

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kewirausahaan semakin mendapat perhatian dari para sosiolog di antaranya oleh Thornton (1999); Lee and Shaw (2016), bahwa perspektif sosiologi menjadi penting karena dampak dari kegiatan wirausaha tidak hanya mendorong pertumbuhan ekonomi (Gruide and Markley, 2009 ; Riverola and Miralles, 2013), akan tetapi lebih luas pada perubahan sistim sosial kemasyarakatan (Hu et.al, 2019). Pertumbuhan ekonomi yang didorong oleh kegiatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dapat menyerap pengangguran (Baker dan Powell, 2016), dan memberi penghasilan bagi rumah tangga miskin (OECD, 2017). Pengalaman di Malaysia menunjukkan kegiatan ekonomi dalam skala mikro menjadi solusi bagi pengentasan kemiskinan dan penyumbang pendapatan negara (Madanchian et.al, 2015). Sementara di Amerika, kegiatan wirausaha menjadi strategi untuk menaikkan posisi sosial kaum minoritas pada kegiatan ekonomi yang selama ini dikuasai oleh orang kulit putih (Robins et.al, 2000).

Pengalaman di Indonesia, UMKM memiliki peran substansial sebagai *safety net* (jaring pengaman) ketika krisis Asia tahun 1998, mengalahkan sektor usaha skala besar yang mengalami kerugian dan kolaps pada saat itu. Sebaliknya usaha kecil tetap kokoh berdiri

menopang perekonomian nasional (Putra, 2016). Keberadaan UMKM di Indonesia membuktikan kembali dirinya sebagai penopang ekonomi pada masa pandemi dan ketika usaha besar mengalami keterpurukan seperti hotel, restoran, pertambangan, pertokoan serta dunia penerbangan, justru pelaku usaha kecil disektor informal, kegiatan ekonominya berjalan seperti biasa bahkan mengalami lonjakan.

Di sebuah laman web yang ditulis oleh Akbar (2020), menggambarkan pelaku usaha kecil yang berjualan pulsa meningkat pendapatannya hingga 1000 persen, usaha kecantikan dan kesehatan meningkat 800 persen, logistik meningkat hingga 400 persen, dan industri laundry naik 300 persen. Sektor kuliner juga mampu bertahan pada masa sulit ini, khususnya penghasilan wirausaha frozen food justru meningkat penjualannya dengan memanfaatkan media online. Pada kondisi ini UMKM sangat berperan dalam membangkitkan ekonomi, mempunyai kemampuan mencari solusi melalui teknologi, inovasi, dan investasi.

Pengembangan iklim kewirausahaan menjadi target pemerintah nasional dengan proyeksi mencapai angka minimal 4 persen pertumbuhan kewirausahaan di Indonesia pada tahun 2024. Angka ini telah disepakati oleh masyarakat internasional menjadi sebuah parameter negara maju (Dwi, 2013). Data Kementerian Koperasi dan UKM RI menyodorkan data terkini pertumbuhan

kewirausahaan di Indonesia yang relatif kecil, bahwa angka pertumbuhan UKM di Indonesia masih sebesar 3,76 persen, jauh lebih rendah dibandingkan negara tetangga seperti Singapura yang mencapai 8,5 persen dan Malaysia 4,5 persen (merdeka.com, 28/7/2021).

