BAB II

KAJIAN PUSTAKA

Kajian pustaka dimaksudkan untuk mendapatkan arah yang jelas dan tepat dalam perumusan proposisi, dasar teoritikal, dan latar empirik serta perumusan hipotesis, sehingga tidak terjadi bias interpretasi atas hasil penelitian. Dua aras yang mendasari penelitian ini yaitu kajian teoritis dan kajian empiris tentang Modal Sosial, Orientasi Kewirausahan, Biaya Transaksi dan Kinerja Usaha. Paparan kajian pustaka ini dimaksudkan sebagai rasionalitas yang dapat dijadikan acuan dalam membangun model konseptual penelitian

Penelitian ini dikembangkan dari teori Ekonomi Kelembagaan Baru (EKB) sebagai teori utama, karena dari teori besar inilah berkembang teori Modal Sosial, dan teori Biaya Transaksi yang mendasari konsep yang dikaji dalam penelitian ini. Sedangkan untuk mengelaborasi konsep Orientasi Kewirausahaan digunakan teori Jaringan Sosial sebagai dasar analisisnya, sementara untuk Kinerja Usaha diverifikasi dengan menggunakan teori dan ukuran kinerja *Balanced Scorecard*. Sebagai pemahaman mendasar, dalam konteks ini dinyatakan bahwa penelitian ini berada dalam ranah ekonomi kelembagaan. Deskripsi ringkas tentang keberadaan teori utama ini disajikan sebagai berikut.

2.1 Kajian Teoritis

2.1.1Teori Ekonomi Kelembagaan Baru (EKB)

Eksistensi *New Institution Economic* (NIE) yang lazimnya di Indonesia disebut sebagai Ekonomi Kelembagaan Baru (EKB) adalah sebagai teori baru dalam rangka membuka kebuntuan dari kelemahan aplikasi penggunaan teori

Neo-Classical Economic (NCE) di dalam memecahkan persoalan-persoalan ekonomik empiris (Jaya Wihana, 2010). EKB berhasil menggambarkan adanya ketidaksempurnaan informasi dan adanya peningkatan biaya transaksi sebagai akibatnya. Setiap pelaku ekonomi tidak dapat seenaknya atau secara bebas keluar masuk dalam pasar kerena tidak semua pelaku pasar memiliki informasi yang sama. Informasi yang tidak sempurna menimbulkan konsekuensi adanya biaya transaksi. Semakin tidak sempurna informasi, maka semakin tinggi biaya transaksi yang akan dikeluarkan oleh para pelaku ekonomi. Dalam hal inilah, EKB merekomendasikan perlu adanya upaya-upaya untuk meminimalkan biaya transaksi.

Harris *et all* (2009) dan Furubotn and Richter (1998) memberikan tiga argumentasi mendasar yang merekomendasikan betapa kehadiran EKB dinyatakan sangat penting yaitu : 1) EKB adalah merupakan suatu teori yang muncul dengan kerangka dasar *Neo Classical Economics*, tetapi sanggup menawarkan jalan keluar untuk menyempurnakan dan mengembangkan teori tersebut; 2) EKB sangat penting dalam konteks kebijakan ekonomi karena kehadirannya menentang peran pasar yang terlalu diagungkan oleh kaum ortodoks *Neo Classical Economics*; dan 3) EKB menjadi sangat penting karena merupakan teori yang dibangun dengan mendasarkan pada penyesuaian perubahan institusi dalam kaitannya dengan upaya-upaya untuk peningkatan pertumbuhan ekonomi.

Kelembagaan secara umum merupakan suatu perangkat formal dan informal serta kaidah-kaidah atau tatakrama yang memfasilitasi koordinasi atau pengaturan relasi individu atau kelompok. Sebagai pemahaman dalam hal ini bahwa yang

disebut sebagai perangkat formal adalah hukum, kontrak, sistem politik, organisasi, pasar dan yang lainnya. Sedangkan unsur informal dalam hal ini adalah norma, tradisi, kebiasaan, sistem nilai agama, tendensi sosiologis dan sebagainya. Lembaga-lembaga yang dimaksud dinyatakan lebih memberi kepastian di dalam interaksi manusia dan memiliki pengaruh pada perilaku seseorang dan akan memunculkan *output* seperti kinerja ekonomi, efisiensi, pertumbuhan dan perkembangan ekonomi (Kherallah & Kirsten, 2001, 3-4).

Esensi argumentasi sosiologi ekonomi dan ekonomi kelembagaan merekomendasikan bahwa semua aktivitas dan kiprah organisasi ekonomi dalam masyarakat tradisional maupun masyarakat industri modern adalah melekat di dalam lingkungan sosialnya. Alasan kelekatan ini menandakan bahwa aktivitas ekonomi dalam organisasi tersebut tidaklah berkembang dalam suatu kekosongan sosial, tetapi keberadaannya dipengaruhi oleh: lembaga-lembaga sosial yang terkonstruksi secara sosial; relasi personal antar pelaku-pelaku ekonomi dan struktur jaringan relasinya. Artinya perilaku sosial ekonomi manusia/masyarakat tidak pernah lepas dari konstruksi sosial, relasi personal dan struktur jaringan

Kelembagaan sosial merujuk kepada aturan-aturan sosial, kesepakatan-kesepakatan yang berkaitan dengan interaksi sosial (Bardhan, 1989). Sementara North (1994) merekomendasikan bahwa kelembagaan sebagai aturan-aturan yang membatasi perilaku menyimpang manusia dengan tujuan untuk membangun srtuktur interaksi, baik yang bernuansa politik, ekonomi maupun sosial. Dalam hal ini kelembagaan hendaknya dipahami sebagai '*aturan main*' dalam masyarakat. Aturan main tersebut mencakup regulasi yang memapankan

masyarakat untuk dapat dengan leluasa melakukan interaksi. Esensi kelembagaan dalam hal ini adalah merupakan upaya untuk mendesain pola interaksi antar pelaku ekonomi sehingga dapat menciptakan efisiensi ekonomi.

Yustika (2012) merekomendasikan bahwa kelembagaan itu merujuk pada upaya untuk mendesain pola interaksi antar pelaku ekonomi sehingga mereka dapat melakukan transaksi secara dinamis sesuai dengan esensi kelembagaan itu sendiri. Sifat dinamis dari kelembagaan ini lebih disebabkan oleh berubahnya nilai-nilai dan kultur masyarakat seiring dengan berubahnya zaman. Dalam hal ini, kelembagaan diposisikan secara aktif sebagai *'instrumen'* untuk mengatur dan mempengaruhi kegiatan ekonomi, termasuk pelaku-pelaku ekonomi yang terlibat didalamnya.

Dengan menyimak apa yang dipaparkan di atas, dapat dipahami bahwa terdapat tiga hal mendasar sebagai esensi ekonomi kelembagaai yaitu: pertama para pelaku ekonomi yang terlibat dalan aktivitas ekonomi tersebut; kedua aturan main yang meliputi aturan formal, yakni sistem politik, seperti struktur pemerintahan, hak-hak individu, dan sistem ekonomi , misalnya hak kepemilikan yang terkait dengan kelangkaan sumber daya, kontrak dan sistem keamanan; dan aturan informal yang meliputi; pengalaman, nilai-nilai tradisional, agama, dan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi subjektif individu tentang dunia dimana mereka berada/hidup; ketiga mekanisme penegakan yang meliputi aturan-aturan yang disepakati bersama. Semua unsur kelembagaan itu tidak akan efektif apabila tidak dibarengi dengan mekanisme penegakan.

2.1.2 Teori Jaringan Sosial

Para analis teori jaringan sosial, menyepakati ada dua pendekatan dalam teori jaringan yaitu; pendekatan 'normatif' dan pendekatan 'objektif'. Teori ini masih relatif muda, yang dimotori oleh; Burt, (1982), Granovetter, (1985), Wasserman & Faust, (1994), Wellman & Berkowitz (1997), dan lain-lain (dalam (Ritzer, 2011). Menurut pandangan pakar teori jaringan, pendekatan normatif memusatkan perhatian terhadap kultur dan proses sosialisasi yang menginternalisasikan norma dan nilai ke dalam diri aktor. Artinya, menurut pendekatan normatif yang mempersatukan orang secara bersama adalah sekumpulan gagasan bersama.

Pakar teori jaringan, menolak pendekatan normatif dan menyatakan bahwa orang harus memusatkan perhatian pada pola ikatan objektif yang menghubungkan anggota masyarakat, dengan proposisinya yaitu:

> "Analis jaringan memulai dengan gagasan sederhana namun sangat kuat, bahwa usaha sosiolog adalah mempelajari struktur sosial...cara paling langsung mempelajari struktur sosial adalah menganalisis pola ikatan yang menghubungkan anggotanya. Pakar analis jaringan menelusuri struktur bagian yang beradadi bawah pola jaringan biasa yang sering muncul ke permukaan sebagai sistem sosial yang kompleks....Aktor dan perilakunya dipandang sebagai dipaksa oleh struktur sosial ini. Jadi, sasaran analisis jaringan bukan pada aktor sukarela, tetapi pada paksaan struktural (Wellman, 1983)."

Satu ciri khas teori jaringan adalah memusatkan perhatian pada struktur mikro hingga makro. Artinya bagi teori jaringan, aktor mungkin saja individu (Wellman &Wortly,1990), tetapi mungkin pula kelompok bahkan perusahaan (Beker, 1990; Clawson, Neustadtl, Bearden, 1986; Mizruchi & Koenig, 1986) dan masyarakat. Hubungan dapat terjadi di tingkat struktur sosial skala luas maupun di

tingkat yang lebih bersifat mikro. Hubungan di tingkat mikro ini lebih konkret dan pribadi dalam struktur jaringan. Hubungan ini dilandasi oleh gagasan bahwa setiap aktor (individu maupun kelompok) mempunyai akses yang berbeda terhadap sumber daya yang bernilai (kekayaan, kekuasaan, informasi). Akibatnya, adalah bahwa sistem yang terstrutur cenderung terstratifikasi, artinya komponen tertentu tergantung pada komponen yang lainnya.

Beberapa prinsip kerja teori jaringan yaitu; 1) ikatan aktor biasanya adalah simetris dalam kadar maupun intensitasnya. Dalam hal ini, aktor saling memasok dengan sesuatu yang berbeda dan mereka berbuat demikian dengan intensitas yang makin besar atau makin kecil; 2) ikatan antar individu harus dianalisis dalam konteks struktur jaringan yang lebih luas; 3) terstrukturnya ikatan sosial menimbulkan berbagai jenis jaringan sitematis. 4) adanya kelompok jaringan menyebabkan terciptanya hubungan silang antara kelompok jaringan maupun antara individu. 5) ada ikatan asimetris antara unsur-unsur di dalam sebuah sistem jaringan dengan akibat bahwa sumber daya yang terbatas akan terdistribusikan secara tak merata; dan 6) distribusi yang timpang dari sumber daya yang terbatas menimbulkan baik itu kerja sama maupun kompetisi. Artinya; beberapa kelompok akan bergabung untuk mendapatkan sumberdaya yang terbatas itu dengan bekerja sama, sedangkan kelompok yang lain bersaing dan memperebutkannya. Jadi teori jaringan berkualitas dinamis, dengan struktur sistem akan berubah bersamaan dengan terjadinya pergeseran pola kalisis dan konflik (Ritzer 2011).

2.1.3 Modal Sosial

2.1.3.1 Awal Pemikiran dan Konsep Modern Modal Sosial

Sesungguhnya, awal pemikiran para pakar ekonomi tentang modal sosial, telah dimulai pada abad ke 18, saat Adam Smith memunculkan konsep modal sosial sebagai ‘kontrak sosial’ masyarakat sipil yang akan menentukan kemajuan pembangunan ekonomi. Unsur penting dari kontrak sosial ini adalah antara lain yang mereka sebut sebagai; karakteristik jaringan sosial, pola-pola imbal -balik dan kewajiban-kewajiban bersama. Dari pemikiran-pemikiran kelompok ini pula, berbagai kajian dan merupakan konsep modern dari modal sosial di abad berikutnya, menjadi memiliki dasar teoritis yang kuat. Sebagai contoh; Karl Marx dan Engles yang mengemukakan konsep keterikatan yang memiliki ikatan solidaritas, yang menggambarkan tentang kemungkinan munculnya pola hubungan dan kerjasama yang kuat ketika suatu kelompok berada dalam suatu tekanan negara atau kelompok lain (Woolcock, 1998).

Selanjutnya, pada awal abad ke 20, yaitu oleh Lyda Judson Hanifan (1916), kajian tentang modal sosial sudah mulai lebih sistematis dan komprehensif. Hal yang menarik bagi Lyda, adalah bagaimana dalam suatu unit sosial berlangsung pola-pola hubungan imbal-balik yang didasari oleh prinsip-prinsip kebajikan bersama, simpati dan empati, serta adanya tingkat kohesifitas hubungan antar individu dalam kelompok. Kajian ini telah mengilhami kajian modern tentang modal sosial, yang sekarang telah populer terutama oleh empat tokoh besar yang mengkaji konsep modal sosial pada akhir abad ke 20 dan awal abad ke 21, yaitu;

James S Coleman, Robert D Putnam, Francis Fukuyama dan Pierre Bourdieu (dalam Hasbullah, 2006).

Konsep modal sosial secara luas merupakan hal yang masih menjadi perdebatan dan bermakna ganda atau ambigu. Artinya modal sosial masih memiliki konotasi yang berbeda sehingga keambiguan ini masih dipertimbangkan (Anderson dan Jack, 2002). Masih ada pertentangan antara konsep yang biasa dipergunakan dalam sosiologi dan politik di satu sisi (Putnam, 1993, 1995, Fotes dan Londolt, 1996), dengan ekonomi di sisi lainnya (misalnya; Dasgupta & Serageldin,2000). Salah satu cara yang diupayakan untuk mendapatkan penyelesaian adalah dengan menerapkan tindakan model rasional ekonomi pada proses interaksi sosial yang dipelajari oleh para sosiolog. Pendekatan ini dipelopori oleh Coleman (1998) dan dikembangkan secara teoritis oleh Delia Giusta, (1999); Casson & Delia Giusta, (2004) dan secara empiris oleh: Knack & Keefer, (1997).

Coleman (1998) mendefinisikan bahwa modal sosial adalah aspek struktur sosial yang memudahkan bagi tindakan-tindakan perseorangan atau pelaku perseroan/perusahaan dalam struktur sosial. Selanjutnya dikatakan bahwa modal sosial itu bukanlah entitas tunggal, tetapi adalah entitas majemuk dengan dua elemen mendasar yaitu; 1) modal sosial mencakup beberapa aspek struktur sosial, dan 2) modal sosial itu memfasilitasi tindakan tertentu dari pelaku (aktor) baik sebagai individu maupun perusahaan di dalam struktur tersebut. Dalam hal ini artinya; sama dengan jenis modal yang lainnya, modal sosial juga bersifat

produktif, yang membuat pencapaian tujuan individu atau perusahaan akan tidak terwujud tanpa keberadaan modal sosial tersebut.

Putnam (1993) mendefinisikan bahwa modal sosial adalah penampilan organisasi sosial, seperti kepercayaan, resiproritas, jaringan yang dapat memperbaiki efisiensi masyarakat dengan memfasilitasi adanya koordinasi dan kerjasama bagi keuntungan bersama. Karya-karya Putnam tentang modal sosial seperti; *Making Demicrasy Work: Civic Transition in Modern Italy* (1993), dan *Bowling Alone: America's Declining Social Capital,* (1995).

Fukuyama, dalam karyanya: *Trust, The Social Virtues and TheCreation of Prosperity*, (1995), mengatakan bahwa modal sosial adalah kemampuan yang timbul akibat dari adanya kepercayaan, dalam sebuah komunitas masyarakat. Dalam tulisannya, Fukuyama (1999) dengan tegas mengatakan bahwa belum tentu norma-norna dan nilai-nilai bersama yang dipedomani tersebut sebagai acuan sikap, tingkah-laku, dan bertindak tersebut otomatis menjadi modal sosial, tetapi kadang kala hanya sebagai norma-norma dan nilai-nilai bersama yang dibangkitkan oleh rasa saling percaya. Artinya, rasa saling percaya ini adalah merupakan harapan-harapan akan terjadinya keteraturan-keteraturan, kejujuran dan perilaku kooperatif yang muncul dari dalam sebuah komunitas masyarakat yang perilaku sehari-harinya didasari oleh norma-norma atau nilai-nilai yang dianut bersama oleh para anggotanya. Norma-norma tersebut dapat berisi pernyataan-pernyataan yang berisi nilai-nilai luhur, kebajikan dan keadilan.

