

**Peran Modal Sosial pada Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat  
(Studi pada Usaha Daur Ulang di Desa Kedungwonokerto,  
Kecamatan Prambon, Sidoarjo)**

**Meri Nurami**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, Malang, Jawa Timur, Indonesia  
Email: mymerie@gmail.com

**ABSTRAK**

*Program pemberdayaan masyarakat telah banyak digulirkan pemerintah semenjak orde baru berkuasa hingga era reformasi sekarang ini. Namun hasil dari program-program tersebut kurang dirasakan oleh masyarakat secara menyeluruh dan kurang menyentuh pada setiap elemen masyarakat Indonesia. Karena program-program yang dilakukan cenderung seragam dan kurang melihat potensi setiap wilayah dan masyarakat Indonesia yang begitu beragam. Untuk itulah diperlukan formulasi ulang untuk merancang program-program pemberdayaan yang lebih mengedepankan kekayaan yang dimiliki oleh setiap wilayah dan juga dapat memperhatikan karakteristik masyarakatnya. Salah satunya langkah untuk mewujudkannya adalah mengubah strategi perencanaan program pemberdayaan yang sebelumnya melalui top down planning menjadi bottom up planning yang lebih diprakarsai oleh masyarakat. Dalam proses bottom up planning lebih memperhatikan aspek kekayaan alam modal manusia atau masyarakatnya juga memiliki pengaruh yang sangat besar. Modal sosial merupakan wujud modal manusia yang paling menonjol untuk dapat dimanfaatkan dan dikembangkan dalam pelaksanaan program-program pemberdayaan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran modal sosial (kepercayaan, jaringan, dan norma) pada pemberdayaan ekonomi masyarakat di Desa Kedungwonokerto dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Adapun komponen yang akan dideskripsikan dalam penelitian ini mengenai peran modal sosial dalam bentuk kepercayaan, jaringan, dan norma pada usaha daur ulang di Desa Kedungwonokerto, Kec. Prambon, Kab. Sidoarjo.*

*Kata kunci: Modal Sosial, Kepercayaan, Jaringan, Norma, Pemberdayaan*

---

**A. PENDAHULUAN**

Orientasi pembangunan Indonesia selama ini lebih mengarah pada pencapaian tingkat pertumbuhan ekonomi yang tinggi. Model pertumbuhan seperti ini cenderung menitikberatkan kutub-kutub pertumbuhan yang terkonsentrasi pada wilayah perkotaan dan difungsikan sebagai growth pole dalam pembangunan daerah. Sedangkan pertumbuhan pada daerah lain diharapkan akan ditularkan melalui efek menetes ke bawah (*trickle down effect*). Apabila *trickle down effect* tidak tercapai, maka akan terjadi ketimpangan daerah dan distribusi pendapatan yang tidak merata yang artinya angka kemiskinan sulit untuk ditekan.

Usaha untuk menanggulangi ketimpangan daerah dan kemiskinan telah banyak digulirkan dan lebih banyak mengacu pada usaha memberdayakan masyarakat. Menurut Christenson & Robinson (1989) pemberdayaan masyarakat adalah proses pembangunan di mana masyarakat berinisiatif untuk memulai proses kegiatan sosial untuk memperbaiki situasi dan kondisi diri sendiri. (Christenson & Robinson: 1989). Hal yang sama juga diartikan oleh Fahrudin untuk pemberdayaan masyarakat, yaitu mengembangkan kondisi dan situasi sedemikian rupa sehingga masyarakat memiliki daya dan kesempatan untuk mengembangkan kehidupannya.

Perencanaan program pemberdayaan masyarakat terbagi atas dua cara yaitu *top down planning* dan *bottom up planning*. Dalam *top down planning*, perencanaannya bersifat teknokratik, yaitu perencanaan dibuat secara terpusat oleh para perencana profesional yang merupakan aparat pemerintah. Sedangkan dalam *bottom up planning* identifikasi masalah dan kebutuhan yang berasal dari bawah (masyarakat) diakomodasi oleh pemerintah baik daerah maupun pusat, dalam hal ini dinas-dinas terkait, untuk dimasukkan dalam mata program dalam perencanaan

pembangunan. Program-program yang pernah dan masih dijalankan oleh pemerintah tersaji dalam tabel 1.

Tabel 1: **Program Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat**

Nama Program	Tahun	Sasaran
IDT	TA 1993/1994 s.d TA 1997/1998	Desa Tertinggal
P3DT	TA 1994/1995	Penyempurnaan IDT
PPK	1998/1999	Kecamatan
P2KP	1999/2000	Perkotaan
PARUL	1999/2000	Desa-Kota Terpadu
PSEM	1999/2000	Mendorong Ekonomi dan Desentralisasi
PDMDKE	1999/2000	Penanggulangan Dampak Krisis
PNPM Mandiri	2007/2014	Penanggulangan Kemiskinan

Sumber: Dari berbagai sumber, data diolah

Di dalam tabel di atas, program pemberdayaan dari tahun 1993 hingga tahun 2000 dilakukan secara *top down planning*. Program pemberdayaan ini dari tahun ke tahun mengalami perubahan struktural, namun masih belum mampu menanggulangi kemiskinan secara sistematis. Program-program tersebut kurang memberikan dampak kemandirian bagi penguatan kapasitas masyarakat lokal untuk membangun kemandirian karena lebih menonjol prakarsa dari pemerintah dan kurang mendukung pengembangan partisipasi masyarakat. Salah satu kegagalan program tersebut menurut Hikmat (2010) sistem sosial budaya yang telah ada dan beragam di Indonesia sebagai potensi dalam pembangunan masyarakat cenderung diabaikan dan dilupakan dalam proses *top down planning* dengan menggunakan pola penyeragaman strategi pembangunan masyarakat.

Pemerintah mulai melakukan perencanaan program secara *bottom up planning* di tahun 2007 dengan program unggulannya PNPM Mandiri. Usaha pemberdayaan mulai diarahkan untuk lebih memanfaatkan kekayaan lokal dan melibatkan unsur masyarakat dalam setiap prosesnya. Meskipun program ini lebih dirasakan keberhasilannya dibandingkan dengan program-program terdahulu, namun program yang masih bergulir hingga saat ini dan diproyeksikan akan selesai hingga tahun 2014 belum teruji untuk keberlanjutan usaha apabila bantuan dan fasilitasi dihentikan.

Soetomo (2011) menyatakan proses pemberdayaan sudah seharusnya menghasilkan praktik sosial yang baru yang menjadi rutinitas baru dan terpola serta terlembagakan, dengan demikian telah menghasilkan institusi baru dalam pengertian *institution*. Proses institusionalisasi dilakukan melalui proses belajar sosial yang membutuhkan modal sosial didalamnya. Bahkan menurut Inayah (2012) kehadiran negara melalui sistem pemerintahan yang baik dapat mendorong menguatnya modal sosial yang mendukung berkembangnya kepercayaan, nilai-nilai, dan norma yang baik dengan menciptakan situasi yang kondusif dalam mempererat jaring-jaring sosial di dalam masyarakat dan merangsang tumbuhnya sikap proaktif masyarakat dalam pembangunan. Sehingga ada hubungan timbal balik antara upaya pemberdayaan dengan modal sosial.

Identifikasi modal sosial yang telah dimiliki oleh masyarakat dipandang perlu dilakukan sebagai penentuan langkah awal program pemberdayaan yang tepat. Perencanaan program pemberdayaan yang tepat dengan kebutuhan dan potensi masyarakat akan semakin efektif dan efisien. Selain itu program dan diharapkan memperkaya modal sosial masyarakat. Program pemberdayaan sudah seharusnya melembagakan dan memperkaya modal sosial yang telah ada, dan bukan sebaliknya. Dalam penelitian ini akan difokuskan kepada modal sosial yang dikemukakan oleh Coleman. Tiga bentuk modal sosial yang disebutkan Coleman meliputi (1) struktur kewajiban, ekspektasi, dan kepercayaan; (2) jaringan informasi; (3) norma dan sanksi yang efektif (Coleman: 1988, dalam Yustika: 2010).

Dengan semakin gencarnya isu pemanasan global sudah sepatutnya usaha-usaha untuk penyelamatan alam terus digalakkan. Salah satu usaha yang dapat dikembangkan antara lain usaha yang ramah lingkungan dan usaha daur ulang. Ditunjang oleh meningkatnya kesadaran masyarakat mengenai pelestarian lingkungan, usaha daur ulang merupakan konsep strategis untuk lebih ditingkatkan. Dari sisi lingkungan, usaha daur ulang akan menambah umur kegunaan sampah dan mengurangi tingkat polusi yang ditimbulkannya. Sedangkan dari sisi ekonomis, dengan pengolahan yang tepat ditambah dengan kreativitas tentu saja akan menciptakan nilai tambah bagi sampah yang sebelumnya tidak bernilai.

