

PERANAN MODAL SOSIAL DALAM IMPLEMENTASI MANAJEMEN DAN BISNIS

Boedyo Supono

Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta

ABSTRACT

Materialization from social legal capital posed at bay trust; values; social norm; participation in chain and also reciprocity require to be involved in management implementation as science and artistic, in order to organization stand at bay in emulation in business world.

Keywords: *Social capital, implementation, management.*

PENDAHULUAN

Winardi merupakan salah satu pakar ekonomi (1990: 1), menjelaskan bahwa ilmu ekonomi sebagai ilmu pengetahuan sosial, dan ilmu ekonomi erat hubungannya dengan ilmu sosiologi. Berdasarkan penjelasan di atas akan diuraikan keterkaitan modal sosial dengan ilmu manajemen.

Pengertian modal sosial pertama kali dikemukakan oleh Lyda Judson Hanifan pada tahun 1916 dalam menggambarkan pusat-pusat komunitas sekolah di pedalaman (Fukuyama, 2000). Selanjutnya Hanifan menjelaskan bahwa modal sosial meliputi: rasa bersahabat, kemauan baik, saling simpati, serta hubungan sosial dan kerjasama yang erat antara individu dan keluarga yang membentuk suatu kelompok sosial.

Penggunaan istilah yang lebih luas dari modal sosial oleh James Coleman seorang ahli sosiologi dan Robert Putman ilmuwan politik sebetulnya berasal dari konsep yang dikemukakan oleh Bourdieu tahun 1970-an. Bourdieu dalam tulisannya "*The Form of Capital*" membedakan pengertian modal terdiri dari: modal ekonomi (*economic capital*);

modal kebudayaan (*cultural capital*) dan modal sosial (*social capital*). Modal ekonomi adalah modal yang secara cepat dapat dikonversikan dengan uang dan dapat dilembagakan dalam bentuk kepemilikan. Modal ekonomi merupakan dasar dari berbagai jenis modal yang ada, karena dapat dikombinasikan dengan sumberdaya yang lain sehingga dapat memproduksi barang atau kesejahteraan. Sedangkan modal kebudayaan menunjuk kepada pencapaian akademis individu yang dapat menghasilkan kesejahteraan, dengan diberikan contoh bahwa lulusan perguruan tinggi bagi individu akan berdampak dalam kesejahteraan bila dibandingkan dengan lulusan sekolah dasar.

Definisi modal sosial diberikan oleh Coleman (1988: 16): "*Social capital is defined by its function. It is not a single entity but a variety of different entities with two elements in common; they all consist of some aspect of social structures, and they facilitate certain actions of actors – whether persons or corporate actors – within the structure*". Modal sosial didefinisikan oleh fungsinya bukan sebagai wujud yang tunggal

tetapi berbagai macam wujud yang berbeda dengan dua elemen umum; (1) mereka terdiri dari beberapa aspek struktur sosial dan (2) mereka memfasilitasi tindakan-tindakan tertentu baik perorangan ataupun aktor korporasi di dalam struktur tersebut. Aspek struktur sosial yang menjadi konsep modal sosial adalah unsur-unsur: kewajiban (*obligation*), harapan (*expectation*), kepercayaan (*trustworthiness*), saluran informasi (*information channel*), norma-norma dan sanksi-sanksi.

Fukuyama (2000) memberikan definisi modal sosial: “*social capital can be defined simply as an instantiated set of informal values or norms shared among members of a group that permits them to cooperate with one another*”. Modal sosial secara sederhana didefinisikan sebagai kumpulan nilai-nilai atau norma-norma informal secara spontan yang terbagi di antara para anggota suatu kelompok yang memungkinkan terjalinnya kerjasama di antara mereka. Fukuyama mengemukakan bahwa mereka harus mengarah kepada kerjasama dalam kelompok dan berkaitan dengan kebajikan-kebajikan tradisional seperti: kejujuran; memegang komitmen; bertanggung jawab terhadap pekerjaan dan norma saling timbal balik. Selanjutnya dijelaskan oleh Fukuyama bahwa dalam kondisi tertentu modal sosial dapat memfasilitasi tingginya derajat inovasi masyarakat dan daya adaptasi masyarakat.