Fukuyama (1999), kembali memberi penjelasan bahwa modal sosial itu adalah sekumpulan nilai informal atau norma yang menyebar di antara anggota

kelompok yang memungkinkan terjadinya kerjasama di antara mereka. Kerjasama tersebut terjadi apabila antar anggota kelompok masyarakat tersebut memenuhi apa yang diharapkan antar mereka dan berkeyakinan bahwa yang lainnya akan bertingkah laku dengan dapat diandalkan dan memiliki kejujuran. Dengan demikian, mereka selanjutnya akan saling mempercayai satu sama lainnya.

Cox Eva (1995) memberi definisi bahwa modal sosial itu adalah suatu rangkaian proses hubungan antar manusia yang ditopang oleh jaringan, norma-norma dan kepercayaan sosial yang memungkinkan efisien dan efektifnya koordinasi dan kerjasama untuk keuntungan dan kebajikan bersama.

Narayan (dalam Suharto – 2007) menyatakan bahwa modal sosial adalah aturan-aturan, norma-norma, kewajiban-kewajiban, hal timbal-balik, dan kepercayaan yang mengikat dalam hubungan sosial, struktur sosial, dan pengaturan-pengaturan kelembagaan masyarakat yang memungkinkan para anggota untuk mencapai hasil sebagai sasaran individu dan masyarakat mereka. Pernyataan ini didukung kembali oleh Aller dan Kwon (2000) yang menyatakan bahwa dimensi modal sosial adalah merupakan gambaran dari keterikatan internal yang mewarnai struktur kolektif dan memberikan kohesifitas dan keuntungan-keuntungan bersama dari proses dinamika sosial yang terjadi dalam kelompok masyarakat.

Word Bank (dalam Ancok, 2003), menyatakan bahwa modal mosial adalah sesuatu yang menunjuk kepada dimensi institusional, hubungan-hubungan yang tercipta dan norma-norma yang membentuk kuantitas dan kualitas hubungan sosial dalam masyarakat serta menjadi perekat yang menjaga kesatuan anggota

kelompok secara bersama-sama. Dalam hal ini modal sosial bukanlah sekedar deretan jumlah instansi atau kelompok yang menopang kehidupan sosial, melainkan dengan spektrum yang lebih luas, yaitu sebagai perekat yang menjaga kesatuan anggota kelompok secara bersama-sama.

Hasbullah (2006), mengatakan bahwa modal sosial adalah sumber daya yang dapat dipandang sebagai investasi untuk mendapatkan sumberdaya yang baru. Seperti diketahui bahwa sesuatu dapat disebut sebagai sumberdaya, adalah apabila sesuatu itu dapat dipergunakan untuk dikonsumsi, disimpan dan diinvestasikan. Sumberdaya yang penggunaannya untuk diinvestasikan disebut modal. Sebagai sumberdaya, modal sosial lebih menekankan pada potensi kelompok dan pola-pola hubungan antar individu dalam suatu kelompok dan antar kelompok dengan ruang perhatian pada jaringan sosial, norma, nilai, dan kepercayaan antar sesama yang lahir dari anggota kelompok dan menjadi norma kelompok. Selanjutnya dikatakannya bahwa modal sosial juga sangat dekat dengan terminologi sosial lainnya seperti yang dikenal sebagai kebajikan sosial.

Suharto (2007) mengartikan modal sosial sebagai sumber yang timbul dari adanya interaksi antara orang-orang dalam suatu komunitas. Selanjutnya, ia mengatakan bahwa pengukuran modal sosial jarang melibatkan pengukuran terhadap interaksi itu sendiri, melainkan yang diukur justru hasil dari interaksi tersebut, seperti terciptanya atau terpeliharanya kepercayaan antar warga masyarakat. Secara individual, interaksi terjadi manakala relasi intim antar individu terbentuk satu sama lain yang kemudian melahirkan ikatan emosional.

Secara institusional, interaksi dapat lahir pada saat visi dan tujuan satu organisasi memiliki kesamaan dengan visi dan tujuan organisasi lainnya.

Cohen dan Prusak,(2001) mendefinisikan bahwa modal sosial adalah stok dari hubungan yang aktif dari suatu masyarakat. Setiap pola hubungan yang terjadi diikat oleh kepercayaan , kesalingpengertianan, dan nilai-nilai bersama, yang mengikat anggota kelompok untuk membuat kemungkinan aksi bersama yang dapat dilakukan secara efisien dan efektif. Untuk mendukung pernyataan ini, Hasbullah (2006) kembali merekomendasikan bahwa modal sosial tersebut sebagai segala sesuatu yang berkaitan dengan perilaku kerja sama dalam masyarakat untuk mencapai kualitas hidup yang lebih baik, yang dalam implementasinya didukung oleh nilai-nilai dan norma-norma yang menjadi unsur utamanya, seperti; rasa saling mempercayai, keimbal-balikan dan aturan-aturan kolektif dalam suatu masyarakat.

Inayah (2012), mendefinisikan bahwa modal sosial adalah sumberdaya yang muncul dari hasil interaksi dalam suatu komunitas, baik antar individu maupun antar institusi yang melahirkan ikatan emosional berupa; kepercayaan, hubungan-hubungan timbal balik, jaringan-jaringan sosial, nilai-nilai dan norma-norma yang mambentuk struktur masyarakat yang berguna untuk koordinasi dan kerjasama dalam mencapai tujuan bersama. Modal sosial akan tumbuh dan berkembang kalau digunakan bersama dan akan mengalami kepunahan kalau tidak dilembagakan secara bersama-sama. Oleh karena itu, pewarisan nilai modal sosial hendaknya dilakukan melalui proses adaptasi, pembelajaran, serta pengalaman dalam praktek nyata.

Berdasarkan pada konsepsi-konsepsi yang diutarakan oleh para pakar modal sosial di atas, disini dapat ditarik suatu pemahaman bahwa dimensi dari modal sosial itu adalah memberikan penekanan pada kebersamaan masyarakat untuk mencapai tujuan dalam rangka memperbaiki kualitas hidupnya dan senantiasa melakukan perubahan dan penyesuaian secara berkesinambungan. Dan dalam proses perubahan dan upaya mencapai tujuan tersebut, masyarakat senantiasa terikat pada nilai-nilai dan norma-norma yang dipedomani sebagai aturan bersikap, bertindak dan bertingkah-laku serta dalam menjalin hubungan dengan pihak lain baik di dalam kelompok maupun di luar kelompok masyarakat.

Hakikat modal sosial sebagai nilai kapital, yang berasal dari perbaikan kinerja ekonomi yang didapatkan dari jaringan kepercayaan yang tinggi. Dua hal penting dalam hal ini adalah penekanan pada jaringan sebagai aspek sosial dan penekanan pada peningkatan nilai pada masa yang akan datang sebagai aspek kapital atau modal. Penekanan pada aspek sosial sangat tepat untuk dapat menguraikan kinerja ekonomi secara luas.

2.1.3.2 Indikator Modal Sosial

Keberadaan modal sosial memang berbeda dengan modal-modal lainnya, seperti modal finansial atau modal manusia. Modal sosial bersifat kumulatif dan bertambah dengan sendirinya (Putnam - 1993). Oleh sebab itu modal sosial tidak akan habis jika dipergunakan, melainkan dapat saja semakin meningkat. Rusaknya modal sosial lebih sering disebabkan bukan karena dipakai, tetapi karena tidak dipergunakan. Menurut Coleman (1988), modal sosial juga menunjuk kepada kemampuan seseorang untuk berasosiasi dengan orang lain.

Sedangkan Fukuyama (1995) menyatakan bahwa dengan bersandar pada norma-norma dan nilai-nilai bersama, asosiasi antar manusia tersebut akan menghasilkan kepercayaan yang akhirnya memiliki nilai ekonomis yang besar dan terukur.

Indikator Modal Sosial sangat luas cakupannya. Masing-masing peneliti memberikan definisi berdasarkan keperluan riset yang dilakukan sehingga, sampai sejauh ini belum ditemukan kesepakatan yang baku tentang indikator modal sosial. Belum lagi masalah penggunaan istilah yang masih sangat rancu. Ada yang menyebut sebagai parameter, elemen, unsur-unsur pokok, dimensi dan lain-lainnya untuk penyebutan indikator modal sosial. Oleh sebab itu, dalam kajian ini, mengkolaborasi indikator modal sosial yang dikemukakan oleh Hasbullah (2006) yang menyebutnya sebagai unsur-unsur pokok modal sosial. Selanjutnya dikatakan bahwa telaah modal sosial terletak pada bagaimana kemampuan masyarakat dalam suatu entitas kelompok untuk berpartisipasi membangun suatu jaringan untuk mencapai tujuan bersama. Kerjasama tersebut diwarnai oleh suatu pola interaksi imbal-balik yang saling menguntungkan, dan dibangun di atas kepercayaan yang ditopang oleh norma-norma dan nilai sosial yang positif dan kuat. Sementara Ridell (1997), mengatakan terdapat tiga parameter modal sosial, yaitu : (1) jaringan, (2) kepercayaan, dan (3) norma-norma.

Dengan memadukan konsep kedua pakar di atas, dan dengan mengutamakan kesesuaian dengan kondisi di daearh penelitian maka yang dinyatakan sebagai indikator dalam kajian ini adalah; 1) partisipasi dalam jaringan, 2) saling bertukar kebaikan, 3) kepercayaan ,4) norma-norma, 5) nilai-

nilai dan 6) tindakan proaktif. Uraian mendetail tentang keenam unsur pokok ini, dipaparkan seperti berikut ini.

2.1.3.1.1 Partisipasi dalam Jaringan

Modal Sosial tidak hanya dibangun oleh satu individu, melainkan akan terletak pada kecendrungan yang tumbuh dalam satu kelompok masyarakat untuk bersosialisasi dalam wujud partisipasi sebagai bagian penting dari nilai-nilai yang melekat (Hasbullah,2006). Artinya modal sosial terletak pada kemampuan sekelompok orang atau masyarakat dalam suatu asosiasi atau perkumpulan dalam melibatkan diri dalam suatu jaringan hubungan sosial. Hubungan sosial ini dilakukan dalam berbagai variasi jalinan sosial yang didasari oleh prinsip kesukarelaan, kesamaan, kebebasan, dan keberadaban. Kemampuan anggota-anggota kelompok atau masyarakat untuk selalu menyatukan diri dalam satu pola hubungan yang sinergis akan sangat besar pengaruhnya dalam menentukan kuat tidaknya Modal Sosial suatu kelompok masyarakat.

Putnam (1993) menyatakan bahwa Jaringan adalah infrastruktur dinamis dari modal sosial yang berwujud jaringan-jaringan kerjasama antar manusia atau individu. Jaringan tersebut memfasilitasi terjadinya komunikasi dan interaksi yang memungkinkan tumbuhnya kepercayaan yang memperkuat kerjasama. Masyarakat yang sehat, cenderung memiliki jaringan- jaringan sosial yang kokoh. Dalam kehidupan sehari-hari, orang bertemu satu sama lainnya. Pertemuan ini memungkinkan terjadinya inter-relasi yang kental, baik bersifat formal maupun informal (Onyx 1996). Selanjutnya, jaringan-jaringan sosial yang erat ini, akan

memperkuat perasaan kerjasama para anggotanya serta memberikan manfaat-manfaat dari partisipasinya itu .

Dari sudut pandang kewirausahaan, konektivitas yang disediakan oleh jaringan sosial dapat mengurangi ‘jarak sosial’ antara sesama anggota kelompok pengusaha. Dua hal utama penentu jarak sosial antara sesama pengusaha yaitu kemudahan komunikasi dan tingkat kepercayan. Biasanya, komunikasi menjadi lebih mudah apabila difasilitasi oleh bahasa yang sama, budaya dan arus informasi yang efektif. Pada umumnya budaya dapat menghindarkan kesalahpahaman yang terjadi ketika perbedaan dalam nilai-nilai dan keyakinan sebagai dasar menyebabkan informasi yang diinterpretasikan dengan cara yang tidak diinginkan. Resiko kesalah-pahamam menjadi berkurang apabila dibantu dengan ketepatan penggunaan bahasa dan gerak tubuh dalam konteks ini. Sedangkan tingkat kepercayaan dalam hal ini adalah kadar harapan bahwa seseorang akan mentaati kewajiban, paling tidak berperilaku sama seperti yang diharapkan dari orang lain.

2.1.3.1.2 Saling Bertukar Kebaikan.

Saling bertukar kebaikan adalah kerjasama yang bersifat mutual dalam suatu entitas kelompok, biasanya diwarnai oleh kecendrungan saling menukar kebaikan antar individu dalam suatu kelompok atau antar kelompok itu sendiri. Pola pertukaran kebaikan dalam hal ini bukan imbal-balik secara seketika seperti dalam proses pertukaran atau proses jual-beli pada umumnya, tetapi sebagai kombinasi dalam pola jangka pendek atau jangka panjang. Artinya; imbalan tidak

diharapkan seketika, tetapi sejenis investasi sosial yang hasilnya dapat dinikmati dihari-hari kemudian.

Hasbullah (2006), mengatakan pada masyarakat dan pada kelompok-kelompok sosial yang terbentuk, dimana didalamnya memiliki bobot resiprositas yang kuat akan melahirkan suatu masyarakat atau suatu kelompok yang memiliki tingkat modal sosial yang tinggi. Hal ini biasanya direfleksikan dalam bentuk tingkat kepedulian sosial yang tinggi, hidup saling membantu dan saling memperhatikan. Pada masyarakat yang demikian, kemiskinan memungkinkan untuk lebih mudah dientaskan. Begitu juga dengan berbagai problema sosial lainnya seperti; kesenjangan, kriminalitas, dan penyakit sosial lainnya akan dapat diminimalkan.

2.1.3.1.3 Rasa Percaya

Seperti apa yang dipaparkan oleh Fukuyama (1995), bahwa kepercayaan itu adalah harapan yang tumbuh di dalam sebuah masyarakat yang ditunjukkan oleh adanya perilaku jujur, teratur dan kerjasama berdasarkan norma-norma yang dianut bersama. Kepercayaan sosial merupakan penerapan terhadap pemahaman ini. Kepercayaan sosial pada dasarnya merupakan produk dari modal sosial yang baik. Adanya modal sosial yang baik ditandai oleh adanya lembaga-lembaga sosial yang kokoh. Dalam hal ini Putnam (1993), memberi pernyataan yang menguatkan bahwa modal sosial yang baik akan melahirkan kehidupan masyarakat yang harmonis.

Hasbullah (2006) menyatakan bahwa rasa percaya, adalah suatu bentuk keinginan individu atau kelompok untuk mengambil resiko dalam hubungan-

hubungan sosialnya yang didasari oleh perasaan yakin bahwa yang lain akan melakukan sesuatu seperti yang diharapkan dan akan senantiasa bertindak dalam suatu pola tindakan yang saling mendukung. Paling tidak, yang lain tidak akan bertindak merugikan diri dan kelompoknya (Putnam, 1993). Tindakan kolektif yang didasari rasa saling percaya akan meningkatkan partisipasi masyarakat atau kelompok dalam berbagai bentuk dan dimensi, terutama dalam konteks kemajuan bersama. Hal ini memungkinkan suatu kelompok atau masyarakat untuk bersatu dan memberikan kontribusi pada peningkatan dan penguatan modal sosial.

Untuk bisa dipercaya, bukanlah hal yang sama dengan dapat dipercaya. Kepercayaan adalah karakteristik tujuan individu dalam jenis situasi tertentu, tetapi tidak dapat diamati secara langsung . Kepercayaan adalah keyakinan bahwa orang lain memiliki dan akan melakukan hal yang sama seperti yang dilakukan seseorang kepada orang lain. Dengan kata lain bahwa kepercayaan adalah keyakinan yang penuh percaya diri dan dijamin bahwa pihak lain akan menghormati tanggung jawab mereka.

