

IDENTIFIKASI MODAL KELUARGA PADA 3 UKM DI BANDUNG

Budiana Gomulia , Elvy Maria Manurung
Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan

Abstract

It is factual that the establishment of an SME generally starts with the family members or at least with the indirect support and family assistance. This study is focused on finding the role of capital provided by the family at the time of establishing and developing SME, either in the form of money capital and financial assets or in the form of values, or emotions-time-care. The research is performed with using qualitative methods, namely Multi Case Studies on three SMEs in Bandung which are selected as the research object. Results from recorded interview are coded according to the research theme. Pierre Bourdieu's theory of capital is used to analyze and to explore meaning from the findings. The findings show that economic capital is not the only factor that plays a role in starting and developing businesses in the three cases. There are other capitals such as cultural capital and social capital. Symbolic capital can be built in line with the cultural and social capital accumulated along the life of the business.

Keywords : *economic capital, cultural capital, social capital, symbolic capital.*

PENDAHULUAN

Menurut data Kementerian Koperasi dan UMKM tahun 2012, keberadaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah sangat penting bagi perekonomian Indonesia, karena jumlah unit UMKM mencapai 99,9% dari seluruh pelaku usaha yang ada. Kelompok usaha ini telah menyerap 97,16 % jumlah tenaga kerjadan memberi kontribusi 59,08 % dari PDB. UMKM-pun dipandang telah menyelamatkan perekonomian nasional dalam masa krisis keuangan tahun 1997-1998, demikian juga pada masa krisis ekonomi dunia tahun 2000.

Dalam artikel *Small Business Administration's and Small Business Innovation Research Program* 2006, dinyatakan bahwa kontribusi bisnis UKM juga nyata dalam peningkatan inovasi dan teknologi, ketahanan nasional, kemajuan/pemeliharaan kesehatan, dan meningkatkan kemampuan pengelolaan data serta infomasi. Contohnya: Perkembangan industri kreatif di Kota Bandung nyata merupakan hasil kerja wirausaha muda dengan menjalankan usaha kecil-menengah. Mereka memiliki ide-ide yang inovatif, yang dapat menunjukkan produk dan operasi berbeda dan menarik, mampu memanfaatkan cara-cara pemasaran yang kreatif yang didukung oleh kemampuan IT yang baik.

Fakta yang kurang mendapat perhatian adalah usaha Kecil dan Menengah kebanyakan merupakan usaha yang dilakukan dengan dukungan keluarga atau dijalankan bersama-sama oleh sebuah keluarga. Bentuk dukungan *financial*, maupun yang *non-financial* seperti perhatian dan emosi menentukan kelancaran mendirikan dan mengembangkan bisnis. Bisnis yang berhasil akan membantu kehidupan keluarga menjadi lebih sejahtera. Dengan kehadiran pengaruh kekeluargaan "*familiness*" dalam interaksi dua arah antara sistem keluarga dan sistem bisnis dapat memberikan kesempatan yang menguntungkan dalam menciptakan daya saing bisnis (Hubberson and William 1999). Tersedianya modal yang relatif murah yang didapatkan dengan proses yang mudah (Aronof dan Ward 1995). Keluarga dapat menyerahkan dananya (sebagai modal atau hutang) dan bersedia lebih sabar menunggu hasil usaha dapat dikembalikan "*patient capital*" (Ward 1995).

Beberapa penelitian mengenai peranan modal-keluarga pada usaha kecil dan bisnis keluarga telah dilakukan oleh beberapa peneliti, seperti yang dilakukan oleh (Rogoff dan Heck 2003), mendefinisikan keluarga sebagai 'oksigen' yang menyalakan 'api' kewirausahaan dalam bisnis. Tanpa waktu dari anggota keluarga, talenta, dan harta bersama, mungkin banyak bisnis tidak akan mencapai kesuksesan. Sementara Hanlon dan Saunders (2007) menemukan bahwa para pengusaha yang terjun dalam bisnis, juga mengandalkan pertemanan sebagaimana mereka mengandalkan keluarga. Dukungan terbesar diperoleh dari keluarga dan teman-teman dekat dalam bentuk perhatian dan emosi dan aksi-aksi yang memberi mereka semangat.

