

TAHU SERASI DALAM PRESPEKTIF MODAL SOSIAL
(Studi Sosiologis Peran Modal Sosial Pada Usaha Tahu Serasi di
Bandungan, Kabupaten Semarang)

Furi Adinda¹
Sri Suwartiningsih²

ABSTRACT

Amid the onslaught of foreign cultures, especially ready meals “fast food” causing further marginalization of the local culture. Building a community attitude to retaining local knowledge possessed, especially traditional food knows matching requires a very strong foundation on which the social capital.

With the key issues above, this study aims to answer the main problem, that is explained about the role of social capital in the business Tahu Serasi in Kenteng, district Bandungan. This research used a qualitative approach and descriptive research method. The unit of observation is a businessman tahu serasi, marketer tahu serasi, KUB, buyers and customers. The unit of analysis is the role of social capital in the business tahu serasi in the district Bandungan.

Results of research on business know matching is the dimension of cooperation and trust. In the context of the social capital that the real economic transactions do not always think about the profitability and profit, but also to build a cooperative relationship. In the capital transformation, business activity know “tahu serasi” transformation of social capital into economic capital. Social capital is a strong foundation for business continuity tahu serasi to date.

Keywords : Tahu Serasi, social capital, business continuity.

¹ Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi

² Pengajar di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang kaya akan keberagaman suku, serta budayanya. Keberagaman budaya yang ada di Indonesia salah satunya adalah makanan tradisional dari berbagai daerah di penjuru Indonesia. Makanan tradisional merupakan salah satu produk budaya yang pantas untuk di perlakukan setara dengan aset budaya yang lainnya, antara lain dengan cara diakui dan dilestarikan keberadaanya. Namun demikian, seiring dengan perkembangan zaman dan terjadinya globalisasi menyebabkan masuknya nilai-nilai budaya asing ke tanah air. Di satu sisi, globalisasi tersebut menyebabkan makin tergerusnya nilai-nilai budaya lokal.

Di tengah gempuran budaya luar terutama makanan siap saji atau “fast food” menyebabkan semakin tersisihnya budaya lokal yang ada. Membangun sikap masyarakat untuk tetap mempertahankan kearifan lokal yang di miliki, terutama makanan tradisional tahu serasi membutuhkan fondasi yang sangat kuat yaitu dengan modal sosial.

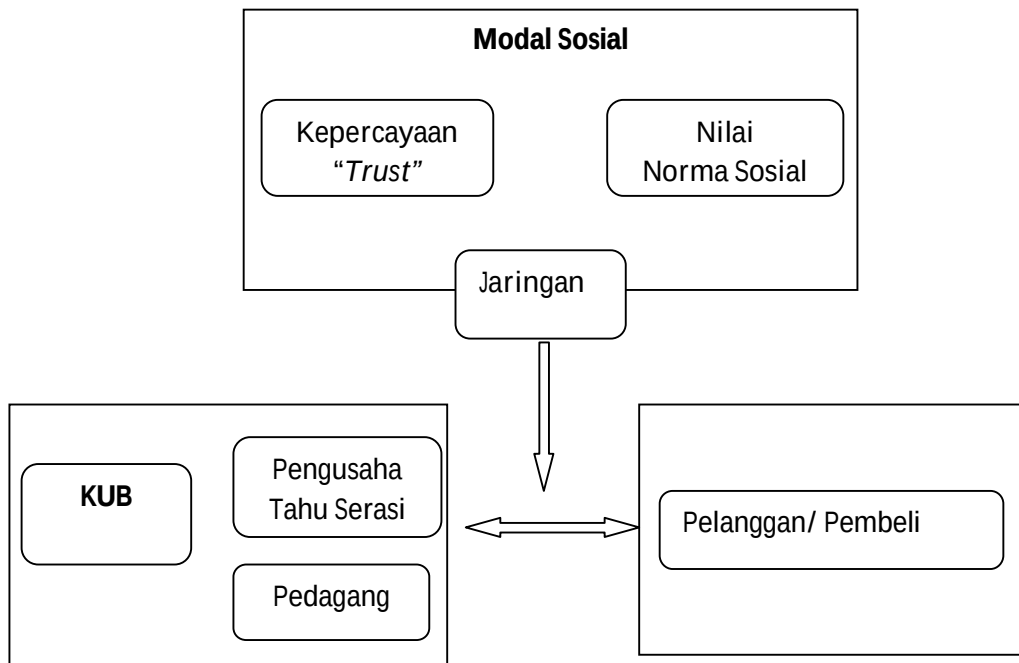
Makanan tradisional dari Tahu Serasi di Bandungan, Kabupaten Semarang sudah ada sejak kurang lebih tahun 1994 silam sampai saat ini masih tetap bertahan,³ sudah tentunya bahwa ini bukanlah hal yang mudah untuk tetap mempertahankan produk makanan tradisional ini tanpa membuat suatu fondasi yang kuat itu ternyata didalamnya terkandung modal sosial yang secara sosiologis terjadi antara pengusaha Tahu Serasi, Kelompok Usaha Bersama dan pedagang mempunyai hubungan yang mutualisme dalam hal share profit.⁴

³ Hasil wawancara Bapak Eko (penjual Tahu Serasi) pada Rabu, 04 Februari 2015.

⁴ Simpulan wawancara Rabu, 04 Februari 2015 .

Modal sosial merupakan bagian dari organisasi sosial, seperti kepercayaan, jaringan, dan norma yang dapat memperbaiki efisiensi masyarakat dengan memfasilitasi tindakan terkoordinasi (Field, 2010: 6). Modal sosial hanya dapat dibangun ketika tiap individu belajar dan mau mempercayai individu lain. Adanya kepercayaan membuat mereka mau menghasilkan komitmen yang dapat dipertanggungjawabkan untuk mengembangkan bentuk-bentuk hubungan yang saling menguntungkan. Modal sosial menunjuk pada jaringan sosial, norma sosial, dan kepercayaan yang berpotensi pada produktivitas masyarakat. Modal sosial berperan sebagai perekat yang mengikat semua orang dalam masyarakat atau organisasi untuk mengakses sumber-sumber keuangan, mendapatkan informasi, menemukan pekerjaan, merintis usaha, dan meminimalkan biaya transaksi. Adanya jaringan sosial, kepercayaan, dan norma sosial pada usaha Tahu Serasi di Bandungan memungkinkan terjalannya kerja sama antar aktor pasar. Kerja sama dilakukan untuk mencapai tujuan bersama secara efisien. Sesuai dengan Fukuyama (2007: 38) yang mengatakan bahwa jika orang-orang yang bekerja sama dalam sebuah perusahaan atau pasar saling mempercayai dan bekerja menurut serangkaian norma etis bersama, maka berbisnis hanya memerlukan sedikit biaya. Hal ini bisa tergambar pada proses penjualan Tahu Serasi ketika para pedagang mengambil produk Tahu Serasi dari pabrik dengan sistem setoran sehingga dari kedua belah pihak saling menguntungkan satu sama lain.