2.1.3.1.4 Norma-norma .

Pada hakikatnya, norna-norma itu terdiri dari pemahaman-pemahaman, harapan-harapan dan tujuan-tujuan yang diyakini dapat dijalankan bersama oleh sekelompok orang (Suharto, 2007). Norma-norma dapat bersumber dari agama, panduan moral, maupun standar-satandar sekuler, seperti halnya kode etik profesional seperti; kode etik guru, dokter, jaksa, hakim, atau sapta marga bagi ABRI dan Kepolisian Indonesia. Norma-norma dibangun dan berkembang berdasarkan sejarah bersama di masa lalu dan diterapkan untuk iklim kerjasama.

Norma-norma dapat juga merupakan pra-kondisi maupun produk dari kepercayaan sosial (Putnam 1993, Fukuyama 1995).

Dengan kata lain, norma adalah seperangkat aturan yang diharapkan dipatuhi dan diikuti oleh anggota masyarakat pada suatu kelompok atau entitas tertentu. Artinya, norma-norma itu sendiri dilembagakan dan mengandung sanksi sosial tertentu yang dapat mencegah individu sebagai anggota suatu kelompok masyarakat untuk berbuat sesuatu yang bertentangan atau menyimpang dari kebiasaan yang berlaku di masyarakat tertentu. Norma-norma dalam bentuk aturan-aturan biasanya dalam keadaan tidak tertulis, tetapi sangat dipahami oleh setiap anggota masyarakatnya dan menentukan pola tingkah laku yang diharapkan dalam tata-hubungan antar anggota masyarakat. Sebagai contoh; aturan-aturan kolektif seperti; tidak mencurangi orang lain, menghormati pendapat orang lain, hidup senasib-sepenanggungan dan lain-lainnya.

Suatu komunitas masyarakat, apabila norma-norma sosialnya tumbuh sempurna, kuat dan dipertahankan oleh masyarakatnya, maka akan memperkuat komunitas masyarakat itu sendiri. Karena pada dasarnya norma terbentuk oleh interaksi nilai-nilai yang dipatuhi oleh setiap anggota masyarakat dan sifatnya harus selalu memberikan manfaat positif bagi masyarakat atau komunitasnya. Dengan demikian, norma-norma sosial adalah unsur modal sosial yang akan memelihara kelekatan sosial atau kohesifitas dalam suatu masyarakat.

Hasbullah (2006), menyatakan bahwa Norma-norma, adalah sekumpulan aturan yang diharapkan dipatuhi dan diikuti oleh suatu kelompok atau masyarakat dalam suatu entitas sosial tertentu. Aturan-aturan ini, biasanya terinstitusionalisasi

atau dilembagakan, tidak tertulis, tetapi dipahami sebagai penentu pola tingkah laku yang baik dalam konteks hubungan sosial sehingga ada sanksi sosial yang dekenakan kepada seseorang atau sekelompok masyarakat jika melanggarnya. Norma sosial akan menentukan kuatnya hubungan antar individu dalam suatu kelompok masyarakat karena akan merangsang kohesifitas sosial yang berdampak positif bagi perkembangan masyarakat. Oleh karena itu, norma sosial disebut sebagai salah satu modal sosial.

2.1.3.1.5 Nilai-nilai

Nilai adalah sesuatu ide yang telah diakui secara turun-temurun yang dianggap benar dan penting dalam suatu kelompok masyarakat. Sebagai contoh dalam hal ini: nilai harmoni, kompetisi, prestasi dan etos kerja. Nilai senantiasa mengandung konsekuensi yang ambivalen. Artinya: suatu nilai yang diagungkan oleh suatu kelompok masyarakat tertentu, dapat saja dianggap pelecehan oleh kelompok masyarakat lain. Sebagai contoh dalam kehidupan masyarakat etnis Bali, pada umumnya tingkat pertisipasi perempuan sangat tinggi. Dari kewajiban sebagai istri, sebagai ibu dan sebagai pencari nafkah untuk membantu suaminya demi kelangsungan kehidupan rumah tangganya.

Bagi etnis Bali, hal ini dianggap sebagai suatu etos kerja atau nilai luhur yang sangat dibanggakan, tetapi dapat saja hal ini oleh etnis lain dianggap sebagai sesuatu yang berlebihan, karena tugas perempuan dalam rumah tangga pada umumnya tidak sebanyak itu. Perempuan sudah cukup sebagai istri mengurus suami dan sebagai ibu untuk mengurus pendidikan anak-anaknya, sedangkan yang

bertanggungjawab pada nafkah keluarga adalah suami. Sehingga yang harus bekerja keras untuk dapat menghidupi keluarga adalah suami.

Konfigurasi nilai yang tercipta dalam suatu masyarakat mencerminkan terdapat modal sosial kuat dalam suatu komunitas. Biasanya, jika suatu komunitas memberi bobot yang tinggi pada nilai-nilai; kompetisi, pencapaian , keterusterangan dan kejujuran maka komunitas tersebut cenderung jauh lebih cepat berkembang dan maju dibandingkan kelompok yang menghindari keterusterangan, kompetisi dan pencapaian (Hasbullah,2006)

Nilai ini sangat berperan penting dalam suatu masyarakat. Pada umumnya, setiap budaya masyarakat terdapat nilai-nilai tertentu yang mendominasi ide yang berkembang dalam suatu masyarakat. Dominasi ide tertentu ini akan membentuk dan mempengaruhi aturan-aturan bertindak dari masyarakatnya dan aturan-aturanbertingkah laku dari masyarakatnya. Aturan bertindak dan aturan bertingkah laku dalam masyarakat ini akan bersama-sama membentuk pola budaya dalam suatu masyarakat.

2.1.3.1.6 Tindakan Proaktif

Satu hal penting sebagai modal sosial suatu masyarakat adalah keinginan yang kuat dari suatu kelompok masyarakat untuk tidak saja berpartisipasi, tetapi senantiasa mendahului untuk mencari jalan bagi keterlibatan mereka dalam suatu kegiatan masyarakat. Sari mendasar dari tindakan ini adalah bahwa seseorang atau kelompok senantiasa aktif dan kreatif. Mereka melibatkan diri dan mencari kesempatan-kesempatan yang dapat memperkaya, tidak saja dari sisi material,

tetapi juga kekayaan akan hubungan sosial dan menguntungkan kelompok dengan tanpa merugikan orang lain, yang dilakukan secara bersama-sama.

Sebagai modal sosial, perilaku proaktif dapat dilihat dari wujud tindakan yang paling sederhana sampai kepada hal yang berdimensi sangat luas. Sebagai contoh tindakan proaktif adalah; suatu kelompok sangat proaktif dalam membersihkan lingkungan tempat tinggal dengan memungut sampah-sampah yang berserakan mengotori fasilitas publik, menjaga keamanan lingkungan tempat tinggal dengan cara memantau atau memiliki perhatian kepada setiap orang baru yang menetap atau menginap di lingkungan tempat tinggal. Tindakan proaktif ini sangat kondusif untuk mewujudkan kesehatan dan keamanan di lingkungan tempat tinggal di mana suatu kelompok masyarakat berada. Termasuk didalamnya, inisiatif mengunjungi saudara, kerabat dekat, untuk mencari informasi, pengetahuan, yang dapat memperkaya wawasan bagi kelompok dalam masyarakat.

2.1.3.2 Tipologi Modal Sosial

Hasbullah (2006) membedakan tipologi modal sosial menjadi dua, yaitu modal sosial yang ‘mengikat’ dan modal sosial yang ‘menjembatani’. Modal sosial mengikat, menurut Hasbullah (2006), bahwa modal sosial mengikat cenderung bersifat eksklusif. Apa yang menjadi karakteristik dasar yang melekat pada tipologi ini, sekaligus dinyatakan sebagai ciri khas. Artinya, dalam konteks ide, relasi dan perhatian terlihat lebih berorientasi ke dalam kelompok, jika dibandingkan dengan berorientasi ke luar kelompok. Ragam komunitas masyarakat yang menjadi anggota kelompok ini cenderung homogen.

Homogenitas dalam hal ini biasanya dikaitkan secara kesukuan, atau agama. Masyarakat dengan modal sosial tipe ini, sering disebut bercirikan *sacred siciaty.* (masyarakat tertutup). Misalnya seluruh anggota kelompok masyarakat berasal dari suku atau agama yang sama.

Putnam (1993) menyatakan bahwa pada komunitas masyarakat yang *sacred sociaty*, cenderung didomonasi oleh dogma tertentu dan mempertahankan struktur masyarakat yang *totalitarian, hierarchical,* dan bersifat tertutup. Pola interaksi sosial sehari-harinya selalu dituntun oleh nilai-nilai dan norma-norma yang menguntungkan level hirarki dan feodal. Perhatian kelompok masyarakat ini, terfokus pada upaya menjaga nilai-nilai yang turun-temurun yang telah diakui dan dijalankan sebagai bagian dari tata perilaku dan perilaku moral. Pada umumnya, masyarakat ini cenderung lebih konservatif dan lebih mangutamakan perilaku solider pada hal-hal yang lebih nyata untuk membangun diri dan kelompok masyarakatnya sesuai dengan tuntunan nilai-nilai dan norma-norma yang lebih terbuka.

Hasbullah (2006), menyatakan bahwa tipe Modal Sosial yang menjembatani , yang lazimnya disebut sebagai bentuk modern dari suatu pengelompokan, group, asosiasi atau masyarakat. Prinsip-prinsip pengorganisasian yang dianut lebih didasari oleh konsep keuniversalan yang mengandung prinsip-prinsip; persamaan, kebebasan, serta nilai-nilai kemajemukan dan *humanitarian* dengan ciri mendasar; kemanusiaan, terbuka dan mandiri. Prinsip persamaan biasanya diaktualisasikan dengan memberikan hak-hak dan kewajiban yang sama kepada setiap anggota kelompok. Setiap keputusan

kelompok diambil berdasarkan kesepakatan yang berkeadilan bagi anggota kelompok. Prinsip kemajemukan dan *humanitarian* biasanya diaktualisasikan dengan menghormati hak azasi setiap anggota kelompok, kehendak kuat saling membantu, merasakan penderitaan, dan bersimpati terhadap situasi yang dihadapi orang lain.

Kelompok masyarakat yang mamiliki modal sosial tipe modal social menjembataniini, biasanya lebih bersifat hiterogen, datang dari berbagai ragan unsur latar belakang budaya dan struktur sosial masyarakat. Setiap anggota kelompok memiliki akses yang sama untuk membuat jaringan atau koneksi keluar kelompoknya dengan prisip persamaan, kemanusiaan dan kebebasan yang dimiliki. Dengan modal sosial tipe ini, akan membuka jalan untuk lebih cepat berkembang dengan menciptakan jaringan yang kuat. Menggerakkan identitas yang lebih luas dan bersifat imbal-balik yang lebih beragam. Colemen (1990) mengatakan bahwa tipologi kolompok masyarakat modal social menjembatani dalam gerakannya lebih menekankan pada berjuang untuk pencarian jawaban bersama untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi bersama oleh kelompok.

2.1.3.3 Ukuran Modal Sosial

Sampai sejauh ini, diakui masih terdapat perdebatan antara para sosiolog dengan para ekonom tentang modal sosial. Para ekonom menganggap modal sosial sebagai sesuatu konsep yang samar-samar yang susah atau bahkan mustahil untuk diukur. Pengukuran tentang keberadaan sumberdaya hubungan sosial yang menjadikan kerjasama berdasarkan norma-norma kejujuran yang memberi manfaat secara timbal-balik adalah tidak mudah. Belum diakui sepenuhnya

keberadaan modal sosial oleh para ekonom adalah karena modal sosial tidak dapat ditransfer, selayaknya modal finansial, artinya begitu sebuah komunitas dianggap kekurangan modal sosial, tidak serta merta dapat menerima transfer modal sosial dari komunitas lainnya.

Sebagai alternatif dalam mengukur keberadaan modal sosial dalam suatu komunitas sosial, adalah dengan cara yang lebih mudah yaitu dengan cara menghitung berbagai kerugian atau biaya yang diakibatkan bilamana disuatu tempat komunitas tertentu tidak didapati adanya modal sosial yang memadai, dengan ditandai terjadinya disfungsi sosial yang tinggi, seperti; tingginya tingkat kejahatan (perampokan, teroris, penipuan, pencurian), kemangkiran (ingkar janji, malas, tidak tepat waktu), pemalsuan, pelanggaran hukum, penghindaran pajak bahkan penggelapan pajak, premanisme, dan sebagainya. Intensitas disfungsi sosial, baik secara kuantitas maupun kualitas adalah mencerminkan kurangnya modal sosial dalam suatu komunitas tertentu (Leksono, 2009).

2.1.4 Orientasi Kewirausahaan

2.1.4.1 Rasionalitas Orientasi Kewirausahaan

Untuk dapat mempertahankan kelangsungan usahanya, para pelaku dunia usaha (dalam hal ini UKM) tidak cukup mempunyai modal finansial saja, tetapi juga harus memahami konsep kewirausaraan secara memadai sehingga bisa tetap eksis dalam persaingan pasarnya. Terkait hal tersebut, Venkataraman , S & Vasudevan, R. 1986, mengatakan bahwa “Kewirausahaan adalah aktivitas-aktivitas yang melibatkan penemuan, evaluasi dan eksploitasi kesempatan untuk memperkenalkan produk baru baik barang maupun jasa, dengan cara

pengorganisasian, pemasaran dan melalui berbagai cara pengolahan sebelumnya, sehingga keberadaan suatu produk atau jasa yang sebelumnya tidak ada menjadi ada, untuk dibawa kepasaran." Pemahaman penting atas pernyataan ini menegaskan bahwa keberadaan UKM sangat penting karena dapat berfungsi sebagai mediasi untuk memunculkan atau menggali ide-ide maupun sikap kewirausahaan.

Tokoh kewirausahaan Penrose (1959), menyatakan bahwa "kemampuan kewirausahaan merupakan sumber daya sebagai kapabelitas tambahan yang dapat memberikan keragaman sumberdaya yang dimiliki perusahaan." Pendapat ini didukung oleh Alvares & Busenitz (2001), menyatakan bahwa "tindakan kewirausaahaan dapat menciptakan dan menggabungkan sumberdaya perusahaan untuk menghasilkan kombinasi sumberdaya baru, sehingga membuat perusahaan menjadi berbeda dengan perusahaan pesaing yang secara potensial berharga dan memberi kontribusi terhadap keunggulan kompetitif perusahaan."

Agar dapat menyajikan secara lebih mendalam tentang pemahaman konsep orientasi kewirausahaan, maka terlebih dahulu harus dipahami perbedaan mendasar antara konsep kewirausahaan dengan konsep orientasi kewirausahaan. Lumpkin & Dess (1996), mengatakan bahwa orientasi kewirausahaan menunjuk kepada proses kewirausahaan dan menjawab pertanyaan 'bagaimana' aktivitas-aktivitas usaha mampu dijalankan. Sedangkan makna dari kewirausahaan adalah berkaitan dengan isi dari keputusan kewirausahaan dengan menjawab pertanyaan 'apa' yang dilakukan perusahaan untuk mewujudkan pencapaian tujuan-

tujuannya. Sehubungan dengan hal ini, tindakan atau perilaku kewirausahaan lebih dikenal sebagai orientasi kewirausahaan.

Brown & Davidson (1998), menyatakan bahwa " Orientasi kewirausahaan berkaitan dengan aspek kewirausahaan secara spesifik baik pada gaya pengambilan keputusan, metode maupun praktek dalam kegiatan operasi perusahaan sehingga dapat menimbulkan peningkatan kinerja usaha." Masih senada dengan pendapat ini, Lyon *et,al* (2000) mengatakan bahwa "Orientasi kewirausahaan, lebih menonjolkan proses pengambilan keputusan dan pembuatan strategis" , sedangkan pendapat Atuahene-Gima & Ko (2001), menyatakan bahwa "Orientasi Kewirausahaan" membentuk sebuah fenomena perusahaan yang mencerminkan kemampuan manajerial dengan menggunakan inisiatif proaktif dan agresif untuk mengubah pandangan kompetisi mereka."

