

Modal Sosial dalam Paguyuban Usaha Kecil dan Menengah (UMKM)

Siti Nuraini

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga
Email: nuraini.siti83@yahoo.com

Abstrak

Usaha kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang berpengaruh terhadap perekonomian karena sektor ini mampu bertahan ketika perekonomian sedang menurun. Sebagai salah satu usaha yang berbasis tenaga kerja dan sumber daya lokal, sektor usaha kecil dan menengah menjadikan hubungan antara pemilik dan tenaga kerja sebagai sebuah kerjasama dalam mewujudkan tujuan. Hubungan kepercayaan antar manusia tersebut merupakan modal sosial yang menjadikan usaha kecil dan menengah memiliki tujuan bersama. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran modal sosial pada paguyuban usaha kecil dan menengah sebagai salah satu bentuk pemberdayaan dalam menghadapi persaingan dan keberlanjutan usaha. Metode kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini melihat permasalahan dan solusi yang digunakan dalam kelompok paguyuban usaha kecil dan menengah dengan metode wawancara mendalam, survey kegiatan usaha dan fokus diskusi grup. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada paguyuban usaha kecil dan menengah 'Fokus' Kabupaten Pasuruan memiliki keterikatan dalam satu kelompok untuk menangani berbagai masalah yang dihadapi. Salah satu permasalahan yang mampu dipecahkan secara bersama karena adanya paguyuban 'Fokus' adalah modal usaha dalam memasuki pasar retail di Jawa Timur. Keuntungan lain dengan adanya paguyuban usaha kecil dan menengah ini adalah informasi dan pertukaran ilmu dalam inovasi, kreatifitas, administrasi dan pemasaran sehingga mampu meningkatkan daya saing produk dalam menghadapi pasar.

Kata Kunci : *UMKM, modal sosial, paguyuban, pemberdayaan*

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Jawa Timur menjadi salah satu penggerak pembangunan perkonomian Jawa Timur. Pada tahun 2015, Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Jawa Timur Rp 1.690 triliun, yang 20 persen diperoleh dari sektor koperasi dan UMKM (Disperindag, 2016). Peranan UMKM di dalam perekonomian sangat penting dalam menunjang tetap stabilnya perekonomian. Walaupun sektor UMKM memiliki kontribusi yang

besar bagi perekonomian yaitu mampu bertahan dalam kondisi perekonomian yang cukup sulit dan mengutamakan tenaga kerja lokal, permasalahan yang dihadapi UMKM juga cukup besar yaitu permodalan, akses pemasaran yang terbatas dan kurang tertibnya administrasi UMKM. Usaha pemerintah daerah untuk memajukan UMKM seringkali terkendala dengan minat UMKM tersebut untuk maju secara berkesinambungan. Usaha pemerintah yang tidak diimbangi dengan usaha

dari UMKM untuk maju dan berkembang akan sulit tercapai. Karena hal tersebut maka pada beberapa daerah terdapat sentra-sentra UMKM ataupun paguyuban (kelompok) UMKM.

Sentra UMKM ataupun paguyuban UMKM ini diharapkan membantu dalam memajukan usaha UMKM terutama dalam memasarkan produk. Kesamaan tujuan dan wilayah merupakan salah satu ciri terbentuknya modal sosial yang dapat membantu tumbuh dan berkembangnya UMKM. Hal tersebut merupakan modal sosial komunitas yang menempatkan wilayah bersama sebagai tempat tinggal, sedangkan kelompok adalah individu-individu yang tergabung karena kesamaan kepentingan atau identitas, dan lokalitas adalah seperangkat kedekatan yang hidup dalam komunitas (Yustika, 2012).

