus juga pimpinan dari sebuah perusahaan. Pada umumnya nilai yang dianut dalam menjalankan bisnis adalah nilai-nilai kewirausahaan. Suryana, (2006) menjelaskan bahwa kewirausahaan (*entrepreneurship*) adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses.

Menurutnya, proses kreatif hanya dilakukan oleh orang-orang yang memiliki kepribadian kreatif dan inovatif, yaitu orang yang memiliki jiwa, sikap, dan perilaku kewirausahaan, dengan ciri-ciri: (1) penuh percaya diri, indikatornya adalah penuh keyakinan, optimis, berkomitmen, disiplin, bertanggung jawab; (2) memiliki inisiatif, indikatornya adalah penuh energi, cekatan dalam bertindak, dan aktif; (3) memiliki motif berprestasi indikatornya terdiri atas orientasi pada hasil dan wawasan ke depan; (4) memiliki jiwa kepemimpinan, indikatornya adalah berani tampil beda, dapat dipercaya, dan tangguh dalam bertindak; (5) berani mengambil resiko dengan penuh perhitungan (oleh karena itu menyukai tantangan).

Sukirno (2006) menjelaskan definisi kewirausahaan dalam aspek psikologi, yakni sifat kewirausahaan dikaitkan dengan perilaku diri yang lebih cenderung kepada fokus dari dalam diri (dimana keberhasilan dicapai dari hasil kekuatan dan usaha sendiri, bukan karena faktor nasib).

Ini termasuk sifat-sifat pribadi seperti tekun, rajin, inovatif, kreatif, dan semangat yang terus menerus berkembang untuk bersikap independen. Berbagai hasil penelitian antara lain yang dilakukan oleh Departemen Koperasi dan UKM tahun 1996 menyebutkan bahwa kewirausahaan merupakan kunci dari keberhasilan UKM. Keberhasilan UKM sukses ternyata tidak hanya karena

keahlian yang dimiliki, tetapi juga dipengaruhi oleh banyak faktor, antara lain jiwa kewirausahaan dan kreativitas individual yang melahirkan inovasi (Budiretnowati, 2008).

Perusahaan kecil tidak dapat dipisahkan dengan kewirausahaan. Kegiatan seorang wirausaha sering dikaitkan dengan perusahaan kecil, dan hal itu disebabkan karena ciri yang ada pada seorang wirausahawan yang dikatakan tidak dapat bekerja di dalam organisasi besar (Sukirno, 2006). Hall dan Kelly, Haar dan Moini, (dikutip oleh Tambunan, 2002) menjelaskan sejumlah studi menemukan bahwa sikap, nilai, persepsi mengenai resiko, belajar terus menerus, keahlian manajerial, pemasaran dan dalam proses produksi (termasuk teknologi), ketersediaan sumberdaya produksi (termasuk keuangan), penyesuaian terhadap struktur organisasi, dan ketersediaan informasi dan penggunaannya yang efektif, merupakan faktor-faktor internal yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap keberhasilan ekspor.

III. Metode Penelitian

Berdasarkan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini, maka jenis metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Bogdan dan Taylor mendefinisikan bahwa metode penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian ini bersifat penelitian deskriptif yang berusaha untuk menemukan fakta serta memberikan gambaran suatu pengalaman atau peristiwa dari kehidupan masyarakat, (Moleong, 2001:4).

Populasi dari penelitian ini adalah komunitas usaha mikro berbasis perempuan, yaitu perempuan yang memiliki atau menjalankan usaha mikro. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan purposive sampling. Dalam penelitian ini, sampel yang diambil adalah dari 8 UPK (unit Pelaksana teknis) yang tersebar di kabupaten Malang yaitu :

1. UPK Kertoadi desa sengguruh Kec. Kepanjen
2. UPK Panji Kelurahan Kepanjen Kec. Kepanjen
3. UPK Sumber Makmur Desa Pandan Agung Kec. Tumpang
4. UPK Riski Dea Kidal Ds. Pandan Agung Kec. Tumpang
5. UPK Amanah desa sumber pasir kec. Pakis
6. UPK Mulya Jaya desa Pandan Mulyo kec. Tajinan
7. UPK Merjosari kel. Merjosari Kec. Lowokwaru
8. UPK Kendedes Singosari kabupaten Malang

maka untuk masing-masing UPK akan diambil sejumlah 10 sampel tiap UPK, yang dapat dianggap mewakili masing-masing kecamatan tersebut. Sehingga total sampel adalah 80 pengusaha usaha mikro berbasis perempuan. Dengan teknik purposive sampling, yaitu pengambilan sampel yang dilakukan secara sengaja atau dengan pertimbangan tertentu.