Secara dikotomis, terdapat dua tipe perusahaan yaitu tipe berorientasi pada kewirausahaan dan tidak berorientasi pada kewirausahaan. Miller (1983), merekomendasikan bahwa "Perusahaan tipe berorientasi pada kewirausahaan, adalah perusahaan yang aktif melakukan inovasi produk pasar, berani melakukan usaha yang beresiko dan biasanya proaktif dalam melakukan upaya-upaya untuk mengalahkan pesaing-pesaingnya. Sedangkan perusahaan tipe tidak berorientasi pada kewirausahaan adalah perusahaan yang tidak banyak melakukan inovasi, tidak berani bahkan menghindari resiko dan hanya menunggu dan meniru teknik-teknik bersaing daripada pesaing-pesaingnya."

Orientasi Kewirausahaan merupakan cara umtuk melihat bagaimana pihak manajemen perusahaan dapat mengungkap dan mengekploitasi peluang-peluang

yang ada. Miller (1983) merekomendasikan bahwa orientasi kewirausahaan terbentuk oleh tiga dimensi utama yaitu : kemampuan berinovasi, proaktif dan kecendrungan untuk berani mengambil resiko. Wiklund & Shepherd (2003) mengatakan bahwa melalui investigasi orientasi kewirausahaan, akan dapat dijelaskan adanya proses manajerial yang memungkinkan perusahaan untuk bisa mencapai posisi yang lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Karena orientasi kewirausahaan memfasilitasi tindakan perusahaan untuk bertindak berdasarkan tanda-tanda awal yang berasal dari lingkungan eskternal dan internal perusahaan

Orientasi kewirausahaan mengarah kepada orientasi stratejik perusahaan, termasuk pada aspek-aspek gaya, metode dan parktek-praktek pengambilan keputusan yang sangat spesifik (Lumpkin & Dess 1996).Mc Grath *et al* (1996) mengatakan bahwa orientasi kewirausahaan dapat menjadi suatu cara pengukuran yang penting tentang bagaimana sebuah perusahaan diorganisir dan merupakan sumbangan kewirausahaan yang penting terhadap kinerja perusahaan.Wiklund & Shepherd (2003) mengatakan orientasi kewirausahaan dapat memperkaya manfaat kinerja sumberdaya berbasis pengetahuan yang dimiliki perusahaan dengan memberikan perhatian pada pemanfaatan sumber daya ini untuk mengungkap dan mengekploitasi peluang-peluang usaha.

2.1.4.2.Indikator Orientasi Kewirausahaan

Untuk melakukan penelitian empiris, Miller (1983) dan Lumpkin & Dess (1996), menggunakan instrumen yang sama dalam pengukuran orientasi kewirausahaan. Mereka mengklarifikasikan bahwa konstruk Orientasi

Kewirausahaan dapat diukur melalui dimensi; mandiri, inovatif, pengambilan resiko, inisiatif dan bersaing secara agresif yang dikaitkan dengan kinerja perusahaan. Uraian detail tentang indikator-indikator ini dipaparkan sebagai berikut.

2.1.4.3.1 Kemandirian

Indikator kemandirian dipahami sebagai kemandirian dari seorang pengusaha atau wirausahawan. Seorang wirausahawan sejati menampakkan sifat-sifat yang mandiri dalam mengambil keputusan atas tindakan bisnis yang dilakukannya. Dalam menjalankan usahanya, sebagai seorang wirausahawan sejati menunjukkan perilaku yang tidak mau tergantung pada orang lain baik dalam penyelesaian pekerjaan maupun dalam mengambil keputusan. Biasanya, seorang yang berjiwa wirausahawan selalu terbuka terhadap saran dan kritik, mudah bergaul, dapat dengan baik untuk bekerja sama dan sanggup mengarahkan orang lain. Dalam bekerja, seseorang yang bermental wirausahawan biasanya: bekerja penuh keyakinan, tekun, tidak tergantung orang lain dalam menyelesaikan pekerjaan dan berorientasi pada hasil kerja.

2.1.4.3.2 Inovatif

Indikator inovatif dalam kewirausahaan adalah selalu dapat menemukan ide baru dalam inovasi produk-produknya. Unsur inovatif, dalam hal ini mengacu pada suatu sikap wirausahawan untuk terlibat secara kreatif dalam mencoba gagasan-gagasan baru yang memungkinkan menghasilkan temuan metode produksi baru, untuk ditawarkan ke pasar. Dalam hal ini sikap inovatif selalu diawali dengan sifat kreatif. Aspek kreatif dalam kewirausahaan adalah perilaku

yang selalu mempunyai inisiatif untuk menemukan ide baru atas pola-pola strategi dalam menjalankan usahanya. Sebagai contoh, pola penyampaian barang ke tangan konsumen, sistem pembayaran, termasuk dalam hal kreatif memperbaharui produk. Seorang wirausahawan selalu mempunyai ide baru untuk menarik minat konsumennya.

2.1.4.3.3 Berani Mengambil Resiko

Indikator keberanian mengambil resiko dari seorang wirausahawan merupakan sikap yang melibatkan kesediaan untuk mengikat sumberdaya dan berani menghadapi tantangan dengan melakukan eksploitasi dan atau terlibat dalam situasi bisnis yang kemungkinan hasilnya dalam ketidakpastisn. Ricard Cantillon (dalam Agus Wibowo, 2011) memberi pemahaman bahwa kewirausahaan sebagai seseorang yang membeli barang pada tingkat harga tertentu, dan menjual dengan harga yang belum pasti. Orang tersebut telah berani mengambil resiko atas potensi keuntungan yang ada, meskipun belum pasti dapat mewujudkan. Jadi dalam hal ini, kewirausahaan lebih dilihat sebagai fungsi ekonomi dari pada sebagai fungsi personality.

2.1.4.3.4. Inisiatif /proaktif

Indikator Inisiatif dalam kewirausahaan adalah kesediaan seorang wirausahawan untuk aktif mendahului para pesaingnya misalnya dalam hal: mencari peluang usaha baru, mencari informasi baru tentang selera konsumen, termasuk tentang teknologi baru dan pengetahuan baru yang diperlukan untuk mempertahankan kelangsungan usahanya. Dalam hal ini, sikap inisiatif inilah yang mendasari tindakan proaktif seorang wirausahawan yang direfleksikan

dalam bentuk kesediaan seorang wirausahawan untuk mendahului pesaing melalui perpaduan gerak agresif dan proaktif, seperti dalam memperkenalkan produksi barang atau jasa baru di atas kompetisi dan aktivitas untuk mengantisipasi permintaan yang akan datang, menciptakan perubahan dan peluang pasar yang lebih luas.

2.1.4.3.5 Agresif

Indikator agresif dalam hubungannya dengan kewirausahaan adalah perilaku wirausahawan yang sigap mendahului pesaing dalam mengambil kesempatan usaha. Tidak banyak memberi kesempatan kepada pesaing untuk mengambil peluang usaha. Sikap agresif ini tampak pada keberanian mengambil resiko, sekalipun dalam situasi yang belum pasti dan siap menghadapi segala resiko yang timbul akibat keputusan yang diambilnya. Disamping itu, seseorang yang mempunyai sikap agresif dalam kewirausahaan, menunjukkan sikap yang selalu berani tampil secara konfrontasi (berhadapan langsung secara prontal) dengan pesaing. Artinya selalu berani bersaing secara terbuka dan objektif, serta tidak takut mengalami kegagalan dalam usahanya.

Wiklund (1999) mengatakan bahwa; meskipun terdapat perbedaan desain instrumen yang digunakan oleh para pakar untuk mengukur orientasi kewirausahaan dan belum adanya konsensus mengenai ukuran-ukuran orientasi perusahaan, namun diakui secara substansial interpretasi atas instrumen-instrumen tersebut tidaklah berbeda, dan tidak menghalangi menggunaan instrumen yang sesuai untuk mengukur aspek-aspek penting dari orientasi kewirausahaan.

Ukuran-ukuran yang disampaikan ini, dapat dinyatakan sebagai cerminan orientasi strategik dari orientasi kewirausahan dan harus dianggap sebagai filosofi perilaku orientasi kewirausahaan yang membimbing perusahaan dalam mengelola lingkungan usahanya. Penggunaan dan penerapan strategi senantiasa akan mengikuti karakter pelaku wirausaha itu sendiri (Mc Carthy, 2003). Oleh sebab itu, orientasi strategik dapat dipahami sebagai strategi wirausahawan yang mencerminkan keinginan perusahaan untuk berkomitmen pada perilaku orientasi kewiraisahaan. Hal ini didukung oleh pernyataan Brown (1998), yang menyatakan bahwa "orientasi kewirausahaan terkait dengan keinginan perusahaan untuk berkomitmen terhadap perilaku kewirausahaan. Dengan demikian skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian, pada umumnya berkaitan dengan "persepsi" dari orang-orang yang bertanggungjawab terhadap strategi perusahaan (Ferreira & Azevado, 2007).

2.1.5 Biaya Transaksi.

2.1.5.1 Rasionalitas Biaya Transaksi dan Efisiensi Ekonomi

Dalam pandangan teori-teori ekonomi konvensional selama ini, biaya produksi hanya mencakup biaya-biaya yang terlibat dalam proses mentransformasikan atribut-atribut fisik dari suatu barang dan jasa. Sementara biaya-biaya yang muncul akibat proses pemindahan kepemilikan dari produsen ke tangan konsumen atas barang dan jasa tersebut melalui proses pertukaran atau transaksi diabaikan. Seharusnya; biaya total adalah pernjumlahan biaya transformasi atau yang dihabiskan untuk memproduksi barang atau jasa dan biaya-biaya untuk memasarkan serta memaksa agar terjadinya pertukaran atau

biaya transaksi. Dengan demikian, para ekonom mulai menganggap bahwa diperlukan langkah pembaharuan terhadap teori-teori ekonomi dengan memformulasikan kerangka analisis baru dalam teori ekonomi mikro.

Coase (1937), adalah pakar ekonomi peletak dasar pertama tentang teori ekonomi Biaya Transaksi. Menurut Coase, mekanisme penentuan harga dalam perusahaan sangat ditentukan oleh koordinasi yang dibangun antar perusahaan melalui biaya transaksi. Artinya; untuk melakukan suatu transaksi pasar, diperlukan identifikasi dengan siapa seseorang akan bertransaksi, menginformasikan bahwa ada seseorang yang ingin bertransaksi dengan pola persyaratan yang telah ditentukan. Selanjutnya; dari mulai negosiasi dan penawaran ...., sampai kepada membuat kontrak kesepakatan, melakukan pemeriksaan yang diperlukan untuk meyakinkan bahwa seluruh syarat-syarat kontrak telah diikuti. Prosesi inilah yang memerlukan biaya-biaya yang disebut biaya transaksi. Setelah tercapai kesepakatan antara pihak-pihak yang bertransaksi, maka terjadilah transaksi yang menyebabkan terjadinya perubahan kepemilikan akibat transaksi yang disepakati bersama. Maka muncul pergeseran atau perubahan hak kepemilikan yang harus dihormati oleh pihak-pihak yang bertransaksi. Jadi esensi dari hak kepemilikan adalah mekanisme penegakannya.

Williamson (1998) mengatakan bahwa transaksi adalah perpindahan barang dari satu tahap ke tahap yang lain malalui teknologi. Proses ini ditandai dengan satu tahapan transfer selesai, barulah tahapan selanjutnya dimulai. Proses transfer dari tahapan yang satu ke tahapan yang lain, seperti tahap negosiasi, tahap pembuatan perjanjian kontrak, tahap pengambilan keputusan bisa berjalan sangat

panjang dan alot yang akhirnya menimbulkan biaya ekonomi tinggi. Dengan kata lain, dalam aplikasi pada perusahaan akhirnya menimbulkan inefisiensi.

Furubotn dan Richter (1998) mengatakan bahwa transaksi itu adalah perpindahan barang, jasa, informasi, pengetahuan dan lain-lain dari satu tempat (komunitas) ke tempat (komunitas) lain, atau perpindahan barang atau jasa dari produsen ke tangan konsumen. Atau perpindahan barang atau jasa dari individu kepada individu lain. Dalam hal ini transaksi dalam bentuk fisik seperti halnya penyampaian barang kerumah-rumah pelanggan dan segala jenis transaksi ekonomi lainnya. Dalam konteks ini, proses akuisisi atau perpindahan hak kepemilikan atas barang atau jasa dari seorang pemilik kepada pihak lain disebut juga transaksi pada aspek legal.

Weber (dalam Hasbullah 2006), tentang transaksi politik mengatakan bahwa transaksi itu adalah segala tindakan yang diperlukan untuk menetapkan, memelihara dan atau mengubah hubungan sosial. Hal ini diperlukan dalam pembentukan dan upaya mempertahankan kerangka kelembagaan dimana proses transaksi secara ekonomis bisa saja terjadi. Semua proses transaksi yang disebutkan di atas, memerlukan biaya-biaya untuk menyelesaikan transaksi-transaksi tersebut. Dengan demikian biaya transaksi seakan tak terelakkan, harus dikeluarkan. Beberapa pakar memberikan pendapatnya tentang biaya transaksi, akan dipaparkan seperti berikut ini.

North (1990) menjelaskan bahwa biaya transaksi itu adalah segala biaya yang diperlukan untuk menspesifikasikan dan memaksakan kontrak yang mendasari pertukaran, sehingga dalam hal ini dengan sendirinya mencakup biaya

organisasi, politik dan ekonomi. Dengan demikian didalamnya termasuk biaya negosiasi, mengukur dan memaksakan untuk terjadinya pertukaran. Selanjutnya dikatakan bahwa biaya transaksi timbul lebih banyak karena adanya informasi yang sangat asimetris tentang sistem kontrak, persaingan, dan proses jual-beli. Di samping itu ketidaksempurnaan informasi dan keterbatasan kapasitas intelektual untuk memproses informasi menyebabkan membengkaknya biaya transaksi. Artinya biaya transaksi muncul karena pada kenyataannya informasi itu mahal dan asimetrik antara pihak-pihak yang melakukan transaksi.

2.1.5.2 Faktor-faktor Pemicu Biaya Transaksi

Williamson (2000), mengatakan bahwa paling tidak ada dua faktor yang diasumsikan memicu terjadinya biaya transaksi yaitu rasionalitas terbatas dan perilaku oportunistik. Rasionalitas terbatas adalah tingkat dan batas kesanggupan individu untuk menerima, menyimpan, memproses dan mencari kembali informasi dengan tanpa kesalahan. Konsep ini didasari oleh prinsip bahwa individu atau kelompok mempunyai batas-batas kemampuan untuk memproses dan menggunakan informasi yang tersedia. Keterbatasan ini menjadi eksis karena kenyataan informasi yang tersedia sangat kompleks. Dengan kata lain setiap pelaku ekonomi akan selalu menghadapi informasi yang tidak lengkap atau terjadinya ketidakpastian informasi.

Perilaku oportunistik adalah upaya mendapatkan keuntungan melalui praktek yang tidak jujur dalam kegiatan transaksi. Tetapi laba yang didapat dari keuntungan yang berasal dari kompetensi bersifat keunggulan kompetitif bukanlah perilaku oportunistik (Willamson, 1973). Akan selalu terjadi *trade-off*

antara biaya koordinasi dengan hirarki di dalam organisasi/perusahaan. Hal ini tergantung besarnya biaya transaksi. Untuk memudahkan atau menyulitkan pembuatan kontrak kesepakatan tersebut, biasanya ditentukan oleh tingkat dan sifat biaya transaksi, yang eksistensinya dipengaruhi oleh keberadaan informasi yang tidak sempurna, yang secara implisit selalu ada dalam proses transaksi. Dalam perspektif ini, "desain kelembagaan pertukaran" yang pada akrhirnya akan menentukan seberapa besar tingkat biaya transaksi yang ditimbulkan.

Zhang (dalam Yustika, 2012), mengatakan terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi besarnya biaya transaksi, yang dikelompokkan ke dalam tiga hal yaitu:

1. *What the identity of bundleof rights* : dalam hal ini apa yang menjadi indentitas dari hak akibat transaksi, yang pada kenyataannya mempunyai banyak atribut, pengukuran, kebijakan , dan pemaksaannya berbeda satu sama lain. Kesulitan mendapatkan informasi yang lengkap untuk mengidentifikasi varisabilitas ini secara langsung juga menjelaskan bagaimana sulitnya menggambarkan hak-hak tersebut. Hal ini tentu saja mengakibatkan penambahan biaya pertukaran.
2. *Who, to identity of agents involved in the exchanges*. Dalam kaitan ini faktor keterbatasan manusia untuk menerima, menyimpan, mencari, memproses informasi dan batas-batas bahasa dalam penyampaian kepada orang lain, oportunisme dan kurang-lengkapnya informasi sebagai pemicu munculnya biaya transaksi.