Obyek penelitian ini adalah usaha daur ulang yang terletak di Desa Kedungwonokerto. Usaha Daur ulang yang sedang dikerjakan masyarakat Desa Kedungwonokerto adalah pengolahan sampah kardus bekas. Sampah kardus diolah menjadi barang bernilai ekonomis seperti box sepatu, *lanyer* air minum kemasan, partisi produk kimia, dan sebagainya. Dengan pengelolaan yang baik dan benar usaha tersebut meningkatkan potensi ekonomi masyarakat yang menyerap tenaga kerja sekaligus membuka peluang usaha baru.

## B. KAJIAN PUSTAKA

Perencanaan program pemberdayaan yang tepat memerlukan pemetaan potensi masyarakat di masing-masing wilayah serta memperhatikan kondisi sosial yang dimiliki masyarakat. Program pemberdayaan ditujukan untuk lebih mengembangkan potensi masyarakat sekaligus memfasilitasi pelebagaan modal sosial sebagai modal yang melekat pada struktur masyarakat.

### Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat

Istilah pemberdayaan merupakan terjemahan dari bahasa Inggris yaitu *empowerment*. Secara harfiah, *empowerment* berarti pemberian kekuasaan atau kekuatan. Ife (1995) dalam Fahrudin mengatakan pemberdayaan bertujuan memberikan kekuatan atau kekuasaan kepada orang-orang yang tidak beruntung. Sedangkan Swift dan Levin (1987) cenderung mengartikan empowerment sebagai pengalokasian ulang mengenai kekuasaan. Inti dari kedua pengertian tersebut adalah adanya pendelegasian kekuasaan pada proses pemberdayaan.

Steward (1994) dalam Fahrudin, mengemukakan bahwa pemberdayaan merupakan pelimpahan proses pengambilan keputusan dan tanggung jawab secara penuh. Proses pelimpahan keputusan bukan berarti pelepasan pengendalian tetapi lebih mengarah pada penyerahan pengendalian yang didukung oleh pemanfaatan kecakapan dan pengetahuan masyarakat seoptimal mungkin untuk kepentingan masyarakat itu sendiri.

Menurut Priyono dan Pranaka (1996) proses pemberdayaan mengandung dua kecenderungan. Pertama, proses pemberdayaan dengan kecenderungan primer, yang menekankan pada proses memberikan kekuasaan, kekuatan, dan kemampuan kepada masyarakat agar individu yang bersangkutan lebih berdaya. Proses ini dilengkapi dengan upaya membangun aset material untuk mendukung pembangunan kemandirian mereka melalui organisasi. Kedua, proses pemberdayaan dengan kecenderungan sekunder, yang menekankan pada proses menstimulasi, mendorong, atau memotivasi agar individu mempunyai kemampuan atau keberdayaan untuk menentukan apa yang menjadi pilihan hidupnya melalui proses dialog. Seringkali kecenderungan primer terwujud melalui kecenderungan sekunder terlebih dahulu.

Fahrudin menyimpulkan proses pemberdayaan merupakan wujud perubahan sosial yang menyangkut relasi antara lapisan sosial, sehingga kemampuan individu "senasib" untuk saling berkumpul dalam suatu kelompok cenderung dinilai sebagai bentuk pemberdayaan yang paling efektif. Dan proses pemberdayaan merupakan pematahan pola relasi antara subyek (penguasa) dan obyek (yang dikuasai), dimana adanya pengakuan subyek akan kemampuan yang dimiliki obyek. Dengan demikian obyek dapat meningkatkan kualitas hidupnya dengan menggunakan daya yang ada padanya dibantu dengan daya yang dimiliki subyek. Hasil akhir proses pemberdayaan adalah beralihnya fungsi individu atau kelompok yang semula sebagai obyek menjadi subyek baru. Sehingga proses pemberdayaan selanjutnya menurut Priyono dan Pranaka (1996) berubah dari pola relasi lama subyek-obyek menjadi pola relasi yang baru yaitu subyek-subyek.

Pemberdayaan masyarakat adalah proses pembangunan di mana masyarakat berinisiatif untuk memulai proses kegiatan sosial untuk memperbaiki situasi dan kondisi diri sendiri (Christenson&Robinson: 1989). Hal yang sama juga diartikan oleh Fahrudin untuk pemberdayaan masyarakat, yaitu mengembangkan kondisi dan situasi sedemikian rupa sehingga masyarakat memiliki daya dan kesempatan untuk mengembangkan kehidupannya. Friedman (1992)

menyebutkan pemberdayaan harus dimulai dari pemberdayaan rumah tangga meliputi aspek sosial, politik, dan psikologis. Pemberdayaan sosial adalah bagaimana rumah tangga lemah memperoleh akses informasi, akses pengetahuan dan ketrampilan, akses untuk berpartisipasi dalam organisasi sosial, dan akses ke sumber-sumber keuangan. Pemberdayaan politik adalah usaha bagaimana rumah tangga yang lemah memiliki akses dalam proses pengambilan keputusan publik yang mempengaruhi masa depan mereka. Dan pemberdayaan psikologis adalah usaha bagaimana membangun kepercayaan diri rumah tangga yang lemah (Friedman: 1992, dalam Hutomo: 2000).

Moebiyarto (1985) menjelaskan bahwa pemberdayaan masyarakat mengacu pada kemampuan masyarakat untuk mendapatkan dan memanfaatkan akses dan kontrol atas sumber hidup yang penting (Moebiyarto: 1985, dalam Fahrudin). Selanjutnya, Fahrudin menjabarkan ciri-ciri masyarakat yang berdaya antara lain:

1. mampu memahami diri dan potensinya,
2. mampu merencanakan (mengantisipasi perubahan ke depan), dan mengarahkan dirinya sendiri,
3. memiliki kekuatan berunding, bekerja sama secara saling menguntungkan dengan bargaining power yang memadai, dan
4. bertanggung jawab atas tindakannya sendiri.

### **Modal Sosial**

Dalam ilmu ekonomi, modal (capital) dalam bentuk modal ekonomi maupun finansial (financial capital) lebih sering diperbincangkan karena relatif lebih mudah dipahami oleh orang awam sekalipun. Modal finansial lebih mudah diukur bahkan lebih sering digunakan dalam aktivitas sehari-hari manusia terutama dalam bentuk uang. Suharto menyatakan bahwa uang dapat dihitung secara kualitatif dan absolut, karena jumlah uang yang dibelanjakan dapat diidentifikasi sesuai jumlah barang yang dibelinya.

Cohen&Prusak (2001) dalam Siregar (2011) menuliskan konsep awal modal sosial ditulis oleh Hanifan di tahun 1916, saat dia membicarakan tentang pusat komunitas yang terkait dengan sekolah di wilayah pedesaan. Hanifan menggunakan istilah modal sosial untuk membicarakan faktor substansi dalam kehidupan masyarakat yang antara lain berupa niat baik (*good will*), rasa simpati, perasaan persahabatan, dan hubungan sosial yang membentuk sebuah unit sosial.

Sedangkan dari sudut pandang ekonom, konsep modal sosial yang tertera dalam literatur yang ditulis oleh Yustika (2010) dikenalkan oleh Pierre Bourdieu pada akhir tahun 1970an dalam judul tulisannya '*Le Capital Social: Notes Provisoires*' yang mendefinisikan modal sosial sebagai agregat sumber daya aktual ataupun potensial yang diikat untuk mewujudkan jaringan yang awet ( *durable*) sehingga melembagakan hubungan persahabatan (*acquittance*) yang saling menguntungkan. Namun publikasi Bourdieu ini kurang mendapat perhatian karena ditulis dalam bahasa Perancis. Konsep modal Sosial baru dikenal luas ketika James L. Coleman menulisnya dalam jurnal *American Journal of Sociology* yang berjudul '*Social Capital in the Creation of Human Capital*' di tahun 1988.

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.

Namun yang patut diperhatikan adalah pengakuan atas modal sosial yang mulai dirasa penting hadir disamping dengan modal finansial (*financial capital*), maupun modal manusia (*human capital*). Siregar (2011) menyebutkan bahwa modal sosial ini merupakan salah satu bagian dari modal manusia disamping modal-modal lainnya seperti kompetensi, motivasi, sikap kerja, dan budaya/etos kerja.