IV. Hasil dan Pembahasan

Dari data 80 responden komunitas UKM berbasis perempuan yang melakukan usaha didominasi oleh perempuan usia produktif (15-64 tahun) dan pada umumnya mereka sudah menikah. Dengan status yang sudah menikah maka dapat digambarkan bahwa mereka sebagian besar bekerja dilatar belakang oleh motif ekonomi untuk memperoleh pendapatan dalam rangka

menunjang kebutuhan ekonomi rumah tangga mereka sehari-hari. Usaha yang telah mereka jalani sangat bervariasi ada yang baru memulai berwiraswasta kurang dari 1 tahun atau bahkan ada yang sudah berjalan lebih dari 5 tahun. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dari lapangan menunjukkan bahwa kelompok komunitas ukm perempuan ini mulai berkembang dari tahun 2000 an. Namun, hubungan kerjasama antar sesama pekerja perempuan masih terbatas baik dalam hal jaringan (networks), kepercayaan (trust) dan norma (norms). Selain itu, kurangnya keterlibatan pemerintah dalam menunjang usaha pemberdayaan masyarakat kurang yang ini menjadi salah satu penghambat.

Dari hasil wawancara di lokasi kajian yaitu para pemilik usaha diketahui bahwa terdapat adanya konsep modal sosial yang diterapkan oleh pengusaha ukm perempuan , yaitu antara lain adanya suatu hubungan yang didasari oleh kepercayaan, norma dan juga di dukung oleh jaringan-jaringan yang ada.

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan ditemukan beberapa hal sebagai berikut :

A. Deskripsi Bentuk Jaringan

(Hasbulah, 2006) menjelaskan modal sosial sebagai segala sesuatu hal yang berkaitan dengan kerja sama dalam masyarakat atau bangsa untuk mencapai kapasitas hidup yang lebih baik, ditopang oleh nilai-nilai dan norma yang menjadi unsur-unsur utamanya seperti trust, ketimbal balikan, aturan kolektif dalam suatu masyarakat atau bangsa dan sejenisnya. Terutama sesama pengusaha ukm perempuan. Jaringan tersebut memberikan manfaat terhadap kelangsungan usaha mereka dan pengembangan usaha, antara lain peluang lapangan kerja, peluang usaha baru, , penghematan biaya, penetapan kualitas barang, serta kenyamanan dan keamanan lokasi. Jaringan yang paling berperan dalam pengembangan usaha komunitas ukm berbasis perempuan adalah peran jaringan dengan sesama komunitas ukm perempuan. Hasil penelitian ini menunjukkan pada pelaku ukm berbasis perempuan, mempunyai jaringan sosial yang informal. Kondisi ini dikarenakan ikatan pertetanggaan dan ikatan kekerabatan yang masih kental di lingkungan mereka yang menjadi basis jaringan utama responden dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam menjalankan usaha. Jaringan sosial informal yang ada dapat merupakan potensi yang besar dalam mengembangkan kelompok. Ikatan yang lebih personal membuat hubungan-hubungan sosial antar anggota kelompok menjadi lebih dekat dan dapat dimanfaatkan untuk mengeksplorasi upaya-upaya yang dibutuhkan kelompok untuk mengoptimalkan usaha ekonomi anggotanya. Hanya saja, hubungan sosial dengan pihak di luar kelompok belum terjalin dengan baik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pola interaksi yang dibentuk olehpelaku ukm berbasis perempuan ini dengan pengusaha ukm lainnya, pemasok, distributor, pemilik barang. Dan penyedia barang terbentuk sejak awal berwirausaha. Terlihat bahwa networks (jaringan) berperan sebagai keuntungan bersama karena sesama pelaku ukm saling bergantung satu sama lain. Sehingga terjalin hubungan timbal balik yang menguntungkan. Ikatan kekerabatan gender yang kuat berdampak pada sisi psikologis perempuan dalam membawa perubahan pola pikir dalam rangka peningkatan ekonomi rumah tangga serta dapat membantu meringankan beban

keluarga. Hal ini dikarenakan hubungan antar teman atau orang luar sesama komunitas ukm perempuan dapat mendorong adanya inovasi dan kreativitas,