LANDASAN TEORI

Kewirausahaan UMKM dan Peranan Keluarga

Usaha kecil mulai menjadi fokus kajian pemerintah dan akademisi di Eropa setelah adanya publikasi Laporan Bolton tahun 1971, yang menyampaikan pentingnya peran ekonomi dari kelompok ini. Dalam mendefinisikan usaha kecil berbeda-beda di setiap negara. Beberapa kriteria usaha kecil: jumlah karyawan, jumlah pendapatan dan jumlah kekayaan, ada juga yang menyertakan kriteria pemanfaatan manajemen.

Menurut UU. RI no. 20 tahun 2008 tentang UMKM digunakan kriteria kekayaan bersih dan besar penjualan untuk membedakan skala usaha mikro, kecil dan menengah. Usaha Kecil memiliki kekayaan antara Rp. 50.000.000,- dan Rp. 500.000.000,- atau penjualan tahunannya antara Rp. 300.000.000 dan Rp. 2,5 milyar. Sedangkan Usaha Menengah memiliki kekayaan antara Rp. 5 milyar sd Rp. 10 milyar. Sedangkan menurut BPS (Biro Pusat Statistik) : Usaha Kecil dengan memiliki pekerja antara 5 sampai 19 orang, Usaha Menengah antara 20 sampai 99 pekerja.

Tradisi kewirausahaan dimulai dari kegiatan dari sebuah keluarga petani, peternak, pengrajin, pedagang kecil di area lokal ekonomi. Berawal dari upaya kepala keluarga mencari mata pencaharian dengan cara menjadi tuan tanah (memproduksi) atau berdagang, ini dikatakan sebagai sebuah usaha-wirausaha. Mereka menjalankan aktivitas bisnisnya secara fisik di tempat yang sama dengan tempat tinggal keluarga. Kemudian setelah ada perkembangan era industri, mulai terjadi spesialisasi dan segmentasi pekerjaan dan tugas, yang menyebabkan unit keluarga (sistem keluarga) dan unit bisnis (sistem bisnis) dilihat secara terpisah.

Menurut Moncrief-Stuart et.al (2006), peran keluarga dalam sebuah usaha kecil menengah ditandai dengan adanya dimensi *family capital*, *financial capital*, dan *psychological capital* pada kewirausahaan yang dijalankan. Dijelaskan bahwa:

1. Modal keluarga adalah kombinasi unik dari nilai-nilai keluarga, keterampilan sosial sikap terhadap cara menghadapi dan mengatasi masalah.
2. Modal keuangan adalah kombinasi dari pembagian modal dan kekayaan.
3. Modal psikologi adalah penciri dan perasaan dari nenek/kakek, orang tua dan generasi selanjutnya yang tertanam kedalam bisnis. Sebuah hubungan antar generasi yang menghasilkan keberlanjutan, pertumbuhan dan keberlanjutan.

Bahwa peranan keluarga bukan hanya berupa dukungan modal keuangan yang membuat kewirausahaan dapat berkembang dengan baik, tetapi dukungan-dorongan dalam bentuk "moralitas", seperti yang disampaikan Hoffman et.al 2006 "*Family capital is a combination of dimensions like information channels, family norms, reputation, collective trust, identity and moral infrastructure.*"

Cramton dan Kirkwood 2007, menemukan bahwa peran orang tua sangat besar pada saat mendirikan usaha baru, apakah oleh ayahnya atau ibunya. Meskipun peran anggota keluarga yang lain juga tak kalah pentingnya dalam mendapatkan atau mengakses dana dan sumber-sumber keuangan sampai memobilisasinya (Aldrich and Waldinger 1990).