Modal sosial akan lebih mudah terwujud sebab telah menjadi bagian dari kehidupan pelaku usaha UMKM yang selalu melakukan hubungan sosial di antara mereka dan tidak membutuhkan berbagai persyaratan dalam mewujudkannya. Selain itu, modal sosial akan

melahirkan perilaku sosial seperti empati dan altruistik. Dengan terwujudnya perilaku moral ini, maka dapat diharapkan terjadi hubungan yang harmonis antara pelaku usaha dan lingkungan usahanya sehingga tercipta kinerja usaha yang baik bagi pelaku UMKM tersebut (Muhar dan Setiawan, 2015)

Modal sosial memiliki sumber kearifan lokal yang mengakomodasi kepentingan bersama, kebiasaan atau tradisi, lembaga pendidikan, ajaran agama, lembaga adat dan lain-lain yang terwujud dalam jaringan sosial, kepercayaan, kebersamaan, tanggung jawab sosial, dan partisipasi masyarakat yang mampu mewujudkan kemandirian, toleransi, perilaku kooperatif dan sikap partisipatif dalam komunitas. Sementara potensi modal sosial antara lain ada nilai dan norma yang berdasarkan kepercayaan (*trust*) untuk mengatur kepentingan bersama dalam sebuah kepemimpinan sosial, terdapat lembaga atau institusi yang berkontribusi dalam memberi layanan untuk kepentingan bersama, terdapat tokoh masyarakat yang terpercaya dan dipercaya warga komunitas untuk mewujudkan tujuan

bersama (Cahyono&Adhiatna, 2012; Abdullah, 2013; Ikawati&Nurohmat, 2014).

Penelitian ini akan membahas tentang bagaimana modal sosial memiliki peran dalam UMKM terutama dalam paguyuban UMKM. Peranan modal sosial dalam paguyuban ini akan memberikan kontribusi kepada masyarakat ataupun pemerintah daerah yang menaungi keberlanjutan UMKM agar mampu memberikan formula yang tepat dalam membina dan mengembangkan UMKM. Kajian tentang modal sosial telah banyak dilakukan tetapi bagaimana proses kepercayaan dalam modal sosial tersebut berperan dalam sebuah komunitas belum banyak dilakukan penelitian.

KAJIAN PUSTAKA

Konsep UMKM

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki pengertian yang berbeda-beda terutama dalam klasifikasi penggolongannya. Kementerian Koperasi dan UKM menggolongkan suatu usaha sebagai usaha kecil jika memiliki omset kurang dari Rp 1

milyar per tahun. Untuk usaha menengah batasannya adalah usaha yang memiliki omset antara Rp 1 sampai dengan Rp 50 milyar per tahun. Departemen Perindustrian dan Perdagangan menetapkan bahwa industri kecil dan menengah adalah industri yang memiliki nilai investasi sampai dengan Rp 5 milyar. Sementara itu usaha kecil di bidang perdagangan dan industri juga dikategorikan sebagai usaha yang memiliki aset tetap kurang dari Rp 200 juta dan omzet per tahun kurang dari Rp 1 milyar. Bank Indonesia (BI) menggolongkan usaha kecil dengan merujuk pada UU No 20 tahun 2008, sedangkan untuk usaha menengah BI menentukan sendiri kriteria aset tetapnya dengan besaran yang dibedakan antara industri manufaktur (Rp 200 juta s/d Rp 5 miliar) dan non manufaktur (Rp 200 – 60 juta). Badan Pusat Statistik (BPS) menggolongkan suatu usaha berdasarkan jumlah tenaga kerja. Usaha mikro adalah usaha yang memiliki pekerja 1-5 orang. Usaha kecil adalah usaha yang memiliki pekerja 6-19 orang. Usaha menengah memiliki pekerja 20-99 orang dan usaha besar memiliki

pekerja sekurang-kurangnya 100 orang.