Kerangka Pemikiran Penelitian



Dalam konsep teoritis bahwa modal sosial mengutamakan adanya aturan/norma, trust/kepercayaan, dan jaringan. Seperti konsep kerangka pikir yang tertera diatas bahwa peran modal sosial merupakan landasan / fondasi yang kuat dalam usaha Tahu Serasi di Bandungan.

2. LANDASAN TEORI

Kepercayaan dan norma yang di miliki antar pelaku usaha Tahu Serasi adalah wujud modal sosial yang ada dalam usaha Tahu Serasi. Modal Sosial yang kuat terlihat pada sistem penjualan. Teorisasi penelitian yang

mengarah kepada peran modal sosial pada usaha Tahu Serasi di Bandungan menggunakan pemikiran tokoh – tokoh sosial antara lain:

Menurut Robert D. Putnam, definisi modal sosial adalah bagian dari kehidupan sosial seperti jaringan, norma, dan kepercayaan yang mendorong partisipan bertindak bersama secara lebih efektif untuk mencapai tujuan-tujuan bersama (dalam Field, 2011: 51). James Coleman mendefinisikan social capital yaitu kemampuan masyarakat untuk bekerja bersama-sama demi mencapai tujuan-tujuan bersama di dalam berbagai kelompok dan organisasi (dalam Fukuyama, 2007: 12).

Istilah modal yang digunakan oleh Bourdieu, bahwa social capital yang memuat elemen penting seperti jaringan yang terbangun dari interaksi-relasi-jaringan. Seperti warga desa Kenteng yang merasa memiliki identitas yang sama dalam usaha Tahu Serasi. Kepemilikan modal kolektif dari modal sosial inilah yang akan mendapatkan kepemilikan modal bersama. Tanpa disadari, relasi yang terbangun menciptakan rasa memiliki antar individu atau kelompok dan hal ini akan menjadi ikatan yang berlangsung lama, beriringan dengan itu pula, segala modal dan kepemilikan disana menjadi milik bersama (Bourdieu, 1984:127).

Francis Fukuyama (2002: 22) mendefinisikan modal sosial secara sederhana sebagai serangkaian nilai-nilai atau norma-norma informal yang dimiliki bersama di antara para anggota-anggota suatu kelompok memungkinkan terjalinnya kerja sama di antara mereka. Jika para anggota kelompok itu mengharapkan bahwa anggota-anggota yang lain akan berperilaku jujur dan terpercaya, maka mereka akan saling mempercayai.

2.1. Kepercayaan

Kemampuan berasosiasi menjadi modal yang sangat penting bagi kehidupan ekonomi dan aspek eksistensi sosial yang lain. Akan tetapi, kemampuan ini sangat tergantung pada sesuatu kondisi di mana komunitas itu mau saling berbagi untuk mencari titik temu norma-norma dan nilai-nilai bersama. Jika titik temu etis-normatif ini ditemukan, maka pada gilirannya kepentingan-kepentingan individual akan tunduk pada kepentingan-kepentingan komunitas kelompok. Nilai-nilai bersama ini akan bangkit apa yang disebut kepercayaan (Fukuyama, 2007: 13).

Fukuyama (2002: 24) mendefinisikan kepercayaan yaitu norma-norma kooperatif seperti kejujuran dan kesediaan untuk menolong yang bisa dibagi-bagi antara kelompok-kelompok terbatas masyarakat dan bukan dengan yang lainnya dari masyarakat atau dengan lainnya dalam masyarakat yang sama. Jika para anggota kelompok itu mengharapkan bahwa anggota-anggotanya yang lain akan berperilaku jujur dan terpercaya, maka mereka akan saling mempercayai. Fukuyama (2002: 72) mengatakan bahwa kepercayaan adalah efek samping yang sangat penting dari norma-norma sosial yang kooperatif yang memunculkan social capital. Jika masyarakat bisa di andalkan untuk tetap menjaga komitmen, norma-norma saling menolong yang terhormat, dan menghindari perilaku oportunistik, maka berbagai kelompok akan terbentuk secara lebih cepat, dan kelompok yang terbentuk itu akan mampu mencapai tujuan-tujuan bersama secara lebih efisien.

2.2. Jaringan sosial

Jaringan sosial merupakan suatu jaringan tipe khusus, di mana ikatan yang menghubungkan satu titik ke titik lain dalam jaringan adalah

hubungan sosial (Ruddy Agusyanto, 2007: 13). Sedangkan, Fukuyama (2002: 324) mendefinisikan jaringan sebagai sekelompok agen-agen individual yang berbagi norma-norma atau nilai-nilai informal melampaui nilai-nilai atau norma-norma yang penting untuk transaksi-transaksi pasar biasa. Jaringan memberikan dasar bagi kohesi sosial karena mendorong orang bekerja sama satu sama lain dan tidak sekedar dengan orang yang mereka kenal secara langsung untuk memperoleh manfaat timbal balik (Field, 2010: 18).

“Social capital is defined as resources embedded in one’s social networks. Resources, that can be accessed or mobilized through ties in the networks”(Modal sosial didefinisikan sebagai sumber daya yang tertanam dalam jaringan-jaringan sosial seseorang, sumber daya dapat diakses atau dimobilisasi melalui hubungan dalam jaringan-jaringan).

Fukuyama (2002: 332) menjelaskan bahwa melalui hubungan persahabatan atau pertemanan pun, dapat diciptakan jaringan yang memberikan saluran-saluran alternatif bagi aliran informasi dan ke dalam sebuah organisasi. Jaringan dengan kepercayaan tinggi akan berfungsi lebih baik dan lebih mudah daripada dalam jaringan dengan kepercayaan rendah (Field, 2010: 103). Individu yang mengalami pengkhianatan dari mitra dekat akan mengetahui betapa sulit menjalin kerja sama tanpa dilandasi kepercayaan.