B. Deskripsi Bentuk Norma

Fukuyama (2001) norma-norma sosial yang menjadi komponen modal sosial misalnya kejujuran, sikap menjaga komitmen, pemenuhan kewajiban, ikatan timbal balik dan yang lainnya. Norma-norma sosial seperti ini sebenarnya merupakan aturan tidak tertulis dalam sebuah sistem sosial yang mengatur masyarakat untuk berperilaku dalam interaksinya dengan orang lain. Dalam penelitian ini, keberadaan norma sosial yang dilihat meliputi norma tertulis, norma tidak tertulis, norma (nilai-nilai) tradisional, dan norma (nilai-nilai) keagamaan. Penelitian ini menunjukkan bahwa semua responden mengaku di dalam kelompok tidak terdapat norma tidak tertulis, norma (nilai-nilai) tradisional, dan norma (nilai-nilai) keagamaan yang disepakati bersama. Hanya ada aturan-aturan tertulis terkait dengan hak dan kewajiban anggota kelompok saja yang diketahui oleh anggota kelompok ada di dalam kelompok.

Hasil penelitian ini menunjukkan pada pelaku ukm berbasis perempuan, mempunyai aturan yang mengikat diantara komunitas pelaku ukm berbasis perempuan yang tidak tertulis, Hasil penelitian ini menunjukkan pada pelaku ukm berbasis perempuan, mempunyai hubungan kekerabatan, sosialibilitas (nilai-nilai yang dibangun bersama), saling percaya dalam hubungan usaha, dengan urunan sekarela, kekerabatan yang saling membantu, pembayaran rutin urunan kebersihan, , langganan tetap, dan penitipan barang dagangan.

Moorman et al, 1999 (*dalam* Rusdin, 2007) menjelaskan adanya pernyataan antara kedua belah pihak yang terlibat dalam suatu hubungan. Salah satu pihak dianggap berperan sebagai *controlling assets* (memiliki sumber-sumber, pengetahuan) sementara pihak lainnya menilai bahwa berbagi penggunaan sumber-sumber tersebut dalam suatu ikatan akan memberikan manfaat. Keyakinan pihak yang satu terhadap pihak yang lain akan menimbulkan perilaku interaktif yang akan memperkuat hubungan dan membantu mempertahankan hubungan tersebut. Perilaku tersebut akan meningkatkan lamanya hubungan dengan memperkuat komitmen di dalam hubungan. Pada akhirnya, kepercayaan akan menjadi komponen yang bernilai untuk menciptakan hubungan yang sukses. Kepercayaan tersebut juga mengurangi resiko dalam bermitra dan membangun hubungan jangka panjang serta meningkatkan komitmen dalam berhubungan

C. Deskripsi Kepercayaan (Thrust), Peran Kepercayaan (Trust)

Hasil penelitian ini menunjukkan pada pelaku ukm berbasis perempuan, mempunyai hubungan kekerabatan, sosialibilitas (nilai-nilai yang dibangun bersama), saling percaya dalam hubungan usaha, saling membantu kekerabatan yang saling membantu, langganan tetap, dan penitipan barang dagangan. Hubungan yang timbul antara sesama pekerja sektor informal perempuan adalah modal kepercayaan. Hubungan yang timbul antara sesama pelaku ukm berbasis perempuan adalah modal kepercayaan. Fukuyama (2002) berpendapat bahwa unsur terpenting dalam modal sosial adalah kepercayaan (trust) yang merupakan unsur yang dapat memperkuat bagi langgengnya kerjasama dalam kelompok masyarakat. Kepercayaan tidak akan tercapai dengan sendirinya, memerlukan proses untuk membangun kepercayaan secara terus menerus. Untuk menumbuhkan kepercayaan setiap kelompok (komunitas) paling tidak membutuhkan 3 hal yang mendasar, yaitu :