Pengertian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang sering digunakan adalah menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Menurut UU No 20 tahun 2008 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang dimaksud dengan usaha mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha milik perorangan dengan kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 3000.000.000 (tiga ratus juta rupiah). Usaha kecil, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan

bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Sedangkan yang dimaksud dengan usaha menengah, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dengan memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta`rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Konsep Modal Sosial

Beberapa ahli telah mendefinisikan modal sosial dari sisi yang berbeda. Modal sosial merupakan hubungan yang tercipta berdasarkan norma-norma yang

membentuk kualitas dan kuantitas hubungan sosial dalam masyarakat yang berfungsi sebagai perekat dalam menciptakan kesatuan masyarakat. Sehingga modal sosial akan mewujudkan kemampuan masyarakat untuk bekerja sama, demi mencapai tujuan-tujuan bersama, di dalam berbagai kelompok dan organisasi sehingga menjadi satu kekuatan yang sangat penting bukan hanya bagi kehidupan ekonomi akan tetapi juga setiap aspek eksistensi sosial yang lain.

Modal sosial merupakan nilai-nilai atau norma-norma informal yang dimiliki bersama diantara para anggota suatu kelompok yang memungkinkan terjalinnya kerjasama diantara mereka sehingga memungkinkan efisiensi dan efektifnya koordinasi dan kerjasama untuk keuntungan dan tujuan bersama sehingga memungkinkan terjadinya keberlanjutan produktifitas. Sehingga modal sosial akan menjadi hubungan yang terjadi dan diikat oleh suatu kepercayaan (*trust*), saling pengertian (*mutual understanding*), dan nilai-nilai bersama (*shared value*) yang mengikat anggota kelompok untuk membuat kemungkinan aksi bersama

dapat dilakukan secara efisien dan efektif (Burt, 1992; Cox, 1995; Fukuyama, 1995; Coleman, 1999; Solow, 1999; Cohen&Prusak, 2001; Hasbullah, 2006; Supriono, 2008; dalam Cahyono&Adhiatma, 2012).

Tipologi dalam modal sosial yang merupakan wujud dari energi atau kekuatan yang dapat mengoptimalkan potensi modal lainnya. Tipologi modal sosial tersebut meliputi modal sosial sebagai perekat/pengikat, modal sosial sebagai jembatan dan modal sosial sebagai koneksi atau akses. Dalam pemberdayaan masyarakat modal sosial menjadi dasar terwujudnya modal manusia, modal lingkungan, dan modal financial.

Thobias, et.al (2013) menyatakan unsur dalam modal sosial unsur pokok yang pasti ada adalah *participation in a network* (partisipasi dalam jaringan), *reciprocity* (pertukaran hak), *trust* (percaya), *social norms* (norma sosial), *values* (nilai), dan *proactive action* (tindakan proaktif). Pengaruh modal sosial dalam memperkuat kinerja organisasi adalah mempengaruhi sukses pekerjaan/profesional, membantu pekerja menemukan pekerjaan dan

menciptakan portofolio pekerja yang lebih baik di organisasi, memfasilitasi pertukaran sumber daya antarunit, memotivasi pembaruan, penciptaan modal intelektual, dan efisiensi multifungsi tim/kelompok, mengurangi perubahan pekerjaan karyawan, memperkuat hubungan dengan pemasok, jaringan produksi regional dan pembelajaran organisasi (Yustika, 2012).

Aspek kepercayaan merupakan bagian penting dalam modal sosial, sehingga modal sosial dalam UMKM merupakan suatu bentuk kepercayaan berdasarkan norma-norma dalam masyarakat untuk mencapai tujuan yang efektif dan efisien sebagai dasar organisasi kelompok untuk mengembangkan produktifitas. Dengan pengembangan produktifitas ini akan mampu memfasilitasi pertukaran antar unit, memotivasi pembaharuan dan meningkatkan kesuksesan individu dan kelompok.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan etnometodologi. Penelitian kualitatif adalah realitas

