



BAB II

KAJIAN TEORITIK

A. PEMBERDAYAAN MASYARAKAT

1. Pengertian Pemberdayaan

Dalam bukunya, Edi Suharto menjelaskan bahwa pemberdayaan adalah suatu cara dengan mana rakyat, organisasi, dan komunitas diarahkan agar mampu menguasai (atau berkuasa atas) kehidupannya.¹ Pemberdayaan dilakukan agar masyarakat dapat lebih berani untuk menghadapi kehidupannya, bahkan dia juga mampu mengeluarkan kemampuan-kemampuan yang dia miliki agar kehidupannya menjadi lebih baik. Pemberdayaan dikhususkan terhadap kelompok masyarakat lemah yang memiliki ketidakberdayaan baik itu *internal* (karena persepsi dirinya sendiri) ataupun *eksternal* (karena struktur sosial yang tidak adil).

Keadaan berdaya dapat masyarakat peroleh dari dirinya sendiri bukan dari orang lain, karena meskipun pemberdayaan tersebut datang dari orang lain tapi jika dirinya sendiri menolak akan adanya pemberdayaan tersebut atau merasa dirinya tidak mampu untuk melakukan hal tersebut maka semua hal tersebut akan sia-sia. Maka dari itu pemberdayaan itu ada agar rakyat

¹ Edi Suharto, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*, (Bandung: Refika Aditama, 2006). 59



mampu untuk menguasai dirinya sendiri bukan pihak lain yang menguasainya.

Dalam konteks pekerjaan sosial, pemberdayaan dapat dilakukan melalui tiga aras atau matra pemberdayaan (*empowerment setting*): mikro, mezzo dan makro.

1. Aras Mikro, pemberdayaan pada aras ini dilakukan terhadap klien secara individu yang mana melalui bimbingan, konseling, *stress management*, dan *crisis intervention*. Dengan tujuan untuk membimbing atau melatih klien dalam menjalankan tugas-tugas kehidupannya.
2. Aras Mezzo, pemberdayaan pada aras ini dilakukan terhadap sekelompok klien yang mana menggunakan kelompok sebagai media intervensi. Pendidikan, pelatihan, pengetahuan dan keterampilan merupakan strategi dalam meningkatkan kesadaran dalam memecahkan permasalahan yang dihadapinya.
3. Aras Makro, aras ini disebut juga sebagai strategi sistem besar karena perubahannya lebih terhadap lingkungan yang lebih luas seperti perumusan kebijakan, kampanye, aksi sosial, dan pengorganisasian masyarakat. Aras ini juga memandang klien sebagai orang yang memiliki kompetensi untuk memahami situasi-situasi mereka sendiri,



dan juga untuk memilih serta menentukan strategi yang tepat untuk bertindak.²

Dalam pemberdayaan selain mengarahkan masyarakat untuk berani menguasai diri mereka sendiri tanpa bergantung pada orang lain, tapi kita juga harus mampu untuk membangkitkan keinginan dari masyarakat secara aktif dan juga mampu untuk meneguhkan komitmen sosial terhadap *stakeholder* agar melakukan sesuatu yang menguntungkan bagi masyarakat yang biasa kita sebut dengan sebutan mobilisasi sosial.

Akan tetapi dalam skripsi ini menggunakan Aras Mezzo yaitu sebagai berikut:

Aras Mezzo. Pemberdayaan dilakukan terhadap sekelompok klien.

Pemberdayaan dilakukan dengan menggunakan kelompok sebagai media intervensi. Pendidikan dan pelatihan, dinamika kelompok, biasanya digunakan sebagai strategi dalam meningkatkan kesadaran pengetahuan, ketrampilan dan sikap-sikap klien agar memiliki kemampuan memecahkan permasalahan yang dihadapinya.³

a. Konsep Pemberdayaan Masyarakat

Konsep pemberdayaan dapat dipandang sebagai bagian atau sejiwa-sedarah dengan aliran yang muncul pada abad ke-20 yang lebih dikenal dengan aliran post-modernisme. Aliran ini menitikberatkan pada sikap dan pendapat yang berorientasi pada antisistem, antistruktur, dan

² Edi Suharto, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat* (Bandung: Refika Aditama, 2006), hal. 66-67

³ Abu Huraerah, *Pengorganisasian dan Pengembangan Masyarakat*, (Bandung : Humaniora, 2011). 106-107



antideterminisme yang diaplikasikan pada dunia kekuasaan. Munculnya konsep pemberdayaan merupakan akibat dari reaksi terhadap alam pikiran, tata masyarakat dan tata budaya sebelumnya yang berkembang disuatu negara. Parson menyatakan bahwa konsep power dalam masyarakat adalah variable jumlah atau kekuatan dalam masyarakat secara keseluruhan yang selanjutnya memiliki tujuan yang kolektif, misalnya dalam pembangunan ekonomi.⁴

Secara umum, ada 4 strategi pemberdayaan masyarakat, yaitu meliputi :⁵

1. *The growth strategy*

Penerapan strategi pertumbuhan ini pada umumnya dimaksudkan untuk mencapai peningkatan yang cepat dalam nilai ekonomis melalui peningkatan pendapatan perkapita penduduk, produktifitas, sektor pertanian, pemodalan dan kesempatan kerja yang dibarengi dengan kemampuan konsumsi masyarakat terutama di pedesaan.