1. Penerimaan. Berbagi Informasi dan Kepedulian, untuk menumbuhkan kepercayaan, pertukaran informasi yang diberikan di antara warga haruslah informasi yang jujur dan terbuka. Informasi yang diberikan tidak akan berarti apabila dalam hubungan-hubungan tadi tidak didasari kepedulian, setiap orang membutuhkan jaminan bahwa mereka diterima sepenuhnya, termasuk rasa aman untuk mengemukakan pendapat dan berkontribusi dalam kegiatan kelompoknya.
2. Menentukan Tujuan. Setiap anggota (warga) pelaku usaha mikro perempuan tidak akan tertarik dan memberikan komitmen yang dibutuhkan apabila tidak terlibat dalam perumusan tujuan. Proses pengambilan keputusan akan menentukan komitmen warga dalam pelaksanaan pemecahan masalah bersama.
3. Pengorganisasian dan Tindakan, memastikan ada yang akan bertanggung jawab untuk menggerakkan semua kegiatan untuk mencapai tujuan, untuk itu diperlukan seorang atau sekelompok pemimpin.

Kepercayaan yang terjalin diantara sesama pelaku ukm khususnya perempuan sangat terasa, karena memiliki persamaan strata ekonomi. Karena rata-rata pelaku ukm khususnya perempuan sudah berumah tangga, sehingga seringkali dalam urusan keluarga mereka saling membantu.

Coleman mendefinisikan modal sosial bukan entitas tunggal tetapi entitas majemuk yang mengandung dua elemen: (1) modal sosial mencakup beberapa aspek dari struktur sosial; dan (ii) modal sosial memfasilitasi tindakan tertentu dari pelaku (aktor) -baik individu atau perusahaan- di dalam struktur tersebut (Coleman: 1988, dalam Yustika: 2010). Tiga bentuk modal sosial yang disebutkan Coleman meliputi (1) struktur kewajiban, ekspektasi, dan kepercayaan; (2) jaringan informasi; (3) norma dan sanksi yang efektif.

Menurut Pranadji (2006), terdapat tiga aspek yang dapat menunjukkan penguatan modal sosial, yaitu terbentuknya kerja sama, perluasan jaringan kerja dan peningkatan daya saing kolektif secara berkelanjutan. Strategi penguatan modal sosial di lokasi penelitian dapat dilakukan dengan memperkuat kapasitas mengembangkan jejaring kerjasama antar kelompok secara internal maupun eksternal. Kelompok non formal yang telah ada di masyarakat dan telah melembaga dapat direvitalisasi sehingga dapat menampakkan perannya dalam kehidupan sosial ekonomi masyarakat. bahwa modal sosial mencakup potensi kelompok dan pola-pola hubungan antar individu dalam suatu kelompok dan antar kelompok dengan ruang perhatian pada jaringan sosial, norma, nilai dan kepercayaan antar sesama yang lahir dari anggota kelompok dan menjadi norma kelompok (Koentjaraningrat, 1990; Soekanto, 2002; Hasbullah, 2006). Perbedaan pada pola interelasi berikut konsekuensinya menyebabkan modal sosial terdiri dari modal sosial terikat (social capital bonding) dan modal sosial yang menjembatani (social capital bridging).

V. Kesimpulan

Modal sosial dapat ditumbuhkan secara formal misalnya melalui penumbuhan asosiasi pelaku ukm berbasis perempuan di kabupaten Malang, untuk mengurangi dampak dari bisnis yang misalnya berbasis kesukuan dan memfasilitasi komunikasi dan informasi yang baik.

Modal sosial yang ada di lokasi penelitian berdasarkan ikatan kekerabatan, kekeluargaan dan pertetanggaan. Adapun kelompok sosial yang ada di lokasi penelitian hanya kelompok arisan ibu-ibu saja. Modal sosial masih terbatas digunakan untuk pemenuhan kebutuhan jangka

pendek (konsumtif), belum mengarah pada pemenuhan kebutuhan jangka panjang (produktif). Modal sosial masih dalam tahap bonding (pengikat), belum sebagai bridging (jembatan) yang menghubungkan potensi unggulan dari pelaku ukm berbasis perempuan. Strategi penguatan modal sosial dapat dilakukan dengan memperkuat kapasitas mengembangkan jejaring kerjasama antar kelompok komunitas ukm perempuan secara internal maupun eksternal.