Gagasan tentang modal keluarga (*family capital*) datang dari budaya yang merupakan formulasi alami, yang tercermin secara unik dalam nilai-nilai yang dijunjung tinggi di dalam keluarga dan diwariskan turun-temurun.

Secara jangka panjang nilai-nilai tersebut dapat berubah seperti norma-norma dalam keluarga (*family norms*), namun secara jangka pendek mungkin juga terjadi perubahan dalam saluran informasi (*information channels*) atau reputasi. Modal keluarga dapat ditransfer dalam sebuah usaha keluarga melalui sosialisasi dan bekerja bersama-sama selama beberapa dasawarsa.

Teori Habitus - Modal Bourdieu dan Kodifikasi Modal

Pierre Bourdieu sosiolog Perancis yang ternama. Konsep Bourdieu mempengaruhi banyak teori budaya dan penelitian budaya.

Habitus merupakan keterampilan yang berasal dari tindakan praktis sehari-hari (seringkali tidak disadari) yang kemudian menjadi kemampuan yang alami, dan berkembang dalam suatu lingkungan tertentu. Pusat dari tindakan adalah ide mengenai *habitus*. Beberapa perkembangan definisi tentang habitus :

“Habitus refers to a set of dispositions, created and reformulated through the conjuncture of objective structures and personal history. Dispositions are acquired in social positions within a field and imply a subjective adjustment to that position.” (Harker R., et al, 1990)

“a system of durable, transposable dispositions, structured structures predisposed to function as structuring structures, that is the principles which generate and organize practices and representation that can be objectively adapted to their outcomes without presupposing a conscious aiming at ends or an explicit mastery of the operations necessary in order to attain them.”(Swartz, 1994).

Habitus erat kaitannya dengan modal bagi mereka yang ada dalam fraksi cultural dan sosial yang berperan sebagai *multiplier* (memperkuat, melipatgandakan) kepemilikan beberapa jenis modal. Bahasan “habitus” dalam perilaku wirausaha sehari-hari, yang mengakumulasi pengetahuan dan keterampilan melalui interaksi sosialnya sehingga menjadi seseorang yang dikenal telah menguasai dan mapan di bidangnya.

Sebelum memasuki pembahasan modal menurut Bourdieu, pengertian modal yang secara umum dipahami adalah segala wujud material yang dapat digunakan dan dilipatgandakan sehingga memberikan keuntungan bagi yang menguasainya.

Dalam teori Bourdieu, modal memiliki definisi yang sangat luas. Modal bukan saja benda-benda material, tetapi juga kepemilikan yang tidak berwujud secara fisik (*intangible*).

Modal menjadi makna dalam sebuah gelanggang (*field*). Modal beraksi sebagai relasi sosial di dalam sistem pertukaran. Modal juga bermakna sebagai basis dominasi, bagi Bourdieu, biarpun ini tidak selalu dikenali oleh para partisipan. Beberapa tipe modal/capital dapat dipertukarkan dengan jenis-jenis modal yang lain (*convertible*). Modal yang memiliki tingkat konversi paling tinggi, atau *powerful* adalah jenis-jenis modal yang dikonversi menjadi modal simbolik. *Symbolic capital* memberikan legitimasi (*legitimate authority*) kepada seseorang mengenai kelas dan statusnya.

Ada empat jenis modal yang berperan dalam masyarakat yang menentukan kekuasaan dalam relasinya dengan hubungan-hubungan sosial dan ketidaksetaraan sosial, yaitu (i) *modal ekonomi (material capital)*, (ii) *modal sosial (social capital)*, (iii) *modal budaya (cultural capital)*, dan (iv) *modal simbolik (symbolic capital)*. Struktur modal ini membentuk suatu struktur lingkup sosial berdasarkan diferensiasi dan distribusi. Para pelaku dan kelompok pelaku didefinisikan oleh posisi-posisi mereka berdasarkan besar modal yang dimiliki dan bobot komposisi keseluruhan modal mereka.