Eva Cox dalam Jousairi (2006: 6) memberikan definisi modal sosial sebagai 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.

Selanjutnya Jousairi Hasbulah (2006: 9) menjelaskan unsur-unsur pokok dalam modal sosial meliputi: Partisipasi Dalam Suatu Jaringan; *Resiprocity*; *Trust*; Norma Sosial; Nilai-nilai; serta Tindakan yang Proaktif.

1. Partisipasi dalam suatu jaringan
Kelompok yang dibangun atas dasar kesamaan orientasi dan tujuan dengan ciri pengelolaan organisasi yang lebih modern akan memiliki tingkat partisipasi anggota yang lebih baik dan rentang jaringan yang lebih luas.
2. *Resiprocity*
Kecenderungan saling tukar kebaikan antar individu dalam suatu kelompok selalu mewarnai modal sosial. Seseorang atau banyak orang dari suatu kelompok memiliki semangat membantu yang lain tanpa mengharapkan imbalan seketika. Hal ini didasari oleh nuansa *altruism* (semangat untuk membantu dan memertingkatkan kepentingan orang lain).
3. *Trust*
Trust atau rasa percaya merupakan bentuk keinginan untuk mengambil risiko dalam hubungan sosial yang didasari perasaan yakin bahwa yang lain akan melakukan sesuatu seperti yang diharapkan dan akan bertindak dalam suatu pola tindakan yang saling mendukung dan tidak merugikan diri dan kelompoknya.
4. Norma Sosial
Norma sosial merupakan sekumpulan aturan yang diharapkan dipatuhi dan diikuti oleh anggota masyarakat pada suatu entitas sosial tertentu. Contoh norma sosial: bagaimana cara menghormati pendapat orang lain, norma untuk hidup sehat, norma untuk tidak mencurangi orang lain.

5. Nilai-nilai
Nilai adalah sesuatu ide yang telah turun temurun dianggap benar dan penting oleh anggota kelompok masyarakat, misalnya: nilai prestasi, kerja keras, kompetisi dan nilai harmoni.
6. Tindakan yang Proaktif
Adalah keinginan yang kuat dari anggota kelompok untuk tidak saja berpartisipasi tetapi senantiasa mencari jalan bagi keterlibatan mereka dalam suatu kegiatan masyarakat seperti misalnya: membersihkan lingkungan tempat tinggal, berinisiatif menjaga keamanan bersama.

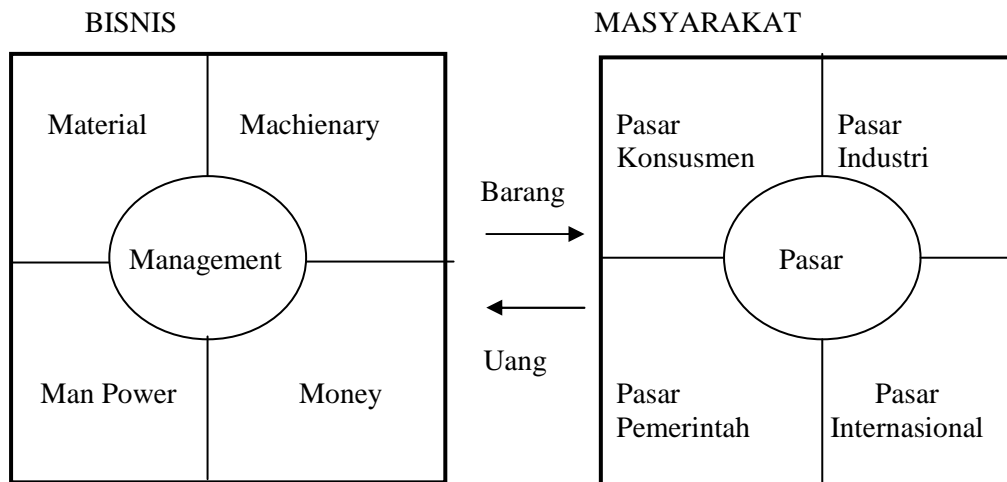
Dengan penjelasan di atas, maka Jousairi Hasbulah memberikan definisi modal sosial yaitu segala hal yang berkaitan dengan kerjasama dalam masyarakat untuk mencapai kualitas hidup yang lebih baik, dan ditopang oleh nilai-nilai dan norma yang menjadi unsur-unsur utamanya seperti trust, keimbalbalikan, aturan-aturan kolektif dalam suatu masyarakat dan sejenisnya.