Untuk mengejar target angka yang telah ditentukan tersebut, Pemerintah Indonesia Kementerian dan Lembaga menggunakan tiga skema dalam mengembangkan iklim UMKM di Indonesia, misalnya memberi bantuan dana hibah, pelatihan keterampilan untuk mengejar mutu produk yang bersertifikasi, serta pendampingan untuk membuka akses pasar baru secara local, nasional dan international. Kementerian Koperasi UKM baru-baru ini telah meluncurkan sebuah program untuk memberikan pendampingan dan konsultasi bagi para pengusaha. Program ini disebut Paten Preneur yang merupakan akronim dari Pahlawan Tumpuan Ekonomi Negeri. Sementara Kementerian Perekraf pada tahun 2021, mengunggulkan program bantuan modal sebesar 20 juta rupiah melalui skema Bantuan Insentif Pemerintah, serta gencar melakukan promosi produk-produk UMKM melalui media sosial yang dilakukan langsung oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sandiaga Uno. Pada masa jabatan Sandiaga Uno, UMKM menjadi program yang diunggulkan. Terobosan-terobosan yang dilakukan Kemenparekraf, secara konkrit dapat ditunjukkan dengan hadirnya negara yang bergerak bersama

pelaku UMKM untuk menembus pasar global, seperti rendang padang yang berhasil menjadi komoditi internasional. Sementara itu, pada tahun 2022 Kemensos masih berfokus pada pemberian bantuan dana bagi pelaku UMKM sejumlah 166 pelaku usaha mikro di daerah Medan dalam rangka percepatan munculnya wirausaha baru.

Hal yang sama dilakukan oleh lembaga perbankan, yaitu dengan pemberian program bantuan kepada pelaku wirausaha berupa bantuan modal lunak, ataupun mengadakan pelatihan dan pendampingan untuk penguatan SDM pelaku usaha. Keberadaan UMKM binaan dari lembaga perbankan nasional, termasuk Bank Indonesia telah gencar melakukan binaan dengan memfasilitasi kurasi produk dan menyelenggarakan pameran-pameran produk UMKM termasuk fashion show, baik dalam negeri dan luar negeri (Bank Indonesia Perwakilan Gorontalo, 2021). Bank Indonesia yang berkedudukan di Gorontalo memiliki target beberapa pelaku usaha binaannya agar dapat mencapai UMKM naik kelas, sehingga menjadi produk layak ekspor. Melalui berbagai upaya tersebut diharapkan mampu mencapai target yang diinginkan, namun dari data yang dipublikasi oleh Kementerian Koperasi dan UMKM menunjukkan hasil sebaliknya.

Beberapa kebijakan yang dilakukan oleh Kementrian dan Lembaga diatas menitik beratkan pada pemberian modal ekonomi, pelatihan dan pendampingan. Strategi seperti ini menjadi pakem

dalam pengembangan UMKM, seperti program Kementerian Pertanian yang menjalankan program Usaha ekonomi produktif berbasis kelompok yang disebut GAPOKTAN atau kelompok Wanita Tani atau KWT Ekasari (2018), BKKBN Nofrijal (2019) memiliki program Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera (UPPKS), dan Kementerian Sosial Kemensos (2016) mengunggulkan program Kelompok Wirausaha atau KUBE.

Lebih khusus melihat program KUBE, yang memiliki data yang cukup terekam dengan baik, program tersebut dinilai belum menunjukkan hasil yang kurang signifikan. Dana nasional yang dialokasikan untuk KUBE ini sudah melampaui sembilan digit atau mencapai trilyunan rupiah, sejak diluuncurkannya program ini tahun 1983. Kegiatan utamanya adalah pemberian modal hibah bagi kelompok usaha pemula dan melakukan pendampingan bagi anggota binaannya (Imaduddin et.al. 2019).

Dana tersebut dibelanjakan untuk mendorong pertumbuhan kegiatan wirausaha, namun dinilai belum mencapai target yang ditentukan (Roebiyanto, 2013; Hanggana, 2017). Roebiyanto salah satu staf peneliti di Kementerian Sosial, menjelaskan pada periode 2003-2013 telah dibentuk 36.799 KUBE atau setara 367.078 KK miskin, namun dari total jumlah KK miskin hanya 4,73% keluarga miskin yang terus mengejar sisi kuantitas jumlah kelompok usaha, dibandingkan sisi kualitasnya, sehingga tercatat ada 90.000 kelompok

yang telah terbentuk pada tahun 2013. Terdapat alokasi dana per kelompok sebesar Rp. 20.000.000 juta rupiah, sedangkan anggaran yang digunakan sudah mencapai 1,8 Triliun, namun hanya terdapat 1,28% yang berhasil mencapai kriteria mandiri.