Proses untuk pembentukan jaringan sosial adalah dengan terjadinya sebuah komunikasi. Jaringan dibangun atas simpul yang ada yaitu peran modal sosial antara pengusaha Tahu Serasi, Kelompok Usaha Bersama dan pedagang tahu serasi di Bandungan, Kabupaten Semarang dengan memperluas jaringan sosial dengan berkomunikasi.

2.3. Norma Sosial

Norma merupakan kesepakatan bersama yang berperan untuk mengontrol dan menjaga hubungan antara individu dengan individu lainnya dalam kehidupan bermasyarakat. Norma-norma masyarakat merupakan patokan untuk bersikap dan berperilaku secara pantas yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan dasar, yang mengatur pergaulan hidup dengan tujuan untuk mencapai suatu tata tertib (Soerjono Soekanto, 2002: 198).

Douglass North (dalam Fukuyama, 2002: 243) menjelaskan bahwa norma-norma sangat penting untuk mengurangi biaya-biaya transaksi. Jika kita tidak memiliki norma, maka kita mungkin harus merundingkan aturan-aturan kepemilikan atas dasar kasus per kasus, sebuah situasi yang tidak kondusif bagi pertukaran pasar, investasi, maupun pertumbuhan ekonomi. Dalam cabang ekonomi terdapat teori permainan yang menjelaskan munculnya norma-norma sosial. Secara sederhana teori permainan dapat digambarkan sebagai berikut:

“...bahwa kita semua dilahirkan ke dunia bukan sebagai oversosialized communitarian-nya Dennis Wrong dengan banyaknya ikatan-ikatan dan kewajiban-kewajiban sosial terhadap yang lain, tetapi lebih sebagai individu yang terisolasi dengan segulung hasrat atau preferensi mementingkan diri sendiri. Dalam banyak hal, kita bisa memuaskan preferensi-preferensi itu secara lebih efektif jika kita bekerja sama dengan orang lain, dan oleh karenanya ahrus mengembangkan norma-norma negosiasi kooperatif yang mengatur berbagai interaksi sosial” (Fukuyama, 2002: 244).

Dalam hal ini norma-norma menjaga hubungan sosial antara penjual dan pembeli. Kepatuhan pelaku pasar terhadap norma-norma sosial yang telah disepakati dapat meningkatkan solidaritas dan mengembangkan kerja

sama dengan mengacu pada norma-norma sosial yang menjadi patokan dan sesuai kesepakatan mereka.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan konstruktivisme, Salim (2006:71-72) mengungkapkan bahwa konstruktivisme merupakan paham yang digunakan untuk menggambarkan realitas, karena setiap realitas adalah unik serta khas, untuk mendapatkan validitasnya lebih banyak tergantung pada kemampuan penelitian dalam mengkonstruksi realitas tersebut. metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Kualitatif merupakan metode alamiah yang melihat realitas sebagai “apa adanya”, khusus, spesifik dan berusaha mendiskripsikan kenyataan secara lebih mendalam (Salim, 2006: 8).

Jenis penelitian menggunakan penelitian diskriptif untuk menggambarkan secara mendalam fenomena sosial yang ada di masyarakat. Berdasarkan uraian Schulte itu, maka penggunaan jenis penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan peran modal sosial antara pengusaha Tahu Serasi, Kelompok Usaha Bersama, Pembeli/Pelanggan dan pedagang tahu serasi di Bandungan. Kabupaten Semarang.

Unit amatan adalah sesuatu yang darinya informasi diperoleh atau didapat guna menggambarkan atau menjelaskan satu analisis. Sedangkan unit analisa adalah bagian yang tentangnya kesimpulan akan diberikan (Ihalauw, 2003: 174-178). Berdasarkan pengertian tersebut di atas, maka unit amatan dalam penelitian ini adalah Pengusaha Tahu Serasi, Kelompok Usaha Bersama, pedagang tahu serasi, dan pembeli/pelanggan tahu serasi di Kecamatan Bandungan. Sedangkan unit analisisnya adalah peran modal

sosial pada usaha Tahu Serasi di Kecamatan Bandungan. Untuk memperoleh informasi maka dibutuhkan sumber informasi, dengan menentukan informan kunci (key informan), diantaranya adalah (1) Pengusaha Tahu Serasi, (2) Kelompok Usaha Bersama (3) pedagang tahu, (4) Pembeli/Pelanggan.

Penelitian ini mengambil lokasi di Bandungan, Kabupaten Semarang dengan pertimbangan bahwa, keberadaan salah satu makanan khas yaitu tahu serasi ada sejak tahun 1994 silam dan masih tetap eksis sampai saat ini. Penelitian dilakukan di bulan Mei sampai dengan bulan Juli 2015.

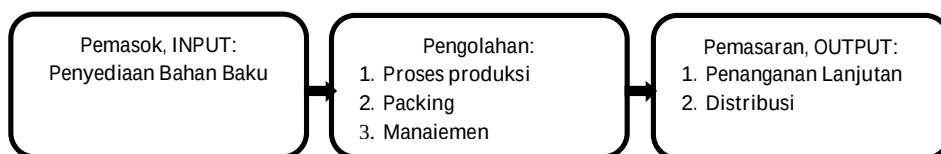
4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan dari Tahu Serasi melibatkan orang perseorangan atau keluarga, atau beberapa orang yang melaksanakan usaha bersama untuk melakukan kegiatan ekonomi atas dasar kepercayaan dan kesepakatan, kemudian keberadaan kegiatan ekonomi dari Tahu Serasi ini tidak dapat dilepaskan dari proses pembangunan, yang dimana Tahu Serasi menjadi sebuah produk makanan khas tradisional dari wilayah Bandungan. Dalam Tahu Serasi terdapat karakteristik dari pelaku usaha bersama seperti: 1. Pengusaha Tahu Serasi; 2. Kelompok Usaha Bersama; 3. Pedagang Tahu Serasi; dan 4. Pembeli dan Pelanggan.

4.1 Siklus Usaha Tahu Serasi

Eksistensi dari Tahu Serasi hingga saat ini tentunya didukung oleh peran masing-masing pelaku usaha dari Tahu Serasi. Aktivitas-aktivitas dari usaha Tahu Serasi ini dapat digambarkan dalam bagan siklus seperti dibawah ini:

Bagan: 4.1
Siklus Usaha Tahu Serasi



Sumber: Hasil penelitian, 2015, diolah.

