

**PENDAYAGUNAAN MODAL SOSIAL DALAM PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN
MASYARAKAT: STUDI PADA PROGRAM PENDIDIKAN DESA VOKASI**

¹⁾Entoh Tohani, ²⁾Sumarno, ³⁾Yoyon Suryono

^{1,2,3)}Universitas Negeri Yogyakarta, Universitas Negeri Yogyakarta

¹⁾tohani@uny.ac.id; ²⁾sumarno_unj@yahoo.co.uk; ³⁾ysuryono@uny.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memahami pendayagunaan modal sosial dalam pendidikan kewirausahaan masyarakat dalam upaya memberdayakan masyarakat. Sebagaimana diketahui, keberhasilan penyelenggaraan pendidikan kewirausahaan ditentukan oleh keberfungsian modal sosial yang didayagunakan oleh kelompok sasaran. Modal sosial dipandang sebagai sesuatu yang produktif untuk keberhasilan pengelolaan usaha wirausaha. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan jenis penelitian studi kasus (case study). Unit analisis yang dikaji adalah pendidikan kewirausahaan masyarakat yang diwujudkan dalam bentuk program pendidikan desa vokasi yang terdiri dari satu PKuM rintisan dan dua PKuM imbas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendayagunaan modal sosial yang mencakup pemanfaatan nilai, norma, dan komitmen positif, pengembangan kepercayaan, pengembangan jejaring wirausaha, dan pengelolaan informasi dan komunikasi dalam upaya menyukseskan usaha wirausaha dilakukan oleh para pelaku wirausaha atau kelompok sasaran dengan tingkat kualitas pendayagunaan yang berbeda-beda. Pendayagunaan modal sosial ini menghasilkan manfaat bagi kelompok sasaran yang mencakup peningkatan jejaring usaha, pengetahuan dan keterampilan, legalitas dan pendanaan. Oleh karenanya, modal sosial sebagai salah satu penentu keberhasilan penyelenggaraan pendidikan kewirausahaan dan/atau pemberdayaan masyarakat perlu dimanfaatkan dan dikembangkan secara berkelanjutan dan akuntabel.

Kata kunci: modal sosial, pendidikan, kewirausahaan, pemberdayaan

**UTILIZATION OF SOCIAL CAPITAL ON THE COMMUNITY ENTREPRENEURSHIP
EDUCATION: A STUDI OF DESA VOKASI EDUCATIONAL PROGRAM**

¹⁾Entoh Tohani, ²⁾Sumarno, ³⁾Yoyon Suryono

^{1,2,3)}Universitas Negeri Yogyakarta, Universitas Negeri Yogyakarta

¹⁾tohani@uny.ac.id; ²⁾sumarno_unj@yahoo.co.uk; ³⁾ysuryono@uny.ac.id

Abstract

The objective of this research was to reveals the utilization of social capital on community entrepreneurship education (CEE). As we known, success of the education determined by functionality of social capital which is utilized by the target groups. Social capital viewed as productive thing for business success. This research used qualitative approach with case study. The unit of analysis is CEE formed as Desa Vokasi program, consisting of one pilot project and two program impacts. The finding reveals that utilization of social capital including cultivation of positive values, norms, and commitment, development of trust, enlargement of business networks, and management of information and communication in the attempt to improve the entrepreneurship could be performed by the subjects with the different level on its quality. The utilization produced benefits for the target groups include improvement of business network, knowledge and skills, legality and funding. Therefore, social capital as one successful determinant of the implementation of entrepreneurship education and/or community development is necessary to be used in a sustainable and accountable way.

Keywords: social capital, education, entrepreneurship, empowerment

PENDAHULUAN

Pendidikan kewirausahaan masyarakat melalui berbagai bentuk diharapkan membentuk kemampuan wirausaha warga masyarakat baik secara individu maupun kelompok. Kemampuan berwirausaha penting untuk dimiliki oleh warga masyarakat karena dengan dimiliki kapasitas wirausaha seseorang atau masyarakat akan mudah mencari berbagai solusi permasalahan hidup, berkeinginan maju, berorientasi ke depan, dan mau mengambil resiko disertai sikap tanggung jawab yang positif. Kemampuan ini perlu dibentuk dan dikembangkan disebabkan perubahan lingkungan yang cepat, dimana perubahan menuntut menyesuaikan perilaku individu atau masyarakat agar dapat mencapai kesejahteraan hidup sekaligus memudahkan dirinya mendapatkan sumber daya guna kelangsungan hidupnya. Oleh karenanya, beragam praktik pendidikan kewirausahaan masyarakat dilakukan baik oleh individu, organisasi, maupun pemerintah dalam bidang kerajinan kreatif, pengembangan pertanian, perikanan, teknik tata boga, teknologi informasi dan komputer, tata kecantikan, dll.

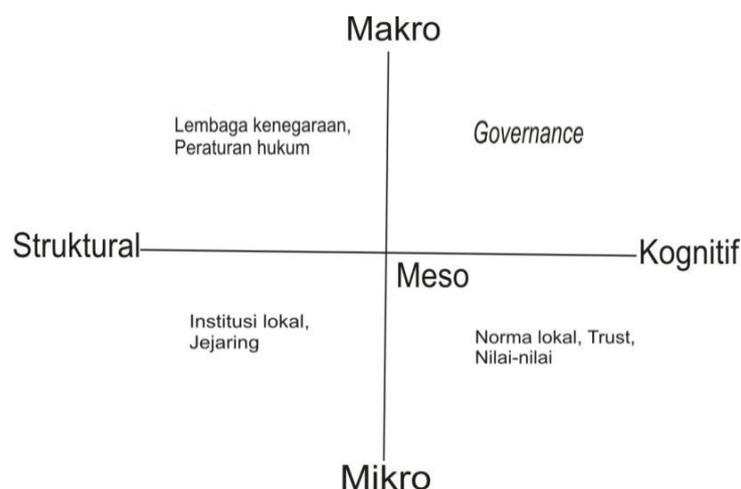
Keberhasilan pendidikan kewirausahaan masyarakat ditentukan oleh kemampuan memanfaatkan potensi atau modal yang dimiliki masyarakat yang mana salah satunya adalah modal sosial (*social capital*), disamping modal lain yang dibutuhkan yaitu modal manusia dan modal kultural (Bourdieu, 1986,p.3). Artinya pendidikan kewirausahaan masyarakat selain mengelola modal fisik, modal pendanaan, dan modal manusia perlu mengelola modal sosial yang dapat bermanfaat dengan cara menjalin hubungan sosial yang positif dengan pihak yang terkait dalam penyelenggaraannya. Hal ini didasarkan pemikiran bahwa modal sosial adalah sesuatu yang produktif dan merupakan sumber daya, baik nyata maupun potensi yang dicapai dari suatu hubungan (Coleman, 1988,pp.s98-s99).

Modal sosial memiliki dimensi yang beragam. Coleman (1988) menyatakan bahwa (a) modal sosial merupakan suatu aspek dari suatu struktur sosial, dan (b) modal sosial memfasilitasi tindakan individu-individu dalam struktur tersebut (Coleman, 1988,p.s99). Aspek dalam modal sosial menurutnya mencakup: hubungan kepercayaan yang saling menguntungkan, informasi yang potensial, norma-norma yang efektif, dan organisasi

sosial yang tepat (Hauberer, 2011,pp.43-45). Putnam (1994,p.167) menyatakan modal sosial sebagai karakteristik dari kehidupan sosial terdiri dari jejaring, norma-norma, dan kepercayaan yang memungkinkan setiap individu berperilaku bersama secara efektif untuk mencapai tujuan bersama. Modal sosial adalah produktif, membuat kemungkinan pencapaian tujuan tertentu yang tidak akan dapat dicapai dengan ketiadaannya. Sedangkan Fukuyama (1997,p.378) menyatakan modal sosial merupakan serangkaian nilai-nilai dan norma informal yang dimiliki bersama diantara para anggota suatu kelompok masyarakat yang memungkinkan terjadinya kerja sama di antara mereka. Modal sosial berkembang di masyarakat karena bersumber dari agama, ideologi, dan norma-norma yang terkonstruksi di masyarakat (Fukuyama, 2000, p.22).

Grootaert & Bastelaer (2002,p.243) memberikan penjelasan mengenai bagaimana modal sosial dapat diukur dalam konteks pengembangan masyarakat sebagaimana dalam gambar di bawah. Pada level mikro, aspek modal sosial mencakup aspek kognitif yang meliputi nilai, norma, dan kepercayaan dan aspek struktural mencakup jejaring dan keberadaan institusional lokal. Modal sosial pada level makro mencakup *governance* sebagai aspek kognitif dan lembaga kenegaraan dan peraturan hukum sebagai dimensi struktural.