Untuk norma dalam modal sosial penelitian ini responden mengaku di dalam kelompok tidak terdapat norma tidak tertulis, norma (nilai-nilai) tradisional, dan norma (nilai-nilai) keagamaan yang disepakati bersama. Hanya ada aturan-aturan tertulis terkait dengan hak dan kewajiban anggota kelompok saja yang diketahui oleh anggota kelompok ada di dalam kelompok.

Unsur kepercayaan, jaringan, maupun norma tidak dapat berdiri sendiri-sendiri melainkan saling terkait. Kepercayaan bertindak sebagai pelumas atau pelicin dalam interaksi dalam jaringan sosial. Jaringan sosial bergerak sebagai penjamin keberlanjutan (sustainability) usaha yang terangkai dalam koridor-koridor norma. Dan norma sendiri merupakan refleksi dari kepercayaan. Ketiga elemen tersebut tercipta bukan dengan cara instan tetapi melalui proses interaksi yang berulang-ulang.

Jaringan , terdiri dari jaringan dengan konsumen, kekerabatan, teman, pemasok, antar-ukm perempuan, dan jaringan teman. Jaringan yang paling berperan dalam pengembangan usaha komunitas ukm perempuan adalah peran jaringan dengan sesama pelaku ukm perempuan. Ikatan kekerabatan gender yang kuat berdampak pada sisi psikologis perempuan dalam membawa perubahan pola pikir dalam rangka peningkatan ekonomi rumah tangga serta dapat membantu meringankan beban keluarga.. Hal ini dikarenakan hubungan antar teman atau orang luar sesama pedagang perempuan dapat mendorong adanya inovasi dan kreativitas,

DAFTAR PUSTAKA

- Davidsson, Per, dan Benson Honig, 2003. *The Role of Social and Human Capital*.
- Doh, Soogwan dan Edmund J.Zolnik, 2011, *Social Capital and Entrepreneurship : An Exploratory Analysis*, African Journal of Business management Vol.5 (12), pp. 4961-4975
- Djamal, Zoer'aini Irwan, 2000, Pengumpulan bahan dan Materi pemberdayaan Perempuan Bidang Lingkungan pada beberapa propinsi, Jakarta
- Fakih, mansur , 1996, Analisa Gender dan Transformasi sosial, Yogyakarta, Pustaka Pelajar
- Firdausy CM, 2010, *Prospek Bisnis UKM dalam era Perdagangan bebas dan otonomi daerah*
- Francis Fukuyama, *Trust: Kebajikan Sosial dan Penciptaan Kemakmuran*, Penerbit Qalam, Yogyakarta, 2002
- Naqiyah, Najlah , 2005, Otonomi Perempuan, Bayumedia
- Mulyanto, Tjokrowinoto 2006. Penguasa Perempuan, Pembangunan dan tantangan, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Purwanto 2010 UKM Kesulitan Akses kredit perbankan.
- Priminingtyas , Dina Novia 2010 Akses Usaha kecil Menengah dalam mendapatkan Kredit Usaha dari Lembaga Perbankan di Kota Malang Prosiding Seminar Internasional The Future of Small Business from Accounting , Management and Ecocomics Perspective.

- Tsai, Wenpin, Sumantra Ghoshal. (2007). *Social Capital and Value Creation : The Role of Intrafirm Networks* : The Academy of Management Journal, Vol.41, No.4, pp. 464-476:
An Exploratory Analysis, African Journal of Business management Vol.5 (12), pp. 4961-4975
- Suhairi, 2006, Overload standart akuntansi Keuangan (SAK) dan Analisis teknik serta Prosedur akuntansi untuk pengembangan penerapan akuntansi pada usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia. Artikel.
- Suryana 2006, Kewirausahaan, Salemba, Jakarta
- Sukirno, Sadono 2006, pembangunan ekonomi makro, Bina Grafika, jakarta.