Kegagalan seperti ini juga ditemukan di daerah-daerah, antara lain di Provinsi Gorontalo. Menggambarkan dalam kurun waktu 5 tahun (2012-2017) telah terbentuk 1563 usaha kelompok, yang menggunakan anggaran sebesar Rp.31.260.000.000. Data Dinas Sosial Provinsi Gorontalo (2019) menyebutkan pada tahun 2017 tercatat hanya terdapat 33 kelompok yang berjalan aktif, status aktif dalam artian tetap berjalan namun tidak berkembang. Realita di lapangan menunjukkan banyak anggota kelompok yang terjun membentuk usaha perorangan, menjual barang harian dan makanan siap saji. Kelompok-kelompok yang sudah terbentuk sebagian besar bubar atau terfragmentasi dan bahkan ada yang mengalami kegagalan. Mengaitkan bahwa kegagalan wirausaha dihubungkan dengan beberapa hal, diantaranya: a) implementasi kegiatan yang masih menggunakan sistem top down; b) minimnya modal ekonomi untuk pengembangan usaha; c) pembentukan kelompok yang semata-mata project oriented, atau sekedar melepaskan kewajiban tanggung jawab, dan tanpa pendampingan profesional; d) lemahnya sumber daya manusia para pelaku usaha Sitepu (2016); dan e) sulitnya mengakses pasar (Niode dan Mopangga, 2014). Kegagalan UMKM

dapat dikaitkan dengan beberapa sebab, antara lain adalah: (1) kurangnya modal ekonomi; (2) lemahnya sistem pendampingan; dan (3) Sumber Daya Manusia (SDM) dan akses pasar yang kurang maksimal.

Jika berbagai data menunjukkan cukup banyak kelompok usaha yang sudah mendapat dukungan dana atau modal dari pemerintah namun masih tetap gagal dalam mengembangkan usahanya, disisi lain terdapat satu kasus kelompok usaha di Desa Gentuma, Kecamatan Gentuma, Kabupaten Gorontalo Utara yang berhasil mengembangkan usahanya mulai dari nol. Nama kelompok wirausaha itu adalah H2 Rifal. Usaha H2 Rifal dirintis tanpa modal yang cukup serta tanpa fasilitas pendanaan dan pendampingan dari pemerintah setempat. Di awal merintis usaha, kualitas sumber daya manusia yang menggerakkan bisnis mereka terbilang rendah, namun dengan segala keterbatasannya secara mandiri dan perlahan-lahan, kemudian kelompok tersebut mampu mengembangkan bisnisnya menguasai pasar berskala lokal hingga luar daerah atau menembus ke luar wilayah pulau.

Merujuk studi yang dilakukan oleh Katz dan Green (2011) menunjukkan bahwa kegagalan atau keberhasilan suatu UMKM ditentukan oleh aspek SDM sebagai faktor esensial dalam menjalankan wirausaha. SDM yang berpendidikan tinggi, adalah salah satu faktor menjadi aspek penting yang mendukung

pengelolaan bisnis yang baik. Namun, pendapat ini bertolak belakang dengan kondisi anggota H2 Rifal yang rata-rata berlatar pendidikan rendah. Ketua kelompok dapat menyelesaikan studi sampai jenjang SMK, kemudian terdapat salah satu anggota yang hanya memiliki ijazah SMP, dan sisanya hanya lulusan SD serta putus sekolah.

Menelusuri berbagai kajian tentang usaha kelompok yang diinisiasi sendiri seperti kasus kelompok “H2 Rifal”, masih jarang ditemukan, khususnya di daerah Gorontalo. Rata-rata usaha kelompok dibentuk oleh pemerintah melalui berbagai macam program. Kelompok usaha bentukan pemerintah itu didukung oleh fasilitas penuh dari pemerintah, seperti hibah modal usaha, dan menyediakan pendamping ahli yang dapat membantu usaha kelompok dampingannya.