sosial, memiliki arti dalam kebudayaan, lebih fokus pada proses interaksi dan kegiatan, kebenaran menjadi salah satu kunci utama, keadaan saat ini merupakan bukti eksplisit, penggabungan antara teori dan data, beberapa kasus dan subyektif, merupakan analisa tematik dan peneliti terlibat di dalamnya (Neuman, 2006). Sedangkan pendekatan etnometodologi memperlakukan realitas obyektif sebagai hasil yang interaktif dan diskursif. Deskripsi, cerita atau hasil laporan merupakan satu kesatuan yang membentuk dunia sosial. Pendekatan ini tidak hanya dilakukan untuk menggali informasi lewat wawancara mendalam namun lebih mengandalkan percakapan yang terjadi secara alami untuk menjelaskan bagaimana interaksi sehari-hari memproduksi tatanan sosial. Informasi dari pembicaraan informan tersebut bukan merupakan hasil yang dinilai akurat atau tidak tetapi lebih kepada penciptaan realitas tersebut (Denzin dan Lincoln, 2009).

Pengukuran modal sosial hampir tidak mungkin dilakukan karena tiga alasan. Pertama karena modal sosial bersifat multidimensi,

sehingga membutuhkan unit dan level analisis yang berbeda. Kedua, sifat dan bentuk modal sosial yang berubah sepanjang waktu sebagai wujud keseimbangan antara organisasi informal dan kelembagaan formal dan ketiga karena tidak ada survey dalam rentang waktu yang lama untuk mengukur modal sosial sehingga pengukuran variabel hanya berdasarkan indek yang diperkirakan. (Yustika, 2012)

Jenis dan Sumber Data

Sumber data diperoleh pada tahun 2014-2015. Data dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Data sekunder merupakan data yang telah diperoleh dari sumber kedua yang telah dipublikasikan, seperti dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan Badan Pusat Statistik. Sedangkan data primer merupakan data yang langsung diperoleh dari responden dan narasumber, dengan menggunakan beberapa teknik, yaitu: pengamatan, *in depth interview* (wawancara mendalam), dokumentasi, *Focus Group Discussion (FGD)*, dan observasi partisipatif.

Populasi dan Sampel

Penelitian ini menggunakan purposive sampel pada UMKM di Kabupaten Pasuruan dengan 20 sampel UMKM dengan pembagian 15 UMKM berada pada paguyuban UMKM sedangkan 5 UMKM bukan merupakan anggota paguyuban.

Indikator dan Parameter Modal Sosial

Parameter yang digunakan dalam penelitian ini sebagai pedoman awal dalam wawancara merupakan modifikasi dari Primadona (2012)

1. Partisipasi dilihat dari : kerelaan membangun jaringan kerjasama antar sesama, keterbukaan dalam melakukan hubungan atau jaringan sosial/kerja, keaktifan dalam penyelesaian konflik, keaktifan dalam memelihara dan mengembangkan hubungan atau jaringan sosial/kerja,
2. Kepercayaan (*trust*) dilihat dari : tingkat kepercayaan terhadap sesama, tingkat kepercayaan terhadap norma yang berlaku, tingkat kepercayaan terhadap ketua paguyuban dan pengurus lainnya, kepercayaan terhadap anggota dalam satu kelompok
3. Ketaatan terhadap norma, dilihat dari: tingkat ketaatan terhadap norma yang dianut, tingkat kepercayaan

terhadap norma yang berlaku, tingkat ketaatan terhadap aturan pemerintah.

4. Kepedulian terhadap sesama, dapat dilihat dari: kepedulian terhadap sesama anggota kelompok, kedekatan dengan orang yang diberi perhatian, sumber motivasi untuk memperhatikan dan membantu orang lain.

PEMBAHASAN

Jawa Timur merupakan salah satu provinsi yang memiliki UMKM terbesar dengan jumlah 6.825.931 dengan jumlah tenaga kerja 11.117.439 orang. Sebagai salah satu provinsi dengan perkembangan ekonomi yang cukup pesat sektor UMKM sangat menopang perekonomian di Jawa Timur. Pada tabel 4.1 dibawah ini adalah jumlah UMKM dan tenaga kerja di sektor UMKM untuk peringkat 10 besar kota/kabupaten di Jawa Timur pada tahun 2015.