Dalam bagan diatas bahwa siklus dari usaha Tahu Serasi mencapai tiga tahapan, dalam tiga tahapan tersebut diatas akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Tahapan awal

Sebagai tahap awal adalah penyediaan bahan baku utama yaitu pemilik pabrik akan menetapkan supllier yang menyediakan bahan baku utama seperti kedelai dan bibit Tahu.

2. Tahapan kedua

Pada tahap ini adalah proses aktivitas pengolahan dimulai dari perendaman kedelai sektiar 4 sampai 5 jam, kemudian melakukan proses penggilingan kedelai guna memisahkan kedelai dari kulitnya, proses pemecahan kedelai menjad dua kemudian dicuci bersih dan setelah itu digiling sampai halus menjadi seperti bubur kedelai. Selanjutnya direbus sampai mendidih, setelah mendidih maka dapat dipisahkan antara sari kedelai dengan ampasnya, sari kedelai ini bisa menjadi susu kedelai, apabila dimasak lagi maka proses selanjutnya adalah dicampuri dengan tofu atau bibit tahu atau kembang tahu, setelah dicampur bibit tahu ini di diamkan hingga menjadi gumpalan tahu. Kemudian proses selanjutnya adalah dipindahkan gumpalan-gumpalan tahu tersebut kedalam loyang untuk dicetak dan dipress setelah dipress dapat didiamkan sampai dingin dan tahap berikut tinggal packing atau pengemasan. Manejemen dalam siklus usaha Tahu

Serasi ini adalah quality control yang dilakukan oleh pemilik pabrik dan karyawan agar tetap menjaga kualitas dari Tahu Serasi.

3. Tahapan ketiga

Dalam tahapan terakhir pada siklus usaha Tahu Serasi yaitu penanganan lanjutan yang dapat menentukan place atau saluran distribusi dari produk Tahu Serasi ini. Mekanisme pendistribusian produk Tahu Serasi dengan menggunakan sistem return, artinya bahwa produk Tahu Serasi dititipkan kepada pedagang dan supermarket. Sistem tersebut bagi pedagang dan supermarket tidak mendapatkan resiko yang berlebihan, karena apabila barang produk tidak laku terjual dalam jangka waktu 1 hari maka barang produk tersebut dapat dikembalikan ulang kepada pengusaha Tahu Serasi.

Tiga tahapan diatas tidak boleh dipisahkan, karena ketiga tahapan itu bagian dalam satu siklus dari aktivitas guna menopang keberlangsungan usaha Tahu Serasi.

4.2 Usaha Tahu Serasi Dalam Perspektif Modal Sosial

Modal sosial di sini diwujudkan dengan hubungan yang berlangsung antara pelaku usaha, sehingga hubungan ini menjadi kunci dari aktivitas ekonomi dari Tahu Serasi. Modal sosial di sini mempunyai 3 unsur, yaitu kepercayaan, jaringan serta nilai dan norma.

Menurut Fukuyama (2001), modal sosial adalah norma informal yang di dalamnya ada kerjasama antara individu atau lebih. Pada konteks Usaha Tahu Serasi, modal sosial terjalin antara pengusaha tahu serasi, Kelompok Usaha Bersama, pedagang dan pembeli / pelanggan.

Pada konteks produk makanan khas dari Tahu Serasi Bandungan dengan kepercayaan diwujudkan oleh pengusaha dan pedagang Tahu Serasi

melalui sistem return⁵. Sistem return ini dapat memudahkan para pedagang yang menjual Tahu Serasi. Tahu Serasi yang dititipkan oleh pengusaha Tahu Serasi kepada pedagang, setiap hari Tahu Serasi yang tidak laku akan di kembalikan ke pabrik tahu. Setiap pedagang akan menulis berapa bungkus tahu yang terjual, kemudian setiap seminggu sekali pedagang menyetor uang dari hasil penjualan pada pengusaha Tahu Serasi.

Dalam konsep Putnam modal sosial memiliki tiga komponen: jaringan, kepercayaan, norma. Pada kenyataan yang ada pada Tahu Serasi memunculkan modal sosial yang terjalin, memang membentuk sebuah jaringan antara pelaku usaha. Tindakan bersosialisasi yang dilakukan para pedagang juga memunculkan nilai dan norma, hal yang paling terlihat yaitu munculnya nilai budaya dari interaksi antara para pedagang diantaranya gotong royong, saling membantu, saling menyapa, peduli satu sama lain, sedangkan kepercayaan seperti yang terlihat di lapangan, kepercayaan memang tergantung pelaku usaha sendiri yang memutuskan akan percaya ataupun tidak kepada pelaku usaha yang lainnya.

Dalam konsep Putnam modal sosial memiliki tiga komponen: jaringan, kepercayaan, norma. Pada kenyataan yang ada pada Tahu Serasi memunculkan modal sosial yang terjalin, memang membentuk sebuah jaringan antara pelaku usaha. Tindakan bersosialisasi yang dilakukan para pedagang juga memunculkan nilai dan norma, hal yang paling terlihat yaitu munculnya nilai budaya dari interaksi antara para pedagang diantaranya gotong royong, saling membantu, saling menyapa, peduli satu sama lain, sedangkan kepercayaan seperti yang terlihat di lapangan, kepercayaan

⁵ Barang dagangan yang diterima kembali oleh pihak produsen atas pengembalian barang dari pihak pedagang/penjual karena suatu alasan dan atau sebab tertentu, seperti apabila Tahu Serasi tidak laku terjual maka pedagang/penjual dapat mengembalikan Tahu Serasi kepada produsen.

memang tergantung pelaku usaha sendiri yang memutuskan akan percaya ataupun tidak kepada pelaku usaha yang lainnya.

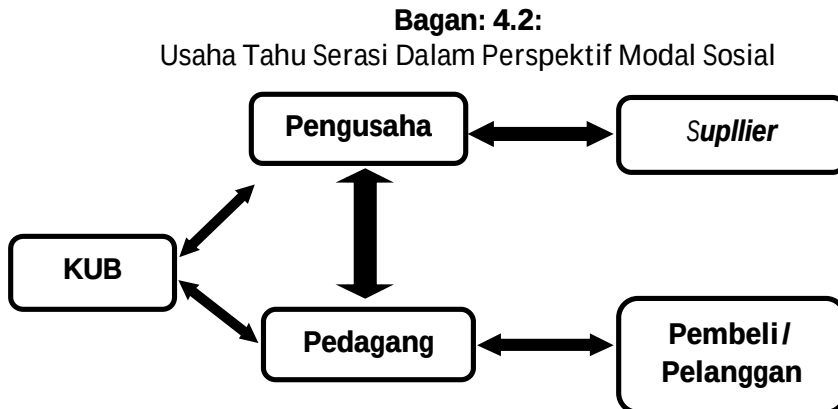
Begitu pula dengan konsep yang di kembangkan oleh Bourdieu, bahwa jaringan sosial menjadi elemen penting dalam modal sosial yang terbangun dari interaksi-relasi-jaringan. Seperti dalam penelitian ini, bahwa usaha Tahu Serasi menjadi bagian identitas bagi warga Bandungan. Tanpa disadari, relasi yang terbangun menciptakan rasa memiliki antar individu atau kelompok, hal ini akan menjadi ikatan yang berlangsung lama. Di sisi lain akan memunculkan power terkait rasa kepemilikan yang sama oleh masyarakat Desa Kenteng untuk mengembangkan usaha Tahu Serasi sehingga sampai saat ini tetap bertahan.