Sebagaimana hasil observasi lapangan, usaha “H2 Rifal” merupakan sebuah kelompok usaha yang dibentuk tanpa arahan dari pihak lain, yang bahkan tanpa stok modal ekonomi ditangan pendirinya, namun dapat tumbuh secara mandiri dan mampu mencapai kesuksesan. Kondisi ini menunjukkan bahwa anggota kelompok memiliki *self management capability* atau kemampuan mengelola diri mereka sendiri, kesanggupan melakukan persiapan usaha dan mengembangkannya secara signifikan. Istilah *self management capability* dikemukakan oleh Ruiner (2019) yang

dihubungkannya dengan kemampuan individu atau disebut habitus, sebagai factor penting dalam proses memulai sebuah bisnis. Pelaku usaha mampu mengambil keputusan memulai bisnisnya tanpa arahan dari pihak lain, karena memiliki kekuatan dari dalam dirinya sendiri.

Habitus adalah konsep yang diadopsi Ruiner dari Pierre Bordieu, yang menegaskan bahwa individu adalah agen yang memiliki kekuatan internalnya, dan menjadi salah satu indicator yang menunjang keberhasilan wirausaha. Ruiner menambahkan habitus bekerja di arena membutuhkan modal, antara lain modal budaya, atau pengalaman pelaku usaha yang menjadi pertaruhan dalam merintis sebuah usaha.

Lebih lanjut Ruiner mengemukakan konsep habitus dan modal budaya, dalam kegiatan usaha di bidang Teknologi Informasi (TI) yang dijalankan oleh pelaku usaha perempuan di Jerman. Kemunculan usaha dari subyek yang ditelitinya dipengaruhi oleh habitus dan stok modal budaya yang dimiliki oleh pelaku usaha perempuan tersebut. Subyek memiliki habitus atau etos kerja mandiri dan kreatif yang menjadi bagian dari sikapnya sehari-hari, dan pengalaman pada saat bekerja (modal budaya), kedua aspek ini mejadi kekuatannya dalam mendirikan bisnis dibidang TI. Etos kerja atau habitus yang dimiliki oleh pelaku usaha tak dapat dipisahkan dari pengajaran orang tuanya di

masa kecil. Menurut Ruiner peran orang tua cukup menentukan dalam menanamkan nilai-nilai kerja keras dan kreatif, serta pengalaman pada masa ia bekerja di perusahaan TI, mempengaruhi tindakannya dalam menjalankan usahanya. Dengan kenyataan seperti ini Ruiner (2019) membuat penelitian studi komparasi pada dua perempuan yang sama-sama bergerak dalam bisnis TI dan berlatar pendidikan tinggi, namun performa usaha mereka berbeda. Pelaku usaha yang berhasil ditunjang oleh habitus dan modal budayanya yang cukup untuk mengembangkan binisnya. Sementara pelaku usaha yang satunya lagi menunjukkan performa usaha yang berbeda karena tidak memiliki persepsi tentang wirausaha, etos kerja yang mandiri dan pengalaman yang cukup seperti pelaku usaha yang satunya. Studi ini mendeskripsikan bahwa unsur habitus dan modal budaya sebagai penunjang dalam proses pembentukan dan pengembangan usaha.