Baker (2000), dalam Yustika (2010) mendefinisikan modal sosial sebagai sumber daya yang diraih oleh pelakunya melalui struktur sosial yang spesifik, kemudian digunakan untuk memburu kepentingannya, dimana modal sosial tersebut diciptakan lewat perubahan-perubahan dalam hubungan antarpelakunya. Sedangkan Schiff (1999), Dalam Yustika (2010) mengartikan modal sosial sebagai seperangkat elemen struktur sosial yang mempengaruhi relasi antarmanusia dan sekaligus sebagai input atau argumen bagi fungsi produksi dan manfaat (*utility*). Dan Burt (1997a), dalam Yustika (2010) memaknai modal sosial sebagai teman, kolega dan lebih umum kontak lewat siapa pun yang membuka peluang bagi pemanfaatan modal ekonomi dan manusia. Uphoff

(1999), dalam Yustika (2010) menyatakan bahwa modal sosial dapat ditentukan sebagai akumulasi beragam tipe dari aspek sosial, psikologi, budaya, kelembagaan, dan aset yang tidak terlihat (*intangible*) yang mempengaruhi perilaku kerjasama. Dan, Putnam (1995) mengartikan modal sosial sebagai gambaran organisasi sosial, seperti jaringan norma dan kepercayaan sosial yang memfasilitasi koordinasi dan kerja sama yang saling menguntungkan (Yustika: 2010). Fukuyama mendefinisikan bahwa modal sosial (*social capital*) sebagai norma informal yang dapat mendorong kerjasama antar anggota masyarakat (Fukuyama: 1995, dalam Siregar: 2011).

Secara umum modal sosial adalah merupakan hubungan-hubungan yang tercipta dan norma-norma yang membentuk kualitas dan kuantitas hubungan sosial dalam masyarakat dalam spektrum yang luas, yaitu sebagai perekat sosial (*social glue*) yang menjaga kesatuan anggota masyarakat (bangsa) secara bersama-sama (Supriono, Flassy & Rais). Hal senada juga diungkapkan Arsyad, dkk. (2011) yang menyatakan bahwa modal sosial juga merupakan sebuah fenomena yang tumbuh dari bawah (*bottom-up phenomenon*), yang berasal dari sekumpulan individu yang membentuk pola jalinan sosial (*social network*) yang didasarkan atas prinsip saling mempercayai (*trust*), resiprositas sosial, norma dalam berperilaku, serta aksi kolektif.

Dari banyaknya perbedaan batasan antar ahli tentang modal sosial, Syahyuti (2008) melihat beberapa ahli lebih menekankan pada pentingnya *trust*, sebagian lagi *social network* dan *behavioral norms* dalam modal sosial. Pengertian *trust* secara sederhana adalah “*willingness to take a risk*”, yaitu, interaksi-interaksi yang didasari perasaan yakin (*sense of confidence*), bahwa orang lain akan memberikan respon sebagaimana diharapkan dan akan saling mendukung, atau setidaknya orang lain tak akan bermaksud menyakiti. Sehingga menimbulkan rasa aman (*perceived safety*) ketika berinteraksi dengan orang lain. Selain itu, Syahyuti juga menyatakan bahwa untuk mengembangkan modal sosial kata kuncinya adalah “waktu” (Syahyuti: 2008). Semakin lama seseorang terlibat dalam interaksi, maka modal sosial yang akan dimilikinya akan ikut meningkat.

Sedangkan Tonkiss (dalam Syahyuti: 2008) mengingatkan bahwa modal sosial barulah bernilai ekonomis kalau dapat membantu individu atau kelompok, misalnya untuk mengakses sumber-sumber keuangan, mendapatkan informasi, menemukan pekerjaan, merintis usaha, dan meminimalkan biaya transaksi.

Penelitian yang dilakukan penulis sebenarnya tidak jauh berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya yaitu 1) Inayah (2012) meneliti peran modal sosial dalam pembangunan meliputi aspek kejujuran, kepercayaan, terbuka, memiliki tingkat empati yang tinggi dan nilai-nilai etis; 2) Padang Rihim Siregar (2011) meneliti modal sosial para pedagang kaki lima etnis Jawa di daerah Nagoya Kota Batam melalui aspek struktural, relasional, dan kognitif; 3) Badaruddin (2006) meneliti pemanfaatan modal sosial dalam upaya peningkatan kesejahteraan keluarga dan komunitas petani karet di Kecamatan Rao, Pasaman, Sumatera Barat melalui aspek membangun modal sosial; 4) Syahyuti (2008) meneliti peran modal sosial (*social capital*) dalam perdagangan hasil pertanian melalui aspek relasional; 5) Slamet Santoso (2007) meneliti peran modal sosial terhadap perkembangan pedagang kaki lima di Ponorogo melalui aspek pemberian informasi dan bantuan; 6) Ni Nyoman Yuliarni (2011) meneliti peran modal sosial dalam pemberdayaan industri kerajinan di Provinsi Bali meliputi aspek norma, kepercayaan, jaringan, maupun ekspektasi.

Posisi penelitian penulis disini adalah jika penelitian sebelumnya mengidentifikasi potensi industri kecil melalui aspek kejujuran, kepercayaan, terbuka, memiliki tingkat empati yang tinggi dan nilai-nilai etis, struktural, relasional, kognitif, dan ekspektasi, maka penelitian ini hanya difokuskan pada peran modal sosial pada pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui aspek kepercayaan, jaringan dan norma.

### C. METODE PENELITIAN

Metode penelitian memberikan panduan berpikir dalam penelitian, sehingga penelitian berjalan efektif dan sistematis. Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian kualitatif dan menggunakan pendekatan fenomenologi dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang berusaha memahami fenomena tentang apa yang dialami subyek penelitian secara holistik dan deskripsi dalam bentuk kata-kata serta bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong: 2012).

Pendekatan fenomenologis berusaha memahami subyek dari segi pandangan mereka sendiri, karena peneliti dalam pendekatan fenomenologi berusaha memahami arti peristiwa dan kaitan-kaitannya terhadap orang-orang yang berada dalam situasi-situasi tertentu (Moleong: 2012). Sedangkan penelitian deskriptif berarti melakukan penelitian secara menyeluruh terhadap sesuatu yang ada dalam latar penelitian (Moleong: 2012).

Metode dan pendekatan ini dirasa sangat sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti karena pada penelitian ini yang diteliti ialah merupakan sebuah keadaan atau realitas, fenomena yang terjadi. Pendekatan ini dipilih karena penelitian kualitatif mencari daya penjabaran proses sesuai dengan rumusan masalah yang dipilih peneliti dan bukan untuk mengukur besaran modal sosial yang ada. Dengan menggunakan pendekatan fenomenologi maka diharapkan juga dapat membantu peneliti dalam melakukan penelitian lebih mendalam mengenai peran modal sosial (kepercayaan, jaringan, dan norma) pada pemberdayaan ekonomi masyarakat di Desa Kedungwonokerto.

Untuk penelitian kualitatif deskriptif ini terdapat unit analisis dan informan sebagai sumber informasi penelitian. Unit analisis disini peran modal sosial (kepercayaan, jaringan, dan norma) pada pemberdayaan ekonomi masyarakat di Desa Kedungwonokerto. Sedangkan informannya terdiri dari pihak penyedia bahan baku, produsen daur ulang, dan konsumen produk daur ulang.

Selanjutnya hal terpenting dalam suatu penelitian adalah keberadaan data dan ketersediaan sumber data, karena data atau informasi ini nantinya dapat dipergunakan untuk menjawab permasalahan penelitian. Sumber data yang paling penting dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, sedangkan yang lainnya merupakan data tambahan seperti dokumen. Selanjutnya, data-data yang terdapat di lapangan atau tempat penelitian dikumpulkan dengan menggunakan teknik tertentu. Teknik pengumpulan data disini memberikan penjelasan bagaimana cara yang dilakukan dalam mengumpulkan data, apakah dengan wawancara mendalam, observasi, dan atau dokumentasi.

Setelah semua data maupun informasi diperoleh, tahap selanjutnya adalah peneliti melakukan analisis data. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Bogdan, dalam Sugiyono: 2011).

Dengan menggunakan penelitian kualitatif, data-data yang telah didapat kemudian diklarifikasikan ke dalam tabel-tabel. Untuk kemudian dianalisa menggunakan proses penalaran secara alamiah, penuturan, penafsiran, perbandingan dan kemudian penggambaran fenomena-fenomena yang terjadi secara apa adanya, guna dapat mengambil kesimpulan dan memberikan saran-saran dengan cara menguraikan dengan kata-kata.

Dalam menganalisa data dalam penelitian ini, peneliti melalui beberapa proses yaitu proses reading dan coding, data reduction, data displaying dan interpreting. Data-data yang telah didapatkan dalam penelitian tentunya memerlukan pengujian agar data yang didapat tersebut reliable (handal), kredibel dan teruji validitasnya. Hal ini diperlukan karena data yang tidak reliable dan kredible akan menyebabkan hasil yang diperoleh menjadi bias. Dalam penelitian ini data diuji kredibilitasnya dengan menggunakan triangulasi data, atau pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu.

#### **D. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dari lapangan menunjukkan bahwa usaha daur ulang kardus bekas di Desa Kedungwonokerto ini mulai berkembang dari tahun 2000 an. Namun, hubungan kerjasama antar sesama pelaku usaha daur ulang masih terbatas baik dalam hal penyediaan bahan baku, proses produksi maupun pemasaran. Selain itu, kurangnya keterlibatan pemerintah dalam menunjang usaha pemberdayaan masyarakat kurang yang sedang naik daun di Desa Kedungwonokerto ini menjadi salah satu penghambat dalam pengembangan usaha daur ulang ini.