3. *How*: *the institution, technical and social, governing the exchanges and how to organize the exchanges.* Dalam hal ini, pasar dipahami sebagai kelembagaan yang memfasilitasi proses pertukaran, yang keberadaannya dibutuhkan untuk mengurangi biaya pertukaran, sedangkan perusahaan (dalam hal ini UKM) dipahami sebagai kelembagaan yang memfasilitasi pertukaran yang saling menguntungkan.

Secara ekstrim, Zhang (dalam Yustika 2012) merekomendasikan dengan sebuah proposisi: "jika biaya transaksi melalui pasar dianggap tidak ada (*zero*), maka sebenarnya tidak ada yang namanya pasar; demikian halnya jika biaya koordinasi dalam suatu perusahaan adalah nol, maka sesungguhnya tidak ada yang namanya perusahaan." Pernyataan pakar ini merefleksikan bahwa secara eksplisit maupun implisit biaya transaksi itu selalu ada dalam proses pertukaran. Kesanggupan perusahaan dalam mereduksi biaya ini diakui akan meningkatkan kinerja perusahaan.

Beckman (dalam Yustika 2012) merekomendasikan terdapat empat determinan penting dari biaya transaksi sebagai unit analisis, yaitu :

1. Atribut perilaku pelaku transaksi: yang sejatinya dalam hal ini adalah rasional terbatas dan oportunisme.
2. Atribut transaksi: yang dalam hal ini adalah spesifikasi asset yang ditransaksikan, frequensi transaksi dan aspek ketidakpastian.
3. Struktur tatakelola kegiatan ekonomi : dalam hal ini : tatakelola pasar, pengadilan, regulasi dan birokrasi publik.

4. Lingkungan Kelembagaan : dalam hal ini adalah aspek-aspek yang berdekatan dengan lingkungan kelembagaan yaitu hukum kepemilikan, kontrak/kesepakatan dan budaya.

2.1.5.3 Jenis-jenis Biaya Transaksi

Furubotn dan Richter (1998) memjelaskan tentang jenis-jenis biaya transaksi, dengan mengelompokkan biaya transaksi kedalam tiga jenis yaitu: 1) biaya transaksi pasar, 2) biaya transaksi manajerial, dan 3) biaya transaksi politik. Tentang ketiga jenis biaya transaksi ini, masing-masing diberi penjelasan singkat seperti paparan berikut ini.

Biaya Transaksi Pasar, adalah seluruh biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan agar barang atau jasa yang telah direncanakan bisa sampai ke pasar atau ketangan konsumen. Biaya-biaya ini meliputi: biaya persiapan kontrak (temasuk biaya pencarian atau pengadaan informasi); biaya pembuatan kontrak (termasuk biaya *bargaining*, negosiasi dan pembuatan keputusan); biaya monitoring dan penegakan kontrak (termasuk biaya supervisi dan penegakan kesepakatan); biaya informasi (biaya mencari dan menyediakan informasi); biaya iklan; biaya mendatangi calon pelanggan; biaya mengikuti pameran yang dapat saja dilakukan secara mingguan, bulanan atau tahunan; biaya komunikasi (termasuk post, telepon dan lain-lainnya); biaya pengujian kualitas dan biaya mencari pegawai yang berkualitas.

Biaya Transaksi Manajerial adalah seluruh biaya yang ada kaitannya dengan upaya menciptakan keteraturan dan pengelolaan dalam perusahaan. Termasuk ke dalam biaya transaksi manajerial adalah; biaya untuk membuat, mempertahankan,

atau mengubah rancangan atau struktur organisasi perusahaan. Biaya-baiaya ini biasanya meliputi; biaya operasional manajemen, misalnya dalam rangka mempertahankan perusahaan dari kemungkinan pengambil-alihan perusahaan oleh pihak lain, biaya *public relation*, biaya *lobbying*. Biaya menjalankan organisasi yang biasanya meliputi; biaya informasi untuk (informasi untuk pembuatan keputusan, pengawasan pelaksanaan perintah sesuai keputusan, biaya untuk mengukur kinerja pegawai, biaya agen. Dan biaya manajemen informasi. Termasuk juga biaya-biaya pemindahan barang intra perusahaan.

Biaya Transaksi Politik adalah seluruh biaya yang terkait dengan pembuatan tata-aturan kelembagaan, sehingga transaksi pasar dan manajerial bisa berlangsung dengan baik. Biaya-biaya yang tegolong kelompok ini yaitu; biaya penbuatan struktur organisasi, pemeliharaan dan pengubahan organisasi politik baik yang bersifat formal maupun informal, seperti biaya penetapan kerangka hukum, struktur administrasi pemerintahan, militer, sistem pendidikan, pengadilan dan lain-lainnya. Biaya untuk menjalankan bentuk pemerintahan, seperti; peraturan pemerintah atau masyarakat yang bertata negara. Termasuk biaya legislasi, pemerintahan, administrasi hukum, pendidikan, termasuk didalamnya semua biaya pencarian, pengumpulan dan pengolahan informasi yang diperlukan agar tata pemerintahan dapat berjalan dengan baik. Tidak ketinggalan juga biaya pelibatan masyarakat dalam proses politik termasuk juga dalam biaya transaksi politik ini.

Dietrich (dalam Rahel, 2012), memberi pandangan tentang biaya transaksi berdasarkan transaksi kontrak atau kesepakatan yang dibuat, sehingga dari sudut

pandang ini akan ada dua jenis biaya transaksi yaitu; biaya traksaksi *ex-ante* dan biaya transaksi *Ex-post*. Jenis biaya yang dikelompokkan kedalam biaya transaksi *ex-ante* adalah biaya-biaya yang timbul sebelum proses pembuatan kontrak kesepakatan berlangsung. Antara lain biaya-biaya tersebut adalah; biaya pembuatan draft kontrak, biaya negosiasi, dan biaya-biaya mengamankan kesepakatan kontrak. Sedangkan jenis biaya yang dikelompokkan sebagai biaya transaksi *ex-post*, adalah biaya-biaya yang timbul setelah kontrak disepakati. Seperti; biaya kegagalan adaptasi kontrak, yaitu biaya yang timbul pada saat terjadi penyimpangan antara kontrak yang disepakati dengan pelaksanaan kontrak. Biaya yang timbul akibat diadakan koreksi terhadap penyimpangan kontrak, biaya-biaya yang timbul apabila terjadi sengketa antara pihak-pihak yang membuat kesepakatan, dan biaya-biaya pengikatan agar komitmen kontrak dijamin berjalan dengan baik.

2.1.5.4 Indikator Biaya Transaksi

Terjadinya perubahan hak kepemilikan akibat pertukaran atau transaksi menyebabkan rumitnya penentuan biaya transaksi tersebut, karena senyatanya proses perubahan ini dipengaruhi oleh banyak aspek seperti: apa yang ditransaksikan, siapa yang bertransaksi, bagaimana mereka melakukan transaksi. Belum lagi atribut perilaku, atribut transaksi, tata kelola institusi yang memfasilitasi dan lingkungan kelembagaan ikut menentukan besaran biaya transaksi tersebut.

Mburu 2002 (dalam Yustika, 2012), mengelompokkan biaya transaksi menjadi : 1) biaya pencarian dan informasi; 2) biaya negosiasi dan keputusan atau

mengeksekusi kontrak; dan 3) biaya pengawasan, pemaksaan dan pemenuhan/pelaksanaan. Sedangkan Yustika (2012) dengan ringkas mengemukakan bahwa biaya transaksi itu adalah ongkos untuk melakukan negosiasi, mengukur, dan memaksakan pertukaran.

Walaupun kenyataannya cakupan biaya transaksi itu sangat luas, bukan berarti sebuah kajian tentang biaya transasksi harus diurungkan. Pengelompokan biaya transaksi dapat saja dilakukan berdasarkan pertimbangan rasional peneliti. Karena pada dasarnya suatu kajian dituntun oleh logika-logika yang merefleksikan kebenaran natural. Artinya, biaya transaksi dapat dikelompokkan berdasarkan kenyataan yang secara empirik terjadi pada institusi/perusahaan yang menjadi lokasi penelitian. Berikut ini adalah pengelompokan biaya transaksi yang pada umumnya dinyatakan sebagai indikator biaya transaksi, yaitu :

2.1.5.4.1 Biaya Informasi

Secara rasional, sebelum seseorang atau perusahaan memutuskan untuk membeli sesuatu barang atau jasa yang diinginkan, selalu dimulai dengan mencari informasi tentang keberadaan barang atau jasa yang dinginkan tersebut. Keberadaan informasi ini tidak lengkap bahkan asimetris, sehingga memerlukan biaya untuk mendapatkannya. Biaya Informasi adalah seluruh biaya yang dihabiskan unuk keperluan mencari, menyimpan, mengolah atau memproses informasi untuk mencapai kinerja perusahaan.

2,1.5.4.2 Biaya Negosiasi

Menemukan kata sepakat antara kedua belah pihak yang bertransaksi tentu tidak mudah, karena masing-masing pihak yang akan menggunakan kekuatan

posisi tawar untuk dapat mengakuisisi barang dan atau jasa yang dipertukarkan. Dalam kasus-kasus nyata proses negosiasi ini terkadang berlangsung sangat alot dan memerlukan waktu yang sangat panjang. Secara rasional, tentu saja proses ini menyebabkan pembengkakan biaya. Seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memperlancar proses ini disebut biaya negosiasi.

2.1.5.4.3 Biaya Penegakan Kesepakatan

Setelah tercapai kesepakatan melalui proses negosiasi, terkadang pihak yang bertransaksi tidak konsisten kepada apa yang mereka sepakati dalam negosiasi. Dalam hal ini diperlukan biaya untuk membuat masing-masing pihak yang bertransaksi mematuhi kesepakatan bersama yang dicapai melalui negosiasi. Biaya penegakan kesepakatan adalah seluruh biaya yang dikeluarkan unuk memelihara kelanggengan kesepakatan antara pihak-pihak yang bertaransaksi.

2.1.5.4.4 Biaya Koordinasi.

Mempertemukan paling tidak dua orang apalagi lebih, pasti memerlukan koordinasi sehingga masing-masing aktor yang melakukan transaksi dapat mengadakan pertemuan untuk medapatkan kesepakatan dalam transaksi. Dengan berbagai kepentingan masing-masing aktor yang bertransaksi, terkadang kesepakatan dalam koordinasi sulit dicapai. Hal ini pasti menjadi pemicu munculnya biaya-biaya tambahan. Biaya koordinasi adalah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk melakukan koordinasi antara pihak-pihak yang bertransaksi.

2.1.5.4.5 Biaya Pemaksaan Pertukaran

Secara rasional, mekanisme pasar tidak pernah berjalan sempurna. Pasti selalu ada pelaku pasar yang menyembunyikan informasi sehingga proses

pertukaran menjadi alot akibat tersajinya informasi yang asimetris. Konsekuensinya adalah timbulnya tambahan biaya akibat masing-masing pihak yang bertransaksi melakukan berbagai tindakan untuk mempercepat proses transaksi yang pada dasarnya untuk memaksakan pertukaran. Dalam kaitan ini, biaya pemaksaan pertukaran adalah seluruh biaya yang diperlukan untuk mempercepat proses pertukaran.

2.1.6 Kinerja Usaha

2.1.6.1 Rasionalitas Kinerja Usaha

Sebagai tolak ukur tercapai atau tidaknya tujuan perusahaan adalah penilaian terhadap kinerja perusahaan. Seluruh aktivitas perusahaan dikerahkan untuk mencapai tujuan perusahaan. Artinya, tujuan perusahaan merupakan hasil akhir yang dikejar melalui eksistensi dan seluruh operasi perusahaan, dalam hal ini misalnya; kelangsungan atau kesinambungan , keuntungan, efisiensi, kepuasan dan pembinaan karyawan, mutu produk atau pelayanan kepada konsumen, pertanggungjawaban sosial, kepemimpinan pasar dan lain-lainnya (Gluck & Jauch 1988). Dengan demikian segala upaya perusahaan untuk mencapai tujuan biasanya diukur melalui penilaiai atas kinerja perusahaan tersebut.

Untuk memperdalam pemahaman tentang kinerja usaha, Carton & Hofer (2006) menyatakan bahwa konsepsi kinerja organisasi/perusahaan didasarkan pada gagasan bahwa organisasi/perusahaan merupakan sekumpulan asset produktif yang meliputi sumberdaya manusia, sumber daya fisik dan modal untuk mencapai tujuan bersama. Sehingga dalam konteks ini, kinerja usaha adalah menggambarkan hasil yang dicapai perusahaan dari serangkaian pelaksanaan

fungsi kerja atau aktivitas perusahaan dalam periode waktu tertentu. Oleh sebab itu, kinerja usaha adalah cerminan keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan. Lebih jauh dikatakannya bahwa; " Kinerja perusahaan/organisasi adalah konstruk multi-dimensi yang unsur-unsur pokoknya meliputi dimensi; profitabilitas, produktivitas, dasar operasional pasar, pertumbuhan, efisiensi,liquiditas, ukuran pertumbuhan, kehidupan perusahaandan lain-lainnya, dimana masing-masing dimensi ini masih mengandung sejumlah indikator."

Keats & Hitt, (1988) menyatakan bahwa penilaian terhadap kinerja perusahaan memiliki nilai penting karena, selain dapat dipergunakan sebagai ukuran keberhasilan perusahaan dalam periode tertentu. Penilaian kinerja dapat juga dijadikan umpan balik untuk perbaikan atau peningkatan kinerja di masa yang akan datang. Oleh karena itu, penilaian terhadap kinerja suatu perusahaan harus dilakukan, karena hasil penilaian ini dapat dijadikan dasar informasi untuk melakukan perbaikan kinerja usaha untuk masa-masa kedepannya.

Menurut Marchin & Stewart (dalam Hakim, 2007). menyatakan bahwa ; "Sampai sejauh ini belum ada konsensus tentang ukuran kinerja yang paling layak dalam sebuah penelitian dan ukuran-ukuran objektif kinerja yang selama ini dipakai". Sedangkan Beal (2000) menyatakan bahwa "Masih terdapat kontroversi mengenai pendekatan yang tepat untuk konseptualisasi dan pengukuran kinerja perusahaan."

Wiklund (1999), yang mengutip pernyataan Atkinson, *et al* (1995), menyatakan bahwa sistem pengukuran kinerja yang efektif, sebaiknya mengandung indikator-indikator kinerja, yaitu; memperhatikan setiap aktivitas

organisasi/perusahaan dan menekankan pada perspektif pelanggan, menilai setiap aktivitas perusahaan dengan menggunakan ukuran kinerja yang terkait dengan pelanggan, memperhatikan semua aspek aktivitas kinerja secara komprehensif yang dapat mempengaruhi pelanggan dan menyediakan informasi berupa umpan-balik untuk membantu anggota organisasi/perusahaan dalam mengenali permasalahan dan peluang untuk melakukan perbaikan. Sampai sejauh ini yang diakui sebagai konsep pengukuran kinerja perusahan yang bersifat komprehensif adalah konsepsi *Balanced Scorecard*.

Norton and Kaplan (1992), dalam tulisannya yang berjudul : *The BalancedScorecard – Measures that Drive Performance*, mengemukakan empat perspektif penilaian kinerja usaha perusahaan yaitu : perspektif keuangan, perspektif pelanggan, perspektif proses bisnis internal dan perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran . Dengan menggunakan empat perspektif ini, dimaksudkan oleh penemunya agar dapat malakukan penilaian terhadap kinerja usaha perusahaan dengan lebih menyeluruh.