Dalam aspek pengelolaan kegiatan ekonomi, Westlund (2011) menyatakan modal sosial dalam dunia usaha atau kewirausahaan dapat dibagi menjadi dua yaitu: modal sosial yang terkait dengan internal dan modal sosial yang terkait dengan eksternal. Modal sosial internal menggambarkan terdapat hubungan yang dapat menciptakan dan mendistribusikan sikap, norma, tradisi, dsb. yang dinyatakan dalam semangat organisasi, iklim kerja sama, dan metode mengkodifikasi pengetahuan, pengembangan produk, resolusi konflik, dsb. Modal sosial eksternal mencakup modal sosial yang berhubungan dengan produksi seperti hubungan dengan penyuplai, pengguna produk, dan mitra; modal sosial yang terkait dengan lingkungan yang menggambarkan hubungan dengan pembuat kebijakan, universitas, dan organisasi sejenis; dan modal sosial terkait dengan pasar yang mengindikasikan adanya hubungan dengan pemasaran, konsumen yang lebih luas, dan terkait pelabelan produk.



Gambar 1. Dimensi Modal Sosial

Urgensi pendayagunaan modal sosial dalam penyelenggaraan pendidikan kewirausahaan masyarakat disebabkan beberapa hal. *Pertama*, pergeseran paradigma sistem pembangunan pendidikan yaitu perubahan paradigma sentralistik menjadi paradigma desentralistik. Paradigma desentralistik memposisikan masyarakat memainkan peran sebagai penentu kebijakan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pendidikan (Jalal & Supriyadi, 2001, pp.178-179) dengan mendayagunakan segenap potensi yang ada baik berupa potensi ekonomi, modal natural, modal sosial budaya sosial budaya maupun potensi spiritual yang dimilikinya (Meriam & Cunningham, 1989,p.439; Galbraith, 1995, p.5). *Kedua*, dalam konteks pengembangan kewirausahaan masyarakat, keberadaan modal sosial dipandang sebagai input dalam proses produksi. Modal sosial memiliki pengaruh signifikan yaitu dapat meningkatkan kepercayaan dan rasa emosional yang baik terhadap suatu kelompok, masyarakat atau asosiasi, dapat meningkatkan efisiensi sektor publik, atau memfasilitasi kerjasama yang lebih besar untuk layanan-layanan yang bermanfaat bagi kelompok, masyarakat, dan asosiasi yang terkait, serta membentuk jaringan agent-agent yang saling berkoneksi (Groataer & Bastelaer, 2002,p.125). *Ketiga*, praktik penyelenggaraan pendidikan secara umum lebih berbasis pada pengembangan modal manusia. Banyak program pendidikan atau pemberdayaan masyarakat dilaksanakan dengan pendekatan *top down*, yang cenderung diperuntukkan menghasilkan manusia individualis-mekanis, mengutamakan penguasaan *hard skills* dan kurang

mengembangkan potensi sosial dan afektif (Goodlad,1984, pp.33-60). *Keempat*, modal sosial yang dimaknai sebagai suatu sumber daya yang tersedia untuk orang-orang melalui koneksi sosial mereka (Kim & Aldrich, 2005,p.3) harus dimanfaatkan oleh kelompok sasaran untuk mengembangkan kegiatan usahanya. Disayangkan, kemampuan menggunakan modal sosial ini masih belum optimal dikuasai oleh kelompok sasaran pendidikan kewirausahaan masyarakat, nampak dari masih minimnya lulusan yang dapat mengembangkan usahanya secara berkelanjutan dan belum terbangunnya komunitas praktik yang bermanfaat.

Sebagai konsep modal, modal sosial dapat menghasilkan keuntungan dalam wujud modal fisik, modal manusia bahkan keuntungan sosial (Collier, dalam Grootaert & Bastelaer, 2002,pp.22-24) karena memiliki unsur investasi atau produktif, dimana dalam hubungan sosial terkandung keberadaan sumber daya yang dapat digunakan. Keuntungan yang diperoleh dapat berguna bagi individu maupun masyarakat (Schaefer-McDaniel, 2004,p.164). Sebagaimana diketahui, banyak temuan yang menjelaskan modal sosial bermanfaat dalam aktivitas perekonomian yaitu menurunkan biaya transaksi yang terkait dengan mekanisme kerja sama atau koordinasi formal (Fukuyama, 2001,p.10), meningkatkan koordinasi dari proses produksi yang kompleks, memudahkan difusi dan adopsi teknologi yang tinggi (Wallis & Killerby, 2004, pp.245-246), dan dapat meningkatkan perilaku berinovasi (Li & Lou, 2011). Secara khusus, dalam pengelolaan usaha kecil dan

aktivitas wirausaha, modal sosial membangun tindakan kolektif, membentuk suatu jaminan, dan memberikan kemudahan akses pada informasi yang relevan (Spence, *et al.*, 2003), memungkinkan berbagi pengetahuan dan kemajuan karir dalam organisasi (Wichkrasinghe & Weliwitigoda, 2011, pp.393-413), memfasilitasi kewirausahaan (Adler & Kowen, 2002, p.17) dan meningkatkan keuntungan organisasi (Hezleton & Kennan, 2000, pp.81-86) dan mampu mengembangkan jejaring yang lebih besar guna mencapai sumber daya yang ada di luar dirinya (Kim & Adler, 2006)

Memperhatikan urgensi pemanfaatan modal sosial di atas, penyelenggaraan pendidikan kewirausahaan masyarakat pun idealnya mendayagunakan dan mengembangkan modal sosial agar proses pemberdayaan dapat terlaksanakan secara berkelanjutan. Artinya, pendidikan kewirausahaan masyarakat dapat membangun dan/atau mengembangkan modal sosial (Balletti, *et al.*, 2009, p.25). Hal ini disebabkan pendidikan kewirausahaan masyarakat diharapkan mampu menghasilkan efek atau manfaat yang besar baik pada kelompok sasaran, masyarakat maupun pihak terkait. Tentunya, pendidikan kewirausahaan masyarakat yang berhasil menggambarkan terdapat berbagai tindakan untuk mengembangkan kapasitas modal sosial kelompok sasarannya dan para pihak yang terlibat melalui penyediaan berbagai fasilitas seperti pengembangan budaya belajar, kemampuan pengelolaan usaha, dan peningkatan akses terhadap informasi dan komunikasi. Mendasarkan pada pemikiran di ini, dalam upaya mengembangkan pendidikan kewirausahaan masyarakat di masa mendatang yang dapat mengantisipasi dan beradaptasi dengan perubahan masyarakat baik aspek struktur, kultural, maupun interaksi sosial masyarakat, pemahaman yang detail dan komprehensif mengenai pemanfaatan dan pengembangan modal sosial yang ada dalam penyelenggaraan pendidikan kewirausahaan masyarakat perlu diperoleh secara tepat melalui suatu kajian yang ilmiah dan bermanfaat.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan ini merupakan penelitian studi kasus yaitu penelitian yang bertujuan untuk menelaah mengenai “bagaimana” dan “mengapa” suatu aktivitas

atau fenomena terjadi atau berlangsung (Yin, 2014, p.4). Dalam hal ini, penelitian dimaksudkan untuk mengkaji bagaimana pendayagunaan modal sosial yang dilaksanakan kelompok sasaran dalam rangka memajukan usaha dan kualitas kehidupan diri dan/atau masyarakat.

Penelitian ini dilakukan di tiga lokasi di Provinsi Jawa Tengah yang meliputi Kabupaten Semarang, Kabupaten Jepara dan Kabupaten Pati. Penelitian ini dilakukan dari Juli 2014 sampai dengan Mei 2015.