Usaha daur ulang kardus bekas pada umumnya memperoleh bahan baku yang berasal dari sampah pabrik kardus, usaha retail, pengepul kardus bekas dan juga sesama pengusaha daur ulang. Kardus bekas yang berasal dari pabrik karton/kardus merupakan sampah pabrik yang dapat berupa

lembaran, gelondongan dan serpihan kardus yang dijual per kilo dengan harga sampah. Sedangkan dari pabrik lain, usaha ritel dan pengepul bahan kardus berupa kardus bekas dijual per sheet atau lembaran. Membeli bahan dengan harga kiloan lebih murah karena harga satu meter bahan lebih mahal daripada satu kilo bahan. Selain itu, satu meter bahan hanya setara dengan 0,8 kilogram bahan, dengan demikian harga 1 kilo bahan jauh lebih murah daripada 1 meter bahan.

Tahap produksi pengolahan kardus bekas dimulai dengan menyortir bahan baku sesuai kebutuhan. Kardus yang berupa gelondongan harus dikuliti untuk mendapatkan lembaran kardus. Dan untuk kardus yang berupa lembaran disortir baik-jeleknya bahan. Bahan yang baik kemudian dicetak sesuai pola-pola yang diinginkan dengan menggunakan mesin pemotong. Sedangkan bahan yang jelek akan dikumpulkan untuk dijual kembali menjadi sampah bersama serpihan kardus sisa produksi. Sampah yang telah di kumpulkan atau di 'bal' istilah yang lazim digunakan dalam bisnis ini, akan dijual kepada pengepul. Oleh pengepul, sampah-sampah tersebut selanjutnya akan dihual kembali kepada Pabrik Kertas Indonesia (Pakerin). Sampah tersebut akan menjadi salah satu bahan baku pabrik kertas untuk dijadikan bubur kertas. Untuk bahan yang dalam kondisi baik, akan dipotong menurut pola dengan menggunakan mesin pemotong kardus.

### **Penyerapan Tenaga Kerja**

Usaha daur ulang kardus bekas di Desa Kedungwonokerto pada umumnya lebih cenderung termasuk dalam kategori usaha rumahan atau home industry, karena tempat usaha yang digunakan untuk memulai usaha biasanya tak jauh dari rumah. Bahkan, cenderung menyatu dengan rumah pemilik usaha, seperti di halaman depan, samping, ataupun belakang rumah. Usaha ini juga mempekerjakan karyawan yang sedikitnya enam orang hingga tiga puluhan orang.

Mengacu pada pengklasifikasian yang dilakukan oleh BPS (1999) yaitu: (1) industri rumah tangga dengan pekerja 1-4 orang; (2) industri kecil dengan pekerja 5-19 orang; (3) industri menengah dengan pekerja 20-99 orang; (4) industri besar dengan pekerja 100 orang atau lebih. Berdasarkan pengklasifikasian tersebut, maka usaha daur ulang yang ada di Desa Kedungwonokerto ini tergolong pada industri kecil dan industri menengah.

Jenis pekerja dibedakan menjadi tiga: pekerja borongan; pekerja harian; dan pekerja tetap. Pekerja Borongan biasanya mengerjakan bagian pemotongan, pengeleman, dan sebagainya yang lebih didominasi oleh pekerja wanita. Sedangkan pekerjaan harian dan tetap melaksanakan pekerjaan operasional lainnya seperti pengiriman dan lebih umum menggunakan tenaga kerja pria. karyawan yang dipekerjakan lebih banyak direkrut dari lingkungan sekitar atau para tetangga. Dengan demikian, secara tidak langsung berkembangnya usaha daur ulang ini turut memberdayakan masyarakat Desa Kedungwonokerto.

### **Potensi Ekonomi**

Industri rumahan daur ulang kardus bekas di Desa Kedungwonokerto yang terus bermunculan seperti memiliki magnet yang mampu menjadi daya tarik bagi warga sekitar untuk menjalankan usaha serupa. Salah satu daya tarik yang menggerakkan naiknya diagram perkembangan usaha ini tidak lain dari keuntungan yang dapat diraih.

Berdasarkan informasi yang di dapat, beberapa pengusaha memulai dengan modal finansial belasan juta saja untuk mendapatkan aset pokok dan akses usaha. Kemudian usahanya terus berkembang dan dapat meraup keuntungan besar yang dapat dilihat dari kenaikan aset yang mereka miliki hingga sekarang. Dan sebagian dari pengusaha telah menyadari pentingnya legalitas usaha mereka dengan mengurus surat perijinan usaha dan melaksanakan kewajiban sebagai warga negara yang baik dengan membayar pajak. Dengan demikian usaha daur turut berkontribusi pada penerimaan negara.

Selain dari sisi pengusaha, potensi ekonomi ditunjukkan dari kenaikan pendapatan yang diterima oleh pekerja. Seperti yang telah disinggung sebelumnya, tenaga kerja dalam usaha ini didominasi kaum perempuan di lingkungan tempat usaha. Sebagian besar dari mereka adalah ibu rumah tangga yang tidak memiliki pendapatan sendiri sebelumnya. Ketika ikut bekerja dalam usaha pengolahan kardus bekas ini, ibu-ibu ini pun mendapatkan hak yang sesuai dengan beban pekerjaannya.

Bahkan bukan sekedar upah yang diperoleh, salah seorang pengusaha juga ikut peduli pada kesejahteraan karyawannya. Para karyawan dengan resiko pekerjaan yang cukup tinggi, seperti sopir dan yang berhubungan dengan mesin didaftarkan pada lembaga jaminan sosial, Jamsostek. Mekanisme pembayaran jaminan sosial mengikuti mekanisme yang ditetapkan oleh Jamsostek yaitu ditanggung oleh pengusaha dan karyawannya.

Dengan demikian potensi ekonomi tidak hanya dinikmati oleh pengusaha saja yang dapat dilihat dari kenaikan aset dan jumlah omset yang diterima, tetapi juga dapat ditularkan dan dirasakan oleh karyawan, khususnya yang berasal dari masyarakat di lingkungan sekitar usaha.

### **Peluang Usaha Baru**

Berkembangnya usaha daur ulang di Desa Kedungwonokerto bukan hanya dinikmati oleh pengusaha dan karyawan. Masyarakat sekitar juga ikut dapat menikmatinya karena masih terbuka peluang usaha baru untuk menopang usaha yang telah ada. Salah satunya adalah penyedia jasa transportasi khususnya pengangkutan barang, bukan hanya untuk pengusaha yang belum memiliki alat transportasi sendiri, tetapi juga pengusaha yang telah memiliki alat angkut sendiri tetapi belum mencukupi kebutuhannya. Bahkan beberapa pengusaha daur ulang memulai usahanya dari menjual jasa transportasi mulai beralih menekuni usaha daur ulang yang sama.

Untuk beberapa produk olahan kardus bekas, seperti box sepatu, akan ada masa-masa pasang-surut dalam permintaannya. Pada masa penawaran biasa saja, masih dimungkinkan pelaku usaha untuk menawarkan beberapa produknya kepada konsumen lain. Sedangkan pada masa permintaan yang menanjak, pengusaha akan mengalami kesulitan dalam menaikkan kapasitas produksinya terkait dengan terbatasnya mesin yang dipunya dan jumlah pekerja. Untuk menyiasati kekurangan pegawai, tak jarang pengusaha membuka lowongan bagi pekerja musiman. Dengan demikian masyarakat sekitar dapat memperkirakan pada masa-masa tersebut, kesempatan untuk menawarkan diri sebagai pekerja musiman sangat terbuka.

### **Modal Sosial**

Selain modal tenaga kerja, usaha ini juga membutuhkan modal finansial dan modal fisik. Modal fisik dapat berupa alat pemotong kardus, pencetak pola, alat transportasi dan sebagainya. Modal finansial sangat membantu pelaku usaha untuk lebih mengembangkan bisnisnya. Modal sosial juga tidak kalah penting perannya, seperti yang disebutkan oleh Siregar (2011) menyebutkan bahwa modal sosial ini merupakan salah satu bagian dari modal manusia di samping modal-modal lainnya seperti kompetensi, motivasi, sikap kerja, dan budaya/etos kerja.

Di antara macam-macam modal sosial yang ada, faktor kepercayaan, jaringan dan norma tentu saja memiliki peranan penting dalam mengembangkan usaha ini, terkait dengan adanya interaksi yang terjalin antara pelaku usaha yang ada, antara pelaku usaha dengan penyedia bahan baku dan juga antara pelaku dengan pembeli.

### **Kepercayaan**

Eksistensi pasar modern yang mulai yang menggeser pasar tradisional tidak dapat dilepaskan oleh peranan teknologi. Dalam hal ini para pelaku yang saling berinteraksi dalam pasar dituntut untuk memiliki modal sosial yang tinggi. Modal sosial hadir dalam bentuk kepercayaan cukup dibutuhkan pada era modern seperti ini. Kepercayaan pun berwujud segala rupa dan merambah dalam segala proses transaksi pasar.