2. *The responsive strategy*

Strategi ini merupakan reaksi terhadap strategi kesejahteraan yang dimaksudkan untuk menanggapi kebutuhan yang dirumuskan masyarakat sendiri dengan bantuan pihak luar (*self need assistance*) untuk memperlancar usaha sendiri melalui pengadaan teknologi serta sumber-sumber yang sesuai

⁴ Harry Hikmat, *Strategi Pemberdayaan Masyarakat* (Bandung: Humaniora Press, 2006), hal. 1-2

⁵ Moh. Ali Azis, dkk, *Dakwah Pemberdayaan Masyarakat : Paradigma Aksi Metodologi*, (Yogyakarta : LKIS Pelangi Aksara, 2005). Hal. 8



dengan kebutuhan proses pembangunan. Tetapi karena pemberdayaan masyarakat (*people empowerment*) sendiri belum dilakukan, maka strategi yang tanggap terhadap kebutuhan masyarakat ini terlalu idealistik dan sulit untuk ditransformasikan kepada masyarakat. Satu hal yang perlu diperhatikan kecepatan teknologi seringkali bahkan selalu tidak diimbangi dengan kesiapan masyarakat dalam menerima dan memfungsikan teknologi itu sendiri, akibatnya teknologi yang dipakai dalam penerapan strategi ini menjadi disfungsional.

3. *The welfare strategy*

Strategi kesejahteraan ini pada dasarnya dimaksudkan untuk memperbaiki kesejahteraan masyarakat, tetapi karena tidak dibarengi dengan pembangunan kultural dan budaya mandiri dalam diri masyarakat, maka yang terjadi adalah tingginya sikap ketergantungan masyarakat kepada pemerintah. Karena itulah dalam setiap usaha pengembangan masyarakat salah satu aspek yang harus diperhatikan penanganannya adalah persoalan kultur dan budaya masyarakat.

4. *The integrated or holistic strategy*

Untuk mengatasi dilema pengembangan masyarakat karena kegagalan ketiga strategi seperti hal di atas, maka konsep kombinasi dari unsur-unsur pokok ketiga strategi di atas menjadi alternatif terbaik.

Strategi ini secara sistematis mengintegrasikan seluruh komponen dan unsur yang diperlukan, yakni ingin mencapai secara simultan tujuan-



tujuan yang menyangkut kelangsungan pertumbuhan, persamaan, kesejahteraan dan partisipasi aktif masyarakat dalam proses pembangunan masyarakat. Karena itulah dalam strategi ini terdapat 3 prinsip dasar yang harus dipenuhi, yaitu:

- 1) Persamaan, keadilan pemerataan dan partisipasi merupakan tujuan yang secara eksplisit harus ada strategi menyeluruh, maka badan publik yang ditugasi untuk melaksanakan harus:
 - a) Memahami dinamika sosial masyarakat sebagai intervensinya.
 - b) Intervensi dilakukan untuk memperoleh kemampuan masyarakat sendiri dalam memecahkan masalah yang dihadapi. Serta untuk mengambil langkah instrumental yang membutuhkan kemampuan aparatur untuk melakukan intervensi sosial.
- 2) Memerlukan perubahan-perubahan mendasar, baik dalam komitmen maupun dalam gaya dan cara bekerja, maka badan publik yang belum memiliki kemampuan intervensi sosial akan melakukan pemimpin yang kuat komitmen pribadinya, tercapainya tujuan strategi holistik tersebut, yaitu untuk:
 - a) Menentukan arah nilai organisasi, energi dan proses menuju strategi
 - b) Memelihara integritas organisasi yang didukung oleh “*Institusional leadership*”.



- 3) Keterlibatan badan publik dan organisasi sosial secara terpadu, maka memerlukan suatu pedoman untuk memfungsikan supra organisasi yang berfungsi antara lain:
- a) Membangun dan memelihara perspektif menyeluruh
 - b) Melaksanakan rekrutmen dan pengembangan pimpinan kelembagaan.
 - c) Membantu mekanisme kontrol untuk saling mengatur keterkaitan antara organisasi formal dan informal melalui sistem manajemen strategi. Untuk menjaga prinsip tersebut, maka dalam strategi itu diperlukan keterlibatan semua masyarakat yang berkompeten dan bekerja secara profesional sesuai dengan bidang masing-masing.

2. Tujuan Pemberdayaan Masyarakat

Menurut David C. Korten, pembangunan selayaknya ditujukan untuk mencapai sebuah standar kehidupan ekonomi yang menjamin pemenuhan kebutuhan dasar manusia. Hal ini merupakan sebuah tahapan yang esensial dan fundamental menuju tercapainya tujuan kesejahteraan manusia. Kebutuhan dasar tidak dilihat dalam batasan-batasan minimum manusia, yaitu kebutuhan akan makanan, tempat tinggal, pakaian dan kesehatan, tetapi juga sebagai kebutuhan akan rasa aman, kasih sayang, mendapatkan penghormatan dan kesempatan untuk bekerja secara fair, serta tentu saja aktualisasi spiritual.⁶

⁶ Moh. Ali Aziz, Rr. Suhartini, A. Halim, *Dakwah Pemberdayaan Masyarakat : Paradigma Aksi Metodologi*, (Yogyakarta : PT. LKiS Pelangi Nusantara, 2005). Hal. 5



Tujuan utama dari pemberdayaan adalah memperkuat kekuasaan masyarakat, khususnya kelompok lemah yang memiliki ketidakberdayaan, baik karena kondisi internal (persepsi mereka sendiri), maupun kondisi eksternal (misalnya ditindas oleh struktur sosial yang tidak adil). Beberapa kelompok yang dikategorikan sebagai kelompok lemah atau tidak berdaya meliputi:

- a. Kelompok lemah secara struktural, baik lemah secara kelas, gender, maupun etnis.
- b. Kelompok lemah khusus, seperti manula, anak-anak dan remaja, dan penyandang cacat, gay dan lesbian, masyarakat terasing.
- c. Kelompok lemah secara personal, yakni mereka yang mengalami masalah pribadi atau dengan keluarga.⁷

Untuk mengetahui fokus dan tujuan pemberdayaan secara operasional, maka perlu diketahui berbagai indikator keberdayaan yang dapat menunjukkan seseorang itu berdaya atau tidak. Keberhasilan pemberdayaan masyarakat dapat dilihat dari keberdayaan mereka yang menyangkut kemampuan ekonomi, kemampuan mengakses manfaat kesejahteraan, dan kemampuan cultural dan politis. Ketiga aspek tersebut dikaitkan dengan empat dimensi kekuasaan, yaitu kekuasaan di dalam (*power within*), kekuasaan untuk (*power to*), kekuasaan atas (*power over*), dan kekuasaan dengan (*power with*). Dalam hal ini ada 8 indikator pemberdayaan.

⁷ Edi Suharto, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*, (Bandung: Refika Aditama, 2006). Hal. 60



- a. Kebebasan mobilitas: kemampuan individu untuk pergi keluar rumah atau wilayah tempat tinggalnya, seperti ke pasar, fasilitas medis, bioskop, rumah ibadah, ke rumah tetangga. Tingkat mobilitas ini dianggap tinggi jika individu mampu pergi sendirian.
- b. Kemampuan membeli komoditas kecil: kemampuan individu untuk membeli barang-barang kebutuhan keluarga sehari-hari atau kebutuhan dirinya. Individu dianggap mampu melakukan kegiatan ini terutama jika ia dapat membuat keputusan sendiri tanpa meminta izin pasangannya, terlebih jika ia dapat membeli barang-barang tersebut dengan menggunakan uangnya sendiri.
- c. Kemampuan membeli komoditas besar: kemampuan individu untuk membeli barang-barang sekunder atau tersier, seperti lemari pakaian, radio, pakaian keluarga dan lain-lain.
- d. Terlibat dalam pembuatan keputusan-keputusan rumah tangga: mampu membuat keputusan sendiri maupun bersama suami/istri mengenai keputusan-keputusan keluarga, misalnya mengenai renovasi rumah, memperoleh kredit usaha, dan lain-lain.
- e. Kebebasan relative dan dominan keluarga: responden ditanya mengenai apakah dalam satu tahun terakhir ada seseorang (suami, istri, anak-anak, mertua) yang mengambil uang, tanah, perhiasan dari dia tanpa ijinnya; yang melarang mempunyai anak; atau melarang bekerja diluar rumah.



- f. Kesadaran hukum dan politik: mengetahui nama salah seorang pegawai pemerintah Kelurahan/kelurahan; seorang anggota DPRD setempat; nama presiden; mengetahui pentingnya memiliki surat nikah dan hukum-hukum waris.
- g. Keterlibatan dalam kampanye dan protes-protes: seseorang dianggap ‘berdaya’ jika ia pernah terlibat dalam kampanye atau bersama orang lain melakukan protes, misalnya, terhadap suami yang memukul istri; istri yang mengabaikan suami dan keluarganya; gaji yang tidak adil; penyalahgunaan bantuan social; atau penyalahgunaan kekuasaan polisi dan pegawai pemerintah.
- h. Jaminan ekonomi dan kontribusi terhadap keluarga: memiliki rumah, tanah, asset produktif, tabungan. Seseorang dianggap memiliki poin tinggi jika ia memiliki aspek-aspek tersebut secara sendiri atau terpisah dari pasangannya.⁸

3. Prinsip-Prinsip Pemberdayaan Masyarakat

Pelaksanaan pendekatan diatas berpijak pada pedoman dan prinsip pekerjaan sosial. Menurut beberapa penulis, seperti Salomon (1976), Rappaport (1981, 1984), Pinderhughes (1983), Swift (1984), Swift dan Levin (1987), Weick, Rapp, Sullivan dan Kisthardt (1989), terdapat beberapa prinsip pemberdayaan menurut perspektif pekerjaan sosial, diantaranya:

- a. Pemberdayaan adalah proses kolaborasi. Karena pekerjaan sosial dan masyarakat harus bekerja sama sebagai partner.

⁸ Edi Suharto, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*, (Bandung: Refika Aditama, 2006). 64-66



- b. Proses pemberdayaan menempatkan masyarakat sebagai aktor atau subjek yang kompeten dan mampu menjangkau sumber-sumber dan kesempatan-kesempatan.
- c. Masyarakat harus melihat diri mereka sendiri sebagai agen penting yang dapat mempengaruhi perubahan.
- d. Kompetensi diperoleh atau dipertajam melalui pengalaman hidup, khususnya pengalaman yang memberikan perasaan mampu kepada masyarakat.
- e. Solusi-solusi, yang berasal dari situasi khusus, harus beragam dan menghargai keberagaman yang berasal dari faktor-faktor yang berada pada situasi masalah tersebut.
- f. Jaringan-jaringan sosial informal merupakan sumber dukungan yang penting bagi penurunan ketegangan dan meningkatkan kompetensi serta kemampuan mengendalikan seseorang.
- g. Masyarakat harus berpartisipasi dalam pemberdayaan masyarakat sendiri: tujuan, cara dan hasil harus dirumuskan oleh mereka sendiri.
- h. Tingkat kesadaran merupakan kunci dalam pemberdayaan, karena pengetahuan dapat memobilisasi tindakan bagi perubahan.
- i. Pemberdayaan melibatkan akses terhadap sumber-sumber dan kemampuan untuk menggunakan sumber-sumber tersebut secara efektif.
- j. Proses pemberdayaan bersifat dinamis, sinergis, berubah terus, evolutif, permasalahan selalu memiliki beragam solusi.