2.1.6.2 *Balanced Scorecard* sebagai Pengukuran Kinerja

Pengukuran kinerja usaha perusahaan secara tradisional, ternyata masih memiliki kelemahan-kelemahan sehingga harus memunculkan kebutuhan akan pengukuran yang lebih luas dan tidak semata-mata didasarkan pada perspektif keuangan saja. Artinya ukuran keuangan lebih banyak menginformasikan tentang keuangan masa lalu yang kurang dapat menuntun perusahaan untuk menciptakan nilai investasi melalui pelanggan, pemercaya, karyawan, proses, teknologi dan besarnya peran inovasi.

Senyatanya, informasi non keuangan keberadaannya juga merupakan faktor kunci untuk menetapkan strategi yang dipilih untuk mencapai tujuan perusahaan. Hal ini dapat dihubungkan dengan informasi keuangan dalam merancang sistem pengukuran kinerja. Biasanya, penggunaan informasi keuangan lebih banyak digunakan untuk pengendalian oleh pihak manajemen yang lebih tinggi, sementara penggunaan informasi non keuangan dipergunakan pada tingkat manajemen yang lebih rendah. Disinilah diperlukan kombinasi pengukuran kinerja dari perspektif keuangan dan non keuangan sehingga dapat digunakan pada berbagai tingkatan manajemen.

Balanced Scorecard adalah sistem pengukuran kinerja koprehensif yang meliputi kinerja keuangan dan kinerja non keuangan. Secara konseptual *balanced Scorecard* memberi penekanan bahwa ukuran keuangan yang menunjukkan kinerja masa terhadulu yang dilengkapi dengan ukuran non keuangan yang menjadi penggerak bagi kinerja di masa yang akan datang. Paparan ini didukung oleh pernyataan Kaplan and Norton (1992) : "*The measures are balanced between outcome measures the results from past effort and measures thet drive future performance*"

Pada dasarnya *balanced scorecard* berusaha untuk menyeimbangkan antara pengukuran internal yang diterapkan pada proses bisnis, inovasi, pertumbuhan dan pembelajaran dalam perusahaan dengan pengukuran eksternal yang berguna bagi pengusaha sendiri dan pelanggan. Artinya, secara internal konsep ini akan menyajikan informasi untuk keputusan-keputusan bisnis perusahaan dan secara eksternal mennyajikan informasi yang dapat dijadikan dasar bagi pengusaha

sendiri sebagai pemilik perusahaan, pemercaya dan pelanggan. Aspek *balance* dalam hal ini memberi penekanan atas adanya penyeimbang antara pengukuran internal dan eksternal, penyeimbang antara hasil usaha pada masa terdahulu dengan hasil usaha yang diinginkan di masa yang akan datang, dan penyeimbang antara objektivitas berupa hasil analisis kuantitatif dengan unsur subjektif yang berupa pertimbangan rasional yang dinyatakan sebagai pemicu kinerja perusahaan.

Secara mendasar, sistem *balanced scorecard* merujuk pada pola analisis kinerja perusahaan yang mengindikasikan: 1) merupakan suatu aspek strategi perusahan; 2) menetapkan ukuran kinerja melalui mekanisme komunikasi antar tingkatan manajemen; dan 3) mengevaluasi hasil kinerja secara berkesinambungan untuk dapat dipergunakan sebagai pengukuran kinerja selanjutnya. Oleh sebabitu, *balanced scorecard* menggunakan empat perspektif dalam mengukur kinerja perusahaan.

2.1.6.3 Empat Perspektif dalam *Balanced Scorecard*

2.1.6.3.1 Perspektif Keuangan

Pencapaian keuntungan adalah tujuan utama perusahaan. Secara umum, yang menjadi tujuan perusahaan adalah memaksimalkan laba. Walaupun untuk mengukur tingkat keberhasilan pencapaian keuntungan setiap perusahaan tidak dapat digunakan standar yang sama, karena masing-masing perusahaan mempunyai kondisi tertentu dalam setiap siklus bisnis yang dialami oleh masing-masing perusahaan. Artinya, pada siklus usaha yang berbeda tujuan keuangan

peruahaan bisa berbeda. Pada umumnya, siklus usaha dibagi menjadi 3 (tiga) yaitu : tahap pertumbuhan, tahap bertahan dan tahap memanen.

Pada tahap pertumbuhan ini, kinerja keuangan perusahaan ditandai dengan pertumbuhan potensial yang signifikan. Biasanya dapat beroperasi dengan aliran arus kas yang negatif dan tingkat pengembalian investasi yang rendah. Sehingga tujuan kinerja keuangan saat ini diukur dengan seberapa besar tingkat pertumbuhan pendapatan/penjualan. Selanjutnya pada tahap bertahan, perusahaan berupaya untuk mempertahankan pangsa pasar yang dimilikinya. Sehingga pada tahap ini sasaran kinerja keuangan adalah tingkat pengembalian nilai investasi, yang diukur dengan besarnya pendapatan operasional, tingkat pertumbuhan laba kotor, tingkat pengembalian modal dan peningkatan nilai tambah ekonomis. Dan akhirnya pada tahap memanen, perusahaan tidak lagi menambah investasi, sehingga kinerja keuangan pada tahap ini diukur dengan besarnya arus kas masuk dan tingkat penurunan penggunaan modal kerja.

Hakikatnya, kinerja keuangan mempunyai peran ganda. Selain merupakan tujuan akhir bagi sasaran dan ukuran perspektif lainnya, kinerja keuangan juga marupakan dasar informasi untuk perencanaan strategis perusahaan. Sehingga kinerja keuangan digunakan sebagai fokus pada indikator dan tujuan oleh perspektif lain dalam *scorecard*. Artinya kinerja keuangan menunjukkan dasar evaluasi atas strategi perusahaan, implementasi dan aktivitas perusahaan, apakah telah memberikan kondtribusi terhadap perbaikan yang mendasar.

2.1.6.3.2 Perspektif Pelanggan

Dengan perspektif ini, perusahaan berkomitmen mengidentifikasi segmen pelanggan dan pasar yang dimilikinya. Kenyataan empiris menunjukkan bahwa pasar potensial sangat beragam dan senyatanya perusahaan pun mempunyai keterbatasan dalam memuaskan seluruh pasar potensialnya. Disinilah perusahaan membuat kebijakan segmentasi pasar untuk mempetakan pasar mana yang paling baik dan layak untuk dilayani dengan mempertimbangkan sumberdaya yang dimiliki perusahaan.

Dengan dasar ini, tolok ukur kinerja perusahaan dari perspektif pelanggan dipilah menjadi dua bagian yaitu; kelompok inti (*customers core measurement group*) dan kelompok penunjang (*customers value propositions*). Kelompok inti ini, terdiri dari empat elemen yaitu :1) *marker shere* adalah perluasan pasar yang diukur dengan asumsi jumlah pelanggan, uang yang dibelanjakan dan volume satuan yang terjual ke palanggan; 2) *customers retention* yang diukur dengan seberapa banyak perusahaan berhasil mempertahankan pelanggan lama; 3) *customers acquisition* yang diukur dengan seberapa banyak perusahaan dapat menarik dan mendapatkan pelanggan baru; 4) *customers satisfaction* diukur dengan kemampuan perusahaan dalam memuaskan pelanggan atas produk dan layanan perusahaan terhadap pelanggan; dan 5) *customers profitability* diukur dengan tingkat keuntungan bersih yang didapat dari pelanggan.

Agar tolok ukur inti dapat diterapkan, diperlukan tolok ukur kelompok penunjang yang merupakan aktivitas penentu sebagai penggerak , yang diuraikan menjadi tiga tolok ukur yaitu: 1) *product and service attributes* yaitu atribut

produk dan pelayanan yang di diukur dengan fungsi, kualitas dan harga; 2) *coutomers relationship* yaitu menyangkut kualitas pelayanan dan perasaan pelanggan saat menggunakan produk perusahaan; dan 3) *image and reputation* yaitu atribut yang mencerminkan citra yang mengandung unsur *intangible* untuk menarik bagi pelanggan.

2.1.6.3.3 Perspektif Proses Internal Bisnis (*Internal Business Process Perspektive*)

Dalam perspektif ini, perusahaan berupaya mengidentifikasikan proses-proses penting bagi tercapainya tujuan perusahaan. Biasanya perusahaan akan mengembangkan sasaran yang ada pada perspektif ini setelah perusahaan terlebih dahulu menetapkan sasarannya dalam perspektif keuangan dan perspektif pelanggan. Norton and Kaplan (1992) mengidentifikasikan tiga tolok ukur untuk perspektif proses bisnis internal perusahaan yaitu proses inovasi, proses operasi/produksi dan layanan purna jual.

Proses inovasi, dideskripsikan menjadi dua komponen yaitu pertama: perusahaan menggunakan hasil riset pasar untuk mengenali sifat pilihan pelanggan, dan harga barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Kedua perusahaan juga meneliti keberadaan dan kesanggupan (daya beli) pelanggan sebagai dasar proses inovasi. Hal ini meliputi keseluruhan kesempatan dan pasar baru untuk barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan, yang diukur dengan tingkat nilai tambah ekonomi yang disampaikan kepada pelanggan melalui inovasi dengan mendahului pesaing-pesaingnya.

Proses produksi, adalah peroses penciptaan nilai perusahaan, Tahapannya dimulai dari order pelanggan sampai kepada pengiriman barang dan jasa kepada

pelanggan. Kegiatan operasi perusahaan cenderung pada proses yang sama, sehingga teknik manajeman ilmiah dapat diterapkan untuk pengendalian dan memperbaiki penerimaan order pelanggan, proses produksi dan proses pendistribusian barang dan jasa. Proses produksi diukur dengan kualitas produk dan besarnya biaya produksi, termasuk fleksibelitas proses produksi untuk menciptakan produk khusus yang bernilai tinggi bagi pelanggan.

Hakikat layanan purna jual, merupakan upaya perusahaan untuk dapat memberikan manfaat tambahan kepada para pelanggan yang telah menggunakan barang atau jasa dalam berbagai bentuk layanan pasca transaksi. Dalam hal ini yang ingin diketahui adalah apakah upaya dalam pelayanan purna transaksi ini telah memenuhi harapan pelanggannya. Aspek ini diukur dengan kualitas layanan kepada pelanggan, biaya, dan kecepatan pelayanan kepada pelanggan.

2.1.6.3.4 Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran (*learning and growth perspective*)

Sebagai elemen utama dalam perspektif ini adalah orang, sistem dan prosedur kerja organisasi yang disepakati berperan penting dalam pertumbuhan jangka panjang perusahaan. Biasanya, hasil pengukuran menunjukkan adanya kesenjangan yang besar antara kenyataan yang ada tentang orang, sistem dan prosedur kerja yang diharapkan dapat memfasilitasi pencapaian kinerja yang handal untuk mewujudkan tujuan perusahaan. Artinya, untuk memperkecil kesenjangan tersebut, perusahaan harus melakukan investasi pada tiga elemen utama tersebut, untuk menjamin tujuan jangka panjang perusahaan.

Perspektif ini adalah merupakan infrastruktur yang memfasilitasi pencapaian tiga perspektif lainnya. Ukuran keberhasilan kinerja dalam perspektif

ini dipilah ke dalam tiga kelompok yaitu : 1) kemampuan karyawan (*employes capability*) yang pencapaiannya diukur dengan: kepuasan karyawan, loyalitas karyawan dan produktivitas karyawan. Senyatanya elemen ini diukur dengan tingkat kepuasan kerja karyawan dan besarnya pendapatan per karyawan. 2) kemampuan sistem informasi. Kemampuan sistem informasi akan memberi dukungan kepada karyawan sebagai penyempurnaan proses pelaksanaan yang eksistensinya sebagai umpan balik yang cepat, tepat waktu dan teliti mengenai barang dan jasa yang dipasarkan oleh perusahaan, Ukuran keberhasilan elemen ini adalah; tingkat ketersediaan informasi, tingkat ketepatan informasi dan jangka waktu memperoleh informasi yang dibutuhkan tentang keberadaan perusahaan.

Kelompok ke tiga adalah motivasi, pemberdayaan dan keserasian dalam perusahaan. Aspek ini merupakan pra syarat untuk mencapai perspektif pertumbuhan dan pembelajaran. Aplikasinya: walaupun seorang karyawan telah mempunyai informasi yang luas, tidak akan memberi kontribusi kepada perusahaan jika mereka tidak termotivasi untuk melakukan yang terbaik bagi perusahaan. Menumbuhan motivasi ini dapat dilakukan dengan menciptakan iklim dan budaya organisasi yang kondusif bagi motivasi karyawan. Tolok ukur keberhasilan kinerja komponen ini adalah; intensitas penyaluran aspirasi karyawan, yang dibuktikan dengan implementasi saran-saran dari karyawan.

Dalam era globalisasi dimana arus informasi yang menyebabkan persaingan semakin ketat, dan ketangguhan perusahaan dalam menghadapi pesaing mulai berubah. Crossan & Berdrov, (2003) menyatakan bahwa: “Peningkatan persaingan, globalisasi dan ledakan teknologi, kapabilitas inovasi dan penciptaan

pengetahuan muncul sebagai faktor-faktor dominan dari keunggulan bersaing". Oleh sebab itu, perusahaan harus benar-benar dapat memaksimalkan pemenfaatan sumberdaya yang dimiliki, dan melakukan efisiensi sehingga tujuan yang telah direncanakan dapat diwujudkan.

Ketidaksanggupan menyusun laporan keuangan yang bersifat periodik dan sistematis adalah salah satu kekurangan dari UKM. Wedener (2006), menganjurkan agar "pengukuran kinerja perusahaan dilakukan dengan cara mengkombinasikan ukuran finansial dan non-finansial." Selanjutnya dikatakan bahwa; "pengukuran kinerja usaha pada aspek finansial adalah menggunakan ukuran pertumbuhan laba, pertumbuhan pendapatan, tingkat pengembalian investasi, tingkat pengembalian penjualan dan lain-lainnya. Ukuran finansial ini, pada umumnya lebih objektif, sederhana, mudah dipahami dan mudah dihitung. Tetapi dalam banyak kasus data keuangan ini sulit didapat maupun diakses, serta cenderung tidak lengkap dan tidak akurat. Sehingga, ukuran dari aspek non-finansial memungkinkan digunakan sebagai suplemen/melengkapi ukuran finansial."

Perpaduan antara kedua dimensi ukuran ini dapat membantu para pengambil keputusan untuk mendapatkan perspektif yang lebih luas dalam melakukan pengukuran terhadap kinerja usahanya, terutama dalam hal efektivitas dan efisiensi penggunaan sumber daya dan keunggulan kompetitif. Ukuran non-finansial yang biasanya digunakan adalah antara lain; pemenuhan permintaan pelanggan, kemampuan untuk menawarkan kualitas produk atau jasa, kapasitas

untuk mengembangkan proses produksi dan produk baru, kemampuan untuk mengelola kualitas tenaga kerja, produktivitas tenaga kerja dan lain-lainnya.

2.1.6.4 Indikator Kinerja Usaha

Pada hakikatnya UKM, mempunyai karakteristik yang sangat spesifik. Sifatnya yang fleksibel, sangat dinamis termasuk keterbatasan dan kelemahan yang melekat padanya, seperti kualitas manajemen yang masih sangat rendah, kurun waktu usaha yang relatif singkat, dan sering berpindah-pindah lokasi, menyebabkan dalam penilaian kinerjanya pun harus menggunakan pola tersendiri. Dalam kajian ini, kinerja usaha akan langsung dianalisis berdasarkan perspektif *balanced scorecard*, sehingga sebagai indikator kinerja usaha ahalah: kenerja keuangan, kinerja pelanggan, kinerja proses bisnis internal dan kinerja pertumbuhan dan pembelajaran. Paparan detail tentang indikator-indikator ini, diuraikan seperti berikut.

2.1.6.4.1 Kinerja Keuangan

Indikator kinerja keuangan, dalam hal ini didasarkan pada pencapaian perusahaan dalam aktivitas-aktivitasnya yang dilihat dari tercapainya target keuangan sebagaimana telah direncanakan oleh perusahaan. Ukuran pencapaian kinerja ini adalah: tingkat pertumbuhan pendapatan operasional, besarnya laba kotor, tingkat pengembalian investasi, tingkat pengembalian modal, besarnya nilai tambah ekonomi, dan akhirnya tingkat penurunan modal kerja.