Argumentasi Ruiner diatas didukung oleh studi Outsios dan Kittler (2018), bahwa habitus berperan dalam kemunculan usaha komersial di bidang lingkungan. Terdapat 20 orang pengusaha lingkungan di Inggris, sebagai subyek penelitian, yang berhasil digali bahwa mereka mampu memulai usaha di bidang lingkungan karena memiliki pengalaman di bidang pelestarian lingkungan sebelumnya. Pada sesi diskusi kelompok terfokus dan serangkaian wawancara mendalam dengan para pengusaha

lingkungan, diperoleh informasi bahwa dengan memiliki pemahaman tentang pelestarian lingkungan, telah mendorong mereka mendirikan usaha yang bergerak di bidang lingkungan. Pemahaman tentang bisnis tersebut dipengaruhi oleh pengajaran atau sosialisasi orang tuanya yang menjadi mental model atau habitus, yang mendorong mereka mendirikan sebuah usaha yang bergerak di bidang lingkungan. Kemudian pemahaman mereka berkembang dikemudian hari saat melakukan banyak perjalanan atau travelling.

Dengan kata lain, pelaku usaha lingkungan, sebagai subjek penelitian, secara sempurna mengembangkan pengetahuan yang diajarkan orang tuanya, karena sering melakukan perjalanan atau travelling, dan menemukan tempat-tempat dengan degradasi lingkungan yang dapat dikelola dengan baik dan menjadi komersil. Kemampuan para pelaku usaha inilah yang disebut habitus, yang ditunjang oleh modal budaya atau pengalaman mereka yang diperoleh ketika melakukan perjalanan, sebagai modal yang dipertaruhkan untuk mendirikan sebuah bisnis lingkungan.

Studi lainnya yang dilakukan oleh Nirzalin dan Fakhurrazi (2020) mengungkapkan bahwa habitus dan modal sosial, menjadi faktor pendukung kesuksesan usaha mebel yang dijalankan oleh UD. Bripo di Lhokseumawe, Aceh. Argumentasi dalam studi ini menunjukkan bahwa kesuksesan maupun kegagalan bisnis tidak

ditentukan oleh modal ekonomi, tetapi ditentukan oleh faktor habitus dan modal sosial. Kajian ini menggambarkan dua usaha yang sama-sama bergerak dibidang mebel, namun UD. Bripo lebih mendominasi arena bisnis di banding perusahaan Dek Gam. UD Bripo berhasil mengembangkan usahanya dengan baik. Usaha Dek Gam menunjukkan kenyataan sebaliknya. Habitus pemilik UD. Bripo berperan dalam pencapaian ini, yang tercermin pada sikap berani, jujur, fokus, hemat, peduli dan berjiwa pemimpin. Kemudian, pelaku usaha UD. Bripo juga memiliki modal sosial yang cukup, yang menjadi kekuatan usahanya, yakni jaringan yang berhasil dibangun dengan pihak luar. Jaringan ini terbangun dengan cara memegang norma dan kepercayaan dari pelanggan. Membayar tepat waktu pada mitra kerja yang menyuplai kayu, juga tepat waktu dalam menyelesaikan pekerjaan.

Peneliti lainnya, Capriati (2013) membahas kehidupan pedagang kaki lima di Pasar Pagi Samarinda. Capriati menyorot habitus pelaku usaha dan modal-modal yang digunakan dalam memulai usaha dan mempertahankan usahanya agar terus berlangsung. Perjuangan para pedagang kaki lima tidak hanya berkompetisi dengan sesama pelaku usaha kecil, namun juga dengan pedagang toko-toko besar di area ini. Dengan menggunakan teori praktik, Capriati berhasil menggambarkan perjuangan pedagang kaki lima untuk dapat bertahan di arena yang