- k. Pemberdayaan dicapai melalui struktur-struktur personal dan pembangunan ekonomi secara paralel.⁹

4. Model-Model Pemberdayaan

Dalam hal ini menurut Jack Rothman dalam klasiknya mengembangkan tiga model yang berbunga dalam memahami konsep tentang pemberdayaan masyarakat diantaranya:

- a. Pemberdayaan Masyarakat Lokal

Adalah proses yang ditunjukkan untuk menciptakan kemajuan sosial dan ekonomi masyarakat melalui partisipasi aktif serta inisiatif anggota masyarakat itu sendiri, anggota masyarakat dipandang bukan sebagai sistem klien yang bermasalah melainkan sebagai masyarakat yang unik dan memiliki potensi, hanya saja potensi tersebut belum sepenuhnya dikembangkan.

- b. Perencanaan Sosial

Perencanaan sosial disini menunjukkan pada proses pragmatis untuk menentukan keputusan dan menetapkan tindakan dalam memecahkan masalah sosial tertentu seperti kemiskinan, pengangguran, kenakalan remaja, kebodohan (buta huruf), kesehatan masyarakat yang buruk dan lain-lain.

Perencanaan sosial lebih berorientasi pada “tujuan tugas”. Sistem klien perencanaan sosial umumnya adalah kelompok- kelompok yang kurang beruntung atau kelompok rawan sosial ekonomi, seperti para lanjut usia, orang cacat, janda, yatim piatu, wanita tuna susila, para perencana sosial

⁹ *Ibid.* Hal. 68-69



dipandang sebagai ahli (expert) dalam melakukan penelitian, menganalisis masalah dan kebutuhan masyarakat serta dalam mengidentifikasi, melaksanakan dan mengevaluasi program-program pelayanan kemanusiaan.

c. Aksi sosial

Tujuan dan sasaran aksi sosial adalah perubahan-perubahan fundamentalis dalam kelembagaan dan struktur masyarakat melalui proses pendistribusian kekuasaan (*distribution of power*), sumber (*distribution of resources*) dan pengambilan keputusan (*distribution of decision making*) pendekatan aksi sosial didasari suatu pandangan bahwa masyarakat adalah sistem klien yang sering kali menjadi korban ketidakadilan struktur.

Mereka miskin karena dimiskinkan, mereka lemah karena dilemahkan dan tidak berdaya karena tidak diberdayakan oleh kelompok elit masyarakat yang menguasai sumber-sumber ekonomi, politik dan kemasyarakatan. Aksi sosial berorientasi baik pada tujuan proses dan tujuan hasil. Masyarakat diorganisir melalui proses penyadaran, pemberdayaan dan tindakan-tindakan aktual untuk mengubah struktur kekuasaan agar lebih memenuhi prinsip demokrasi, pemerataan (*equality*) dan keadilan (*equity*).¹⁰

B. Teori ABCD (*Asset Based Community Development*)

Dalam penelitian mengenai Pemberdayaan Masyarakat Usaha Tempe di Kelurahan Tenggilis Kauman Kecamatan Tenggilis Mejoyo Surabaya, peneliti

¹⁰ Edi Suharto, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*, (Bandung : Refika Aditama, 2010). Hal. 37



mengacu pada teori *Asset Based Community Development* yang dikembangkan oleh Jhon McKnight.

Teori ini berasumsi bahwa yang dapat menjawab suatu problem masyarakat adalah masyarakat itu sendiri dan segala usaha perbaikan ini harus dimulai dari perbaikan modal sosial.¹¹

Sedangkan modal sosial (*social capital*) dapat didefinisikan sebagai kemampuan masyarakat untuk bekerja sama, demi mencapai tujuan-tujuan bersama, di dalam berbagai kelompok dan organisasi. Adapun menurut Putnam, komponen modal sosial adalah terdiri dari suatu kepercayaan (*trust*), norma-norma (*norms*), dan jaringan-jaringan kerja (*networks*) yang dapat memperbaiki efisiensi dalam suatu masyarakat melalui fasilitasi tindakan-tindakan yang terorganisasi. Lebih lanjut Putnam mengatakan bahwa kerjasama akan mudah terjadi dalam suatu komunitas yang telah mewarisi sejumlah modal dalam bentuk aturan-aturan, pertukaran timbal balik, dan jaringan antar warga.¹²

McKnight dan Kretzman percaya bahwa salah satu masalah sentral dalam masyarakat kita adalah bahwa modal sosial telah rusak oleh profesionalisasi kepedulian dalam perencanaan dan layanan sistem. Lingkungan dan penduduk hanya

¹¹ Jhon McKnight, *The Careless Society: The Community and Its Counterfeits* (New York: Basic Books, 2010). 46