Unit analisis penelitian ini adalah pendidikan kewirausahaan masyarakat yang diwujudkan dalam program Desa Vokasi, yang terdiri dari satu program Desa Vokasi rintisan yang dilaksanakan di Desa Gemawang, Kabupaten Semarang, dan dua program Desa Vokasi imbas yang masing-masing diselenggarakan di Desa Karangrandu, Kabupaten Jepara, dan di Sukoharjo, Kabupaten Pati. Pemilihan kasus-kasus pendidikan kewirausahaan masyarakat ditentukan secara bertujuan (*purposive*). Adapun subyek penelitian ini adalah para informan yang dipandang mengetahui lebih banyak mengenai pengelolaan pendidikan kewirausahaan yang mencakup: kelompok sasaran, narasumber, pengelola, dan tokoh masyarakat.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode pengumpulan data kualitatif yang mencakup wawancara, observasi dan analisis dokumen (Cresswell, 2012, p.541; Ludico, *et. al.*, 2010, p.165) dengan dilengkapi dengan pedoman wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara mendalam dilakukan kepada informan penelitian yaitu pengurus dan pengelola PKuM, para anggota kelompok sasaran, pemimpin formal, dan fasilitator pembelajaran, dan para mitra kelompok serta para tokoh masyarakat guna mengkaji informasi seperti terkait dengan karakteristik masyarakat dan kelompok sasaran, pelaksanaan PKuM, dampak PKuM, keragaman bentuk modal sosial dan implementasinya, pendayagunaan modal sosial dan hasilnya, dan kendala yang dihadapi dalam PKuM dan pengelolaan usaha produktif kelompok sasaran. Observasi ini difokuskan pada aktivitas-aktivitas wirausaha kelompok sasaran, dan aktivitas berkelompok para anggota kelompok untuk mengetahui bentuk perwujudan modal sosial di masyarakat, tingkat produktivitas usaha kewirausahaan,

aktivitas interaksi dengan kelompok atau masyarakat lain, dll. Sedangkan dokumen yang dikaji berupa berita media cetak, catatan hasil pertemuan, catatan harian/jurnal individu, dan surat-surat, arsip kegiatan, laporan pelaksanaan program pendidikan, dan hasil-hasil dokumentasi, dan hasil karya kelompok sasaran berupa produk-produk usaha diharapkan memberikan penjelasan mengenai proses pembelajaran, hasil dan dampak pembelajaran yang dicapai, interaksi dalam kelompok wirausaha, pemanfaatan kerja sama, dsb

Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis kualitatif mengacu pada model interaktif dari Miles & Huberman (2007) yang meliputi reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Untuk memperoleh keabsahan data, peneliti menggunakan teknik untuk meningkatkan keterpercayaan data yaitu: (a) teknik triangulasi sumber data, dimana peneliti mengkaji dan membandingkan data-data yang diperoleh dari informan, arsip, pengamatan, dsb.; (b) teknik triangulasi data, yaitu membandingkan data yang dicapai dari hasil wawancara, pengamatan, dan dokumentasi; dan (c) melakukan perpanjangan pengamatan (*extended observation*), dan dengan penjelasan yang detail (*thick description*) sesuai dengan fokus penelitian yang dikaji.

HASIL PENELITIAN

Berikut ini hasil penelitian yang telah dilakukan mengacu pada fokus penelitian yaitu karakteristik aktivitas wirausaha kelompok sasaran, pendayagunaan modal sosial yang dilakukan oleh kelompok sasaran, dan manfaat yang dihasilkan dari proses pendayagunaan modal sosial dalam peningkatan usaha kelompok sasaran.

Karakteristik Aktivitas Wirausaha

Penelitian ini dilakukan terhadap pendidikan kewirausahaan masyarakat yang telah dilaksanakan, yang dinamakan program Desa Vokasi. Pendidikan kewirausahaan ini diselenggarakan untuk tujuan memberikan kemampuan berusaha kepada warga masyarakat pedesaan agar dapat meningkatkan kualitas ekonomi diri dan keluarganya. Kemampuan berwirausaha yang dikembangkan melalui pendidikan ini sangat beragam sesuai dengan potensi yang dimiliki dan permasalahan yang dihadapi masyarakat. Terkait dengan ini, pe-

nelitian yang dilakukan ini terhadap satu program Desa Vokasi rintisan, dan dua program imbasnya. Ketiga program pendidikan ini terdapat di Provinsi Jawa Tengah.

Program desa vokasi rintisan dikembangkan oleh P2PNFI sebagai lembaga pendidikan nonformal yang bermaksud mengembangkan model pendidikan nonformal dalam upaya mencapai tujuan pendidikan nasional. Program pendidikan ini diselenggarakan di Desa Gemawang, Kecamatan Jambu, Kabupaten Semarang. Pada awal penyelenggaraannya, dikembangkan sebanyak 11 bidang pendidikan dan pelatihan untuk membentuk dan mengembangkan keterampilan vokasional warga masyarakat sesuai dengan kondisi masyarakat. Namun demikian, tidak semua dapat berjalan sampai saat ini. Hanya terdapat tiga aktivitas usaha wirausaha yaitu usaha pembuatan baik, yang dikelola seorang pelaku usaha dengan 9 orang pekerja, usaha kuliner/produksi makanan ringan yang dilakukan oleh 12 orang kelompok sasaran, dan usaha pembuatan alat permainan edukatif yang dikembangkan oleh seorang warga belajar dengan 5 orang pekerjanya.

Dua program desa vokasi imbas mencakup program Desa Vokasi yang diselenggarakan pada tahun 2011 di Desa Karangrandu, Kecamatan Pecangaan, Kabupaten Jepara dan di Desa Sukoharjo, Kecamatan Margorejo, Kabupaten Pati. Program desa vokasi Karangrandu membelajarkan sebanyak 35 orang warga belajar. Sampai sekarang ini sebanyak 25 wanita masih ikut tergabung dalam kelompok kuliner "Sri Mulya". Sedangkan program desa vokasi Sukoharjo membelajarkan sebanyak 35 warga belajar untuk memiliki kemampuan berwirausaha pembibitan ikan lele. Sampai sekarang ini hanya 20 orang yang masih aktif tergabung dalam kelompok budidaya bibit ikan lele.

Pendayagunaan Modal Sosial oleh Kelompok Sasaran

Untuk memahami pendayagunaan modal sosial yang terjadi dan dilakukan oleh para pelaku wirausaha sesuai dengan pengelolaan usaha wirausaha masing-masing di tiga lokasi yang dikaji dari sudut pandang lintas kasus pendidikan kewirausahaan masyarakat, maka berikut dikemukakan paparan mengenai pendayagunaan dimensi-dimensi modal sosial yang terjadi di masyarakat.

Tabel 1. Deskripsi Unit Analisis

ASPEK	Pendidikan Kewirausahaan Masyarakat		
	Gemawang	Karangrandu	Sukoharjo
Status	Rintisan	Imbas	Imbas
Pelaksanaan	2009/2010	2011	2011
Inisiator	P2PNFI Regional 2	SKB Kab. Jepara	SKB Kab. Pati
Sumber Daya	APBN Dekonsentrasi	APBN Dekonsentrasi	APBN Dekonsentrasi
Jenis Diklat	11 jenis	1 jenis	1 jenis
Target Group	Usia produktif Pria & Wanita	Usia produktif Perempuan	Usia produktif Laki-laki
Ekonomi Dominan	Perkebunan/ Pertanian	Industri Pengolahan Pariwisata	Perikanan Pertanian
Wirausaha yang berjalan	Pembuatan Batik Pembuatan APE Kuliner	Kuliner makanan jajanan	Pembudidayaan bibit ikan lele

Tabel 2. Orientasi Nilai, Norma dan Komitmen Pelaku Wirausaha Lintas Kasus

Pelaku Wirausaha	Orientasi nilai, norma, dan komitmen		
	Produk	Konsumen/Pasar	Sesama
Tata boga Gemawang	Kebersihan Kualitas rasa	Terbuka akan bahan yang digunakan	Saling menolong Kebersamaan <i>Pirukunan</i>
Batik Gemawang	Ketelitian Ketekunan Inovatif Fokus: mutu bahan/kain	Fokus kualitas bahan Informasi produk terbuka Sesuai selera pasar Pemberian garansi	Saling menolong Kebersamaan Komitmen antar pelaku dan pekerja
APE Gemawang	Sesuai pesanan	Sesuai pesanan Pemberian garansi	Saling menolong Kebersamaan
Kuliner Karangrandu	Komitmen pada aturan kuliner sehat	Kejujuran produk Menerima komplain	Saling menolong Keterbukaan <i>Anjang sana</i>
Budidaya Bibit Ikan Lele	Budidaya bibit yang sehat	Terbuka kondisi bibit Keseragaman harga Menerima komplain	<i>Anjang sana</i> Arisan rutin Keterbukaan Kesepakatan simpan-pinjam

Nilai, Norma dan Komitmen

Nilai merupakan sesuatu yang diyakini baik atau buruk dan menjadi pedoman perilaku individu atau masyarakat dalam kehidupannya. Keberadaan nilai terwujud dalam norma yang ditetapkan dengan tujuan mengembangkan atau menjaga nilai yang hidup di masyarakat. Nilai dan norma akan mendorong dan menjadikan seseorang untuk berkomitmen terhadap sesuatu yang akan dilakukannya. Ketiga dimensi ini memiliki hubungan yang dapat menjadi kesatuan dalam

wujud aktivitas seseorang atau masyarakat dalam kehidupan sosial termasuk dalam lingkungan kerja atau berusaha. Terkait dengan hal ini, hasil penelitian sebagaimana dalam Tabel 2 menunjukkan bahwa para pelaku wirausaha dalam menjalankan usaha wirausaha membangun nilai, norma dan komitmen sebagai dimensi modal sosial diorientasikan pada kebermutuan produk yang dihasilkan, kepuasan konsumen atau pasar, dan keharmonisan hubungan antarsesama.