Dalam Modal Sosial dikenal dua tipologi modal sosial yakni: (1) Modal Sosial Terikat (*Bonding Social Capital*) dan, (2) Modal Sosial yang Menjembatani (*Bridging Social Capital*). Ciri khas dari modal sosial terikat yakni anggota kelompok maupun kelompok dalam konteks ide, relasi dan perhatian lebih berorientasi kedalam (*inward looking*), dengan ragam masyarakat yang homogenius. Fokus perhatiannya adalah menjaga nilai-nilai yang turun temurun telah diakui dan dijalankan sebagai bagian dari tata perilaku dan perilaku moral dari entitas sosial tersebut, umumnya mereka konservatif. Sedangkan modal sosial yang menjembatani menggunakan prinsip-prinsip yang universal mengenai

(a) *persamaan*, yakni bahwa setiap anggota kelompok memiliki hak dan kewajiban yang sama, (b) *kebebasan*, yakni setiap anggota kelompok bebas berbicara, bebas mengemukakan pendapat atau ide-ide, sehingga memberikan kontribusi terhadap perkembangan organisasi, (c) *kemajemukan dan humanitarian* yakni nilai-nilai kemanusiaan, penghormatan terhadap hak asasi setiap anggota dan orang lain merupakan prinsip dasar dalam mengembangkan kelompok atau group. Kemajemukan disini membangun kesadaran bahwa hidup dengan beragam suku, ras, budaya dan cara berfikir yang berbeda adalah hal yang logis, biasanya kelompok ini memiliki sikap dan pandangan terbuka dan mengikuti perkembangan dunia diluar kelompoknya (*outward looking*). Kedua tipologi ini perlu dipahami oleh seorang manajer yang akan membawahi suatu kelompok yang akan dipimpinya, sehingga kebijakan dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan perannya sebagai atasan akan tepat mengenai sasaran.

Sedangkan pengertian mengenai manajemen dijelaskan oleh gambar di bawah ini yang menggambarkan hakikat dari suatu bisnis. Salah satu aktivitas bisnis di sektor ekonomi adalah mendistribusikan barang atau jasa dari produsen hingga ke tangan konsumen menggunakan ilmu manajemen pemasaran.

Menurut Indriyo Gitosudarmo (1992: 33) penggambaran model tersebut merupakan dua tugas pengusaha yakni: (1) ke dalam adalah memikirkan faktor-faktor produksi atau sumberdaya dan dana yang tersedia untuk dimanfaatkan secara efektif dan efisien dalam menjalankan operasi perusahaan, maka diperlukan manajemen dan kewirausahaan yang baik sehingga akan memper-



Gambar: Hakikat Bisnis

oleh profit/keuntungan, (2) keluar memikirkan, mengidentifikasi serta mengantisipasi kebutuhan masyarakat yang akan menimbulkan potensi pasar beserta proyekasinya

Untuk memasuki dunia bisnis secara profesional maka dibutuhkan manajemen bisnis, maka perlulah memahami pengertian manajemen dengan terlebih dahulu memberikan koreksi mengenai sarana manajemen yang baru menjadi 6 (enam) yakni: *Man; money; materials; machines; method; markets* (mhtml:file://G\Manajemen-Wikipedia, 2010).