Modal ekonomi menunjukkan pemilikan atas sumber-sumber ekonomi, sedangkan modal sosial adalah jaringan hubungan sosial yang dimiliki seseorang yang berguna dalam menentukan reproduksi kedudukan sosialnya (dipakai untuk memobilisasi kepentingannya). Modal budaya (*cultural capital*) memiliki beberapa dimensi yaitu: pengetahuan obyektif, cita rasa dan preferensi, kualifikasi-kualifikasi formal (seperti gelar), kemampuan budaya (*cultural skills*) seperti kemampuan menulis, kemampuan berbahasa, sopan santun, dan cara bergaul, serta kemampuan praktis (seperti memainkan alat musik).

Modal simbolik (*symbolic capital*) menunjukkan status tinggi pemilikinya, otoritas dan pretise. Misalnya nama 'besar' yang diturunkan, mobil mewah dengan sopirnya, cara membuat tamu menanti, dan sebagainya. Contoh lain adalah, posisi dalam karir (Direktur, Menteri, Dosen) yang mengacu dan menjelaskan nama aktifitas atau grupnya.

Di antara keempat jenis modal tersebut, modal ekonomi dan modal budaya adalah jenis-jenis modal yang menentukan dalam kriteria diferensiasi paling relevan di masyarakat yang sudah maju. Modal ekonomi adalah modal yang paling mudah dikonversi ke dalam bentuk modal yang lain. Di semua medan perjuangan atau medan sosial, modal ekonomi akan sangat diperlukan kehadirannya, tidak bisa tidak. Namun, dibandingkan dengan yang lain, konversi modal yang paling tinggi tingkat kekuasaannya adalah modal simbolik, yaitu konversi dari berbagai modal lain ke dalam (menjadi) modal simbolik. Modal simbolik dalam wujud yang berbeda-beda dipersepsi dan diakui sebagai yang *legitimate*, mendapatkan pengakuan dan diterima publik secara luas.

Sebuah penelitian yang dilakukan terhadap 3 peternakan di UK. Teori modal Bourdieu dipakai untuk mengkaji pergeseran peran modal pada saat perusahaan menghadapi krisis (Glover, 2010). Dari hasil penelitian ini dapat digunakan temuannya tentang kodifikasi modal Bourdieu di peternakan tersebut.

Tabel 1
Kodifikasi Modal Bourdieu

Bourdieu Capital	Related codes
Economic capital	Money, assets, cash, debt, costs, prices, investment, loan, mortgages, goods
Cultural capital	Skills, knowledge, know-how, values, norms, education, qualifications, understanding, cultural, artifacts, experiences, awareness of the culture of farm
Social capital	Networks, meetings, friends, family, isolation, tension, community, market, changes, industry union, social connections, professional acquaintances
Symbolic capital	Identity, born to farm, tradition, status, ownership, pride emotion, symbolic resources, land, farm

Sumber : Capital Usage in Adverse (Glover 2010 , hal 489)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan desain metode kualitatif, dalam bentuk Multi Kasus. Hasil wawancara dan observasi dianalisis secara tematis dan secara konstan. Seperti yang disampaikan Glaser, 1996 bahwa: *“the process of constant comparison is continually compares data to data, concept to data, concept to concept, and linking concepts back to the data.”*

Hasil wawancara dibuat menjadi transkrip, kemudian ada empat tahap yang dilakukan terhadap transkrip wawancara tersebut (Glover 2010:489) sebagai berikut :

- Tahap ke-1 : seluruh transkrip wawancara dibaca satu kali.
- Tahap ke-2 : membaca satu kali lagi, dan membuat catatan-catatan di narasi yang ‘lain dari yang lain’, atau yang tidak biasa.
- Tahap ke-3 : membaca lagi transkrip yang sama plus catatan-catatan yang telah dibuat, dan mulai mengkategorisasi (*coding*) sesuai tema yang teridentifikasi.
- Tahap ke-4 : membaca narasi untuk keempat kalinya, untuk melihat adanya persamaan-persamaan atau perbedaan-perbedaan pendapat di antara nara sumber (para pengusaha).