Nilai berorientasi pada produk diwujudkan dalam tindakan memproduksi ba-

rang atau produk yang lebih menekankan pada tercapainya produk yang baik atau sehat, berkualitas, aman, dan sesuai dengan kebutuhan konsumen atau pasar. Orientasi nilai berorientasi pada konsumen atau pasar diimplementasikan dalam bentuk proses penjualan produk usaha yang diharapkan pada pencapaian kepuasan konsumen yaitu menyediakan informasi yang jujur dan terbuka kepada konsumen apabila ingin mengetahuinya, menekankan pada keterjaminan kualitas produk, menerima masukan dan/atau komplain konsumen, dan memberikan jaminan garansi pada produk yang dijual berupa pengembalian produk atau memberikan pelayanan lain. Namun hal lain yang berbeda terkait orientasi nilai ini adalah yang dilakukan oleh pelaku wirausaha budi daya bibit ikan lele yang memberlakukan harga yang seragam pada konsumen baik perorangan maupun tengkulak. Sedangkan nilai berorientasi pada sesama diwujudkan dalam bentuk kegiatan *pirukunan* dan *anjang sana* yang dilakukan oleh semua anggota kelompok tata boga Gemawang, kuliner Karangrandu, dan pembudidayaan bibit ikan lele. Semua berperilaku terhadap sesama didasarkan pada keterbukaan, kebersamaan dan rasa saling membantu atau menolong.

Kepercayaan

Kepercayaan menjadi suatu hal yang penting dalam membangun aktivitas wira-

usaha yang sedang dilakukan oleh para pelaku. Kepercayaan pada dasarnya merupakan suatu kondisi yang mana seseorang menaruh rasa percaya kepada pihak lain. Dalam konteks bisnis, mempercayai adalah meletakkan seseorang atau sesuatu untuk peduli mengenai kepentingan pelaku usaha. Percaya terhadap seseorang mengizinkan pelaku usaha untuk mengembangkan kesadaran mengenai sesuai yang orang ketahui dan pelaku usaha tidak mengetahuinya, dan percaya merupakan kemampuan dari para pihak untuk berhubungan untuk membangun dan terkait dengan masalah atau isu yang mungkin merugikannya (Ward & Smith, 2002, pp.7-9). Terbangun kepercayaan dalam masyarakat akan memberikan kehidupan positif sebagaimana pendapat Fukuyama bahwa masyarakat yang memiliki kepercayaan rendah cenderung menutup diri terhadap para mitra kerjasama yang memungkinkan kebahagiaan dapat dicapai dalam kehidupan modern (Fukuyama, 1995, pp.9-12).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa para pelaku wirausaha dapat membangun dan mengembangkan kepercayaan dalam rangka mencapai keberhasilan usahanya. Mengacu pendapat Ward & Smith (2003) bahwa kepercayaan dalam kegiatan perekonomian dibedakan: *autentic trust*, *network trust*, *authority trust*, dan *commodity trust*, maka kepercayaan yang dibangun oleh para pelaku wirausaha dideskripsikan dalam Tabel 3.

Tabel 3. Kepercayaan yang Dikembangkan Pelaku Wirausaha

Pelaku Wirausaha	Bentuk Kepercayaan			
	<i>Autentic</i>	<i>Network</i>	<i>Comodity</i>	<i>Authority</i>
Tata boga Gemawang	Sudah dikenal Nama baik	Saling mengenal Sistem titip Keterbukaan ttg dana	Masukan konsumen Jaminan mutu	Label P-IRT
Batik Gemawang	Sudah dikenal Reputasi	Sistem bon & angsuran Sesuai pesanan Penerimaan komplain Tanggung jawab	Kualitas kain Teknik inovatif	Pengakuan produk
APE Gemawang	Sudah dikenal	Sesuai kebutuhan pemesan Sistem angsuran	Kejelasan bahan baku Jaminan garansi	Pemberian porsi pekerjaan
Kuliner Karangrandu	Sudah dikenal	Penerimaan komplain Keterbukaan keuangan	Kualitas bahan baku Produk higienis	Label P-IRT
Budidaya Bibit Ikan Lele Sukoharjo	Sudah dikenal	Keterbukaan: pengelolaan dana, angsuran Menerima complain	Kualitas pakan & air Kejujuran kondisi bibit	Sertifikat kelompok Madya

Berdasarkan Tabel 3 dimaksud, dapat disimpulkan bahwa para pelaku wirausaha yang dikaji relatif memiliki kesamaan dalam mengembangkan kepercayaan terhadap konsumen maupun pihak lain. Kepercayaan terhadap konsumen atau pihak lain dikembangkan dengan melakukan tindakan saling menjaga nama baik yang diwujudkan dalam perilaku sudah saling mengenal antara pelaku wirausaha dengan *tengkulak*, warung atau konsumen. Upaya membangun kepercayaan dalam mengembangkan jejaring dilakukan dengan beberapa cara misalnya dengan saling mengenal, saling menerima masukan, mengutamakan tanggung jawab dan kesepakatan atas pesanan konsumen, dan menerapkan sistem angsuran, dan kepercayaan dengan sesama pelaku dikembangkan melalui membangun kehidupan sehat dan keterbukaan mengenai pendanaan yang dimiliki bersama. Kepercayaan pihak lain pun diupayakan dapat dicapai dengan menghasilkan produk/jasa yang berkualitas dan sehat, serta memperoleh dukungan legalitas yang diperoleh dari instansi pemerintah terkait atas kegiatan wirausaha dan produk/jasa yang dihasilkan.

Kepercayaan yang dikembangkan para pelaku wirausaha merupakan sesuatu yang penting untuk mencapai keberhasilan bisnis ekonomi. Mirzsall (1996) menekankan bahwa dalam aktivitas organisasi kepercayaan memiliki fungsi integratif, yaitu menyatukan berbagai aktivitas yang ada untuk menciptakan sebagai keteraturan, mengurangi kekompleksan dalam kehidupan yang berkembang cepat atau ambigu, dan menjadi kunci atau pelancar pelaksanaan kegiatan organisasi, terutama bagi individu (Buskens, 2002,p.6). Kajian empirik menunjukkan bahwa kepercayaan diperlukan dalam lingkungan yang kompleks, mengandung ambiguitas dan ketidakpastian, mendatangkan rasa aman untuk hidup dalam lingkungan yang kompleks, membantu individu mengambil resiko dalam lingkungan yang kompleks, mendatangkan kemampuan untuk berubah dan mendukung perubahan (radikal), membantu dalam berinovasi, belajar dan berkreaitivitas, menjadi pelancar yang meningkatkan hubungan sosial yang meningkatkan efisiensi, membentuk hubungan kerjasama, memperluas berbagi ilmu, meningkatkan keterbukaan dan mutualitas, mengembangkan resolusi konflik, dan mengatasi masalah secara terintegrasi, menu-

runkan kebutuhan kontraktual yang detail dan peralatan monitoring, dan menumbuhkan nilai instrinsik kepercayaan (Six, 2005,pp.2-13).

Jejaring Wirausaha

Jejaring atau *network* merupakan salah satu dimensi modal sosial yang keberadaannya bersifat struktural (Nahapiet & Ghoshal, 1998,pp.242-266) dan mengandung aktivitas yang dilakukan individu-individu dalam interaksi dengan individu atau institusi lain. Osterle, *et al.* (2001,p.5) menyatakan sebuah usaha harus didukung oleh kemampuan membina jejaring (*networkability*) sebagai kemampuan untuk bekerja secara internal dan eksternal. Kemampuan ini mengarah pada pencapaian (a) sumber daya seperti tenaga kerja, manajer, dan sistem informasi, (b) proses bisnis misal proses penjualan, dan (c) unit usaha seperti kegiatan dalam rantai pemasokan. Hal ini disebabkan suatu lembaga usaha atau kegiatan usaha tidak lepas dari pihak lain yang mencakup mitra, pelanggan, investor, pesaing, pemerintah, pengaruh industri, media massa dan press, vendor, dan asosiasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jejaring wirausaha yang terbentuk baik horizontal maupun vertikal dalam rangka mengembangkan aktivitas wirausaha disajikan dalam Tabel 4. Tabel dimaksud menunjukkan bahwa aktivitas berjejaring usaha mampu dicapai walaupun jejaring tersebut tidak seluruhnya berada dalam posisi yang kuat, memiliki intensitas yang tinggi. Jejaring horizontal dibangun oleh para pelaku usaha dalam kehidupan berkelompok atau dengan sesama pekerjanya melalui penciptaan mekanisme hubungan yang menekankan pada kebersamaan, pertemanan, kekeluargaan, komitmen dan/atau kesepakatan bersama.