Mary Parker Follett dalam Hani Handoko (2001: 2) mendefinisikan manajemen: *as art in finishing work through others*, sebagai seni dalam menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Dijelaskan selanjutnya dalam mencapai tujuan-tujuan organisasi, para manajer menggunakan orang lain atau dapat dikatakan para manager tidak melakukan tugas-tugas itu sendiri dalam mencapai tujuan organisasi sehingga dapatlah disimpulkan dalam hal ini

bahwa fungsi manajer adalah mengatur dan mengarahkan orang lain untuk mencapai tujuan organisasi.

James A.F. Stoner memberikan definisi mengenai manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumberdaya-sumberdaya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Untuk memudahkan pemahaman mengenai pengertian serta fungsi manajemen, maka diberikan definisi mengenai organisasi. Secara umum organisasi (organon-alat) adalah suatu kelompok orang dalam suatu wadah untuk tujuan bersama. Keith Davis (1962) memberikan pengertian tentang organisasi, pada dasarnya digunakan sebagai tempat di mana orang-orang berkumpul, bekerjasama secara rasional dan sistematis, terencana, terorganisasi, terpimpin dan terkendali, dalam memanfaatkan sumberdaya (uang, material, mesin, metode, lingkungan), sarana-prasarana, data, dan lain sebagai-

nya yang digunakan secara efisien dan efektif untuk mencapai tujuan organisasi.

Fungsi manajemen merupakan elemen yang mendasar bagi para manajer dalam melaksanakan kegiatannya untuk mencapai tujuan organisasi terdiri dari: (a) Perencanaan berarti bahwa para manajer memikirkan kegiatan-kegiatan mereka sebelum dilaksanakan yang didasarkan pada berbagai metoda, serta secara rasional dan sistematis (b) Pengorganisasian berarti bahwa para manajer mengkoordinasikan sumberdaya-sumberdaya manusia dan material organisasi. (c) Pengarahan berarti bahwa para manajer mengarahkan, memimpin dan mempengaruhi para bawahan. (d) Pengawasan berarti para manajer berupaya untuk menjamin bahwa organisasi bergerak ke arah tujuannya, menjadi tanggung jawab manajer untuk memperbaiki apabila bagian organisasi berjalan ke arah yang salah.

Di samping para pakar manajemen yang telah memberikan definisi mengenai manajemen, Luther Gulick memberikan definisi manajemen sebagai suatu bidang ilmu pengetahuan (*science*) yang berusaha secara sistematis untuk memahami mengapa dan bagaimana manusia bekerja bersama untuk mencapai tujuan dan membuat sistem kerjasama ini lebih bermanfaat bagi kemanusiaan.

Berdasarkan definisi-definisi mengenai manajemen memunculkan pengertian tentang manajer, yakni seseorang yang bekerja melalui orang lain dengan mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan mereka guna mencapai sasaran organisasi. Sedangkan peran manajer adalah mengatur dan mengarahkan orang lain untuk mencapai tujuan organisasi.

PEMBAHASAN

Organisasi dalam praktiknya dapat dibagi menjadi dua, yakni organisasi yang mengejar keuntungan dan organisasi nir laba. Pada umumnya organisasi yang mengejar *profit* termasuk dalam kategori usaha bisnis, sehingga ukuran keberhasilannya berdasarkan besarnya *profit* yang diperoleh. Kekhawatiran terhadap misi usaha bisnis yang hanya mengejar maksimum profit menyebabkan perlulah memasukkan unsur-unsur modal sosial dalam mengimplementasikan ilmu manajemen.