Tak terkecuali dalam usaha daur ulang kardus bekas yang ada di Desa Kedungwonokerto. Mulai dari proses mendapatkan bahan baku hingga tahap akhir pemasaran dihiasi oleh ragam bentuk kepercayaan. Kepercayaan ditunjukkan dalam proses pemesanan bahan baku melalui telepon dan menerima pesanan produk via telepon dari pelanggan; transaksi yang diikat melalui kontrak kerja yang dengan penyedia bahan serta memberlakukan *Purchase order* bagi pelanggannya; namun tetap melakukan utang-piutang dagang dan menerima pembayaran perbankan seperti *Bilyet Giro*.

Penggunaan media telepon dalam proses pemesanan bahan baku maupun mengindikasikan telah terjalin rasa saling percaya antara produsen dan penyedia bahan baku. Dengan melakukan pemesanan bahan via telepon, maka produsen tidak perlu lagi datang ke lokasi bahan baku untuk memastikan bahan ada atau tidak dan bisa langsung membelinya. Produsen yang harus datang jauh-jauh untuk membeli bahan tanpa mengkonfirmasi via telepon, kemudian bahan tidak ada atau habis, maka akan terjadi pemborosan waktu, tenaga, dan juga ongkos. Dengan demikian fasilitas pemesanan melalui pesawat telepon sangat efisien dan dapat memperlancar usaha.

Transaksi yang dijalankan seperti ini juga rawan untuk diselewengkan salah satu pihak, misalnya bahan yang dikirim oleh penyedia bahan tidak sesuai dengan yang telah dipesan sebelumnya, baik dari sisi jumlah ataupun kualitas bahan yang diinginkan ataupun bahan yang disediakan dalam keadaan rusak. Jikalau hal ini terjadi, berpotensi menimbulkan kerugian bagi produsen karena proses produksi terhalang oleh bahan baku yang kurang sesuai dengan kebutuhan



dan juga kekurangan bahan baku yang mempengaruhi jumlah produksi sehingga pemenuhan pesanan pelanggan juga menjadi terganggu.

Namun dengan pemilihan rekanan penyedia bahan yang amanah dan dapat dipercaya bahkan dapat menjanjikan keuntungan karena dapat mengurangi biaya *survey* bahan baku dalam hal ini akan mengurangi ongkos produksi yang harus dikeluarkan dan juga menghemat waktu. Eksistensi kepercayaan dalam transaksi ini menurut Siregar (2011) menjadi faktor kunci sebagai modal sosial, yang menyebabkan biaya transaksi dan biaya kontrol menjadi rendah.

Demikian pula yang terjadi pada pemesanan produk dari pelanggan melalui telepon, resiko kerugian dapat terjadi apabila pembeli tidak menunaikan kewajiban pembayaran sesuai dengan kesepakatan sebelumnya. Oleh karenanya, produsen mempunyai kriteria khusus dalam melakukan transaksi semacam ini hanya kepada pelanggan tetap, yang telah dikenal dan terjamin kredibilitasnya. Pelanggan tetap mendapat perlakuan khusus seperti pemesanan lewat telepon karena telah terjadi interaksi yang intens dan terus menerus antara produsen dan konsumen sehingga terjalin perasaan saling percaya.

Kepercayaan juga dapat ditimbulkan melalui kesepakatan untuk saling menjaga komitmen dalam mengerjakan kontrak kerja. Kontrak kerja dengan penyedia bahan akan memberikan jaminan pada ketersediaan bahan baku produksi. bisa saja pabrik tidak memberikan bahan baku yang seharusnya dikirimkan kepada produsen dan menjualnya kepada pihak lain yang menawarkan lebih tinggi. Untuk menjamin rasa aman itulah diperlukan kontrak kerja yang mengikat kedua belah pihak dan menumbuhkan rasa kepercayaan yang timbul melalui komitmen kedua pihak dalam melaksanakan klausul dalam kontrak kerja yang telah disepakati.

Sedangkan kontrak kerja dengan pelanggan lazim disebut dengan *Purchase Order (PO)*. Kontrak kerja sekaligus menjadi penjamin bagi pihak yang telah diikat kontrak untuk melaksanakan kewajiban-kewajiban yang tertuang dalam kontrak. Pihak penjual menyediakan barang yang sesuai dengan pesanan, dan pembeli wajib memberi imbalan yang telah disepakati.

Dengan kerjasama yang lama dan interaksi berulang-ulang inilah, rasa saling percaya antar produsen-konsumen ini mulai terpupuk, dan transaksi selanjutnya keberadaan kontrak kerja tidak mutlak harus ada. Syahyuti (2008) menyatakan bahwa untuk mengembangkan modal sosial kata kuncinya adalah waktu”.

Untuk mengakses bahan baku, terkadang tidak cukup hanya dengan bermodalkan kontrak kerja. Beberapa produsen rela untuk memberikan uang muka sebagai jaminan akan akses bahan baku secara bertahap. Tentu saja hal ini menuntut tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap penyedia bahan karena bisa saja pihak penyedia bahan dan tidak melaksanakan kewajibannya dengan baik kepada produsen.

Bagi konsumen, tak jarang produsen memberikan layanan berupa penerimaan pembayaran non-tunai, biasanya menggunakan Bilyet Giro. Seperti halnya produk perbankan yang lain, penggunaan BG juga mengandung resiko, yaitu penerbitan BG Kosong. Untuk itu diperlukan kehati-hatian dalam hal penggunaan BG sebagai salah satu alat pembayaran. Namun kehadiran modal sosial berupa kepercayaan mampu menghapus keraguan akan perbuatan tidak menyenangkan akan dilakukan oleh rekan bisnis. Syahyuti (2008) menyebutkan kepercayaan atau *trust* yang diartikan secara sederhana sebagai “*willingness to take a risk*”, yaitu, interaksi-interaksi yang didasari perasaan yakin (*sense of confidence*), bahwa orang lain akan memberikan respon sebagaimana diharapkan dan akan saling mendukung, atau setidaknya orang lain tak akan bermaksud menyakiti. Sehingga menimbulkan rasa aman (*perceived safety*) ketika berinteraksi dengan orang lain (Syahyuti, 2008).

Terkadang dengan naik turunnya dinamika perdagangan, transaksi harus dilakukan melalui sistem hutang-piutang. Keuntungan sistem ini diperoleh oleh kedua pihak baik penjual maupun pembeli. Dengan demikian penjual mendapat keuntungan untuk tetap bisa menyalurkan bahan untuk menghindari tumpukan stok, disisi lain pembeli yang dihadapkan pada minimnya pemasukan untuk melakukan pembayan tunai pada saat menerima bahan dapat memanfaatkan momen ini. Peristiwa ini merupakan cerminan modal sosial yang disampaikan oleh Putnam (1995) yang mengartikan modal sosial sebagai gambaran organisasi sosial, seperti jaringan norma dan kepercayaan sosial yang memfasilitasi koordinasi dan kerja sama yang saling menguntungkan (Putnam: 1995, dalam Yustika: 2010).

Serangkaian usaha-usaha diatas menggambarkan bagaimana peran kepercayaan dapat melancarkan transaksi sekaligus mampu menjadi pelumas dalam jaring-jaring sosial. Implikasinya, hadirnya kepercayaan dapat mengurangi biaya produksi serta mengurangi resiko kerugian.

## **Jaringan**

Masyarakat akan lebih berdaya apabila mampu melakukan kerjasama dengan sesamanya dan mampu menggali informasi yang ia butuhkan dengan mudah. Untuk itu diperlukan pemberdayaan harus difokuskan pada penguatan hubungan dalam masyarakat dan strategi yang sesuai dengan karakteristik masyarakat tersebut.

Aristoteles mengatakan bahwa manusia adalah makhluk sosial, *zoon politicon*, yang berarti manusia dikodratkan untuk hidup bermasyarakat dan berinteraksi satu sama lain. Hidup bermasyarakat dalam lingkup sempit seperti dalam keluarga dan dalam lingkup yang lebih luas misalnya dengan tetangga, teman, bahkan orang lain yang tidak dikenal sekalipun. Didalamnya akan terjadi proses interaksi, yang menjadi alat pemenuhan kebutuhan manusia yang kompleks baik secara fisik maupun non-fisik. Interaksi yang dilakukan manusia dalam tujuan pemenuhan kebutuhannya akan menciptakan jaring-jaring sosial.

Dalam rangka pemenuhan kebutuhan, manusia akan melakukan usaha dengan memaksimalkan jaringan yang ia punya. Bukan hanya dalam kehidupan pribadinya, namun juga demi kepentingan bisnis. Jaringan atau networking juga memiliki peran dalam perkembangan usaha pengolahan kardus bekas di Desa Kedungwonokerto. Jaringan sosial menciptakan peluang usaha baru melalui jalur kekerabatan, pertemanan dan kolega; menjamin ketersediaan bahan dari menjaga relasi dengan penyedia bahan; menambah variasi produk yang dikembangkan dari permintaan konsumen; membuka informasi harga dari pelanggan; penyebaran informasi diantara sesama pelaku usaha; menjaring pelanggan baru dan juga menggaet sesama pelaku usaha menjadi mitra usaha.