Pengembangan jejaring wirausaha dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal dari para entrepreneur (Muijs, *et al.* 2011, pp.143-152). Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi, keberanian, dan pengetahuan pelaku mempengaruhi aktivitas dalam mencari mitra usaha yang mungkin dapat memberikan keuntungan. Misalnya, kelompok kuliner Karangrandu kurang memiliki kemampuan dalam menjalin kemitraan dengan berbagai pihak lain karena ketidaktahuan akses dan kekhawatiran untuk menanggung resiko sehingga jalinan kemitraan tergantung pada keaktifan dan kerja keras setiap anggota yang

notabene memiliki usaha yang berbeda-beda. Pada kelompok tata boga Gemawang, jejaring dengan pihak luar masih dilakukan secara individual dan lebih mengandalkan pada fasilitasi yang diberikan oleh pihak lain. Pada kelompok budidaya bibit ikan lele Sukoharjo pun demikian dimana pembinaan jejaring masih belum banyak dilakukan dan lebih dominan menekankan pada fasilitasi yang diberikan oleh penyuluh perikanan dan pamong SKB. Namun, hal yang berbeda hanya terjadi pada pelaku usaha batik dimana atas pengetahuan, keberanian, motivasi, dan keinginan untuk maju ia mampu membangun kemitraan dengan pihak perbankan, pemerintah, maupun pihak perusahaan perkebunan yang ada di wilayahnya. Keberhasilan pelaku usaha batik inilah yang pada kenyataannya dapat mempengaruhi keberanian pelaku usaha APE untuk membangun jejaring terutama dalam mendapatkan bantuan modal usaha walau masih terbatas dilakukan.

Agar mencapai surplus dalam beraktivitas wirausaha, pelaku wirausaha dapat

melakukan berbagai strategi mengembangkan jejaring. Strategi dimaksud antara lain: memahami pribadi dan potensi yang dimiliki, mengambil pendekatan strategis untuk memperoleh manfaat karir/organisasi (makro) dan aktivitas jejaring (mikro), memahami berbagai jalur membangun jaringan yang ideal, membangun kepercayaan, meningkatkan kualitas diri dan profesionalitas, mempelajari kasus-kasus sukses yang mengajarkan pengalaman, keahlian, minat, dll., mempertimbangkan kesempatan atau peluang yang akan didapat, dan mengantarkan nilai-nilai, yang berkontribusi pada budaya jejaring organisasi dan memanfaatkan jejaring untuk mempengaruhi orang lain/para staff (Wymon, 2007). Atau menjalin jejaring yang baik dapat dilakukan dengan: memahami pentingnya berkoneksi dengan orang lain, memiliki sikap positif dan otentik, mengutamakan mutu berjejaring, memegang etika jejaring, berkomunikasi dengan efektif dan dialogis, dan selalu bersikap positif dalam berjejaring untuk mendapatkan pekerjaan (Kramer, 2012).

Tabel 4. Upaya Membangun Jejaring Wirausaha Lintas Kasus

Pelaku Wirausaha	Upaya Berjejaring			
	Horizontal		Vertikal	
	Kuat	Lemah	Kuat	Lemah
Tata boga Gemawang	Penggunaan label diwajibkan Simpan-pinjam dan arisan rutin berjalan Pertemanan sudah lama	Pameran minim, berasal dari dinas terkait <i>Show room</i> kurang banyak	Fasilitasi rutin dari: - UKM <i>center</i> - Pengelola lokal	Melalui bantuan anggota lain, walau insidental
Batik Gemawang	Sukarela Pertemanan & kekeluargaan yang baik	Pameran minim, berasal dari dinas terkait Internet digunakan terbatas	Fasilitasi rutin dari: - UKM <i>center</i> - Pengelola lokal	Insidental koordinasi dengan pemerintah desa
APE Gemawang	Langganan yang sudah dikenal	Pameran minim, berasal dari dinas terkait Pemanfaatan <i>leaflet</i> terbatas <i>Gethok tular</i>	Fasilitasi: - penilik dikmas - pengelola lokal	Insidental koordinasi dengan pemerintah desa
Kuliner Karangrandu	Arisan rutin bulanan Saling-pinjam alat produksi Pemakaian bahan baku sehat diharuskan Sistim <i>titip</i> dalam pemasaran	Insidental dalam pengerjaan <i>order</i> bersama	Fasilitasi rutin dari petugas BP2KB Keaktifan ketua yang memadai	Insidental koordinasi dg pemdes; perwakilan anggota Terbatas fasilitasi instansi tertentu
Budidaya Bibit Lele Sukoharjo	Relasi pemasaran intens kepada <i>bakul</i> yang dikenal Aturan simpan-pinjam, pembagian hasil usaha teratur <i>Anjang sana</i> disepakati	Insidental menjadi sumber belajar bagi pihak lain	Fasilitasi rutin dari penyuluh, pamong SKB	Insidental koordinasi dengan pemerintah desa

Tabel 5. Pemerolehan Informasi/Pengetahuan oleh Pelaku Wirausaha

Pelaku Wirausaha	Pemerolehan Informasi/Pengetahuan	
	Internal	Eksternal
Tata boga Gemawang	<i>Niteni</i> peluang pasar Berbagi pengalaman antar anggota	Pelatihan Pendampingan Fasilitasi pengelola local
Batik Gemawang	<i>Niteni</i> peluang pasar Pemanfaatan internet dan media massa Berbagi pengalaman antar pelaku	Pelatihan Fasilitasi UKM <i>center</i>
APE Gemawang	<i>Niteni</i> produk lain Berbagi pengalaman dengan pelaku lain	Fasilitasi: pengelola lokal, penilik dikmas
Kuliner Karangrandu	Berbagi pengalaman antar anggota Belajar mandiri melalui internet	Pelatihan pihak lain Fasilitasi BP2KB
Budidaya Bibit Lele	<i>Informal learning</i> Berbagi pengalaman antar anggota	Fasilitasi: penyuluh, pamong Pelatihan
Sukoharjo	Pemanfaatan media massa	<i>Bakul</i> sbg informan harga

Informasi dan komunikasi

Pengelolaan informasi dan/atau pengetahuan dapat dikatakan sebagai proses belajar yang dilakukan individu untuk memperoleh nilai, sikap, pengetahuan dan keterampilan baru yang dibutuhkan guna meningkatkan kualitas dirinya. Dalam konteks usaha yang ditekuni, para pelaku wirausaha dituntut untuk terus melakukan aktivitas belajar yang terkait peningkatan kompetensi inti yang mendukung keterlaksanaan peran yang dimilikinya misal sebagai pemimpin kelompok, administrator, analisis masalah, evaluator, pelatih, dan sebagainya (O'connor, Bronner, & Delaney, 2007, pp.21-22). Aktivitas belajar dapat dilakukan oleh para pelaku wirausaha dengan memanfaatkan berbagai sumber belajar yang ada di lingkungan sekitar baik secara formal, nonformal, maupun informal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses pemerolehan informasi/pengetahuan dilakukan oleh para pelaku usaha dengan beragam metode. Tabel 5 menunjukkan proses pemerolehan informasi/pengetahuan yang dilakukan atas inisiatif atau kehendak para pelaku dan pihak lain dalam upaya mengembangkan usaha wirausaha. Pencarian informasi atau pengetahuan dilakukan oleh para pelaku wirausaha guna mencari dan mendapatkan informasi yang berguna untuk kemajuan usaha misalnya mengenai perbaikan mutu produk, pengembangan produk, perbaikan mekanisme produksi, peluang pasar, dan solusi pemecahan masalah yang dihadapi.

Dalam hal ini, mereka melakukan kegiatan belajar informal yang diwujudkan dalam tindakan melihat, mengamati, dan menelaah perkembangan harga, selera konsumen, dan peluang pasar baik secara langsung terhadap perubahan atau kejadian di masyarakat maupun menggunakan internet. Mereka pun melakukan hal ini dengan berbagi pengalaman dan/atau pengetahuan atau *sharing* antara para pelaku wirausaha, terutama terjadi pada kelompok yang memiliki kesempatan untuk berkomunikasi dalam forum bersama yaitu pertemuan arisan rutin.