Modal sosial yang tercipta dalam usaha Tahu Serasi adalah kerjasama dan kepercayaan, adanya dimensi kerjasama dalam konteks dari usaha Tahu Serasi sendiri mengajarkan bahwa sesungguhnya kegiatan-kegiatan transaksi ekonomi tidak selalu memikirkan profitabilitas dan keuntungan ekonomi semata, tetapi juga membangun hubungan kekeluargaan dan persaudaraan terhadap sesama. Dimensi kerja sama dalam konteks usaha Tahu Serasi ini terlihat ketika ada pembeli Tahu Serasi pada salah satu pedagang tetapi stok dagangannya habis, maka pedagang akan memberikan rekomendasi pada pembeli untuk membeli Tahu Serasi pada pedagang yang lain. Pada segi inilah kerja sama pada usaha Tahu Serasi terlihat.

Dalam usaha Tahu Serasi ini telah terjadi proses transformasi social capital ke economic capital. Proses transformasi ini merupakan sumber kekuatan dari social capital serta menjadi fondasi yang kuat dalam keberlangsungan usaha Tahu Serasi. Tentunya pernyataan ini di dukung berdasarkan fakta yang di temui oleh peneliti saat melakukan pengambilan

data lapang, bahwa awalnya Tahu Serasi di kenalkan oleh Bapak Sindoro, beliau adalah pendiri utama dari Tahu Serasi. Seiring berkembangnya usaha Tahu Serasi, pabrik Bapak Sindoro mengalami sebuah permasalahan terkait pencemaran limbah Tahu Serasi, sehingga pabrik milik bapak Sindoro sempat tutup.

Dalam konteks pengembangan usaha Tahu Serasi saat ini merupakan hasil dari proses interaksi dan relasi yang membentuk sebuah jaringan sosial, yaitu sebagian besar karyawan Bapak Sindoro adalah warga Desa Kenteng. Hal inilah yang memunculkan social capital pada usaha Tahu Serasi. Sehingga memunculkan rasa kepemilikan yang sama secara kolektif bagi warga Desa Kenteng untuk menunjukkan identitas mereka dengan mengembangkan usaha Tahu Serasi. Usaha Tahu Serasi dalam perspektif modal sosial dapat dilihat dalam bagan berikut dibawah ini.



Sumber: Hasil penelitian, 2015, diolah.

4.2.1 Trust dalam Usaha Tahu Serasi

Dengan sistem return yang dijalankan oleh pengusaha Tahu Serasi inilah sumber kepercayaan diberikan kepada pedagang Tahu Serasi. Pada sisi inilah kepercayaan (trust) sangatlah nampak antara pedagang dengan

pengusaha tahu serasi, begitu pula antara pedagang dengan pelanggan atau pembeli dimana pedagang bukan hanya sekedar menjual Tahu Serasi namun juga ada hubungan yang harmonis terjadi didalamnya.

Hubungan sosial yang berikut ini yaitu antara pedagang dengan pembeli dapat tergambarkan situasinya seperti pelayanan dari pedagang kepada pembeli/pelanggan yaitu dengan cara melayani dengan sebaik mungkin.

4.2.2 Norma dalam Usaha Tahu Serasi

Dalam kelompok usaha bersama ini ada aturan-aturan yang berlaku, hal ini guna menjaga dan tetap mempertahankan eksistensi usaha dari Tahu Serasi ini.

Nilai merupakan suatu ide turun temurun dan dianggap benar dan penting oleh anggota masyarakat, nilai memiliki peran yang penting dalam kehidupan manusia, modal sosial yang kuat juga akan sangat ditentukan oleh konfigurasi nilai yang tercipta pada suatu masyarakat. Aturan-aturan atau norma-norma yang berlaku di masyarakat senantiasa mengandung nilai-nilai baik, yang dilandaskan pada agama, kebudayaan atau yang lain.

Norma merupakan suatu bentuk aturan baik itu bersifat tertulis maupun tidak tertulis yang senantiasa dipatuhi dan dijalankan oleh individu dalam setiap perilakunya. Norma sosial merupakan suatu bentuk norma yang sifatnya lebih sosial, norma sosial ini lebih mengarah kepada suatu bentuk aturan yang dipakai individu dalam melakukan hubungan sosial atau interaksi sosial dengan individu lain.

Tabel: 1
Norma Yang Berlaku

Hubungan Sosial	Norma Yang Berlaku
Pengusaha tahu serasi dengan pedagang	Sistem penjualan
Pedagang dengan Pedagang	1. Tolong menolong 2. Sopan santun
Pedagang dengan Pembeli	Pelayanan yang baik
Kelompok Usaha Bersama	Anggota mentaati aturan yang berlaku

Sumber: Hasil Penelitian 2015, diolah.

4.2.3 Jaringan dalam Usaha Tahu Serasi

Jaringan merupakan terjemahan dari network yang kalau di berarti secara etimologik mungkin malah lebih jelas. Dasarnya adalah jaringan (seperti anda bayangkan jala) yang berhubungan satu sama lain melalui simpul-simpul (ikatan). Dasar ini (net) ditambah atau digabung dengan kerja (work). kalau di gabungan itu di beri arti maka tekanannya ada pada kerjanya, bukan pada jaringannya, sehingga muncullah arti : kerja (bekerja) dalam hubungan antar simpul-simpul seperti halnya jaringan (net). Kerja jaring (jaringan) kalau dipakai sebagai analogi untuk menjelaskan jaringan yang di gunakan dalam teori kapital sosial, artinya kurang lebih sebagai berikut :⁶

- a. Ada ikatan antar simpul (orang atau kelompok) yang di hubungkan dengan media (hubungan sosial)
- b. Ada kerja antar simpul (orang atau kelompok) yang melalui media hubungan sosial menjadi suatu kerjasama, bukan kerja bersama-sama.