- Tahap ke-5 : membaca narasi untuk terakhir kalinya, untuk membuat relasi hasil pembacaan dengan tema-tema yang telah ditentukan, ke dalam kategorisasi (*coding*).

Sesudah empat tahap pertama dilakukan, pembacaan terakhir terhadap transkrip wawancara diperlukan untuk membuat relasi hasil pembacaan sebelumnya plus tema-tema yang diperoleh, ke dalam kategori. Proses triangulasi telah dilakukan dalam wawancara kepada *stakeholder* yaitu pegawai, pelanggan, rekanan, sahabat dan masyarakat luas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Wirausaha

Pemilik "GF" berasal dari Purwokerto. Bisnisnya dimulai sekitar tahun 1970an, pada saat itu dia masih kuliah di jurusan Arsitektur Unpar. Pilihan untuk mengerjakan bidang kreatif, sangat berkaitan dengan minat dan bakat seninya. "*Semuanya adalah pemberian Tuhan*" ujarnya pada kesempatan wawancara di rumahnya bulan Mei dan Juli 2012. Ketika masih kuliah itulah, dia suka membuat korsase kecil-kecil dari bahan kain dan ternyata banyak disukai oleh teman-temannya.

Keterampilan dasar membuat aksesoris diperolehnya sejak masa kecilnya, ia suka memperhatikan dan membantu bisnis ibunya sebagai penjahit pakaian/gaun di Purwokerto. Sang pemilik tidak secara khusus mengikuti pendidikan-pelatihan di bidang ini, tetapi dia mempelajarinya sendiri dari buku dan berlatih-mengerjakannya. Menurut ibu ini, mampu membuat produk (halus, detail, desain yang berbeda) itu tidak sulit, asal mau belajar serius.

Pemilik "RC" adalah seorang ibu muda dengan satu anak, dia memulai usaha keluarga pada tahun 2006. Bersama sang kakak, mereka mengawali dengan membuat usaha kue-kue di rumah. Pesanan cukup banyak, apalagi menjelang hari Lebaran. Akan tetapi, karena sang pemilik merasa lebih tertarik dengan dunia *fashion* akhirnya ia melepas bisnis kue tersebut (sekarang dikerjakan oleh kakaknya) dan memulai usaha baru di pembuatan busana untuk kaum perempuan.

Mulai tahun 2008, bersama seorang teman ia membuka bisnis pakaian untuk kaum Muslim dan non Muslim. Konsep yang dia tawarkan adalah "*Urban Minimalist*", dengan cara *mix n match*. Sang pemilik berusaha memadu-padankan busananya agar tetap terlihat *stylish* dengan harga yang terjangkau. Setelah 6 bulan bekerjasama akhirnya mereka berpisah, pemilik "RC" mulai menekuni bisnis kreatifnya dan memiliki visi sendiri, yakni memperkenalkan busana muslim yang *stylish* dan terjangkau untuk semua kalangan.

Pemilik "KnK" adalah pembuat film indie di Bandung, ia mendirikan "KnK" berawal dari hobi. Dia pertama kali membuat sebuah film pendek pada tahun 2000 untuk kelas tugas 'tipografi artis' saat ia belajar seni di tingkat master di sebuah Universitas di Amerika. Setelah lulus, ia terus membuat film pendek dan dokumenter selama 12 tahun sampai sekarang.