Informasi atau pengetahuan pun diperoleh dari hasil hubungan yang baik dengan pihak lain yaitu pengelola lokal, para pendamping, instansi terkait, dan para *bakul*. Para pendamping dan institusi terkait memberikan informasi terkait dengan ketersediaan sumber daya yang dapat akses, peningkatan kemampuan usaha, dan pengelolaan organisasi yang sehat. Pengelola lokal memberikan informasi kepada para pelaku wirausaha di Gemawang mengenai aktivitas pameran yang akan dilaksanakan misalnya menyambut peringatan hari aksara internasional dan kunjungan studi banding dari warga masyarakat luar. Instansi pemerintah seperti Dinas Perindustrian, Perdagangan dan UMKM Kabupaten Semarang, Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Pati, dan BP2KB Kabupaten Jepara sering memberikan pelatihan dalam rangka meningkatkan kualitas usaha, efektivitas usaha, pengelolaan kelompok, dan peningkatan keterampilan lainnya. Hal lain adalah bagi pelaku

wirausaha pembibitan ikan lele, informasi mengenai perubahan harga bibit ikan lele di pasar diperoleh juga dari para *bakul* yang sudah dikenal dan dianggap sebagai langganan usahanya.

Pengalaman belajar yang didapat anggota yang diikutsertakan dalam suatu pelatihan disampaikan kepada anggota lain baik dalam pertemuan rutin yang diselenggarakan secara rutin maupun dalam interaksi sehari-hari. Namun, transfer pengetahuan bukanlah menjadi suatu jaminan bahwa sikap, pengetahuan, dan keterampilan yang bermakna dapat diterapkan oleh semua anggota karena perbedaan minat, peluang penerapan, *teamwork*, teknologi, fasilitas yang dimiliki, hambatan profesional, dan budaya organisasi dapat menyebabkan tidak terjadinya proses transfer pengalaman atau pengetahuan yang diperolehnya (Cunningham, Dawes, & Bennett, 2004, pp.14-15). Misalnya, pada kelompok kuliner Karangrandu, tidak semua anggota kelompok menerapkan pengetahuan yang diberikan dari pihak penyelenggara pelatihan dikarenakan bahan baku untuk produksi kuliner sulit diperoleh dari lingkungan sekitar dan pertimbangan konsumen yang memandang adanya kekhawatiran bahwa harga produk yang diproduksi tidak dapat dijangkau oleh konsumen. Begitu pula pada kelompok bibit ikan lele, penerapan teknologi atau teknik pemijahan misalnya penggunaan enzim pada pakan tidak langsung digunakan karena kekhawatiran gagal dalam panen bibit.

Selain menerima informasi dan/atau pengetahuan, para pelaku sering memberikan informasi atau pengetahuan kepada warga masyarakat yang ingin belajar baik sebagai narasumber atau fasilitator dalam suatu pembelajaran maupun bertindak sebagai sumber belajar yang dikunjungi warga masyarakat. Misalnya, pelaku wirausaha batik, kelompok tata boga Gemawang, dan kelompok budidaya bibit lele sering memberikan pengetahuan dan keterampilan mengenai usaha yang dikelolanya kepada orang lain baik individual maupun kelompok. Adanya perilaku membelajarkan orang lain menunjukkan bahwa walau bukan menjadi fungsi utama, para pelaku usaha memiliki kontribusi pada peningkatan konsep berwirausaha dan pemahaman mengenai perilaku produktif dalam kehidupan masyarakat.

Mendasarkan informasi di atas, dapat dikemukakan bahwa para pelaku lebih dominan melakukan belajar secara informal, dan para pelaku lebih cenderung menerima informasi atau pengetahuan melalui aktivitas pembelajaran yang diselenggarakan pihak lain terutama instansi yang relevan dengan teknis produksi, pengelolaan keuangan, pemasaran, dsb. usaha yang dilakukan oleh para pelaku. Secara umum, para pelaku belum dapat menyelenggarakan kegiatan pembelajaran yang diselenggarakan atas dasar kebutuhan mikro atau permasalahan pada masing-masing pelaku wirausaha secara terprogram agar lebih menghasilkan pemahaman baru, bermanfaat dan aplikatif. Dengan demikian, pengembangan budaya belajar merupakan suatu alternatif untuk membantu para pelaku usaha untuk lebih menjadi wirausahaan yang profesional dan memberikan manfaat yang berkelanjutan.

Manfaat Pendayagunaan Modal Sosial

Dalam kegiatan berwirausaha, modal sosial memiliki fungsi yang dapat dibedakan menjadi: (a) modal sosial bersifat *bonding* yaitu mengikat para pelaku wirausaha dalam organisasi atau lingkungan tertentu, (b) modal sosial yang bersifat *bridging* yang bermakna modal sosial mampu menjembatani pelaku dengan pelaku usaha atau kelompok atau organisasi terkait yang ada di luar lingkungannya, dan (c) bersifat *linking* yang menekankan pada hubungan pelaku dengan pihak pemerintah atau lembaga di level atas (Woolcock, 1998; dalam Field, 2005, p.28). Terkait dengan ini, Tabel 6 menunjukkan bahwa para pelaku wirausaha yang dikaji mampu mendapatkan manfaat baik secara ekonomi, dan sosial dari aktivitas hubungan yang terjalin antar sesama dan/atau dengan pihak lain.

Mendasarkan Tabel 6, dipahami bahwa dalam kehidupan berkelompok atau usaha, aktivitas hubungan positif yang dilakukan oleh para pelaku yang dikaji mampu menghasilkan manfaat berupa muncul kesadaran untuk terus maju, kebersamaan yang semakin baik, tumbuh rasa kepercayaan, kebahagiaan dalam berkelompok, dan terjadi penguatan kegiatan *pirukunan* antar para anggota kelompok sebagai bentuk kohesi sosial. Hubungan positif dengan pihak lain yang memiliki aktivitas terkait atau dalam lingkungan industri sejenis mampu memberikan manfaat kepada

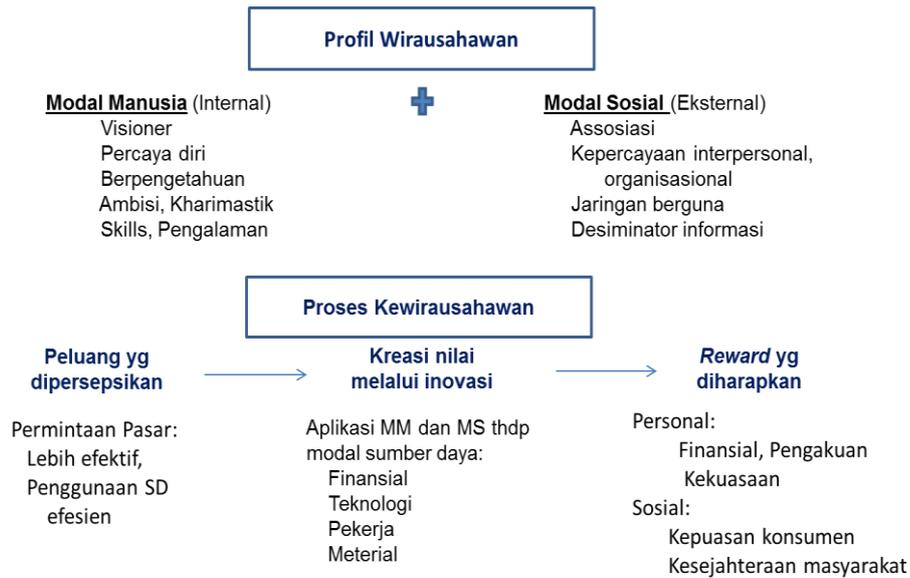
para pelaku atau kelompok wirausaha yang dikaji seperti menjadikan kualitas atau kompetensi pelaku wirausaha meningkat yang diwujudkan dalam kepemilikan pengetahuan dan keterampilan baru mengenai teknis produksi dan pengelolaan usaha, perolehan pengakuan atau legalitas usaha, peningkatan pendanaan dan fasilitas, dan peningkatan kepercayaan dan tumbuh suatu perasaan bahagia. Sedangkan hubungan yang bersifat *linking* yang dibangun oleh para pelaku wirausaha yang dikaji mampu menghasilkan penambahan pendanaan dan fasilitas sebagai modal usaha kelompok, pengakuan legalitas atau nama baik, dan pengetahuan yang baru.