⁶ Dr.Alfitri. *Analisa Kelompok Kecil*. Universita Sriwijaya Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik : Indralaya,2011,hlm.40

- c. Seperti halnya sebuah jaringan (yang tidak putus) kerja yang terjalin antar simpul itu pasti kuat menahan beban bersama.
- d. Dalam kerja jaring itu ada ikatan (simpul) yang tidak dapat berdiri sendiri.
- e. Media (benang atau kawat) dan simpul tidak dapat dipisahkan, atau antara orang-orang dan hubungannya tidak dapat dipisahkan.
- f. Ikatan atau pengikat (simpul) dalam kapital sosial adalah norma yang mengatur dan menjaga bagaimana ikatan dan medianya itu dipelihara dan dipertahankan.

Tabel: 2
Jaringan Sosial Usaha Tahu Serasi

Aktivitas	Jaringan Sosial
Promosi	Masyarakat luas
Proses Pemasaran	Pedagang/penjual dan supermarket
Memperoleh Bahan Baku	Supllier

Sumber: Hasil Penelitian 2015, diolah.

1. Promosi

Untuk kegiatan promosi, para pengusaha Tahu Serasi tidak mengkhhususkan sejumlah dana tertentu, karena kegiatan promosi yang dijalankan oleh pengusaha Tahu Serasi hanya bergantung pada aktivitas penjualan saja dan bentuk- bentuk promosi yang dilakukan adalah seperti memberi sistem return sehingga hal ini menjadi bentuk penguatan dalam promosi, lain hal juga bentuk promosi juga dapat terlihat ketika ada pembeli yang sudah pernah membeli Tahu Serasi di Bandungan maka pembeli tersebut juga dapat menyampaikan kepada kerabatnya, keluarganya.

2. Proses Pemasaran

Pemilihan saluran distribusi merupakan faktor yang penting dalam melancarkan penyaluran barang yang di butuhkan dari produsen kepada konsumen. Dalam pemilihan saluran distribusi, para pengusaha Tahu Serasi menggunakan beberapa saluran distribusi antara lain : pendistribusian secara langsung ini langsung di distribusi dari pabrik ke Supermarket terdekat di wilayah Semarang, kemudian secara tidak langsung/dititipkan kepada pedagang yang ada di wilayah Bandungan.

3. Untuk memperoleh Bahan Baku

Untuk memperoleh bahan baku dari Tahu Serasi ini, ada hubungan jaringan sosial yang terjalin antara produsen Tahu Serasi dengan supplier bahan baku.

4.3 Keberlangsungan Usaha Tahu Serasi

Keberlangsungan usaha dalam penelitian ini adalah suatu keadaan atau kondisi usaha, dimana didalamnya terdapat cara-cara untuk mempertahankan, mengembangkan dan melindungi sumber daya serta memenuhi kebutuhan yang ada di dalam suatu usaha. Keberlangsungan Usaha dalam penelitian dikaji dengan mengadaptasi beberapa aspek-aspek penting dalam suatu usaha, antara lain yaitu : a. Permodalan; b. Sumber Daya Manusia; c. Produksi; d. Pemasaran.

4.3.1 Keberlangsungan Permodalan

Permodalan merupakan suatu aspek terpenting dalam menentukan suatu keberlangsungan usaha, karena tanpa modal dalam hal ini modal uang suatu usaha tidak dapat berjalan atau tidak dapat dibangun atau dirintis

kembali. Sesuai hasil dilapangan bahwa sumber modal yang didapat itu semua berasal dari milik sendiri.

Strategi yang sering kali dijalankan pengusaha Tahu Serasi untuk menjaga supaya sirkulasi permodalan tetap berjalan dengan lancar tanpa ada hambatan, seperti di ungkapkan informan Ibu Biati bahwa dalam Kelompok Usaha Bersama (KUB) DAMAI selalu ada kegiatan simpan pinjam dan kemudian kewajiban dari setiap anggota. Dalam kegiatan simpan pinjam ini adalah merupakan strategi dimana Kelompok Usaha Bersama (KUB) DAMAI guna dapat mengatasi setiap persoalan apabila ketika anggota baik pengusaha Tahu Serasi mengalami kesulitan soal modal, seperti pada pihak pengusaha Tahu Serasi biasanya selalu mengalami kesulitan dalam membeli bahan baku seperti kedelai dan kemudian seperti hal yang lain juga dialami pedagang ketika membutuhkan dana untuk kepentingan mendadak simpan pinjam menjadi alternatif untuk dapat mengatasi persoalan yang dihadapi. Bila ditarik lebih jauh aspek permodalan (keuangan) merupakan faktor penunjang dan pendukung keberhasilan dalam berwirausaha dalam hal ini wirausaha Tahu Serasi, permodalan dalam hal keuangan ini dapat dipergunakan untuk modal operasional, pengolahan usaha, seperti untuk produksi, biaya produksi, pembelian bahan baku, promosi, pemasaran, membayar upah pegawai dan sebagainya.

4.3.2 Keberlangsungan Sumber Daya Manusia

Keberlangsungan sumber daya ini merujuk pada individu-individu yang ada dalam sebuah organisasi (Ruky, 2003). Sumber daya manusia atau lebih sering disebut tenaga kerja merupakan suatu potensi, jika kekuatan sumber daya manusia ini ditingkatkan kualitas dan kompetisinya. Untuk meningkatkan potensi tenaga kerja sangat perlu dilakukan suatu pelatihan-pelatihan ketrampilan, pengarahan secara terus menerus dari pemilik

usaha, karena hal ini penting bagi kemajuan dari usaha khususnya usaha Tahu Serasi.

Modal sosial yang dapat dilihat dalam keberlangsungan sumber daya manusia adalah kepercayaan (*trust*) yang cenderung mewarnai dalam hubungan sosial antara pengusaha dengan para tenaga kerja, sehingga sering terjadi kerjasama antara pengusaha dan tenaga kerjanya dalam rangka meningkatkan keahlian, potensi tenaga kerja dan kualitas dari produk Tahu Serasi. Disisi lain pabrik Tahu Serasi sebagai suatu ranah untuk mempertemukan antara pemilik pabrik dan tenaga kerja yang tidak membuat perbedaan status sosial antara pemilik pabrik dengan para tenaga kerja, sebagai simbol kekeluargaan yaitu ketika jam istirahat mereka makan bersama antara pemilik pabrik dengan para tenaga kerja dengan lauk yang sama. Hal inilah yang membuat tidak adanya perbandingan status sosial, karena bagi pemilik pabrik menganggap tenaga kerja atau karyawan sebagai family⁷. Ikatan atau tali persaudaraan yang dirasakan adalah merupakan sebuah kekuatan dalam menopang keberlangsungan dari usaha Tahu Serasi.