Dia mengatakan bahwa untuk film pendek pertama dia meminjam kamera sekolah dan editing komputer dari fasilitas sekolah. Modal awal untuk dia hampir nol, hanya tiket bus ke kunjungan lokasi film. Film berjudul "Anak Naga Beranak Naga" dibuat pada tahun 2005, dia memenangkan penghargaan dari festival indie-film luar negeri. Sang pemilik juga membuat film lain di tahun 2006 dengan uang besar/ anggaran, tapi film yang dibiayai oleh JiFFest Film/Salto. Dia juga membuat film "Sugiharti Halim" di tahun 2008 dengan uang sendiri/ pribadinya. Dia mengatakan bahwa film adalah hobi baginya, bukan profesi.

"KnK" mendapat pekerjaan untuk membuat video dan / atau instalasi kadang-kadang. Biaya dari pekerjaan yang digunakan untuk membeli alat-alat saham atau peralatan. Sejauh ini produksi film adalah hobi untuk sang pemilik, bukan untuk mencari nafkah. Dia sekarang memiliki beberapa kamera, komputer untuk mengedit, dan pencahayaan. Karyawan tetap tidak ada karena pekerjaan lebih bersifat proyek.

Karakteristik UKM Yang Diteliti

Untuk dapat mengenali situasi umum dari 3 UKM yang diteliti kami sajikan tabel di bawah ini:

Tabel 2
Karakteristik UKM

	"GF"	"RC"	"Knk"
Bidang Usaha-sektor	Kreatif (membuat korsase)	Kreatif (busana muslim)	Kreatif (toko buku, perpustakaan)
Lama Usaha	+/- 40 tahun	+ 5 tahun	+ 12 tahun
Tempat usaha	Rumah tinggal	Rumah tinggal	Rumah tinggal
Pemilik dan usia	Perempuan (60-an)	Perempuan (35)	Perempuan (39)
Profil pemilik	Pendidikan S1 Arsitektur	S2 Studi Pembangunan S1 Fisip	S2 Seni (Fine Art) S1 Arsitektur
Jumlah pegawai	3 orang perempuan	5 orang	7 orang

Kesempatan kerja	Terlatih-khusus	Tekun, jujur	Menyukai buku, musik & film
Produksi	Padat karya , dibantu mesin sederhana	Padat karya, mesin jahit + teknologi informasi	Padat pengetahuan, tidak pakai mesin
Organisasi dan manajemen	Dijalankan oleh pemilik dibantu suami-anak	Dijalankan sendiri, dibantu kakak dan anak	Awalnya sendiri, sekarang ada partner bukan keluarga
Sumber bahan baku	Lokal dan impor	lokal	Impor + local
Target pasar dan orientasi pasar	Berpenghasilan menengah atas ke atas, pasar nasional	Menengah-atas, pasar lokal	Kecil-menengah, pasar nasional
Hubungan eksternal	Para designer Nasional.	Komunitas Hijaber's mom, pelanggan manca negara	Komunitas film pendek DN & LN
Motivasi membuka dan menjalankan usaha	Ingin punya penghasilan sendiri ,dan pencapaian	Kebutuhan hidup (<i>single parent</i>)	<i>Passion, sociopreneur</i>
Latar Belakang keluarga dan lingkungannya	Ayah dan Ibu masing-masing sebagai pengusaha di Purwokerto 5 Bersaudara, 2 menjadi pengusaha	Ayah PNS, ibu tidak bekerja, 1 kakak sekarang membantu usahanya	Ayah pengusaha nasional, kakak-kakaknya juga pengusaha

(Data diolah peneliti)

Karakter UKM dapat lebih dipahami dengan menambah informasi situasi latar belakang keluarga dan lingkungan sosialnya (merupakan masa lalu dan kini). Hal ini penting untuk dihubungkan dengan dinamika kewirausahaannya, karena latar belakang situasi keluarga dapat menjadi sebuah variabel yang mempengaruhi.