Beberapa pengusaha memulai bisnis daur ulang tidak terlepas dari peran kekerabatan, teman maupun kolega. Peran keluarga dalam penyebaran usaha ini tidak dapat dijauhkan dari kedekatan secara fisik maupun emosional dalam keluarga mampu meminimalkan pembatas dalam penyebaran informasi penting bahkan yang menyangkut bidang usaha. Semangat untuk mendorong keluarga mendirikan usaha yang sama dapat dipandang sebagai bentuk modal yang sejajar dengan modal fisik lainnya karena Siregar (2011) menyebutkan bahwa modal sosial ini merupakan salah satu bagian dari modal manusia disamping modal-modal lainnya seperti kompetensi, motivasi, sikap kerja, dan budaya/etos kerja.

Friedman (1992), pernah menulis bahwa pemberdayaan harus dimulai dari pemberdayaan rumah tangga meliputi aspek sosial, politik, dan psikologis. Pemberdayaan sosial adalah bagaimana rumah tangga lemah memperoleh akses informasi, akses pengetahuan dan ketrampilan, akses untuk berpartisipasi dalam organisasi sosial, dan akses ke sumber-sumber keuangan (Friedman: 1992, dalam Hutomo: 2000).

Selain melalui hubungan kekerabatan, hubungan pertemanan dan hubungan bisnis atau antar rekan kerja juga mampu menjadi media penyaluran informasi tentang usaha ini. Dengan mengantongi informasi yang cukup dan memiliki intuisi untuk mendirikan usaha, naluri manusia mendorong untuk memanfaatkan apa yang ia punya untuk memperoleh keuntungan. Sehingga Baker (2000) menyimpulkan bahwa modal sosial sebagai sumber daya yang diraih oleh pelakunya melalui struktur sosial yang spesifik, kemudian digunakan untuk memburu kepentingannya, dimana modal sosial tersebut diciptakan lewat perubahan-perubahan dalam hubungan antarpelakunya. Disamping itu, Burt (1997) juga memandang modal sosial sebagai teman, kolega dan lebih umum kontak lewat siapa pun yang membuka peluang bagi pemanfaatan modal ekonomi dan manusia (Burt: 1997a, dalam Yustika: 2010).

Menyadari akan pentingnya jaringan bagi usaha, segala upaya dilakukan untuk tetap menjaga hubungan baik dengan relasi lama, membangun jaringan baru serta memperkokoh hubungan yang masih ada. Salah satu keuntungan dari langkah diatas adalah adanya jaminan kelangsungan usaha baik dari segi perolehan bahan baku, maupun pemasaran produk. Schiff menyebutkan modal sosial sebagai seperangkat elemen struktur sosial yang mempengaruhi relasi antarmanusia dan sekaligus sebagai input atau argumen bagi fungsi produksi dan manfaat (utility) (Schiff: 1999, dalam Yustika: 2010)

Dengan semakin ketatnya persaingan diantara para pelaku bisnis, penciptaan inovasi dan mengembangkan kreativitas menjadi hal yang wajib dilakukan. Penciptaan inovasi dapat ditempuh dengan melakukan pengamatan mengenai kebutuhan konsumen yang belum tersedia di pasar. Untuk itu diperlukan hubungan yang baik dengan konsumen untuk menangkap sinyal-sinyal informasi penting untuk dikembangkan. Dengan menambah variasi produk yang dikembangkan melalui permintaan dan kebutuhan konsumen, akan menjadi kekuatan tersendiri untuk mengembangkan usaha khususnya bertahan dalam persaingan usaha.

Dunia bisnis bukan hanya diwarnai oleh persaingan produk. Tak jarang persaingan harga juga terjadi. Untuk itu dibutuhkan akses informasi seluas-luasnya khususnya mengenai harga. Dalam hal ini akan sangat terasa pentingnya menjaga hubungan baik dengan semua orang, yang dapat membuka jalan kepada akses informasi. Seperti yang diingatkan oleh Tonkiss (dalam Syahyuti: 2008), bahwa modal sosial barulah bernilai ekonomis kalau dapat membantu individu atau kelompok, misalnya untuk mengakses sumber-sumber keuangan, mendapatkan informasi, menemukan pekerjaan, merintis usaha, dan meminimalkan biaya transaksi.

Kekuatan lain dari usaha adalah mampu membuka jaringan seluas-luasnya termasuk dengan sesama pelaku usaha. Dengan demikian akan tercipta persaingan yang sehat diantara pelaku usaha. Komunikasi dengan sesama pelaku usaha harus terus dilakukan untuk menyebarkan informasi-informasi yang ada demi keuntungan usaha bersama sekaligus menghindari kesalahpahaman yang berujung pada kegiatan saling mematikan usaha. Dengan demikian akan tercipta hubungan yang harmonis diantara sesama pelaku usaha dan memungkinkan untuk saling bermitra usaha.

Kelancaran berkomunikasi diantara orang-orang yang "senasib" ditengah persaingan akan membentuk lingkaran-lingkaran kerjasama untuk saling membantu, menyebarkan dan menerima informasi. Hal ini merupakan peristiwa wajar meskipun dengan keadaan bersaing mereka tidak dapat berdiri dalam memenuhi kebutuhan usahanya.

Pola kerjasama yang dikembangkan mulai dimuai dengan cara bermitra usaha dengan pelaku usaha yang lain mulai dari pertukaran bahan baku, pemasaran produk, membagi pekerjaan dari pesanan pelanggan, hingga melimpahkan pekerjaan kepada pengusaha lainnya. Bentuk kerjasama dengan cara bermitra dengan sesama pelaku usaha ini cukup efektif dalam pengembangan usaha daur ulang baik dalam hal menjaga kepercayaan pelanggan, pembagian pekerjaan kepada sesama pelaku usaha dan menciptakan peluang usaha baru. Dalam strategi ini pun sangat dimungkinkan tercipta subyek-subyek baru yang meramaikan persaingan usaha dan mampu menyerap banyak tenaga kerja. Terciptanya subyek-subyek baru secara tidak langsung membuat proses pemberdayaan terus berlanjut seperti yang diungkapkan oleh Priyono dan Pranaka (1996) berubah dari pola relasi lama subyek-obyek menjadi pola relasi yang baru yaitu subyek-subyek.

Peran jaringan diatas mempertegas adanya ketergantungan antara individu yang satu dengan yang lain. Jaringan sosial tercipta melalui seleksi alam dari proses interaksi yang berulang-ulang sehingga mampu menimbulkan perasaan aman dan nyaman untuk melanjutkan hubungan. Perasaan aman dan nyaman dalam suatu hubungan akan membangkitkan kepercayaan.

### **Norma**

Dalam dunia usaha tidak akan luput dengan motivasi untuk memperoleh keuntungan maksimal dengan pengorbanan minimal. Prinsip ini akan selalu berbenturan dengan pihak lain yang memiliki prinsip yang sama. Untuk itu diperlukan aturan main baik itu formal maupun informal yang dapat dipahami dan dijalankan oleh semua pihak untuk mengurangi gesekan-gesekan yang terjadi. Dalam setiap aturan yang ada, selalu mengatur apa yang boleh dilakukan dan tidak boleh dilakukan, disertai dengan imbalan yang diperoleh maupun sanksi yang dikenakan apabila melanggarnya. Norma merupakan salah satu bentuk dari aturan yang tidak terlihat dan bersifat mengikat yang dapat mempengaruhi perilaku pengusaha dalam menjalankan bisnisnya.

Dalam suatu usaha, seperti yang telah disinggung sebelumnya, reputasi dan relasi bisnis menjadi pertaruhan bagi seorang pengusaha. Ketika reputasi atau pencitraan dan relasi bisnis telah digenggam, maka kesuksesan usaha bukan lagi sekedar impian. Demi mencapai keduanya, para pengusaha akan berupaya segiat mungkin untuk meraih keduanya termasuk dalam menaati dan mematuhi aturan bisnis baik yang tertulis maupun tak tertulis. Tak jarang beberapa pengusaha membuat aturan untuk mendukung kinerja usahanya baik yang menyangkut dengan penyedia bahan, konsumen, sesama pelaku usaha, bahkan dengan karyawannya.

Norma yang menjadi penyeimbang dalam iklim usaha yang hadir dalam aturan untuk mengambil tepat waktu bahan baku yang telah disediakan oleh penyedia bahan; hal ini untuk menghindari para pesaing dalam hal perolehan bahan baku. Tak jarang para pesaing menerapkan praktek-praktek yang kurang etis dalam menjatuhkan lawannya melalui penawaran harga yang lebih tinggi kepada penyedia bahan.