Tabel 4.1. Jumlah UMKM dan Tenaga Kerja Jawa Timur tahun 2015

Kota/Kabupaten	Jumlah UMKM	Jumlah Tenaga Kerja
JEMBER	424,151	729,962
MALANG	414,516	826,375

BANYUWANGI	296,706	501,379
BOJONEGORO	281,967	471,481
SUMENEP	269,005	486,196
KOTA SURABAYA	260,762	466,779
BLITAR	255,622	406,719
LAMONGAN	252,734	421,825
KEDIRI	251,493	397,327
PASURUAN	248,802	403,965

Sumber : Dinas UMKM Provinsi Jawa Timur, 2016

Pada tabel 4.1 dapat dilihat bahwa Kabupaten Jember memiliki jumlah UMKM terbesar di Jawa Timur sedangkan Kabupaten Malang mempunyai jumlah tenaga kerja terbesar yang bekerja di sektor UMKM. Pada penelitian ini akan mengambil Kabupaten Pasuruan sebagai salah satu sampel dari UMKM yang akan diteliti. Penelitian ini mengambil responden 20 UMKM yang tersebar di Kabupaten Pasuruan dengan pembagian 5 UMKM yang bukan tergabung dalam paguyuban dan 15 UMKM yang tergabung dalam paguyuban. Kelompok paguyuban UMKM Kabupaten Pasuruan yang dijadikan penelitian adalah Paguyuban UMKM 'Fokus'. Pemisahan responden ini bertujuan untuk melihat hasil modal sosial antara UMKM yang bukan berada

pada paguyuban dan memiliki paguyuban. Untuk tetap menjaga kerahasiaan masing-masing responden yang diwawancarai secara terpisah, identitas UMKM hanya inisial dan nama panggilan dari pemilik. Tabel 4.2 merupakan daftar nama responden, jenis usaha dan keanggotaan UMKM

informasi dari dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Pasuruan sehingga difasilitasi untuk dibuat koordinator. Seiring berjalannya waktu, dengan inisiatif dari beberapa pemilik UMKM maka dibuatlah paguyuban UMKM. Pada awal berdiri paguyuban tersebut tidak berjalan dengan baik sehingga mengalami beberapa kali perombakan dan perpindahan anggota. Hingga akhirnya Paguyuban 'Fokus' merupakan hasil regenerasi dari paguyuban terdahulu yang belum mampu memiliki kesamaan tujuan dan kepercayaan. Perpecahan dalam kelompok seperti yang disampaikan oleh Bapak Agus (pemilik UMKM CTS) karena keinginan beberapa orang yang ingin jadi pemimpin di paguyuban dan tujuan yang berbeda antar anggota.

'Saya dulu merupakan pioner bersama pak nawa dan tiga orang lainnya, tetapi paguyuban ini lama-lama kegiatannya tidak jelas dan masing-masing malah membuat kelompok-kelompok kecil lagi dibawahnya, karena itulah akhirnya saya keluar dan berjalan sendiri. Tetapi untuk tali silaturahmi tetap terjaga, kita hampir seluruh

Awal mula terbentuknya paguyuban adalah luasnya wilayah Kabupaten Pasuruan yang tidak memungkinkan untuk menyebarkan

kabupaten kenal satu sama lain, tidak ada dendam hanya jalannya yang berbeda'

Tabel 4.2 Responden UMKM

Sumber : data primer, diolah

Modal sosial terbentuk salah satunya atas dasar kepercayaan, apabila tidak ada kepercayaan antar anggota maka keberlanjutan suatu organisasi akan berhenti karena tujuan tidak akan tercapai. Setelah terbentuk menjadi paguyuban yang memiliki kesamaan tujuan dan kepercayaan yang sama, paguyuban 'Fokus' berjalan cukup solid terutama dalam menerima anggota baru. Selama hampir lima tahun berdiri paguyuban ini mampu memiliki anggota hampir 50 UMKM di Kabupaten Pasuruan. Dengan banyaknya anggota paguyuban ini dipecah menjadi dua wilayah yaitu wilayah utara dan wilayah selatan untuk memudahkan koordinasi.