¹² Adnan, Tadjudin, D. Yuliani, L. Komarudin, dan H. Lopulalan, *Belajar Dari Bungo: Mengelola Sumberdaya Alam di Era Desentralisasi* (Bogor: Center For International Forestry Research). 342



dipandang sebagai obyek “yang membutuhkan” dan dipandang sebagai “masalah” yang harus diselesaikan.¹³

Anggota masyarakat dipandang bukan sebagai sistem klien yang bermasalah melainkan sebagai masyarakat yang unik dan mempunyai potensi, hanya saja pootensi tersebut belum sepenuhnya dikembangkan.¹⁴

Adapun konsep dari teori ABCD dimulai dari dua aspek, yakni *Neighborhood of Needs* (kebutuhan masyarakat sekitar) dan *Neighborhood of Assets* (aset masyarakat sekitar).¹⁵ Dalam arti setiap masyarakat pasti memiliki kebutuhan dan aset, begitupula setiap masyarakat memiliki masalah namun disisi lain masyarakat juga memiliki potensi untuk mengatasinya.

Adapun langkah dalam pendekatan teori ABCD adalah mengidentifikasi dan mengintegrasikan aset lokal yang terdiri dari:

- a. Warga atau masyarakat sekitar, khususnya mereka yang biasanya terlihat sebagai “yang membutuhkan” dalam masyarakat, seperti anak muda, penyandang cacat, orang yang lemah pendapatan, dan mereka yang jauh dari kesejahteraan.
- b. Organisasi lokal baik yang formal atau informal seperti masjid, gereja, klub buku, tim olahraga dan klub rekreasi, layanan organisasi, kelompok mandiri, posko perawatan, dan lingkup pertemanan.

¹³ Jhon McKnight, *The Careless Society: The Community and Its Counterfeits* (New York: Basic Books, 2010). 46

¹⁴ Edi Suharto, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*, (Bandung: Refika Aditama, 2006). 42

¹⁵ *Action Strategies for Community Development*, (<http://neighborhoodplanning.org/.../ActionStr>, diakses 15 Desember 2012)



- c. Fasilitas yang ada di lingkungan sekitar baik dalam skala kota atau negara, organisasi seperti pusat medis, bank cabang, perpustakaan, sekolah, fasilitas, universitas, taman, termasuk public dan lembaga swasta.¹⁶

Ketiga aset lokal inilah yang akan diidentifikasi sehingga dapat diketahui tentang kebutuhan dan asetnya. Aset yang dimiliki oleh masyarakat itu sendiri yang nantinya akan menutupi kebutuhan dan masalah yang ada di dalam masyarakat.

Setelah tiga aset lokal diidentifikasi, maka langkah selanjutnya adalah mengintegrasikan tiga aset lokal ini secara maksimal, dengan cara produktif membangun hubungan untuk menghubungkan masyarakat lokal, lembaga, dan fasilitas. Selanjutnya, hubungan yang dijalin pun harus saling menguntungkan bagi ketiga belah pihak.

C. Teori Kewirausahaan

a. Pengertian Kewirausahaan

Istilah wirausaha atau wiraswasta berasal dari bahasa asing yaitu *entrepreneurship* yang pelakunya disebut wirausahawan, atau wiraswastawan, dalam istilah asing dikenal dengan sebutan *entrepreneur*. Menurut para ahli ekonomi, wirausahawan atau wiraswastawan adalah orang yang mengubah nilai sumber daya, tenaga kerja, bahan dan faktor produksi lainnya menjadi lebih besar dari pada sebelumnya dan juga merupakan orang yang melakukan perubahan,

¹⁶ Jhon McKnight, *The Careless Society: The Community and Its Counterfeits* (New York: Basic Books, 2010). 47



inovasi dan cara-cara baru. Di dalam dunia modern, wirausahawan adalah orang yang memulai.

Kewirausahaan dan kewiraswastaan, sebagai sebuah profesi, tidak terbentuk secara begitu saja. Melainkan membutuhkan proses yang harus dijalankan secara intensif, terus menerus dan terpadu. Berkaitan dengan ini, setidaknya ada tiga kualifikasi yang memperkokoh eksistensi sebuah profesi, yakni kemampuan yang bersifat *must know*; kemampuan yang bersifat *should know*; dan kemampuan yang bersifat *nice to know*. Istilah *must know* merujuk pada kemampuan yang bersifat penentu utama dalam suatu profesi, yang tanpa kemampuan itu mustahil suatu profesi dapat dilakukan *should know* merujuk kepada kemampuan penunjang dalam menjalani suatu profesi agar lebih sempurna. Dan *nice to know* merupakan kemampuan yang sifatnya melengkapi.

Merujuk kepada hal di atas, maka berwirausaha jelas bukan profesi yang terbentuk dengan sendirinya, melainkan harus dicapai lewat usaha atau proses yang terencana, sistematis dan intensif. Bahkan dalam perspektif sosiologis, perubahan budaya wirausaha paling efektif dilakukan melalui proses pendidikan yang *by design*. Berpijak pada asumsi ini, semua orang sah untuk menjadi seorang wirausahawan walaupun tidak ada turunan atau warisan orang tua secara genetik atau kultural.¹⁷

b. Jiwa Wirausaha

¹⁷ Nanih Machendrawati, Agus Ahmad Syafei, *Pengembangan Masyarakat Islam*, Hal.48-49



Menurut penelitian para ahli, dikatakan bahwa seseorang mempunyai jiwa kewirausahaan apabila orang tersebut mempunyai suatu motif atau keinginan tertentu untuk memperoleh keberhasilan (*need for achievement*) yang di perhitungkan, direncanakan dan dikerjakan secara teratur dan terorganisir. Dalam dirinya memiliki sikap pantang mundur dalam melakukan segala macam usaha, sampai akhirnya bisa dilakukan suatu evaluasi secara objektif. Bagi seorang muslim, implementasi dari motif atau keinginan itu sendiri dimaksudkan sebagai suatu proses ikhtiar dalam rangka ibadah dalam mencapai keridoan Allah SWT untuk mencapai keberuntungan, tidak saja dalam kehidupan duniawi tetapi juga untuk diakhirat kelak.