Ketidakseimbangan posisi tawar-menawar (*bargaining power*) antara penyedia bahan dan produsen tak jarang membuat produsen melakukan hal-hal yang telah ditentukan oleh pihak penyedia bahan. Salah satunya dengan menyerahkan sejumlah pembayaran terlebih dahulu dan untuk mendapatkan bahan.

Keadaan yang lain juga memerlukan pengorbanan bagi pengusaha daur ulang untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggannya. Pada saat-saat tertentu, seperti hari raya dan masa liburan sekolah, permintaan produk olahan kardus bekas khususnya box sepatu dapat meningkat dan menjanjikan keuntungan yang berlipat pula bagi produsen karena naiknya harga. Pada saat naiknya permintaan seperti ini, produsen dituntut lebih jeli memilih pembeli, bukan semata mengutamakan mendulang keuntungan, tetapi keberlanjutan usaha harus tetap menjadi fokus utama. Pembeli yang baru dikenal akan datang dan cenderung menawar dengan harga lebih tinggi.

Beberapa produsen yakin bahwa pelanggan setianya pasti akan membutuhkan produknya lebih banyak dibandingkan pada saat permintaan naik. Dengan kapasitas produksi terbatas, mereka akan lebih mengutamakan kepentingan pelanggannya dibandingkan pembeli baru. Meskipun harga yang ditawarkan oleh pelanggan tetap tidak setinggi pelanggan baru, tetapi pelanggan akan menjadi konsumen tetap mereka pada saat-saat berikutnya. Sedangkan pembeli baru yang tidak dapat menjamin keberadaan mereka akan tetap ada ketika grafik permintaan datar bahkan mulai menurun. Menjamin ketersediaan produk bagi pelanggan ditengah serbuan penawaran dengan harga tinggi; dengan tetap memilih pelanggan dengan kriteria khusus yang ditentukan namun tetap jujur akan kemampuan produksinya dan tetap memperhatikan keluhan pelanggan menjadi kekuatan usaha. Waspada terhadap konsumen nakal dan menjalankan persaingan sehat menjadi pilihan untuk mengurangi potensi kerugian. Menurut Syahyuti (2008) hal ini dikarenakan seorang pedagang akan memilih *client* karena kemampuan dan moralitasnya dalam upaya mengurangi biaya pemasaran.

Syahyuti dalam tulisannya juga menyinggung faktor-faktor kunci keberhasilan dalam berdagang menurut pedagang adalah reputasi (*reputation*) dan relasi (*relationships*). Bahkan dia menambahkan bahwa kedua hal tersebut lebih penting dibandingkan dengan akses kepada permodalan, kepemilikan jaminan untuk kredit, posisi dalam struktur perdagangan, dan akses terhadap transportasi dan komunikasi (Syahyuti, 2008). Demikian pula berlaku dalam usaha daur ulang, produsen juga merangkap jadi pedagang bagi produknya. Produsen dianggap perlu menjaga citra dan menjaga kepercayaan pelanggannya, salah satunya dengan prinsip keterbukaan terutama mengenai kemampuan produksi.

Sebenarnya, produsen bisa saja tidak mengatakan kapasitas produksinya kepada pembeli atau pelanggan, produsen masih bisa menerima pesanan sesuai permintaan pembeli dan mencukupi produknya dengan membeli dari produsen lainnya. Namun resiko yang ditanggung adalah apabila produsen lainnya tidak mampu juga menyanggupi permintaannya, dan barang yang dikirim tidak sesuai dengan perjanjian. Maka reputasi produsen tersebut bisa menjadi taruhannya dan konsekuensi terburuk adalah pembeli tidak akan memberikan order lagi kepada produsen tersebut. Pemberian informasi tentang kemampuan produksi yang terbatas, merupakan kepercayaan produsen kepada pembeli untuk tetap melakukan transaksi dengannya sekaligus sebagai jaminan sejauh mana keseriusan dan kesanggupan produsen untuk menyediakan barang pesanan.

Hal ini mengacu pada pendapat Syahyuti yang memberi pengertian kepercayaan atau trust secara sederhana sebagai "willingness to take a risk", yaitu, interaksi-interaksi yang didasari perasaan yakin (*sense of confidence*), bahwa orang lain akan memberikan respon sebagaimana diharapkan dan akan saling mendukung, atau setidaknya orang lain tak akan bermaksud menyakiti. Sehingga menimbulkan rasa aman (*perceived safety*) ketika berinteraksi dengan orang lain (Syahyuti, 2008).

Dalam setiap hubungan atau interaksi manusia terdapat unsur resiko yang ditanggung, untuk itu diperlukan rasa nyaman dan aman untuk melakukan melalui hubungan melalui rasa saling percaya. Termasuk dalam menjalankan usaha, faktor kepercayaan dianggap mampu memperlancar transaksi sekaligus mengurangi resiko kerugian.

Selain menjaga hubungan dengan penyedia bahan, kualitas kerjasama dengan pembeli juga menjadi kunci sukses para pengusaha untuk tetap bertahan di dunia bisnis. Memilih pembeli atau pelanggan yang tepat dapat menjanjikan keuntungan dan kestabilan usaha. Beberapa kriteriaupun harus disandang oleh pembeli untuk bisa menjadi pelanggan tetap, misalnya dengan memberikan penawaran yang menguntungkan bagi pengusaha ataupun dengan tingkat loyalitas tinggi.

Pemilihan pembeli yang cocok akan menjadi jaminan adanya tambahan pendapatan. Pemilihan pelanggan baik yang memilih dengan sistem bayar tunai, tepat waktu maupun melalui proses hutang-piutang, semua itu tak terlepas dari peran norma yang melekat pada pola kerjasama yang terjalin. Seperti yang diungkapkan oleh Fukuyama mendefinisikan bahwa modal sosial (*social capital*) sebagai norma informal yang dapat mendorong kerjasama antar anggota masyarakat (Fukuyama: 1995, dalam Siregar: 2011)

Pekerjaan yang mengandalkan tenaga manusia tentu saja tak luput dari kesalahan. Namun, menyikapi permasalahan dengan bijak dapat mengurangi resiko kerugian. Hal yang demikian juga dialami oleh para pelaku usaha daur ulang. Sering kali komplain akan produk mereka yang cacat dapat menaikkan ketegangan antara produsen dan konsumennya. Pelayanan terbaik kepada pelanggan harus tetap diutamakan dalam proses berbisnis. Sekecil dan seremeh apapun keluhan pelanggan harus mendapatkan perhatian produsen demi mempertahankan citra dan reputasinya. Dengan demikian pelanggan akan puas dan nyaman dengan pelayanan yang diberikan oleh produsen dan kemungkinan kerjasama tetap dapat dilanjutkan dikemudian hari. Sebagai imbalannya, produsen akan mendapatkan konsumen tetap yang dapat menunjang keberlanjutan usahanya di kemudian hari.

Berdasarkan dari gambaran diatas, norma yang tercipta bukan lahir prematur dari hubungan atau interaksi sekejap saja. Proses lahirnya norma didukung oleh proses interaksi yang berulang-ulang dan menciptakan kesepakatan untuk mengambil sikap penting dalam rangka menjalankan kewajiban dan meraih hak. Beranjak dari kesepakatan dan komitmen untuk melaksanakan aturan yang ada, akan turut pula membentuk dan mempengaruhi tingkat kepercayaan.

### **Sisi Negatif Modal Sosial**

Dalam setiap usaha akan selalu menemui kendala-kendala yang dihadapi bukan hanya sekedar sepihnya permintaan produk, terbatasnya jumlah pasokan bahan atau menipisnya modal finansial tetapi juga naik-turunnya hubungan dengan rekan dan kolega bisnis. Permasalahan dapat muncul dari penyedia bahan, konsumen, dan rekan bisnis.

Keberadaan konsumen nakal membuat produsen harus jeli dan bisa menilai karakteristik konsumen jika tidak ingin rugi. Karena salah satu insentif bagi pengusaha adalah pembayaran dari konsumen yang tepat waktu dan sesuai harga yang telah disepakati. Sehingga para pelaku usaha juga patut waspada ulah konsumen nakal yang membayar dengan cek kosong sebagai alat pembayaran. Bahkan beberapa produsen memilih untuk hanya menerima pembayaran tunai maupun transfer via bank. Untuk itu, diperluca kehati-hatian dalam memilih pelanggan dan sistem pembayaran.