Partisipasi

Partisipasi merupakan salah satu indikator modal sosial dalam keaktifan dalam mengembangkan jaringan dan menyelesaikan konflik. Partisipasi dalam paguyuban 'Fokus'

dapat dilihat dari sisi anggota maupun ketua. Paguyuban ini memiliki pertemuan rutin dalam satu bulan dengan lokasi berkeliling antar satu anggota ke tempat anggota lain

NO	Nama UMKM	Pemilik	Jenis Usaha	Keanggotaan
1	INS	Nasir	Kerajinan Perak	Non Paguyuban
2	CTS	Agus	Keripik Buah	Non Paguyuban
3	MSY	Ismad	Yogurt	Non Paguyuban
4	WWW	Ratih	Jamu herbal	Non Paguyuban
5	RAB	Maryanto	Sepatu bordir	Non Paguyuban
6	HMS	Ali	Perhiasan	Non Paguyuban
7	GGM	Nawa	Kopi	Paguyuban
8	TOC	Sugeng	Catur	Paguyuban
9	SGR	Tamanu	Teh celup	Paguyuban
10	SLN	Dzakaria	Keripik kulit	Paguyuban
11	LSC	Ani	Kerajinan flanel	Paguyuban
12	DNB	Muniah	Sambal botol	Paguyuban
13	FAV	Indriati	Mete pedas	Paguyuban
14	ANC	Lasiana	Bros rajut	Paguyuban
15	HAN	Herlina	Keripik	Paguyuban
16	AIH	Sayuni	Jamu herbal	Paguyuban
17	VNC	Sri	Kerajinan flanel	Paguyuban
18	SOE	Titin	Olahan lele	Paguyuban
19	KTR	Kusno	Keripik pisang	Paguyuban
20	PAM	Ruth	Pia	Paguyuban

ataupun di showroom. Showroom ini merupakan salah satu tempat yang secara khusus disewa untuk menempatkan barang-barang hasil

produksi anggota paguyuban untuk dijual secara langsung ataupun dibawa pada saat pameran. Lokasi showroom ini terletak di jalan Raya Sukorejo sehingga akses kendaraan umum dan pribadi dapat terjangkau. Pada pertemuan rutin tersebut disampaikan informasi terbaru ataupun penyampaian permasalahan dari anggota. Partisipasi anggota dalam paguyuban adalah bersama-sama untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi anggota lain dan mengikuti pameran produk apabila dibutuhkan.

Ketua paguyuban memiliki peran yang cukup penting selain mengorganisir anggotanya juga harus mampu menjalin kerjasama dengan toko, retail ataupun pemerintah daerah dalam memasarkan produk anggotanya. Setiap pelaksanaan pameran seperti pameran produk-produk UMKM, paguyuban akan membawa semua produk dari anggota untuk dijual ataupun dipamerkan dengan sistem bergantian untuk anggota yang menjaga produk pada waktu pameran berlangsung. Sedangkan ketua paguyuban bertanggung jawab terhadap masing-masing produk. Hal tersebut seperti

yang disampaikan ibu Ruth (pemilik UMKM PAM)

‘Kita semua kalau pameran harus ikut, dalam arti barang produk UMKM kita harus ikut, kita memberi catatan pada pak nawa produk dan harganya nanti kalau laku uangnya tetap diserahkan ke kita. Untuk yang jaga stan biasanya gantian masing-masing anggota kalau pamerannya di dalam kota, kalau di luar kota biasanya siapa yang bersedia dan ada waktu luang’

Kepercayaan (Trust)