Ada sembilan karakteristik seorang wirausahawan menurut Mc. Clelland yang dikutip oleh Nani Machendrawaty dan Agus Ahmad Safei, yaitu:

Pertama, keinginan untuk berprestasi. Penggerak psikologi utama yang memotivasi seorang wirausahawan adalah kebutuhan berprestasi yang biasanya diidentifikasi sebagai *need for achievement*. Yang dimaksud dengan kebutuhan akan prestasi adalah suatu keinginan atau dorongan dalam diri orang yang memotivasi perilaku kearah pencapaian tujuan. Pencapaian tujuan merupakan tantangan bagi kompetensi individu.

Kedua, keinginan untuk bertanggungjawab. Seorang wirausahawan menginginkan tanggungjawab pribadi bagi pencapaian tujuan. Mereka memilih menggunakan sumberdaya sendiri dengan cara bekerja sendiri untuk mencapai tujuan dan bertanggungjawab sendiri terhadap hasil yang dicapai.



Ketiga, preferensi kepada resiko-resiko menengah. Seorang wirausahawan bukanlah penjudi (*gambler*). Mereka menetapkan tujuan-tujuan yang membutuhkan tingkat kinerja yang tinggi, suatu tingkatan yang mereka percaya akan menuntut usaha keras, tetapi yang dipercaya bisa mereka penuhi.

Keempat, persepsi pada kemungkinan berhasil. Keyakinan pada kemampuan untuk mencapai keberhasilan adalah kualitas kepribadian seorang wirausahawan. Seorang wirausahawan akan mempelajari fakta-fakta yang dikumpulkan dan menilainya. Ketika fakta tidak sepenuhnya tersedia, mereka berpaling kepada sikap percaya diri mereka yang tinggi dan melanjutkan tugas-tugas tersebut.

Kelima, rangsangan oleh umpan balik. Seorang wirausahawan dirangsang untuk mencapai hasil kerja yang lebih tinggi dengan mempelajari seberapa efektif usaha mereka.

Keenam, aktifitas enerjik. Seorang wirausahawan akan menunjukkan energi. Seorang wirausahawan akan menunjukkan energi yang lebih tinggi dibandingkan rata-rata orang. Biasanya mereka aktif dan mempunyai proporsi waktu yang lebih besar dalam mengerjakan tugas dengan cara baru. Kesadaran ini akan melahirkan sikap untuk terlibat secara mendalam pada pekerjaan yang mereka lakukan.

Ketujuh, orientasi masa depan. Seorang wirausahawan akan melakukan perencanaan dan berpikir ke depan. Mereka mencari dan mengantisipasi kemungkinan yang akan terjadi jauh dimasa depan.



Kedelapan, keterampilan dan keorganisasian. Seorang wirausahawan menunjukkan keterampilan (*skill*) dalam mengorganisasi kerja dan orang-orang untuk tugas-tugas tertentu. Mereka akan memilih yang ahli agar pekerjaan akan diselesaikan dengan efisien.

Kesembilan, sikap terhadap uang. Keuntungan financial adalah nomor dua dibanding prestasi kerja mereka. Wirausahawan memandang uang sebagai lambang konkrit dari tercapainya tujuan dan sebagai pembuktian dari kompetensi mereka.¹⁸

Dari beberapa sikap dan karakteristik sifat yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan di atas mungkin cukup banyak untuk dimiliki dan dipraktekkan satu persatu, namun seorang wirausahawan harus berusaha keras dalam mempraktekkan beberapa atau seluruhnya secara maksimal.

c. **Etos Kerja Dalam Kewirausahaan**

Etos kerja muslim didefinisikan sebagai cara pandang yang diyakini seorang muslim bahwa bekerja itu bukan saja untuk memuliakan dirinya, menampakkan kemanusiaannya, tetapi juga sebagai suatu manifestasi dari amal saleh oleh karenanya mempunyai nilai ibadah yang sangat luhur.

Oleh karena itu etos kerja merupakan bagian dari kebiasaan perilaku dalam melakukan segala kegiatan sehari-hari. Jika kita tidak mempunyai kebiasaan untuk melakukan segala sesuatu dengan giat, maka kebiasaan itu akan berpengaruh terhadap etos kerja yang cenderung kurang produktif dan efisien.