2.1.6.4.2 Kinerja Pelanggan

Kinerja pelanggan adalah prestasi kerja perusahaan dalam mengidentifikasi segmen pasar dan segmen pelanggan dimana perusahaan itu kerkompetisi serta

ukuran kinerja yang akan digunakan pada segmen tersebut. Biasanya ukuran mendasar yang digunakan untuk mengukur indikator ini yaitu; jumlah pelanggan dan volume satuan yang terjual ; keberhasilan mempertahankan pelanggan lama; keberhasilan mendapatkan pelanggan baru; dan keberhasilan memberi layanan yang memuaskan kepada pelanggan.

2.1.6.4.3 kinerja Proses Bisnis Internal

Indikator kinerja proses bisnis internal, adalah akumulasi proses-proses penting dalam perusahaan bagi tercapainya tujuan perusahaan. Indikator ini akan diukur dengan: tingkat keuntungan atau manfaat yang didapat oleh pelanggan di masa mendatang; prosesi produksi dari menerima order pelanggan, memproduksi, menyampaikan barang kepada pelanggan termasuk fleksibelitas produksi untuk menyampaikan nilai tambah ekonomi kepada pelanggan.

2.1.6.4.4 Kinerja Pertumbuhan dan Pembelajaran

Indikator pertumbuhan dan pembelajaran adalah terkait dengan kinerja orang, sistem dan prosedur kerja dalam perusahaan. Kinerja indikator ini akan diukur dengan: 1) tingkat kemampuan karyawan yaitu kepuasan, loyalitas dan produktifitas karyawan yang ditunjukan oleh besarnya pendapatan per karyawan; 2) kemampuan sistem informasi yang akan diukur dengan tingkat ketersedian informasi untuk pelaksanaan tugas karyawan, tingkat ketetapan atau konsitensi informasi yang tersedia dan jangka waktu untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan tentang barang atau jasa dan perusahaan; 3) prosedur kerja yang merujuk motivasi, pemberdayaan dan keserasian individu dalam perusahaan , yang diukur dengan jumlah saran-saran karyawan yang diimplementasikan dan

direalisasikan, serta banyaknya saran-saran yang berguna bagi kemajuan perusahaan.

Kajian-kajian ilmiah pada UKM, terutama untuk penilaian kinerja usaha biasanya menggunakan pendekatan campuran (finansial dan non-fibansial) untuk mengukur sajauhmana suatu usaha dapat mencapai tujuan-tujuannya (Chong, 2008). Tetapi kenyataan empiris, tidak semua usaha kecil, mempunyai pembukuan yang teratur. Beal (2000), menyatakan bahwa: "Adakalanya terdapat kesulitan yang muncul pada saat manager atau pemilik usaha kecil dan menengah (UKM), tidak bersedia atau keberatan memberikan informasi dan data keuangannya. " Dalam kontekks ini, Dess & Beard (1984) merekomendsikan bahwa: "Untuk mengantisipasi tidak tersedianya data kinerja yang riil, masih memungkinkan digali dengan pendekatan persepsi dari pamilik atau pengelola UKM tersebut." Selanjutnya ditegaskannya kembali, bahwa "Kondisi ini dianggap relevan untuk mengukur kinerja suatu perusahaan dengan menggunakan "persepsi", apalagi usaha kecil biasanya jarang membuat laporan keuangan dengan benar yang tidak memungkinkan untuk dipublikasikan."

2.1.7. UKM dalam Pembangunan Ekonomi Regional

Keberadaan UKM di Indonesia pada umumnya, selalu dikaitkan dengan aspek sosial. Tersedianya lapangan pekerjaan yang cukup, tingkat penyerapan tenaga kerja, pemerataan distribusi pendapatan selalu dikaitkan dengan keberhasilan kinerja UKM. Demikian pula sebaliknya; meningkatnya pengangguran, tidak meratanya distribusi pendapatan yang menimbulkan kesenjangan sosial, yang memicu meningkatnya kriminalitas dan penyakit sosial

lainnya, tuduhan yang paling mudah adalah akibat menurunnya kinerja UKM, baik ditingkat nasional maupun ditingkat regional.

Agar tidak terjadi bias interpretasi tentang keberadaan UKM maka sebelum dipaparkan perannya dalam menggerakkan pembangunan di daerah, terlebih dahulu perlu dilakukan pendefinisian yang proporsional tentang UKM. Kesalahan dalam membangun definisi akan memicu terjadinya kerancuan pemahamam yang akan mengakibatkan salah pengertian yang berkepanjangan.

Menurut Undang-Undang (UU) no 20 tahun 2008, Usaha Kecil didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi produkrif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang - perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian, baik langsung maupun tak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar serta memenuhi kriteria antara lain; kekayaan bersih Rp. 50.000.000,- sampai Rp. 500.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan Rp 300 juta sampai Rp. 2.5 milyar.

Dari segi jumlah tenaga kerja, Biro Pusat Statistik (BPS) mengklasifikasikan industri berdasarkan jumlah pekerjanya yaitu; 1) Industri Rumah Tangga dengan pekerja 1 – 4 orang, 2) Industri Kecil dengan pekerja 5 – 19 orang, dan 3) Insustri Menengah dengan pekerja 20-99 orang, dan 4) Industri Besar dengan pekerja 100 orang atau lebih. Dengan ketentuan ini, maka usaha mikro termasuk di dalam industri rumah tangga .

Menurut pandangan teori ekonomi konvensional, terdapat empat peran utama UKM, yaitu sangat berperan dalam memperlancar proses industrialisasi,

mampu menyerap hasil industri berupa barang atau jasa bagi masyarakat yang berpenghasilan rendah, turut membangun perekonomian perdesaan dan mampu menyediakan kesempatan kerja bagi masyarakat. Nugent, *et al* (2002) menyatakan bahwa "UKM memiliki peran komplementer dengan perusahaan-perusahaan besar dalam memciptakan lapangan pekerjaan maupun pertumbuhan ekonomi." Artinya keberadaan UKM ikut menyediakan kesempatan kerja, seperti yang dilakukan oleh perusahan-perusahaan besar, sehingga pemerataan distribusi pendapatan dan penanggulangan kemiskinan dapat dilakukan sampai ke pedesaan.

Adreson (1982), yang melakukan kajian tentang proses industrialisasi di negara sedang berkembang (termasuk Indonesia), membagi tahapan industri Indonesia berdasarkan skala usaha, menjadi empat tahapan, yaitu: pertama pada tahap awal; hampir 50 persen hingga 75 persen, industri dimulai dengan Industri Kecil Rumah Tangga (IKRT), yang bergerak dalam industru garment, sepatu, kerajinan tangan, maupun makanan, yang bahan bakunya dari sektor pertanian. Karakteristik industri pada tahap ini masih bersifat elementer dan berkaitan dengan produksi pertanian. Keberadaan UKM pada saat ini menjadi mata pencaharian pokok bagi sebagian masyarakat. Kedua, tahap selanjutnya, mulai bermunculan workshop-workshop sederhana menggantikan rumah sebagai tempat usaha. Pada tahap ini, UKM mulai tersebar ke daerah perkotaan terutama di daerah urban maupun sub urban. Perningkatan kualitas manajemen dan perluasan pasar mulai dirintis pada tahap ini. Difusi inovasi dan adopsi teknologi juga makin meningkat pada tahap ini. Dan seterusnya..., perusahaan-perusahaan kecil mulai

berkembang menuju skala ekonomi yang lebih besar, sehingga memerlukan kualitas manajemen dan teknologi yang lebih tinggi.

Pada tahap ketiga, industri mulai dominan berskala menengah. Industri yang berskala menengah telah mulai sanggup menerapkan sistem produksi dan manajemen yang lebih efisien. Di samping itu, pada tahap ini industri telah mampu melakukan koordinasi yang lebih efektif, sehingga memiliki akses pasar yang lebih luas. Dukungan pemerintah sangat dibutuhkan pada tahap ini, terutama dalam hal penegakan peraturan, pengembangan investasi dan infrastruktur. Satu hal yang dianggap penting pada tahap ini, adalah terjadinya proses pembelajaran bagi industri baik dalam sistem produksi maupun manajemen. Proses pembelajaran ini sangat bermanfaat bagi perkembangan menuju industri besar. Akhirnya, tahap ke empat, tumbuhlah industri menengah itu menjadi industri berskala besar yang dewasa.

Evolusi industri yang berdasarkan skala usaha yang dirintis oleh Adreson, adalah sangat penting dalam proses industrialisasi karena sekaligus sebagai media difusi inovasi dan tenpat persemaian ide kewirausaan. Hal ini menjadikan keberadaan UKM sebagai penyedia lapangan kerja maupun sebagai media difusi inovasi baik pada tingkat lokal maupun regional terutama di negara sedang berkembang menjadi sangat deperlukan (Suarez-Villa, 1987).

Pakar ekonomi seperti; Adreson (1982), Amstrong (2000) Hayter (2000), memberi penegasan bahwa; dalam proses industrialisasi sangat diperlukan sikap kewirausahaan. Harus diakui bahwa UKM memiliki banyak perbedaan dengan perusahan besar. Perbedaan tersebut tidak hanya pada skala usaha, sistem

produksi dan manajemen saja, tetapi juga pada ide kewirausahaan. Perbedaan yang paling mendasar dan penting adalah bahwa UKM memiliki ide kewirausahaan yang lebih beragam dan lebih dinamis dibandingkan dengan perusahaan besar. Ide kewirausahaan inilah yang menjadikan UKM memiliki daya tarik yang kuat dalam hal pengembangan lokasi industri maupun pembangunan daerah.

Pandangan teori modern tentang UKM yang dimotori oleh Piore & Sabel (1984), yang mengatakan bahwa UKM sangat penting dalam proses produksi dengan kemampuannya melakukan spesialisasi. Kemampuan UKM dalam spesialisasi ini menyebabkan timbulnya keterkaitan antara UKM dengan Usaha Besar/Industri Besar. Hal ini akan menjadi sangat bermanfaat bagi UKM sendiri, industri besar maupun bagi perkembangan perekonomian secara keseluruhan. Keterkaitan ini, akan menjadi basis hubungan kemitraan yang “mutual” yang saling menguntungkan dalam kemitraan antara UKM dengan industri besar, Misalnya, UKM sebagai penyedia *spare part* dan berbagai macam *input* bagi usaha yang berskala besar.

2.2 Kajian Empiris dan penelitian Terdahulu

Sajian beberapa hasil penelitian terdahulu ini, dimaksudkan untuk dapat memberikan justifikasi atas kajian yang dilakukan. Temuan empirikal tersebut dihadirkan sebagai pembuktian bahwa hubungan kausalitas antara konsep-konsep yang dianalisis memang benar adanya. Artinya, hubungan kausalitas antara modal sosial dengan orientasi kewirausahaan, biaya transaksi dan kinerja usaha memang telah merupakan temuan atas kajian empiris. Semakin berfungsinya dengan baik

Modal Sosial suatu komunitas pengusaha, akan mempengaruhi perilaku kewirausahaan sebagai bentuk Orientasi Kewirausahaan, yang ditandai dengan meningkatnya efisiensi pembiayaan, yang pada akhirnya akan dapat meningkatkan kinerja usaha. Akhirnya prestasi modal sosial ditingkat mikro akan dapat menjelaskan kinerja ekonomi di tingkat makro. Sebagai justifikasi, berikut ini disajikan beberapa hasil penelitian terdahulu yang selaras dengan kajian ini.

2.2.1 Hubungan Modal Sosial dengan Orientasi Kewirausahaan

Kajian empiris yang menunjang dan sekaligus sebagai pembanding dalam mengungkap permasalahan hubungan modal sosial dengan orientasi kewirausahaan, satu persatu diuraikan sebagai berikut.

(1) Rizky Humaira, (2011) yang melakukan kajian tentang; Peranan Modal Sosial dalam pengembangan Nilai Kewirausahaan , sebuah studi kasus pedagang kecil dan anggota kelompok tani di desa Cikarawang kecamatan Dramaga Kabupaten Bogor – Jawa Barat, menemukan bahwa: kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap pengembangan nilai kewirausahaan, sedangkan norma dan jejaring ditemukan tidak berpengaruh secara signifikan dalam pengembangan nilai kewirausahaan. Kedudukan hasil kajian ini terhadap penelitian ini adalah sebagai pendukung bahwa kepercayaan sebagai aspek modal sosial ternyata signifikan berpengaruh terhadap kinerja usaha, seperti yang dihipotesiskan. Sedangkan keberadaan norma dan jejaring yang ternyata berpengaruh negatif, akan menjadi pembanding yang berlawanan atas hipotesis penelitian ini.

(2) Soebandriyo (2012), yang mengkaji: Penguatan modal sosial dalam rangka pemberdayaan anggota kluster makanan ringan di kota Magelang. Secara implisit selaras kepada penelitian ini, dengan melatari kajiannya bahwa pada umumnya para anggota kluster memiliki karakteristik lemahnya jaringan sosial antar kelembagaan yang ada, baik secara vertikal maupun horizontal. Lemahnya akses terhadap jaringan sosial lainnya lebih disebabkan kerena mereka tidak memiliki persyaratan sosial yang cukup, seperti rendahnya tingkat pendidikan, pengetahuan dan kemampuan berkomunikasi. Dalam hal ini modal sosial merupakan salah satu modal dasar yang ternyata kurang diperhatikan selama ini. Dengan menganalisis: 1) variabell tingkat partisipasi sosial masyarakat dalam komunitas; 2) variabel tingkat resiprositas dan partisipasi dalam kegiatan sosial; 3) variabel perasaan saling mempercayai dan rasa aman; 4) variabel jaringan dan koneksi dalam komunitas; 5) variabel jaringan dan koneksi antar teman dan keluarga; dan 6) variabel toleransi dan kebinekaan; variabel nilai hidup dan kehidupan, variabel partisipasi dan keanggotaan kelompok di luar komunitas. Dengan teknik analisis kualitatif ditemukan masyarakat kluster belum memfungsikan dengan benar variabel-variabel modal sosial ini. Sehingga model pemberdayaan yang paling tepat dalam hal ini adalah investasi dalam struktur sosial masyarakat.

2.2.2 Hubungan Orientasi Kewirausahaan dengan Kinerja Usaha

Tanggungjawab pengusaha atas usaha yang dikelolanya adalah bagaimana mempertahankan keberlangsungan kehidupan usaha. Hal ini menuntut dimilikinya orientasi kewirausahaan yang prospektif oleh pengelola usaha. Dalam hal ini dipahami bahwa mendirikan perusahaan masih jauh lebih mudah dari pada menjalankannya sehingga tetap bisa bertahan dalam menghadapi ketidakpastian dan persaingan. Beberapa penelitian yang mengkaji permasalahan ini, yang keberadaanya sebagai pembanding dan sekaligus pendukung penelitian ini, antara lain seperti berikut.

(1) Andriani Suryanita (2006), yang melakukan kajian tentang: Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kompetensi Pengetahuan Pasar Terhadap Kapabelitas untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran, pada Industri Pakaian Jadi di Kota Semarang. Penelitian ini menggunakan 100 orang pengusaha indusrti pakaian jadi sebagai responden untuk menguji pengaruh variabel Orientasi Kewirausahaan dan variabel Kompetensi Pengetahuan Pasar terhadap variabel Kapabelitas untuk meningkatkan Kinerja Pemasaran. Dengan menggunakan alat analisis SEM dengan *solfware AMOS*, menemukan bahwa faktor Orientasi Kewirausahaan dan Kempetensi Pengetahuan Pasar menjadi efek positif Kapabilitas Pemasaran dan Kinerja Pemasaran yang signifikan. Temuan model yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima yang ditunjukkan oleh indeks kesesuaian model dengan nilai; GFI : 0.900; Ci-Square: 87.987; Probabilitas: 0.084; TLI: 0.965 dan CFI: 0.973. Kesemua

indeks ini telah memenuhi syarat, walaupun indeks AGFI: 0,853 yang diterima secara marginal.