4.3.3 Keberlangsungan Pemasaran

Keberlangsungan pemasaran, dalam penelitian ini dapat dilihat dari lensa modal sosial bahwa kepercayaan (*trust*) cenderung mewarnai hubungan yang terjadi antara pemilik pabrik Tahu Serasi dengan pedagang, dan pedagang dengan pelanggan atau pembeli hal ini terlihat dari mekanisme pengambilan barang yang diberikan oleh pengusaha Tahu Serasi kepada pedagang dengan sistem return, yaitu dengan cara barang dagangan dari Tahu Serasi ini dititipkan pada pedagang yang di gerai-gerai

⁷ Sebuah istilah yang digunakan oleh salah satu responden Pemilik Pabrik Tahu Serasi, kata *family* yang digunakan ini mengandung arti sebagai rasa persaudaraan antara pemilik pabrik dengan tenaga kerja.

sepanjang jalan Bandung dan setelah 1 minggu kemudian para pedagang akan melaporkan dalam pembukuan berapa barang yang laku terjual dan menyetor hasil penjualan kepada pengusaha Tahu Serasi. Sedangkan hubungan sosial antara pedagang dengan pembeli yaitu sumber kepercayaan meliputi pelayanan yang baik diberikan oleh pedagang kepada pembeli atau pelanggan dan kemudian fasilitas warung yang selalu menjaga kebersihannya pun dapat menopang. Tentunya para pembeli merasa percaya akan kualitas produk dari Tahu Serasi, bila ditopang dengan pelayanan yang baik oleh para pedagang.

4.3.4 Keberlangsungan Produksi

Salah satu kegiatan yang paling penting bagi kelangsungan hidup usaha yang menghasilkan produk tertentu adalah bagaimana cara memproduksi agar diperoleh keuntungan yang dikehendaki oleh industri.

Pada keberlangsungan produksi dapat dilihat dalam kacamata modal sosial yaitu hubungan sosial antara pengusaha Tahu Serasi dan supplier, ketika para supplier dapat menyediakan kedelai sebagai bahan baku utama yang berkualitas maka hal tersebut yang membuat para pengusaha dari Tahu Serasi merasa percaya (*trust*) akan hal ini, kecocokan antara kedua belah pihak tersebut yang membuat sebuah jaringan sosial yang terjalin antara pengusaha Tahu Serasi dan Supplier, kemudian tindakan dari para pengusaha tidak berganti-ganti supplier yang lain.

Bahan baku yang digunakan untuk memproduksi Tahu Serasi antara lain; kedelai impor dan sari Tahu. Karena Tahu Serasi tidak menggunakan bahan pengawet yang berbahaya maka tentunya penekanan dari pengusaha Tahu Serasi ini lebih menjaga kualitas produknya, selanjutnya packing yang sederhana dengan penggunaan plastik yang

transparan agar konsumen dapat melihat bahwa produk dari Tahu Serasi tak menggunakan bahan pengawet apapun yang berbahaya bagi kesehatan. Upaya untuk menjaga dan mempertahankan kualitas barang hasil produksi juga dilakukan oleh para pengusaha Tahu Serasi yaitu dengan melakukan quality control yang merupakan sebuah aturan atau norma yang berlaku pada pengusaha Tahu Serasi ketika melakukan proses produksi.

4.4 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Usaha Tahu Serasi

Seperti yang sudah dijelaskan ada beberapa hal dalam keberlangsungan usaha Tahu Serasi menjadi hal penting untuk mempertahankan usaha tersebut, namun ada faktor penghambat dan pendorong pula yang turut mempengaruhi keberlangsungan usaha dari Tahu Serasi tersebut seperti dibawah ini:

4.4.1 Faktor Penghambat

Tahu serasi Bandungan adalah jenis usaha makanan yang prospeknya menjanjikan, apalagi untuk wilayah Bandungan dimana Tahu Serasi sudah menjadi image wisata kuliner disana. Tapi pada perkembangan usahanya, banyak terdapat hambatan dalam pengembangannya baik internal maupun eksternal yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Secara internal:

Tantangan pengembangan usaha Tahu Serasi adalah tahu serasi menggunakan bahan baku kedelai impor. Hal ini dilakukan karena kedelai lokal kurang cocok karena berpengaruh terhadap hasil tahu.

2. Secara eksternal

Untuk faktor eksternal sendiri banyak sekali hambatan yang dialami antara lain yaitu kurang optimalnya penjualan di gerai/warung Tahu Serasi dikarenakan penjualan kepada konsumen lewat gerai/warung

terhambat kemacetan jalan yang berada tepat didepan gerai tahu serasi. Saat ini tata kota Bandungan belum tertata dengan baik terutama dari segi pengaturan jalan raya dan area parkir. Posisi parkir mobil menjadi masalah utama karena warung untuk Tahu Serasi berada di pinggir jalan dan ditambah lagi lebar jalan yang sempit, selain itu jalan yang digunakan untuk sentra wisata kuliner tahu serasi adalah jalan provinsi yang mempunyai intensitas lalu lintas kendaraan bermotor yang cukup banyak apalagi pada hari minggu atau akhir pekan.

4.4.2 Faktor Pendukung

1. Wilayah Bandungan menjadi sentral wisata yang mengembangkan produ-produk lokal yang ada, salah satunya adalah produk makanan khas Tahu Serasi yang menjadi ciri khas makanan tradisioanl yang berasal dari Bandugan, hal ini yang salah satunya menjadi faktor pendukung keberlangsungan dari usaha Tahu Serasi.
2. Dengan adanya pengembangan industri dari Tahu Serasi ini yang mampu menciptakan lapangan pekerjaan bagi warga sekitar.

5. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut

Pertama, Tahu Serasi merupakan salah satu makanan tradisional yang berasal dari daerah Bandungan, Kabupaten Semarang. Produk makanan tradisioanl Tahu Serasi ini memiliki perbedaan rasa berbeda dengan produk makanan Tahu yang ada di pulau Jawa pada umumnya,

dengan rasa yang lembut dan gurih, kemudian Tahu Serasi tidak menggunakan bahan pengawet dan cara pengelolaan pun dengan menggunakan alat yang masih tradisional sehingga memiliki ciri khas tersendiri dari produk makanan tradisional ini. Makanan tradisional dari Tahu Serasi di Bandungan, Kabupaten Semarang sudah ada sejak kurang lebih tahun 1994 silam sampai saat ini masih tetap bertahan, sudah tentunya bahwa ini bukanlah hal yang mudah untuk tetap mempertahankan produk makanan tradisional ini tanpa membuat suatu fondasi yang kuat itu ternyata didalamnya terkandung modal sosial yang secara sosiologis terjadi antara pemilik usaha, kelompok usaha bersama (KUB), pedagang dan pembeli mempunyai hubungan yang mutualisme dalam hal share profit.

Kedua, Modal sosial yang tercipta dalam Tahu Serasi adalah kerjasama dan kepercayaan, adanya dimensi kerjasama dalam konteks dari Tahu Serasi sendiri mengajarkan bahwa sesungguhnya kegiatan-kegiatan transaksi ekonomi tidak selalu memikirkan profitabilitas dan keuntungan ekonomi semata, tetapi juga membangun hubungan kekeluargaan dan persaudaraan terhadap sesama.

Ketiga, dalam konteks transformasi, pada usaha Tahu Serasi telah terjadi suatu transformasi yakni social capital ke economic capital, tetapi jika di telisik berdasarkan fakta dari hasil penelitian, bahwa social capital menjadi sumber kekuatan dan fondasi bagi keberlangsungan usaha Tahu Serasi.

Keempat, Keberlangsungan usaha pada Tahu Serasi ini adalah suatu keadaan atau kondisi usaha, dimana didalamnya terdapat cara-cara untuk mempertahankan, mengembangkan dan melindungi sumber daya serta memenuhi kebutuhan yang ada di dalam suatu usaha. Keberlangsungan

usaha dalam penelitian ini dikaji dengan mengadaptasi beberapa aspek-aspek penting dalam suatu usaha, antara lain yaitu :

- a. Keberlangsungan Permodalan;
- b. Keberlangsungan Sumber Daya Manusia;
- c. Keberlangsungan Produksi;
- d. Keberlangsungan Pemasaran.

Kelima, Dalam mengidentifikasi keberlangsungan usaha yang terjadi pada Tahu Serasi di atas, minimalnya terdapat beberapa faktor yang turut berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha tersebut. Adapun penjelasan terhadap faktor-faktor tersebut adalah:

- a. Faktor penghambat secara internal yaitu menjadi tantangan pengembangan usaha Tahu Serasi adalah bahan baku masih menggunakan kedelai impor. Hal ini dilakukan karena kedelai lokal kurang cocok karena berpengaruh terhadap hasil tahu. Sedangkan untuk faktor eksternal, banyak hambatan yang dialami antara lain kurang optimalnya penjualan di gerai/ warung tahu serasi dikarenakan kemacetan jalan yang berada tepat di depan gerai Tahu Serasi. Saat ini tata kota Bandung belum tertata dengan baik, terutama dari segi pengaturan jalan raya dan area parkir. Posisi parkir mobil menjadi masalah utama karena warung untuk Tahu Serasi berada di pinggir jalan dan ditambah lagi lebar jalan yang sempit, selain itu jalan yang digunakan untuk sentra wisata kuliner tahu serasi adalah jalan provinsi yang mempunyai intensitas lalu lintas kendaraan bermotor yang cukup banyak apalagi pada hari minggu atau akhir pekan.

- b. Faktor pendorong yaitu wilayah Bandungan menjadi sentral wisata yang mengembangkan produk – produk lokal yang ada, salah satunya adalah Tahu Serasi yang menjadi ciri khas makanan tradisional dari Bandungan. Adanya pengembangan industri dari Tahu Serasi mampu menciptakan lapangan pekerjaan bagi warga sekitar.

5.2 Rekomendasi Penelitian

Berdasarkan analisis dan kesimpulan yang dilakukan, maka terdapat beberapa pokok pikiran yang dapat peneliti rekomendasikan, diantaranya:

1. Perlu adanya pengembangan varietes kedelai lokal yang cocok untuk produk Tahu Serasi. Pengembangan ini menjadi hal yang penting karena mengingat bahwa bahan baku dari produk Tahu Serasi selalu menggunakan kedelai impor.
2. Perlu adanya pengembangan lokasi warung-warung Tahu Serasi, hal ini menjadi penting karena kegiatan penjualan selalu menimbulkan kemacetan di seputar jalan desa Kenteng.
3. Modal sosial yang terbangun dalam Usaha Tahu Serasi ini dapat pula di kembangkan pada usaha – usaha yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Andiyanto Eko, 2010, "Pengembangan usaha tahu serasi kelompok tani damai dengan pendekatan value chain analysis (usulan pengembangan wisata kuliner di kecamatan bandungan kabupaten Semarang)", Fakultas Ekonomi, progdi Manajemen, Skripsi, Universitas Sebelas Maret, Surakarta
- Ananta, dkk. 1985, "Sektor Informal, Suatu Tinjauan Ekonomis". Prisma No. 3.
- Agusyanto, Ruddy. 2007, "Jaringan Sosial Dalam Organisasi". Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Bourdieu, 1984, "Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste (Translated by Richard Nice)", United State Of America: Harvard College.
- Butcher, Spies Benjamin, 2003, "Sosial Capital in Economics : Why Sosial Capital Does Not MeanThe End of Ideology. School of Economics and Political Science", University of Sydney,Vol. 3, (No. 3).
- Coleman, James S. 2009,"Dasar-Dasar Teori Sosial". Bandung: Nusamedia.
- Field, John. 2011, "Modal sosial". Yogyakarta : Kreasi Wacana.
- Fukuyama, 2002. "The Great Disruption: Hakikat Manusia dan Rekontruksi Tatanan Sosial". Yogyakarta : Qalam.
-, 2007, "Trust: Kebajikan Sosial dan Penciptaan Kemakmuran". Yogyakarta : Qalam.

Ihalauw, John J.O.I, 2003, "Bangunan Teori". Salatiga : Fakultas Ekonomi,
UKSW.

Ruky Achmad, 2003, "Sumber Daya Manusia Berkualitas Mengubah Visi
Menjadi Realitas", Edisi Pertama: PT. Gramedia Utama Pustaka.
Jakarta