Kelompok sasaran pendidikan kewirausahaan masyarakat memperoleh manfaat yang dari aktivitas pendayagunaan modal sosial yang dilakukannya walau dalam perbedaan dalam intensionalitas atau kualitasnya. Perbedaan ini disebabkan oleh beberapa faktor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *pertama*, kompetensi yang kuat memudahkan

untuk memperoleh manfaat dari relasi yang terbangun seperti pelaku wirausaha batik yang lebih inovatif dan memiliki akses yang besar terhadap perbankan dibanding pelaku wirausaha kuliner di Karangrandu dimana karena ketidaktahuan akan akses sumber daya dan sikap yang kurang berani mengambil resiko misalnya dalam memperoleh bantuan atau pinjaman pendanaan untuk memajukan usaha anggotanya. *Kedua*, kepemimpinan dalam kelompok ikut menentukan kehidupan usaha sebagaimana terjadi pada kelompok wirausaha budidaya bibit ikan lele Sukoharjo. Kepemimpinan dipandang tidak dapat mencarikan solusi untuk penjualan bibit pada saat permintaan bibit sangat kecil yang berakibat pada produksi yang melimpah. *Ketiga*, pemerintahan desa kurang mendukung kelompok untuk maju sehingga kelompok merasa memiliki kesempatan terbatas dalam menggunakan peluang yang disediakan oleh pemerintah desa misal fasilitas penjualan atau pasar sebagaimana dialami oleh kelompok kuliner Karangrandu.

Tabel 6. Manfaat Pendayagunaan Modal Sosial

Pelaku Wirausaha	Manfaat Modal Sosial		
	<i>Bonding</i>	<i>Bridging</i>	<i>Linking</i>
Tata boga Gemawang	<i>Pirukunan</i> dan saling percaya semakin kuat Tumbuh kesadaran untuk maju dan rasa bahagia	Terjadi peningkatan: - Pemasaran produk - Permodalan - Pengetahuan usaha	Fasilitasi pemasaran produk anggota Diperoleh pengetahuan baru Berkembang jejaring usaha Mendapatkan legalitas
Batik Gemawang	Terjaga komitmen dan tanggung jawab pekerja	Dicapai peningkatan: a) Inovasi produk, b) Jejaring usaha Memberikan pengalaman baru Menjadi narasumber	Meningkatkan dana Diperoleh pengalaman belajar Didapat legalitas, nama baik
APE Gemawang	Terjadi <i>pirukunan</i> antar pekerja dan pelaku wirausaha	Peningkatan pengetahuan melalui <i>sharing</i>	Diperoleh modal dana/fasilitas untuk usaha bersama Pengakuan legal
Kuliner Karangrandu	Berkembang kebersamaan, dan tumbuh kebahagiaan	Meningkatkan pengetahuan anggota tentang kuliner sehat dan reproduksi keluarga	Meningkatkan pengetahuan anggota Diperoleh legalitas kelompok
Budidaya Bibit Lele Sukoharjo	Tumbuh kebersamaan, kepercayaan, dan kesadaran berusaha	Menjadi sumber belajar Peningkatan pengetahuan anggota	Peningkatan: - Pengetahuan - Pendanaan Pengakuan nama baik



Gambar 2. Kompetensi Modal Sosial Wirausahawan

Pembahasan

Penyelenggaraan PKuM yang dilakukan dalam masyarakat membutuhkan aset atau modal yang dapat dimanfaatkan berupa modal sosial, selain modal manusia dan modal kultural. Hal ini tidak lepas dari telah terjadi pergeseran pemahaman atau paradigma dalam pembangunan masyarakat dan/atau pendidikan akhir-akhir ini. Muncul dewasa ini paradigma yang menekankan pentingnya energi sosial yaitu perubahan pemahaman dari pembangunan yang berfokus pada modal manusia menuju pembangunan yang berorientasi modal sosial dan/atau modal kultural. Pembangunan berorientasi modal manusia dipandang memiliki kelemahan yaitu lebih menekankan pada pengembangan aspek kognitif dan keterampilan yang dapat membentuk sumber daya manusia yang individualistik. Kemampuan individualistik tidak akan bermanfaat tanpa adanya modal sosial, sebagaimana dipahami bahwa modal sosial sendiri dimaknai sebagai segala potensi yang dihasilkan dari perilaku interaksi antar individu atau masyarakat yang mendatangkan manfaat, yang dilandasi oleh nilai dan norma, kepercayaan, dan komitmen.

Seseorang dapat menjadi wirausahawan yang sukses ditentukan oleh sejauh mana modal manusia dan modal sosial yang dimilikinya, terutama dalam lingkungan yang semakin kompleks dan berubah cepat. Menurut Neace (1999,p.152) modal manusia yang ada dalam wirausahawan mencakup kemampuan

bervisi, percaya diri, berpengetahuan, memiliki ambisi, memiliki kharisma, dan memiliki keterampilan/pengalaman, dan modal sosial yang berkontribusi pada keberhasilan wirausahawan adalah asosiasi yang dimiliki, kepercayaan organisasi dan antar personal, jaringan yang saling memediasi, dan pengguna dan penyebar informasi. Modal manusia yang dimiliki wirausahawan merupakan faktor penting demiki keberhasilannya, namun hal ini tidak cukup. Artinya, modal sosial ikut menjadi faktor penentunya karena kemampuan kewirausahaan tidak bermanfaat apabila individu yang memilikinya tidak membangun interaksi positif dengan individu lain (Westlund & Bolton, 2003,p.3) atau sebagaimana Peterseon & Ronsdstadt (1986) kemukakan bahwa sukses berwirausaha adalah mengetahui ide baru, ditambah mengetahui “how” dan dilengkapi dengan mengetahui “siapa” (Bridge, 2013,p.2).

Dalam konteks penyelenggaraan PKuM yang dilakukan oleh terhadap kelompok sasaran, hasil penelitian menunjukkan bahwa program atau kurikulum PKuM yang dikaji secara umum lebih berorientasi pada pembentukan modal manusia terhadap kelompok sasaran dibanding dengan pembentukan modal sosial. Hal ini nampak dari proporsi program atau kurikulum yang lebih didominasi oleh materi yang merujuk pada pengembangan kemampuan teknis berwirausaha misalnya pembuatan materi produk, mengem-

bangkan produk, pemasaran produk, dan pengetahuan teknis lainnya. Artinya, PKuM dilaksanakan kurang didesain untuk mengembangkan kemampuan membangun jejaring, berkerja sama, bersinergi, dan membangun kepercayaan serta berbagi pengetahuan bagi kelompok sasaran terutama terjadi pada PKuM di Karangrandu dan Sukoharjo. Akibat dari kekurangoptimalan pembentukan kompetensi modal sosial ini adalah pemanfaatan hasil belajar berupa kompetensi berwirausaha yang telah dikuasai oleh warga belajar masih minim dikembangkan.

Sebagaimana dipahami bahwa PKuM diharapkan pada akhirnya menghasilkan para wirausahawan yang mampu menghasilkan barang/jasa yang bermanfaat bagi kemajuan kehidupan diri dan lingkungannya, maka PKuM harus mampu membentuk individu atau kelompok yang semula hanya sebagai wirausahawan potensial, menjadi wirausahawan pemula (*nascent entrepreneurship*), dan menjadi pemilik usaha baru, dan akhirnya menjadi pemilik usaha yang sudah berkembang (Singer, Amoros & Moska, 2015, p.23). Pembentukan individu yang akhirnya memiliki usaha perlu dilakukan dengan memberikan berbagai pengalaman belajar dan fasilitasi pendidikan yang memudahkan mereka mengaplikasikan nilai, pengetahuan dan keterampilan berwirausaha yang telah dimilikinya. Terkait dengan ini, penyelenggaraan PKuM pada masing-masing kelompok sasaran sudah berusaha memfasilitasi kelompok sasaran yang didasarkan pada pemanfaatan modal sosial seperti pembentukan kelompok usaha bersama, dan pemberian bantuan modal yang digunakan kelompok usaha. Bahkan pada PKuM Gemawang, program pengembangan usaha keuangan mikro sudah direncanakan sebagai tindak lanjut dari PKuM yang telah dilaksanakan guna menjamin kebermanfaatan hasil belajar. Namun disayangkan, kebijakan di level nasional mengenai pendanaan PKuM dimaksud menjadi penyebab ketidakterlaksanakannya rencana dimaksud. Hal ini menunjukkan pemanfaatan modal sosial dalam pelaksanaan PKuM dipengaruhi oleh kebijakan regional atau nasional dimana PKuM dilaksanakan (Grootaert & Bastelaer, 2002, p.243).