Peran Modal Keluarga

Hasil identifikasi keberadaan modal yang berasal dari keluarga dari ke 3 UKM, disajikan sbb:

Tabel 3
Identifikasi Modal Keluarga

	“GF”	“RC”	“Knk”
Modal Ekonomi	Tabungan masa sekolah/kuliah, dari biaya kuliah atau biaya hidup (bulanan) yang diberikan orang tua/saudara . Suami yang bekerja dengan penghasilan yang baik dapat dialokasikan untuk kebutuhan rumah tangga. Sehingga tidak menarik dana dari usaha ini.	Uang Rp 100.000,00 dari ayah sebagai modal awal membeli bahan dan menjahit pakaian.	Rumah orang tua di daerah Bandung utara yang diserahkan pengelolaannya pada sang pemilik. Buku-buku, CD musik dan film milik pribadi.
Modal sosial	Pertemanan di Purwokerto berdampak terhadap mendapatkan pelanggan pertama, yang membuahkan pertemanan-pertemanan baru, khususnya di kalangan orang-orang berpendidikan cukup tinggi (Dokter, dsb)	Pertemanan di kampus Unpad, dan komunitas Hijaber’s Mom	Pertemanan di Amerika dan komunitas pecinta film, musik dan buku di DN (terutama Bandung)
Modal budaya	Pendidikan S1 Arsitektur, pengetahuan menjahit (tacit knowledge) dari sang ibu yang modeste. Berhubungan dengan produk fashion, selera tinggi, kalangan tinggi	Pendidikan S1 dan S2, pengetahuan tentang gambar mode (tacit)	Pendidikan S1 dan S2, bakat/talenta seni dari kakek Kesederhaan walaupun ekonomi keluarga sejahtera, harus berbagi nilai yang diajarkan oleh keluarganya
Modal simbolik	Reputasi “GF” sebagai pembuat <i>corsage</i> dan aksesoris lain pada level ‘ <i>high class</i> ’	Membangun merk “RC” sebagai busana muslim terkenal di Bandung	Reputasi <i>indie-movie maker</i> dan <i>sociopreneur</i> (salah satu yang terbaik) di Indonesia

Penjelasan atas temuan-temuan di atas :

- Modal ekonomi dalam bentuk uang, peralatan, rumah dan bangunan, tidak selalu menjadi satu-satunya faktor utama dalam mendirikan sebuah usaha kecil dan menengah (UKM). Ini terbukti pada kasus “GF” dan “RC” yang hanya membutuhkan sedikit modal pada awal mendirikan usaha.
- Modal sosial dalam bentuk pertemanan, menggabungkan diri pada komunitas tertentu, atau kerjasama dengan lembaga dan institusi lain untuk kepentingan pameran, serta jejaring-jejaring lain yang bertambah selama perkembangan usaha (UKM) terbukti mulai menjadi faktor yang signifikan. Pertemanan pengusaha di kota asalnya, atau semasa sekolah-kuliahnya, terbukti menjadi modal awal dalam bentuk modal sosial yang punya peran penting dalam memperkenalkan usaha dari mulut ke mulut. Selanjutnya, pertemanan demi pertemanan membuahkan hasil dalam bentuk jejaring yang lebih luas, yang kemudian memberi dampak yang semakin besar dalam mengembangkan usaha.
- Pada saat yang sama, modal sosial yang dimiliki pengusaha sejak awal tersebut, mengalami perubahan sejalan dengan perkembangan usaha. Ketika pertemanan dan jejaring sudah makin luas, maka reputasi (entah dalam bentuk merk dagang, nama baik, kompetensi yang diakui, status dan eksistensi di komunitas tertentu, dan sebagainya) juga mulai terbangun. Reputasi atau nama baik tersebut menjadi salah satu modal yang disebut Bourdieu sebagai modal simbolik, yang berarti modal dalam bentuk pengakuan orang lain (masyarakat) terhadap eksistensi produk, jasa, atau orang (pengusaha) yang bersangkutan. Dengan demikian, modal sosial bisa mengalami perubahan menjadi modal simbolik selama periode usaha berjalan.
- Modal budaya dalam bentuk *tacit* dan *explicit knowledge* terbukti memiliki peran cukup penting mulai dari sejak pendirian usaha sampai berkembang seperti sekarang ini. Pendidikan selama kuliah, ditambah pengalaman kerja dari kecil, serta bakat/talenta yang menurun dari keluarga (ayah-ibu-kakek-nenek-saudara lain) menjadi akumulasi modal budaya yang sangat menentukan ketika mendesain jenis usaha yang diinginkan, apalagi dalam kasus bisnis kreatif yang digeluti ketidapara sumber UKM di atas.