Selain konflik dengan pelanggan, persaingan tidak sehat juga menghadang jalan para produsen produk daur ulang. Tak jarang ulah para pengusaha nakal ini merusak tatanan dan iklim usaha yang kondusif menjadi tidak stabil dan tak terkendali. Misalnya dalam penentuan harga produk, pengusaha nakal akan terus menerus menurunkan harga untuk mencari pelanggan, sedangkan pengusaha yang lain akan melakukan hal yang sama untuk mempertahankan pelanggannya. Pada titik tertentu harga produk yang turun akan mencapai titik minimum laba yang dapat dihasilkan oleh pengusaha karena biaya produksi tetap terutama harga bahan baku tidak ikut turun. Padahal dalam kondisi seperti ini, pengusaha yang menderita kerugian paling banyak. Dengan demikian, pengusaha akan dihadapkan pada pilihan mengikuti penurunan harga atau tetap bertahan pada kondisi memperoleh keuntungan dengan resiko kehilangan pelanggan. Namun dalam setiap kejadian akan selalu memberikan hikmah bagi pelakunya. Pengusaha akan mengetahui tingkat loyalitas beberapa pelanggan yang tetap setia menjadi konsumen utama bagi produk mereka di tengah rayuan untuk pindah ke pengusaha yang menawarkan harga rendah.

Ancaman lain berasal dari sistem kelembagaan yang kurang baik. Modal sosial yang telah tumbuh seharusnya dapat dikembangkan melalui kelembagaan yang baik sehingga dapat menjadi batu pijakan untuk lebih memberdayakan usaha.

Buruknya kelembagaan juga membuat para pengusaha tidak berdaya melawan adanya pungutan liar dari beberapa oknum, persaingan tidak sehat diantara sesamanya, menyia-nyikan beberapa peluang yang muncul untuk bisa di bagi dalam komunitas, misalnya pembagian order ataupun pembagian pekerjaan mengalir kepada jaringan tertentu saja. Pihak yang berada diluar itu tidak memiliki kesempatan untuk berkembang bersama. Sehingga orang-orang yang berada diluar jaringan cenderung lebih konstan dan perkembangan usahanya dan bahkan mulai menunjukkan tren penurunan usaha.

Sisi lain dari keberadaan modal sosial ini apabila tidak mendapat perhatian serius perlahan dapat mengancam perkembangan dan keberlanjutan usaha daur ulang di Desa Kedungwonokerto. Untuk itu perlu dilakukan upaya perbaikan melalui pembangunan sistem kelembagaan yang baik baik diinisiasi oleh para pengusaha maupun difasilitasi oleh aparat pemerintahan.

## E. KESIMPULAN DAN SARAN

Setiap elemen sosial baik itu kepercayaan, jaringan, maupun norma tidak dapat berdiri sendiri-sendiri melainkan saling terkait. Kepercayaan bertindak sebagai pelumas atau pelicin dalam interaksi dalam jaring-jaring sosial. Jaringan-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.

Pemanfaatan modal sosial secara optimal dalam usaha daur ulang mampu memberdayakan masyarakat Desa Kedungwonokerto yang dapat dilihat dari munculnya peluang-peluang usaha baru seperti jasa pengangkutan; penyerapan tenaga kerja dan meningkatnya potensi ekonomi masyarakat.

Untuk itu perlu dilakukan upaya menata sistem kelembagaan modal sosial yang baik. Salah satu caranya melalui pendirian paguyuban sebagai wadah berorganisasi para pengusaha. Paguyuban ini dapat pula difungsikan sebagai tempat berbagi informasi tentang produk, harga, permintaan dan penawaran produk, maupun inovasi terbaru, dan juga dapat dimaksudkan untuk membangun kekuatan dalam menentukan harga bahan baku maupun harga produk serta untuk menghindari gesekan dan persaingan tidak sehat sesama pelaku usaha. Pemerintah, dalam hal ini pemerintah desa dapat berperan serta dalam pengembangan usaha pemberdayaan masyarakat ini sebagai fasilitator ataupun koordinator para pelaku usaha di bidang daur ulang dalam pembentukan paguyuban. Dan juga pemerintah dapat menyediakan lingkungan yang ramah bagi usaha ini antara lain dengan sosialisasi dan mempermudah perijinan usaha, serta mereduksi pungutan liar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, Lincolin, dkk. 2011. Strategi Pembangunan Perdesaan Berbasis Lokal. Yogyakarta: STIM YKPN Yogyakarta.
- Badan Pusat Statistik. Jawa timur Dalam Angka 2011. <http://jatim.bps.go.id/e-pub/dda/2011/index.html> diakses tanggal 15 Oktober 2012.
- Badan Pusat Statistik. Sidoarjo Dalam Angka 2012. <http://sidoarjokab.bps.go.id/index.php/publikasi-statistik/sidoarjo-dalam-angka/223-sidoarjo-dalam-angka-2012> diakses tanggal 15 Oktober 2012.
- Badaruddin. 2006. Pemanfaatan Modal Sosial dalam Upaya Peningkatan Kesejahteraan Keluarga dan Komunitas (Studi pada Komunitas Petani Karet di Kecamatan Rao, Kabupaten Pasaman, Sumatera Barat). Jurnal Wawasan. Vol 12(2).
- Christenson, James A. dan Robinson, Jerry W. Community Development in Perspective. Jr Ames: Iowa university Press. [http://id.wikipedia.org/wiki/Pemberdayaan\\_masyarakat](http://id.wikipedia.org/wiki/Pemberdayaan_masyarakat) diakses tanggal 28 Agustus 2012.
- Fahrudin, Adi. Pemberdayaan, Partisipasi, dan Penguatan Kapasitas Masyarakat. Bandung: Humaniora.
- Hutomo, Mardi Yatmo. 2010. Pemberdayaan Masyarakat dalam Bidang Ekonomi: Tinjauan Teoritik dan Implementasi. <http://www.bappenas.go.id/get-file-server/node/8630/> diakses tanggal 3 September 2012.
- Inayah. 2012. Peranan Modal Sosial dalam Pembangunan. Jurnal Pengembangan Humaniora. Vol 12(1).
- Kuncoro, Mudrajad, Ph.D. 2004. Otonomi dan Pembangunan Daerah: Reformasi, Perencanaan, Strategi, dan Peluang. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Prof. Mudrajad, Ph.D. 2010. Masalah, Kebijakan, dan Politik Ekonomika Pembangunan. Jakarta: Erlangga.

- Moleong, Lexy J. 2012. Metodologi Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pranadji, Tri. 2006. Penguatan Modal Sosial untuk Pemberdayaan Masyarakat Pedesaan Dalam Pengelolaan Agroekosistem Lahan Kering. *Jurnal Agro Ekonomi*. Vol 24(2): 178-206.
- Rahardjo, Mudjia. 2010. Mengenal Modal Sosial. <http://www.mudjiarahardjo.com/artikel/204-mengenal-modal-sosial.html> diakses tanggal 16 Oktober 2012.
- Santoso, Slamet. 2007. Peran Modal Sosial terhadap Perkembangan Pedagang Kaki Lima di Ponorogo (Role of Social Capital to Growth of Merchant Cloister in Ponorogo). *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*. Vol 17(1): 96-107.
- Siregar. 2011. Modal Sosial Para Pedagang Kaki Lima Etnis Jawa Studi di Daerah Nagoya Kota Batam. *Jurnal Fisip UMRAH*. Vol 1(1): 93-106.
- Soetomo. 2011. Pemberdayaan Masyarakat: Mungkinkah Muncul Antitesisnya? Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suharto, Edi. Modal Sosial dan Kebijakan Publik. [http://www.policy.hu/suharto/Naskah%20PDF/MODAL\\_SOSIAL\\_DAN\\_KEBIJAKAN\\_SOSIA.pdf](http://www.policy.hu/suharto/Naskah%20PDF/MODAL_SOSIAL_DAN_KEBIJAKAN_SOSIA.pdf) diakses tanggal 13 Agustus 2012.
- Supriono, Agus, Dance J. Flassy, Sasli Rais. Modal Sosial: Definisi, Demensi, dan Tipologi. <http://google.co.id/> diakses tanggal 16 Oktober 2011.
- Syahyuti. 2008. Peran Modal Sosial (Social Capital) Dalam perdagangan Hasil Pertanian. (The Role Social Capital In Agricultural Trade). *Jurnal Forum Penelitian Agro Ekonomi*. Vol 26(1): 32-43.
- Wahyono, Sri. 2010. Prospek Bisnis Sampah Kertas. <http://sriwahyono.blogspot.com/2010/07/prospek-bisnis-sampah-kertas.html> diakses tanggal 6 September 2012.
- Witjaksono, Mit. Rahardjo. 2010. Modal Sosial dalam Dinamika Perkembangan Sentra Industri Logam Waru Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*. Vol 11(2): 266-291.
- Yuliarni, Ni Nyoman. 2011. Peran modal Sosial dalam Pemberdayaan Industri Kerajinan di Bali. *E-Jurnal Universitas Udayana*. Vol 7(2). <http://ejournal.unud.ac.id/new/abstrak-28-2626-peran-modal-sosial-dalam-pemberdayaanindustri-kerajinan-di-provinsi-bali.html> diakses tanggal 13 Agustus 2012.
- Yustika, Ahmad Erani. 2010. Ekonomi Kelembagaan, Definisi, Teori dan Strategi. Malang: Banyumedia Publishing.