Milton Friedman dalam A Sonny Keraf (1998: 128) menyatakan bahwa tujuan utama dari kegiatan bisnis adalah mengejar keuntungan sebesar-besarnya dengan seefisien mungkin, selain itu kegiatan sosial sehingga keberhasilan suatu bisnis tidak diukur berdasarkan keterlibatan sosialnya. Apabila kegiatan bisnis hanya untuk bisnis semata-mata, maka dalam jangka panjang perusahaan tersebut akan gulung tikar dan tidak mampu mempertahankan eksistensinya. Hal ini disebabkan oleh gencarnya persaingan usaha di dunia bisnis, sehingga mereka yang dapat menerima dan menyesuaikan diri dengan permintaan pasarlah yang akan memenangkan kompetisi.

Berkaitan dengan eksistensi suatu perusahaan, menurut De George (A Sonny Keraf, 1998: 117) bahwa perusahaan diciptakan oleh masyarakat demi kepentingan masyarakat, maka kalau perusahaan tidak lagi berguna bagi masyarakat, masyarakat bisa saja mengubah atau meniadakannya. Berdasarkan pendapat di atas maka usaha bisnis harus selalu memperhatikan aspirasi masyarakat terutama berkaitan dengan unsur

modal sosial yakni *trust*/kepercayaan dari suatu komunitas tertentu terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang mereka konsumsi, sebagai contoh: komunitas perokok merk “ABC” dengan loyalitas yang tinggi senantiasa mengkonsumsi rokok tersebut meskipun harganya selalu naik dari waktu ke waktu namun tetap dibeli hal ini disebabkan oleh rasa kepercayaan komunitas perokok terhadap produk perusahaan rokok “ABC”.

Contoh lain berkaitan dengan aktivitas di bidang manajemen pemasaran; yakni perusahaan dalam menyampaikan barang atau jasa pada umumnya menggunakan saluran distribusi dari produsen, grosir, retail dan yang terakhir adalah konsumen. Perusahaan yang menerapkan unsur-unsur modal sosial akan memperlakukan grosir lebih manusiawi, artinya memberikan kepercayaan (*trust*) sepenuhnya terhadap grosir dalam menyampaikan hasil produksinya termasuk dalam transaksi finansial; demikian pula tindakan grosir terhadap retail dan juga retail terhadap konsumen maka akan memperoleh hasil yang lebih baik daripada hanya menerapkan prinsip ekonomi yakni mengejar keuntungan semata-mata.

Reciprocity yang merupakan salah satu unsur modal sosial telah dilakukan oleh perusahaan dengan adanya *Corporate Social Responsibility* (CSR) yakni upaya perusahaan untuk menyisihkan sebagian keuntungan yang diperolehnya dan dikembalikan kepada masyarakat dalam bentuk bantuan bea siswa pendidikan, atau perusahaan mendanai perbaikan lingkungan di mana perusahaan berdomisili, atau juga perusahaan merekrut sebagian besar karyawan yang berasal dari lingkungan perusahaan serta kebijakan lainnya.

Sondang P Siagian (1991: 26) menjelaskan bahwa tidak ada organisasi yang dapat mempertahankan dan melanjutkan eksistensinya dalam keadaan terisolasi dan tanpa konteks. Dua bentuk dari kegagalan suatu organisasi dalam mengkombinasikan pencapaian tujuan organisasi dengan tujuan masyarakat ialah: (1) bahwa masyarakat akan kehilangan kepercayaan terhadap organisasi yang bersangkutan, dan (2) sebagai akibat hilangnya kepercayaan tersebut, maka masyarakat tidak lagi memberikan dukungannya terhadap kegiatan dan kebijakan organisasi tersebut. Dalam konteks ini adalah organisasi politik, misalnya partai “XYZ” yang dahulu sering menjadi pemenang dalam pemilu tetapi karena janji-janjinya terhadap konstituen tidak pernah dipenuhi, akhirnya ditinggalkan oleh para pendukungnya.