(2) Suhartono (2008), peneliti muda bidang Kebijakan Publik di P3DI Setjen DPRRI, dalam penelitiannya yang berjudul: "Kondisi Usaha Kecil dan Menengah di Provinsi Bali: Antara Kebijakan, Kemitraan dan Persaingan". Penelitian ini memfokuskan kajian pada pengaruh pendekatan *intervensionis vertikal* dan pendekatan *intervensionis horizontal* yang diterapkan dalam pola pemberdayaan terhadap kinerja UKM di Provinsi Bali, dengan tahun amatan dari 1999 – 2006. Selama tujuh tahun amatan, ditemukan bahwa keunikan UKM di Provinsi Bali adalah selalu tumbuh dari tahun ke tahun, tetapi tidak diimbangi dengan pertumbuhan penyerapan modal. Dengan ini dipreposisikan bahwa; 'Jiwa atau mental kewirausahaan UKM di Provinsi Bali masih rendah dengan masih dianutnya nilai sosial masyarakat pengusaha UKM di Provinsi Bali yang masih menganggap bahwa " Berhutang itu adalah suatu hal yang tidak terhormat." Sehingga dalam menjalankan usaha pelaku UKM masih mengutamakan penggunaan modal sendiri, sehingga kinerja usahanya menjadi tidak maksimal. Penelitian ini, memberi latar sinyalemen yang mengindikasikan bahwa anutan nilai sosial yang merupakan indikator modal sosial sebagai penyebab rendahnya jiwa kewirausahaan pelaku UKM di Provinsi Bali.

(3) Hanifah (2011), yang menganalisis: Pengaruh Orientasi Kawirausahaan, Budaya Organisasi, dan Strategi Bisnis terhadap Kinerja UMKM di

Jawa Barat. Dengan analisis kuantitatif, yang menggunakan teknik analisis dengan SEM, menemukan bahwa secara simultan ketiga variabel; orientari kewirausahaan, budaya organisasi dan strategi bisnis memberi pengaruh sampai 79.04 persen terhadap kinerja perusahaan, sedangkan sebesar 20.04 persen dipengaruhi oleh hal lain diluar tiga variabel tersebut. Sedangkan secara parsial ketiga variabel tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha, yang secara berturutan; yang paling besar memberi pengaruh adalah strategi bisnis, selanjutnya oleh orientasi kewirausahaan dan yang pengaruhnya paling kecil adalah budaya organisasi.

(4) Suyamtinah, dkk (2011), yang berupaya menemukan model optimalisasi kinerja UKM dengan argumentasi bahwa di balik ketangguhan puluhan juta UKM, upaya pengembangan UKM masih terkendala oleh pola pengelolaan usaha yang masih tradisional, kualitas SDM yang belum memadai, skala dan teknik produksi yang masih rendah, kapabilitas inovasi yang masih rendah, serta masih terbatasnya akses kepada lembaga keuangan, terutama perbankan pada UKM di Kota Semarang. Melalui permodelan struktural dihipotesiskan bahwa faktor eksternal dan faktor internal UKM berpengaruh terhadap kinerja usaha dengan dimediasi kapabilitas inovasi. Dengan menggunakan alat analisis *SEM*, dengan *solfware PLS,* ditemukan bahwa: 1) semakin baik usaha pengelolaan faktor internal UKM, maka kapabilitas inovasi akan semakin meningkat; 2) semakin baik usaha pengelolaan faktor

eksternal, maka kapabilitas inovasi semakin meningkat; dan 3) meningkatnya kapabilitas inovasi akan berpengaruh pada peningkatan kinerja UKM. Artinya dalam hal ini, penelitian ini adalah sebagai kajian empiris yang mendukung penelitian yang akan dilakukan.

2.2.3 Hubungan Modal Sosial dengan Kinerja Usaha

Interaksi sosial, baik antar individu dalam suatu perusahaan maupun antar kelompok dalam masyarakat diakui sanggup memberi kontribusi terhadap peningkatan kinerja ekonomi masyarakat. Dalam kaitan ini, dipahami bahwa entitas atau perusahaan tidak tumbuh dalam lingkungan sosial yang vakum, tetapi eksistensinya justru tidak luput dari pengaruh struktur sosial masyarakat dimana perusahaan itu berada. Beberapa penelitian yang menggambarkan keadaan tersebut diuraikan seperti berikut.

(1) Witjaksono (2010), yang mengkaji ; Modal Sosial dalam dinamika perkembangan Sentra Industri Logam Waru (SILOW), - Sidoarjo Jawa Timur, dengan menggunakan analisis kualitatif, manghasilkan proposisi tentang bagaimana kontribusi modal sosial dalam dinamika pemkembangan sebuah sentra industri, yang bergerak dari awal fase rintisan; yaitu perkumpulam beberapa pande besi, yang dengan kondisi masih sangat sederhana, kemudian berkembang ke fase pertumbuhan yang dimotori oleh beberapa pengusaha logam yang lebih berpengalamam, sampai akhirnya menjadi sebuah sentra industri logam yang maju, dengan diayomi oleh PT Arto Internasional. Wicaksono membuktikan bahwa peran modal sosial sangat besar

dalam membesarkan sebuah usaha. Dari usaha dengan taraf lokal hingga mencapai taraf internasional. Kedudukan kajian ini adalah sebagai pendukung terhadap penelitian.

(2) Yuliarmi (2011), yang melakukan kajian terhadap Peran Pemerintah, Lembaga Adat dan Modal Sosial dalam Pemberdayaan Indistri Kecil dan Menengah (IKM). Studi pada Industri Kecil Kerajinan (IKK) di Provinsi Bali, menemukan, bahwa modal sosial mampu mendukung peran pemerintah untuk memberdayakan IKM di provinsi Bali. Semakin tinggi persepsi yang diberikan terhadap indikator modal sosial, maka semakin tinggi persepsi penilaian pengrajin terhadap peran pemerintah dalam memberdayakan IKM di Provinsi Bali. Selain itu, Modal Sosial mampu memperkuat peran Lembaga Adat yang dilihat dari peran sosial, budaya, ekonomi dan keuangan untuk pemberdayaan IKM di Provinsi Bali. Kuatnya norma, kepercayaan, jaringan dan ekspektasi yang merupakan indikator modal sosial ternyata mampu memperkuat peran Lembaga Adat dalam memberdayakan IKM di Provinsi Bali. Walaupun secara langsung, modal sosial belum mampu mendukung keberdayaan IKM di Provinsi Bali. Kedudukan hasil temuan ini, mendukung penelitian yang akan dilakukan, yang sekaligus memberi justifikasi bahwa kontribusi modal sosial dimediasi oleh Lembaga Adat dalam meningkatkan kinerja usaha.

(3) Suyatna Yasa (2012), yang malakukan kajian pada : Kontribusi Faktor Produksi Modal, Tenaga Kerja dan Teknologi Terhadap Pertumbuhan Usaha IKK di Kabupaten Gianyar – Provinsi Bali: menemukan bahwa faktor Produksi Modal tidak signifikan mempengaruhi Perumbuhnan Usaha bagi Industri Kecil Kerajinan. Setelah melakukan kajian yang lebih mendalam melalui analisis data Kualitatif, akhirnya direkomendasikan bahwa: Pelaku Usaha Industri Kacil Karajinan di Kabupaten Gianyar - Bali , dalam berusaha bermodalkan kesederhanaan berpikir, dengan kayakinan bahwa semuanya sudah ada yang mengatur- "Ida Sanghyang Widhi Waca" (Tuhan Yang Maha Esa), sehingga dalam berusaha para palaku usaha Industri Kecil Kerajinan lebih bermodalkan kesadaran spiritual, moral etika yang luhur. Secara tidak langsung, Suyatna Yasa, merekomendasikan bahwa modal sosial ikut berkontribusi pada kinerja usaha IKK di Gianyar Bali, walaupun bukan sebagai permasalahan utama penelitian. Dengan demikian, terindikasi bahwa kajian yang lebih serius tentang modal sosial masih perlu dilakukan.

2.2.4 Hubungan Orientasi Kewirausahaan, Biaya Transaksi dan Kinerja Usaha

Untuk dapat mengelola usaha dengan sukses diperlukan wawasan dan orientasi kewirausahaan yang representatif. Artinya, dalam aplikasi nyata para pengusaha kerajinan kayu masih harus dihadapkan dengan perilaku-perilaku oportunis yang menyajikan informasi asimetris dan adanya keterbatasan rasionalitas dalam mencari dan menginterpretasikan informasi. Hal ini memicu

terjadinya pembengkakan biaya yang ditengarai akan mengurangi optimalisasi kinerja usaha. Dalam aras ini, dipahami bahwa terdapat hubungan kausalitas antara orientasi kewirausahaan, biaya transaksi dan kinerja usaha yang dijustifikasi oleh kajian-kajian empirik berikut ini.

(1) Kajian Sangen (2005) menemukan bahwa oreintasi kewirausahaan berpengaruh negatif terhadap kinerja usaha. Tetapi apabila dimediasi oleh orientasi pasar, ternyata orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja usaha. Kedudukan penelitian ini sebagai pembanding dengan kajian yang dilakukan, karena sama-sama menghipotesiskan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh secara tak langsung terhadap kinerja usaha. Hanya berbeda dalam variabel mediasi atau variabel prediktor yang memediasi pengaruh dari orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha.

(2) Fitri Lukiastuti, (2012) melakukan kajian tentang pengaruh orientasi kewirausahaan dan kapabilitas jejaring usaha terhadap peningkatan kinerja usaha pada sentra UKM Batik di Sragen. Dengan mensurvei 105 manajer UKM, menemukan bahwa secara tidak langsung orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh yang lebih besar terhadap kinerja usaha. Dalam hal ini orientasi kewirausahaan dimediasi oleh komitmen perilaku dalam meningkatkan kinerjausaha. Kedudukan temuan ini terhadap penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai pendukung, karena sama-sama melegitimasi bahwa hubungan kalusalitas antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja

usaha, keberadaannya tidak berpengaruh langsung, tetapi secara substansial dimediasi oleh komitmen perilaku dalam meningkatkan kinerja usaha.

2.2.5 Hubungan Modal Sosial, Biaya Transakasi dan Kinerja Usaha

Keberadaan modal sosial dalam wujud partisipasi, resiprositas, kepercayaan yang mendasari interaksi sosial antara pelaku ekonomi, disinyalir dapat mengefektifkan dan mengefisiensi biaya transaksi yang pada akhirnya nanti dapat meningkatkan kinerja usaha. Dalam kaitan ini, hendaknya dipahami perlunya mempertahankan kejujuran sehingga dapat dipercaya, melakukan investasi sosial dengan cara saling bertukar kebaikan secara terus-menerus sebagai wujud peningkatan kepemilikan modal sosial yang memadai untuk meningkatkan kinerja usaha. Paparan ini menegaskan adanya hubungan kausalitas antara modal sosial, biaya transaksi dan kinerja usaha. Eksistensi hubungan kausalitas ini dijustifikasi oleh temuan empirik berikut ini.

(1) Rahel Widiawati, (2012), yang melakukan kajian atas : Mata rantai Modal Sosial Pada Pola Transaksi Pasar Blante Kawangkoan Minahasa – Sulawesi Utara, menggunakan analisis kualitatif dengan temuan bahwa peran modal sosial pada beberapa transaksi terlihat dalam hal: 1) mendapatkan informasi gratis dan transparan mengenai kualitas hewan, calon konsumen, dan harga pasar yang berdampak pada berkurangnya biaya informasi antar pelaku ekonomi; 2) membuat kontrak melalui jabat tangan tanpa menggunakan kuitansi sebagai bukti pembayaran; 3) penghargaan atas hak kepemilikan

seseorang dengan adanya perasaan ikut memiliki dan bertanggungjawab atas semua hewan tanpa biaya keamanan dan pemeliharaan; 4) komitmen pada kesepakatan kontrak yang mengurangi pembatalan barang yang sudah dipertukarkan; 5) memasarkan hewan dengan biaya dan waktu yang sangat singkat; dan 6) mengakses sumber-sumber keuangan dengan adanya kemudahan dana di dalam Pasar Blante. Kedudukan temuan ini, adalah sebagai pendukung penelitian yang akan dilakukan karena sama-sama merekomendasikan bahwa sekalipun berbeda dalam paradigma penelitian, tetapi penelitian ini sama-sama memberi justifikasi ilmiah, bahwa modal sosial memiliki kontribusi dalam mereduksi biaya transaksi yang akhirnya menghindarkan para pelaku pasar dari jebakan ekonomi biaya tinggi.

(2) Jolyne Myrell, (2012), dalam tulisannya yang berjudul : Modal Sosial Sebagai Input dalam Proses Aglomerasi dan Implikasinya Terhadap Biaya Transasksi, Studi Pada UKM Perikanan dan Batu Bata di Provinsi Maluku. Dengan desain penelitian kualitatif, temuan kajian ini adalah bahwa; kekuatan Modal Sosial adalah dapat mengeliminir biaya transaksi. Pada UKM Perikanan, efisiensi biaya transaksi terlihat dalam; mengakses lebih banyak informasi dari pemerintah dan rekanan bisnis, saling berkoordinasi untuk menciptakan keteraturan, dan bernegosiasi untuk mendapatkan kesepakatan. Sedangkan untuk UKM Batu Bata, kontribusi Modal sosial dalam mengefisiensi biaya

transaksi terlihat pada: 1) pencarian informasi pekerja, *traders* pasokan bahan baku-penolong, *buyer;* 2) koordinasi untuk menciptakan keteraturan kerja dan saling melengkapi, dan 3) bernegosiasi untuk mendapatkan kesepakatan harga. Keberadaan temuan ini bagi penelitian ini adalah sebagai pendukung, untuk membuktikan dugaan bahwa Modal Sosial secara signifikan dapat mengefisiensi biaya transaksi.

2.2.6 Hubungan Modal Sosial, Orientasi Kewirausahaan dan Biaya Transaksi

Modal Sosial yang direfleksikan dengan partisipasi dalam jaringan, saling bertukar kabaikan, kepercayaan, norma-norma, nilai-nilai, dan tindakan proaktif mempunyai keterkaitan yang sangat erat dengan Orientasi Kewirausahaan yang didukung oleh elemen : kemandirian, inovatif, berani mengambil resiko, inisiatif dan proaktif dan agresif. Sinergi dari elemen modal sosial dengan orientasi kewirausahhan ini, diprediksi akan dapat menurunkan biaya transaksi dalam bentuk biaya mencari informasi, negosiasi, penegakan kesepakatan, koordinasi dan pemaksaan pertukaran. Keberadaan Orientasi Kewirausahaan sebagai mediasi Modal Sosial dengan Biaya Transaksi dijustifikasi dengan temuan-temuan empiris berikut ini :

1. Jajat Sudrajat (2014), melakukan kajian tentang Analisis Efisiensi dan Kelembagaan Pemasaran. Secara deskriptif analisis, penelitian ini memfokuskan kajian tentang hubungan efisiensi kelembagaan pasar dengan aspek modal sosial yang dapat menurunkan biaya transaksi. Dengan memfokuskan kajian pada analisis margin pemasaran dan analisis *farmer's*

shere dan ratio keuntungan dengan biaya pemasaran, menemukan antara biaya dan manfaat secara keseluruhan pada tiap-tiap lembaga pemasaran yang terlibat telah berjalan cukup efisien, karena *shere* harga yang diterima petani relatif besar (76.92 persen), sedangkan lembaga pemasaran juga telah memperoleh manfaat yang logis sesuai dengan perannya. Hal ini akibat bekerjanya aspek modal social (nilai dan norma sosial) pada aktivitas wirausaha jagung tersebut. Kedudukan penelitian ini, mendukung temuan tersebut, kerena sama-sama menegaskan peran modal sosial yang difasilitasi oleh orientasi kewirausahaan dapat mereduksi biaya transaksi.

2. Fitri Lukiastuti (2012), melakukan kajian tentang pengaruh orientasi kewirausahaan dan kapabilitas jejaring usaha terhadap peningkatan kinerja UKM dengan komitmen perilaku sebagai variabel mediasi pada UKM Batik di Sragen Jawa Tengah. Melalui permodelan structural dengan program *software* AMOS, menemukan komitmen perilaku mempunyai dukungan yang paling tinggi terhadap hubungan antara orientasi wirausaha dengan kinerja perusahaan. Komitmen perilaku memberikan pengaruh mediasi terhadap hubungan orientasi wirausaha dengan kinerja perusahaan dan hubungan antara kapabilitas jejaring dengan kinerja perusahaan. Penelitian ini memberi penegasan bahwa orientasi wirausaha mempunyai implikasi yang positif terhadap kinerja perusahaan melalui komitmen perilaku.