¹⁸ Nanih Machendrawati, Agus Ahmad Syafei, *Pengembangan Masyarakat Islam*, Hal.56-57



Jika kita yang relative baru terjun ke dunia usaha tidak dapat menumbuhkan etos kerja yang baik, maka kemungkinan besar mereka tidak akan berhasil mengungguli pesaing-pesaingnya, apabila dihadapkan dengan pelaku-pelaku usaha yang sudah lama menjalankan kegiatan usahanya. Dengan kata lain, etos kerja menjadi salah satu faktor penting dalam membangun kewirausahaan yang unggul.¹⁹

d. Ciri Etos Kerja Muslim Dalam Berwirausaha

Ciri-ciri orang yang mempunyai etos kerja akan tampak dalam sikap dan tingkah lakunya yang dilandaskan pada suatu keyakinan yang sangat mendalam bahwa pekerjaan itu merupakan bentuk ibadah, suatu panggilan dan perintah Allah SWT yang akan memuliakan dirinya, memanusiakan dirinya sebagai bagian dari manusia pilihan, diantaranya:

- 1) Memiliki jiwa kepemimpinan (*leadership*).
- 2) Selalu berhitung.
- 3) Menghargai waktu.
- 4) Dia tidak pernah putus asa berbuat kebajikan.
- 5) Hidup berhemat dan efisien.
- 6) Memiliki jiwa wiraswasta.
- 7) Memiliki insting dan bersaing.
- 8) Keinginan untuk memiliki (*independent*).

¹⁹ Zainul Arifin, *Membangun Bank Syariah Lingkup Peluang Tantangan dan Prospek*, (Jakarta: Alfabet, 1999). Hal. 101



- 9) Haus untuk memiliki sifat keilmuan.
- 10) Berwawasan makro-universal.
- 11) Memperhatikan kesehatan dan gizi.
- 12) Memperkaya jaringan silaturahmi.²⁰

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa seorang wirausahawan harus memiliki etos kerja yang baik, sebab etos kerja inilah yang menentukan seorang wirausahawan dapat berhasil atau tidaknya

e. Tindakan Strategi Dalam Berwirausaha

Terdapat tiga tindakan strategi dalam berwirausaha, yaitu:

- 1) *Kemampuan analisis*: Kemampuan analisis meliputi analisis perusahaan dan analisis pasar. Analisis perubahan berkenaan dengan usaha peningkatan mutu penerapan berbagai aspek manajemen personalia, manajemen mutu produk dan sebagainya. Analisis ini berkenaan dengan bagaimana biaya produksi menjadi minimal. Sedangkan analisis pasar berkaitan dengan penerapan secara lebih bermutu dari manajemen pemasaran, juga kemampuan membaca kecenderungan pasar, segmen-segmen pasar dan sebagainya.
- 2) *Mengelola diri dengan orang lain*: Hal ini berkaitan dengan kemampuan menghasilkan rencana kerja, pelaksanaan/pengendalian kerja, dan pengawasan yang baik. Bagaimana seorang pemimpin perusahaan dapat

²⁰ Toto Asmara, *Etos Kerja Pribadi Muslim*, Cetakan II (Jakarta: Dhana Bakti Wakaf, 1995). Hal.59-61



memelihara disiplin dirinya sendiri, bekerja sesuai dengan rencana kerja dan agenda kegiatan hariannya. Begitu pula disiplin kerja karyawan haruslah terawat dengan baik. Pimpinan harus dapat memotivasi karyawan dan memberikan contoh yang baik. Memiliki kemampuan untuk menegur atau memberikan sanksi bila karyawan berbuat salah atau melakukan sesuatu yang tidak sesuai dengan ketentuan-ketentuan kerja yang berlaku, serta memberikan penghargaan bila mereka berprestasi baik.

- 3) *Menciptakan keunggulan komparatif*: komparatif yang dimiliki sebuah perusahaan mungkin pada produk, mungkin pada pelayanan, mungkin pada harga dan sebagainya. Mungkin produknya memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan dengan produk yang sama yang dihasilkan oleh perusahaan lain, dan sesuai dengan selera konsumen.²¹

Dari uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa dalam berwirausaha membutuhkan strategi-strategi dalam meningkatkan usaha agar usaha lebih maju dan berkembang sesuai apa yang kita harapkan.

D. Kajian Tentang Pemasaran Hasil Produksi

Potensi pasar dalam usaha kecil dapat menjadi pemicu atau sekaligus motif berusaha yang dapat dimanfaatkan oleh seorang wiraswasta untuk mengajukan pinjaman modal. Jika pada sector usaha menengah dan besar, pasar baru tercipta melalui penelitian dan dilaksanakan setelah adanya preoses produksi dan periklanan,

²¹ Nanih Machendrawati, Agus Ahmad Syafei, *Pengembangan Masyarakat Islam*, Hal.53-55



maka pada sector usaha kecil lebih sering dijumpai wirausaha yang baru melakukan produksinya setelah menemukan pasarnya.

a. Pemasaran Hasil Produksi

Sebagai suatu ciri yang unik, pola pemasaran usaha kecil lebih sering berproduksi setelah menemukan pasarnya dari pada membuat dahulu baru dipasarkan. Alasan yang dikemukakan adalah karena mereka biasanya berproduksi setelah ada industri kecil lain yang kwalahan dalam melayani permintaan atau peluangnya terlihat. Pada setiap penelitian yang dilakukan terhadap usaha kecil, faktor-faktor pasar selalu sudah tersedia atau tidak ada biaya pemasaran sama sekali, sehingga mereka selalu yakin bahwa apa yang mereka produksi selalu terjual. Rasa yakin ini merupakan kekuatan sekaligus kelemahan yang paling mendasar dalam sistem pemasaran usaha kecil di Indonesia. Program pemasaran sering tidak pernah dirumuskan, sedangkan target berproduksinya yang dihubungkan dengan aspek pemasaran meliputi:

- 1) Mengembalikan investasi.
- 2) Memenuhi kebutuhan konsumen.
- 3) Melengkapi siklus produksi perusahaan.²²

b. Model Pemasaran Hasil Produksi

Model pemasaran yang banyak dilakukan oleh usaha kecil di Indonesia ialah pemasaran bersama dengan sasaran pasar yang telah ada dan tanpa biaya pemasaran, melainkan biaya transportasi atau pengangkutan. Hal ini