Kepercayaan merupakan bagian terpenting dalam modal sosial, karena atas dasar kepercayaan maka produktifitas kelompok akan tetap terjaga untuk tetap berjalan mencapai tujuan bersama. Pada paguyuban ‘Fokus’ kepercayaan telah terlihat pada saat wawancara dan diskusi bersama dengan anggotanya. Kepercayaan kepada ketua kelompok dapat terlihat dari anggota yang mau dipimpin oleh satu ketua paguyuban dan diorganisasi bersama dalam setiap kegiatannya. Anggota merasa aman dan tanpa merasa kuatir ketika dalam pameran ataupun penjualan secara langsung menyertakan produk

usahanya kepada ketua paguyuban. Indikator kepercayaan masing-masing anggota paguyuban pada saat menitipkan produk usaha pada saat pameran di luar kota bahkan sampai waktu satu bulan. Ketua paguyuban juga merupakan pemimpin yang dapat dipercaya sehingga anggota merasa lebih aman. Untuk kepercayaan lain yang ditunjukkan adalah kepercayaan atas penyelesaian masalah dalam kelompok sehingga menyampaikan permasalahan usaha antar anggota menjadi salah satu solusi ketika dibutuhkan.

Ketaatan terhadap Norma

Ketaatan terhadap norma merupakan salah satu parameter dalam modal sosial. Indikator ketaatan terhadap norma menggunakan tingkat ketaatan terhadap norma yang dianut, tingkat kepercayaan terhadap norma yang berlaku, tingkat ketaatan terhadap aturan pemerintah. Dalam penelitian ini norma yang digunakan adalah kejujuran, saling menghargai dan toleransi. Norma kejujuran dapat dilihat dari ketua paguyuban yang tidak mengurangi uang penjualan hasil penitipan produk usaha anggotanya ketika dititipkan selama

pameran hasil produk UMKM. Saling menghargai terlihat dari sikap masing-masing anggota yang lebih tua dan tidak membeda-bedakan antara anggota baru dan lama. Berbagai ilmu baru yang diperoleh di bagi antar sesama anggota demi kebaikan kelompok.

Selain itu ketaatan terhadap aturan pemerintah juga dilakukan oleh paguyuban 'Fokus', beberapa diantaranya adalah dengan saling membantu dalam pengurusan ijin Industri Rumah Tangga (P-IRT), sertifikasi halal, BPOM, SIUP dan pengurusan NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak). Beberapa pelatihan dan pendampingan yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan Dinas Koperasi dan UMKM juga diikuti oleh anggota paguyuban 'Fokus'.

Kepedulian Terhadap Sesama

Indikator modal sosial untuk kepedulian terhadap sesama adalah kepedulian terhadap sesama anggota kelompok, kedekatan dengan orang yang diberi perhatian, sumber motivasi untuk memperhatikan dan membantu orang lain. Dari semua indikator tersebut dapat dilihat pada anggota paguyuban 'Fokus'. Setiap

permasalahan yang terjadi selalu dipecahkan secara bersama-sama dan diusahakan bantuan sesama anggota. Ibu Indriati menceritakan sebagai berikut,

‘...beberapa produk kita diterima di salah satu retail terbesar di Indonesia, seperti mete pedas saya, kopi pak nawa dan kripik kulit ceker pak dzakaria. Kalau masuk ke retail seperti itu minimal yang kita kirim antara 1000-5000 pieces sedangkan uangnya baru kita terima tiga bulan kemudian, belum lagi syarat-syarat lain yang tentang kerusakan dan kadaluarsa. Awalnya pak dzakaria tidak mau karena perputaran uangnya lama dan bahan baku kulit ceker itu sulit, tapi akhirnya kami berembus bersama untuk menangani permasalahan pak dzakaria. Akhirnya salah satu anggota kami punya akses pada pedagang ayam yang sesuai dengan kualitas yang diminta, sehingga permasalahan terpecahkan.’

Permasalahan dari salah satu UMKM menjadi permasalahan bersama bagi anggota lain, sehingga keinginan untuk membantu sangat kuat. Bagi anggota paguyuban yang dibantu tetap akan membantu anggota

lain yang juga membutuhkan. Bentuk tolong-menolong ini dalam anggota non paguyuban tidak terlihat, bahkan UMKM non paguyuban juga tidak mengenal UMKM yang berada dalam satu wilayah. Kecenderungan UMKM yang tidak tergabung dalam paguyuban menyelesaikan permasalahan secara mandiri sehingga penyelesaian permasalahan terkadang berjalan lama.