erat dengan kompetisi, antara lain karena faktor habitus dan berbagai modal yang dimiliki mereka, antara lain modal budaya, sosial dan simbol yang ditukarkan menjadi modal ekonomi. Dinamika perjuangan mereka yang memiliki usaha di tempat terbuka bagi siapa saja, membutuhkan strategi khusus dan karakter yang tangguh, memiliki kemandirian, kelenturan dan efisiensi usaha. Sehingga walaupun tingkat pendidikan mereka rata-rata rendah namun kekuatan dari dalam dirinya mampu mengalahkan keadaan yang sangat sulit. Dengan pertaruhan modal yang kecil di arena pasar pagi, mereka mampu meraih modal ekonomi, dengan memanfaatkan situasi, tempat dan keramaian yaitu dengan berjualan di trotoar atau di tempat umum lainnya sebagai tempat berjualan tanpa mengeluarkan biaya sewa tempat. Pedagang-pedagan itu memperoleh pinjaman lokasi strategis di emperan toko dari pemilik toko besar yang digunakannya tanpa biaya sewa. Interaksi antara pedagang kaki lima dan pemilik toko besar sudah cukup lama, sehingga sebagai kenalan lamanya, ia tak dipungut bayarannya. Hubungan antara keduanya sebagai jaringan atau modal sosial dipertaruhkan dalam menjaga kelangsungan usaha pedagang kaki lima.

Studi lainnya oleh D. Clerq dan Voronov (2009) mengetengahkan aspek habitus yang ditopang oleh modal symbol sebagai factor penting yang menunjang kegiatan wirausaha. Aspek

habitus tercermin pada kemampuan pelaku usaha baru dalam melakukan inovasi yang kemudian diakui oleh pihak lain, dan bahkan dilegitimasi atau diakui secara sah. Berdasarkan Bourdieu, D Clerq dan Voronov mengemukakan bahwa peristiwa seperti ini menunjukkan unsur habitus dan modal simbolik menjadi factor penting dalam kegiatan wirausaha karena pengakuan tersebut memperkuat eksistensi pelaku usaha dalam jaringan bisnis yang mereka kuasai. Menurut D. Clerq dan Voronov pengakuan terdiri atas dua aspek: pertama, pengakuan oleh lembaga pemegang kekuasaan atas eksistensi pelaku usaha; kedua, kemampuan inovasi pelaku usaha, di mana kemampuan ini menggambarkan habitus pelaku usaha yang diakui secara sah. Dalam pandangan Bourdieu, sebuah ciri khas yang menggambarkan karakteristik seseorang ataupun benda yang unik termasuk dalam modal simbolik.

Beberapa hasil studi di atas menggambarkan penerapan teori praktik sosial yang digagas oleh Bourdieu, yang digunakan untuk menjelaskan perjalanan kegiatan usaha yang mengandalkan pada kekuatan internal dan modal-modal non ekonomi. Perjuangan tersebut tampak pada tindakan-tindakan pelaku usaha atau habitusnya, yang berinteraksi dengan modal-modal yang mereka miliki. Teori praktik sosial yang dirumuskan oleh Bourdieu terdiri dari tiga komponen yakni: (Habitus x Modal) + Ranah. Dalil ini

menjelaskan kaitan ketiga komponen tersebut yang bertautan di arena dan menghasilkan praktik sosial. Melalui rumus ini Bordieu menjelaskan kondisi arena yang ditempati agen bukan arena biasa, melainkan arena yang didalamnya saling berebut modal untuk memperbaiki posisi-posisi yang terstruktur antara individu dan individu, ataupun individu dan institusi (Jenkins, 2004). Artinya hubungan di antara mereka bukanlah merupakan hubungan yang sederhana, karena di dalamnya terdapat perjuangan untuk mencapai tujuan masing-masing. Pada arena bisnis, terdapat perjuangan dengan cara mempertaruhkan modal untuk mengakumulasi modal demi mempertahankan dan bahkan meningkatkan posisinya di arena tersebut. Bourdieu berpendapat, bahwa modal-modal yang dimaksud selain modal ekonomi, terdapat modal-modal non ekonomi yang tidak bersifat materialistik, yaitu modal budaya, modal sosial, modal simbolik, di mana dengan penguasaan modal-modal ini seseorang mampu mengubah nasibnya atau mengendalikan orang lain (Budirahayu, 2016).