Walau tidak dalam hasil yang optimal, kelompok sasaran yang telah dibina dan dikembangkan oleh para inisiator PKuM

mampu melakukan aktivitas pendayagunaan modal sosial. Dari kelompok sasaran yang dikaji, terdapat berbagai aktivitas pendayagunaan yang mengarah pada pencapaian keberhasilan kelompok sasaran dalam memajukan usaha wirausahanya. Kelompok sasaran mampu membina dan mengembangkan nilai, norma, dan komitmen yang positif dengan pihak internal maupun eksternal, mampu mengembangkan kepercayaan, mengembangkan jejaring berwirausaha, dan mengembangkan kemampuan informasi dan/atau pengetahuan. Sebagai konsekuensinya, kelompok sasaran dapat memperoleh manfaat yang mendukung pada pencapaian kesejahteraan dirinya yaitu diperolehnya peningkatan pengetahuan, jejaring, modal, produktivitas dalam menjalankan usahanya.

SIMPULAN

Mendasarkan pada hasil penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa pendayagunaan modal sosial dapat dilakukan oleh kelompok sasaran PKuM. Pendayagunaan modal sosial lebih dominan terjadi pada fase pasca pembelajaran. Modal sosial yang dibangun dan didayagunakan oleh para pelaku wirausaha (kelompok sasaran) diwujudkan dalam relasi produktif dengan individu atau organisasi lain baik karena hubungan pertemanan, persaudaraan, kepentingan usaha, dan peraturan. Dalam menjalankan usaha produktifnya, kelompok sasaran mampu mengembangkan nilai, norma, dan komitmen yang positif yang mendukung keberhasilan usahanya; mengembangkan kepercayaan yang dilandaskan pada keotentikan diri dan usahanya, kualitas produk/jasa, pelayanan dalam berusaha dan legalitas; mengembangkan jejaring baik horizontal maupun vertikal dalam upaya mendapatkan sumber daya dan keberhasilan usaha; dan melakukan kegiatan memperoleh informasi dan komunikasi melalui aktivitas belajar mandiri yang didasarkan kebutuhan masing-masing, dan keikutsertaan dalam kegiatan pendidikan yang diselenggarakan pihak lain. Pendayagunaan modal sosial oleh kelompok sasaran mampu memberikan manfaat yang dapat mendukung keberhasilan usaha wirausaha para pelaku atau kelompok sasaran. Manfaat yang diperoleh mencakup meningkatnya kohesivitas, komitmen dan tanggung jawab yang lebih baik, peningkatan

sumber daya guna memproduksi produk/jasa, peningkatan pengetahuan baru dalam berusaha, dan peningkatan jejaring usaha.

Saran

Penyelenggaraan PKuM dan pendidikan kewirausahaan secara umum, tidak akan berhasil secara optimal apabila mengembangkan pembelajaran yang menekankan pada pembentukan kualitas individu yang memiliki kemampuan fungsional atau teknis berwirausaha semata. Oleh karenanya, PKuM yang akan diselenggarakan termasuk pendidikan nonformal berbasis kecakapan hidup lainnya, perlu dilakukan dengan mengedepankan pada pengembangan kemampuan berwirausaha, selain mengembangkan kemampuan modal manusia, juga mengutamakan kemampuan berorientasi modal sosial yang mumpuni sehingga memungkinkan kelompok sasaran dapat dengan cepat menerapkan hasil belajarnya dan memperoleh manfaat yang diharapkan.

Pengembangan kualitas kelompok sasaran PKuM yang sesuai harapan demikian perlu diimbangi dengan penyelenggaraan proses pendidikan yang lebih mengedepankan proses pendidikan yang dilandasi oleh nilai kebersamaan, saling percaya, komitmen dan dalam hubungan humanis yang membelajarkan. Akhirnya, adanya pengembangan PKuM yang dilandasi oleh pendayagunaan dan pengembangan modal sosial akan dengan mudah menjamin keberhasilan pengembangan masyarakat sekaligus akan meningkatkan keikutsertaan pihak-pihak terkait dalam rangka memajukan kelompok sasaran atau masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adler, Paul S. & Kwon Woo, S. (2002). Social capital: Prospects for a new concept. *The Academy of Management Review*, Vol. 27, No. 1 (Januari 2002), pp. 17-40.
- Bourdieu, Pierre. (1986). *The form of capital*. www.faculty.georgetown.edu/irvinem/theory/Bourdieu-Forms-of-Capital.pdf
- Bridge, Simon. (2013). Reflections on the omission of social capital from enterprise education and business start

training. *Education + Training*, Vol. 55 No. 8/9, 2013 pp. 899-910

- Coleman, James S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94, S94-S120.
- Coleman, James S. (1994). *Foundation of social theory*. Harvard: The Belknap Press.
- Creswell, John W. (2012). *Educational research: planning, conducting, and evaluation quantitative and qualitative research*. Boston: Pearson Education, Inc.
- Jalal, Fasli & Supriyadi, Dedi. (2001). *Reformasi pendidikan dalam konteks otonomi daerah*. Yogyakarta: Adicita Karya Nusa.
- Field, John. (2005). *Social capital and life long learning*. Brisboll: The Policy Press.
- Fukuyama, Francis. (1997). *Social capital: The tanner lectures on human values*. Oxpord: Brasenose College.
- Fukuyama, Francis. (2000). *The great disruption*. Terjemahan oleh Ruslani. Yogyakarta: Penerbit Qalam.
- Fukuyama, Francis. (2001). Social capital, civil society, and development. *Third World Quarterly*, 22, 7 – 20.
- Fukuyama, Francis. (1995). *Trust: the social virtues and the ceation of prosperity*. New York: Free Press.
- Galbraith, Michael W. (1995). *Community-based organizations and the delivery of lifelong learning opportunities*. Diakses tanggal 27 Mei 2015 dari <http://itari.in/categories/lifelonglearning>
- Goodlad, John I. (1984). *A place called school: Prospects for the future*. New York: McGraw-Hill.
- Grootaert, Christiaan & Bastelaer, Thierry van. (2002). *The role of social capital in development*. New York: Cambridge University Press.

- Hauberer, Julia. (2011). *Social capital theory: Toward a methodological foundation*. Heidelberg: VS Reseach.
- Hezleton, V. & Kennan, William. (2000). Social capital: reconceptualizing the bottom line. *Corporate Communication: An International Journal*, 5, 81-86.
- Kim, Philip H. & Aldrich, Howard E. (2005). *Social capital and entrepreneurship*. Hanover: Now Publishers Inc.
- Kramer, Eric. (2012). *101 successful networking strategy*. Boston: Course Technology, Cengage Learning
- Li, Zhihong & Lou, Fang. (2011). Research on the relationship among social capital, organization learning and knowledge transfer performance. *Journal of software*, 6, 1763-1770.
- Lodico, M. G., Spaulding, D.T., & Voegtle, K.H. (2010). *Methods in educational research: from theory to practice*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Meriam, Sharan B. & Cunningham, Phyllis M. (1989). *Handbook of adult education and continuing education*. San Francisco: Jossey-bass publishers.
- Miles, B. Matthew & Huberman, A. Michael. (2007). *Analisis data kualitatif*. Terjemahan oleh Tjetjep, Jakarta: UI-Press.
- Muijs, D., et al. (2011). *Collaboration and networking in education*. New York: Springer
- Neace, M.B., (1999). Wirausahawans in Emerging Economies: Creating Trust, Social Capital, and Civil Society. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, Vol. 565, Civil Society and Democratization (Sep., 1999), pp. 148-161.
- Osterle, et al. (2001). *The 8 strategy of networking development*. Diakses dari www.forbes.com
- Putnam, Robert.(1994). *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. New Jersey: Princeton University Press.
- Putnam, Robert. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of american community*. New York: Simon & Shuster Paperbacks.
- Singer, S., Amoros, J.E., & Moska, A.D. (2015). *Global Entrepreneurship Monitor 2014 Global Report*. London: Global Research Assosiation
- Spence, Luara J., Schmidpeter Rene, & Habich A. (2003). Assessing social capital: small size and medium sized entrepreneurship in Germany and The U.K.. *Journal of Business Ethics*, 47, 19-29.
- Wallis, Joe and Killerby, Paul. (2004). Social economics and social capital. *International Journal of Social Economics*, 31, 239-259.
- Weslund, H. & Bolton, R.. (2003). Lokal Social Capital and Entrepreneurship. *Small Business Economics*, Vol. 21, No. 2, Special Issue on Entrepreneurship, Firm Growth and Regional Development in the New Economic Geography (Sep., 2003), pp. 77-113
- Wichkramasinghe, V. & Weliwitigoda, P. (2011). Benefits gained from dimensions of social capital: a study of software developers in Sri Lanka. *Information Technology & People*, 24, 394-413.
- Wichkramasinghe, V. & Weliwitigoda, P. (2011). Benefits gained from dimensions of social capital: a study of software developers in Sri Lanka. *Information Technology & People*, 24, 394-413.