²² Harimurti Subahar, *Manajemen Usaha Kecil*, (Yogyakarta: BPFE, 2001). Hal. 129-130

dikarenakan pasar konsumen telah ada jauh sebelum mereka berproduksi dan bahkan ada pula yang memanfaatkan peluang pasar sebagai sarana untuk mendapatkan kredit permodalan.²³

c. Lokasi Pemasaran Hasil Produksi

Sebagai suatu komponen dalam kesuksesan berusaha, lokasi memegang peranan penting dalam pengenalan suatu usaha kecil oleh lingkungan eksteralnya. Lokasi yang mudah dilihat, mudah ditentukan dan tidak sulit menjangkaunya akan sangat membantu dalam pemasaran produk suatu usaha kecil dengan lebih sering dilihat, dilewati atau didatangi, suatu produk akan berpeluang untuk dibeli lebih banyak, lebih sering ataupun lebih laku dari produk sejenis di tempat lain.

Untuk kepentingan pengenalan oleh pihak ekstern, yang mendukung suatu lokasi agar menempuh posisi yang strategis selayaknya memiliki kondisi:

1) Untuk Usaha Perdagangan Atau Usaha Kecil

- a) Dekat dengan aktifitas dan keramaian umum (di pinggir jalan raya, di dekat pasar, di dekat sekolah).
- b) Mudah dicapai (jalan raya lokasi tidak sulit, sarana transportasi beragam, dan fleksibel dalam pengiriman).
- c) Terjamin dalam hal keamanan dan kondisi lingkungan.
- d) Merupakan lokasi yang berkembang aspek kuantitas dan kualitasnya.

²³ *Ibid*, 130



2) Untuk Usaha Industri Kecil

- a) Hemat dalam segala aspek (harta sewa tanah, bangunan, bahan penunjang).
- b) Dekat dengan faktor-faktor produksi.
- c) Dekat dengan sarana lain yang menunjang usaha.
- d) Merupakan lokasi yang stabil.²⁴

E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian terdahulu yang dijadikan bahan referensi mengenai pemberdayaan komunitas adalah:

- a. Skripsi yang ditulis oleh Ainul Yaqin, yang berjudul “Komunitas Usaha Produksi Kecambah (Kajian Strategi Pemberdayaan Masyarakat Usaha Kecil Di Kelurahan Hulaan Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik)”, tahun 2010. Dalam skripsi ini, peneliti mengkaji tentang bagaimana strategi pemberdayaan masyarakat melalui komunitas usaha produksi kecambah di Kelurahan Hulaan Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik. Dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana peran komunitas usaha produksi dalam strategi pemberdayaan masyarakat usaha kecil. Serta faktor-faktor yang menjadi pendukung dan penghambat dalam usaha tersebut.

Dalam karya ilmiah diatas dijelaskan bahwa, komunitas usaha produksi kecambah di Kelurahan Hulaan Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik telah mampu memberdayakan masyarakat dan meningkatkan kualitas kesejahteraan hidup serta kemandirian dalam pengembangan didalam masyarakat. Ada beberapa

²⁴ *Ibid*, Hal. 135-136



- faktor pendukung dan penghambat dalam komunitas usaha produksi Kecamba di Kelurahan Hulaan Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik, 1. Faktor Pendukung: Tingginya ikatan emosional kekeluargaan yang ada didalam anggota Komunitas Usaha Produksi Kecambah, Sumber daya alam yang berlimpah (air yang jernih).
2. Faktor Penghambat: Kurangnya peningkatan akses pada pasar, Kemitraan usaha, Peningkatan akses kepada aset produktif, Permodalan, dan Kelembagaan.
- b. Skripsi yang ditulis oleh M. Daman Huri, yang berjudul “Pemberdayaan Komunitas Pengrajin Tempe di Kelurahan Sidotopo Wetan Oleh Baitulmaal Muamalat (BMM) Surabaya”, tahun 2008. Dalam skripsi ini, peneliti mengkaji tentang bagaimana program pemberdayaan yang dilakukan Baitulmaal Muamalat (BMM) Surabaya dalam memberdayakan komunitas pengrajin tempe di Kelurahan Sidotopo Wetan dan faktor pendukung dan penghambat program pemberdayaan Baitulmaal Muamalat (BMM) Surabaya dalam memberdayakan komunitas pengrajin tempe di Kelurahan Sidotopo Wetan.

Dalam karya ilmiah diatas dijelaskan bahwa program pemberdayaan yang dilakukan oleh BMM Surabaya dalam memberdayakan komunitas pengrajin tempe di Kelurahan Sidotopo Wetan terdiri dari dua tahap. Pada tahap I dilakukan melalui pelatihan, bakti sosial, pemberian bantuan pinjaman modal usaha dan peralatan produksi. Pada tahap II dilakukan melalui bantuan pinjaman modal untuk pengadaan bahan baku bersama. Faktor pendukung dari program ini adalah banyaknya warga yang menekuni usaha pembuatan tempe, adanya kedekatan hubungan antara tim pemberdayaan dengan komunitas pengrajin tempe di



Sidotopo Wetan. Sedangkan faktor penghambat dari program ini adalah rendahnya kualitas SDM, ketergantungan pada pemilik modal, kurangnya kesadaran dalam mengangsur pinjaman modal usaha.