Beberapa penelitian di atas, menjelaskan peran habitus dan modal dalam arena wirausaha yang dijalankan secara perorangan. Berbeda dengan studi-studi terdahulu tersebut, penelitian ini membahas tentang praktik sosial usaha dalam bentuk kelompok yang dijalankan oleh Ibu-Ibu dengan latar pendidikan rendah yang

dianggap berhasil mengembangkan bisnisnya hingga mampu merebut pangsa pasar produk kue kering hingga di luar wilayah Provinsi Gorontalo. Asumsi atau dugaan awal peneliti adalah bahwa keberhasilan Kelompok wirausaha “H2 Rifal” disebabkan oleh habitus dari masing-masing anggota kelompok yang saling mendukung, yaitu berbagai kemampuan anggota yang mendukung jalannya usaha yang mereka geluti, disertai modal sosial dan modal budaya. Anggota “H2 Rifal” dapat mengembangkan habitus yang mereka miliki dan menjadi kekuatannya untuk berjuang di arena atau pasar bisnis. Pada awalnya mereka hanya mengandalkan modal-modal non ekonomi dan habitus yang mereka miliki. Namun dalam perkembangannya mereka mampu melipatgandakan modal ekonomi, sehingga menjadi kelompok bisnis yang memiliki kinerja usaha yang diakui oleh masyarakat. Tak hanya modal ekonomi yang dapat diakumulasi oleh anggota kelompok, namun juga modal-modal lainnya, modal budaya, modal sosial dan modal symbol.

Indikator keberhasilan kelompok dapat ditelusuri dalam dua sisi, yaitu pada kinerja ekonomi (Purnama dan Suyanto, 2020) dan kinerja sosial (Setiawati, 2005). Data lapangan menunjukkan pendapatan Kelompok Wirausaha H2 Rifal H2 Rifal terus meningkat, namun juga mengalami fluktuasi. Meskipun mengalami fluktuasi asset dan omzet usaha H2 Rifal, berada

dikisaran 500 juta sampai dengan 2 milyar. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021, skala usaha UMKM berjenjang dari Ultra Mikro, Mikro, Kecil dan Menengah. Lebih khusus skala usaha ultra mikro adalah usaha yang dimulai tanpa modal ekonomi sama sekali (CNBC, 2002). Kondisi ini ditunjukkan oleh kelompok usaha H2 Rifal, dimana saat pendirian usahanya tanpa stok modal ekonomi, sehingga merujuk pada aturan ini, usaha “H2 Rifal” digolongkan sebagai usaha ultramikro yang didirikan tanpa stok modal ekonomi ditangan.

Dalam berjalannya waktu anggota kelompok dapat meningkatkan produktifitas dan kinerja ekonomi dengan anggota kelompok berjumlah 28 orang namun turun menjadi 18 orang saat pandemi. Merujuk pada UU no 8 tahun 2008 bahwa pada kriteria usaha kecil. Sedangkan usaha yang memiliki pekerja 20-an orang dikategorikan usaha skala menengah. Usaha H2 Rifal memiliki omzet 500 juta sampai dengan 1 milyar, dan memiliki anggota sebanyak 18 orang, dengan demikian kelompok usaha H2 Rifal yang pada awalnya tidak memiliki stok modal ekonomi atau dikategorikan usaha skala ultra mikro, kemudian dapat meningkatkan posisinya pada skala usaha kecil dan menengah.

Usaha H2 Rifal tidak hanya menunjukkan kinerja ekonomi yang berkembang, namun menunjukkan kinerja sosialnya, turut

berpartisipasi dalam kegiatan sosial kemasyarakatan yang dibahas pada bab IV dalam tulisan ini.