Modal sosial sebagai bagian dari paguyuban UMKM ‘Fokus’ menjadi salah satu faktor untuk membentuk keberhasilan dan perkembangan UMKM tersebut. Berbagai permasalahan yang dihadapi oleh masing-masing UMKM dapat terselesaikan dalam paguyuban, sehingga paguyuban merupakan suatu perkumpulan bersama dalam menyusun visi, misi, penyelesaian masalah, perkembangan UMKM dan keberhasilan bersama. Modal sosial sangat diperlukan dalam membangun UMKM awal dan berkembang menjadi besar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Modal sosial dalam paguyuban merupakan salah satu faktor keberhasilan dan

perkembangan UMKM sehingga sebagai jembatan untuk menyelesaikan permasalahan dan membantu perkembangan UMKM. Indikator modal sosial diantaranya adalah partisipasi, kepercayaan, ketaatan terhadap norma dan kepedulian terhadap sesama. Dalam paguyuban 'Fokus' empat indikator modal sosial tersebut terlihat dalam keseharian dan interaksi antar sesama anggota paguyuban, sehingga keberadaan paguyuban sangat membantu dalam perkembangan UMKM.

Pendekatan modal sosial dalam mengembangkan UMKM dapat menjadi salah satu metode yang digunakan oleh pemangku kebijakan untuk mengembangkan embrio UMKM agar dapat berkembang dan menyesuaikan dengan perkembangan industri rumah tangga. Dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean dan masuknya produk-produk dari luar negeri dengan mudah, kebijakan yang berpihak pada industri kecil sangat diperlukan terutama sebagai salah satu bentuk proteksi bagi produk lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Neuman, William Lawrence. 2006. *Sosial Research Method*. Pearson Education. Inc. New York
- Denzim, Norman K & Lincoln, Yvonne S (Terj. Dariyatno). 2009. *Handbook of Qualitative Research*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta
- Yustika, Ahmad Erani. 2012. *Ekonomi Kelembagaan Paradigma, Teori dan Kebijakan*. Erlangga. Jakarta
- Muhar, Ani Murwani & Setiawan, Teguh. 2015. Peran Modal Sosial, Kereligion, dan Perilaku Moral dalam Membentuk Kinerja Usaha Mikro dan Kecil dengan Aspek Demografi Sebagai Variabel Pengendali. *Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis*. Vol. 2 No. 1 hal. 1-13
- Thobias, Erwin, Tunga, A.K, Rogahang, J.J. 2013. Pengaruh Modal Sosial Terhadap Perilaku Kewirausahaan (Suatu Studi pada Pelaku Usaha Mikro kecil Menengah di Kecamatan Kabaruan Kabupaten Kepulauan Talaud. *Journal Acta Diurna*. April



- Cahyono, Budhi dan Adhiatma, Ardian. 2012. Peran Modal Sosial dalam Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Petani Tembakau di Kabupaten Wonosobo. *Proceedings of Conference In Business, Accounting and management*. Vol. 1 No. 1 Desember
- Primadona. 2012. Penguatan Modal Sosial untuk Pemberdayaan Masyarakat dalam Pembangunan Pedesaan (Kelompok Tani Kecamatan Rambatan). *Jurnal Polibisnis*. Vol. 4 No 1 April
- Ekawati, Sulistya dan Nurrochmat, Dodik Ridho. 2014. Hubungan Modal Sosial dengan Pemanfaatan Kelestarian Hutan Lindung. *Jurnal Analisis Kebijakan Kehutanan*. Vol. 11 No. 1 April
- Abdullah, Suparman. 2013. Potensi dan Kekuatan Modal Sosial dalam Suatu Komunitas. *Jurnal Socius*. Vol. 12 Januari