Lingkungan perusahaan tidak hanya konsumen, namun juga karyawan, kreditur, lembaga keuangan serta pemerintah. Oleh karena itu unsur-unsur dalam modal sosial perlu diterapkan dalam aktivitas bisnis bagi perusahaan yang bersangkutan. Keberhasilan suatu usaha bisnis sangat ditentukan oleh manajer, dengan demikian fungsi dan peran manajer terlebih-lebih terhadap para karyawan sebagai bawahan perlu diperlakukan secara manusiawi. Para manajer seharusnya menerapkan unsur-unsur modal sosial antara lain: *trust*; nilai-nilai serta norma-norma sosial, karena karyawan sebagai bawahan merupakan sumberdaya manusia yang paling penting dalam organisasinya, sehingga penerapan norma-norma sosial dan nilai-nilai yang merupakan unsur modal sosial menghasilkan produktivitas yang tinggi bagi organisasi.

Trust yang merupakan salah satu unsur modal sosial yang tanpa dipahami oleh para kreditur dalam memberikan pinjaman modal kepada perusahaan perlulah dijunjung tinggi dan dipertahankan oleh perusahaan, agar tercipta jaringan bisnis yang akan menguntungkan kedua belah pihak.

Fukuyama(2000) bahkan mengatakan bahwa secara ekonomi, *trust*/kepercayaan akan menurunkan biaya transaksi karena adanya kepercayaan dalam bertransaksi akan menghilangkan atau meminimalkan kontrak-kontrak resmi.

PENUTUP

Manajemen bisnis yang melaksanakan misi dari organisasi bisnis dengan tidak semata-mata mendasarkan kepada prinsip ekonomi yakni pencapaian maksimum profit, namun juga memperhatikan tanggung jawab sosial yang merupakan perwujudan dari elemen-elemen modal sosial sehingga kedepan akan tetap bertahan, karena menyesuaikan permintaan pasar dalam hal ini keinginan masyarakat sebagai konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Bourdieu, Pierr, 1986. *The Forms of Capital*, dalam Richardson, J.G. (ed), *Handbook of Theory and Research for The Sociology of Education*, Greenwood Press, New York.
- Coleman, James S, 1988. *Social Capital in The Creation of Human Capital*, dalam Parta Daguspa dan Ismail Serageldin, 2000, *Social Capital, Multifaceted Perspective*, World Bank, Washington.
- Fukuyama, Francis, 2000. *Social Capital* dalam Harrison, Lawrence E dan Samuel P Huntington, *Culture Matters, How Values Shape Human Progress*. Basic Books.
- Gitosudarmo, Indriyo, 1996. *Pengantar Bisnis Edisi 2*, BPFE, Yogyakarta.
- Handoko, T Hani, 2001. *Manajemen Edisi 2*. BPFE, Yogyakarta.
- Hasbullah, Jousairi, 2006. *Social Capital (Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia)*. MR-United Press, Jakarta.
- Keraf, A Sonny, 1998. *Etika Bisnis, Tuntutan dan Relevansinya*. Kanisius, Yogyakarta.
- mhtml:file://G:\Management-Definition.mht Diakses 1 Nopember 2010.
- mhtml:file://G:\Manajemen-Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopeia bebas.mht Diakses 2 Nopember 2010.
- mhtml:file://G:\Organisasi-Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas.mht Diakses 4 Nopember 2010.
- Siagian, P Sondang, 1996. *Manajemen Sumberdaya Manusia*. Bumi Aksara, Jakarta
- Swastha Basu dan Irawan, 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta.
- Wibowo, Jamal, 2007. *Aspek Hukum Dalam Bisnis*, Sebelas Maret University Press, Surakarta.
- Winardi, 1990. *Kapita Selekta Ilmu Ekonomi*. Citra Aditya Bakti, Bandung.