Untuk menjelaskan perjuangan anggota kelompok dalam mengakumulasi modal ekonomi, maka studi ini menelusuri fase pendirian usaha dan fase pengembangan usaha. Teori praktik sosial dari Pierre Bourdieu dapat membantu menganalisis perjuangan anggota H2 Rifal dalam lintasan dan ruang waktu yang berbeda. Dengan demikian studi ini mengeksplorasi habitus, modal yang dimiliki dan dikembangkan para anggota Kelompok diarena usaha “H2 Rifal”

1.2. Fokus Studi dan Permasalahan Penelitian

Perjuangan usaha kelompok H2 Rifal dalam menjalankan bisnisnya merupakan fenomena menarik. Dikatakan menarik karena mereka memulai usaha dengan karakteristik spesifik, yaitu selain dilakukan secara mandiri, mereka juga merintis usaha bukan dengan modal ekonomi, tetapi dengan modal sosial dan budaya. Namun dengan keterbatasan modal-modal tersebut mereka mampu melipatgandakan menjadi modal ekonomi, meski masih dalam skala kecil di mana upaya semacam itu jarang ditemukan di kelompok-kelompok usaha atau wirausaha lainnya. Penelitian ini mengidentifikasi proses menjalankan wirausaha berbasis kelompok hingga mereka mampu mencapai kemandirian ekonominya, yaitu menjadi kelompok usaha berskala menengah-besar.

Rumusan praktik sosial yang digagas oleh Bourdieu menunjukkan habitus anggota kelompok menjadi sebuah kekuatan yang memungkinkan mereka merubah modal kecil yang mereka miliki menjadi modal yang besar. Dalam pandangan Bourdieu, kemampuan agen dalam memperjuangkan posisi sosialnya, dimulai dari habitus yang dimilikinya yang terwujud pada tindakan strategi individu, misalnya inventif atau mampu menemukan sesuatu yang baru, kreatif dan aktif (Harker et.al, 1990). Secara operasional tindakan strategi yang terlihat pada anggota H2 Rifal adalah sikap dan cara-cara mereka menghadapi situasi yang ada untuk mempertahankan posisinya di arena, disertai penggunaan modal-modal. Berdasarkan kerangka berpikir ini maka perjuangan Kelompok Wirausaha H2 Rifal untuk menjadi usaha kelompok yang maju dan mandiri dapat ditelusuri dari habitus dan modal-modal yang mereka miliki.

Berangkat dari latar belakang di atas, maka rumusan pertanyaan penelitian ini adalah:

1. Bagaimana habitus dan modal-modal yang terbentuk dan dikembangkan oleh para anggota Kelompok Wirausaha H2 Rifal untuk mempertahankan eksistensi usahanya?
2. Bagaimana praktik sosial yang dijalankan oleh para anggota Kelompok Wirausaha H2 Rifal untuk mempertahankan dan meningkatkan skala bisnis UMKM mereka?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini pertama, untuk menganalisis habitus dan modal-modal yang dibentuk dan dikembangkan oleh para anggota usaha H2 Rifal untuk mempertahankan eksistensi kelompok. Kedua, menganalisis praktik sosial para anggota H2 Rifal dalam mempertahankan dan meningkatkan skala bisnis UMKM.

1.4. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini setidaknya memiliki dua manfaat, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis: a). manfaat teoritis yang diharapkan adalah memberikan kontribusi teoritik mengenai praktik sosial kewirausahaan dalam perspektif Bourdieu. Teori praktik dapat menjelaskan pendekatan mikro, unsur kekuatan agen menjadi salah satu penunjang kegiatan wirausaha, yang sejauh ini masih focus pada pendekatan makro, pemberian bantuan dan mengunggulkan sistim pendampingan bagi masyarakat yang dianggap lemah, b) manfaat praktisnya adalah memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian kewirausahaan yang tidak saja bervisi ekonomi, tetapi juga mempertimbangkan aspek sosial, lebih khusus pada cara membangun habitus individu dan pengenalan modal-modal non ekonomi dalam dunia kewirausahaan. Membangun habitus dinilai penting karena membangun kekuatan internal

individu yang tidak semata dibutuhkan dalam ranah wirausaha
namun dibutuhkan dalam semua dimensi ruang kehidupan.