- Modal budaya tersebut juga bisa mengalami perubahan menjadi modal ekonomi. Ini terbukti ketika desain produk atau karyanya diminati pelanggan atau *audience*, reputasi (nama baik) diperoleh, pada gilirannya ketenaran dan popularitas tersebut akan menghasilkan keuntungan yang lebih besar dalam bentuk modal ekonomi yang baru. Dengan demikian, modal budaya bisa berubah menjadi modal simbolik dan modal ekonomi, pada periode usaha berjalan.
- Modal simbolik yang berasal dari keluarga, misalnya reputasi yang baik (terkenal) dari ibu kandung (orangtua) pemilik "GF" sebagai modiste di Purwokerto bisa berdampak terhadap awal pendirian dan perkembangan bisnis "GF" saat ini. Hal ini terjadi karena bidang usaha yang ditekuni termasuk jenis yang sama yaitu fesyen dan aksesoris, dengan kata lain mendukung atau membuka jalan (memudahkan) terhadap bisnis yang baru. Akan tetapi, pada kasus yang lain modal simbolik memberi dampak yang berbeda. Pada "KnK", modal simbolik dari ayah sebagai pengusaha terkenal tidak lantas memberi dukungan dan membuka jalan bagi pendirian dan pengembangan usaha baru sang pemilik "KnK". Ini disebabkan bidang yang ditekuni "KnK" sangat berbeda dari bidang usaha ayahnya. Sang pemilik lebih memilih untuk menjadi seorang *sociopreneur* sekaligus *movie maker* yang kompeten di bidangnya. Dia harus membangun reputasinya sendiri perlahan-lahan. Saat ini pemilik "KnK" termasuk salah satu *indie-movie maker* yang terkenal di Indonesia di kota Bandung.

SIMPULAN

Dapat ditemukan peranan modal yang berasal dari keluarga : modal ekonomi, modal sosial, modal budaya dan modal simbolik pada ke 3 kasus UKM di Bandung. Pemunculan modal-modal tersebut, baik di saat awal usaha dan saat perkembangan usaha ternyata unik dari satu kasus ke kasus lain, karena kondisi dan latar belakang pengusaha yang berbeda.

Pada tahap awal usaha : modal ekonomi yang dibutuhkan pada dasarnya tidak menjadi pokok persoalan pada ke 3 UKM ini. Adanya dukungan modal sosial dan budaya yang berasal dari keluarga lebih berperan bagi ke 3 UKM. Sedangkan modal simbolik, berupa reputasi asal keluarga pengusaha tidak terlalu jelas perannya.

Pada tahap perkembangan peran modal berasal dari keluarga semakin berkurang : kebutuhan modal ekonomi yang bertambah tetap dapat teratasi tanpa bantuan dari keluarga (masa lalu); meningkatnya peran modal sosial yang dibangun dan dipelihara oleh individu wirausaha, modal budaya yang menjadi ciri khas usaha sangat berguna dalam membangun modal simbolik "reputasi dan pengakuan" dari ke 3 UKM.

Belum disadari bahwa memelihara dan mengembangkan modal yang berasal dari keluarga dapat membentuk dan membangun kompetensi unik sebagai keunggulan bersaing usahanya.

DAFTAR PUSTAKA :

- Aronoff, C.E., dan Ward, J.L. 1995. Family-owned business: A thing of the past or a model of the future?. Family Business Review
- Bourdieu, P. 1972. Outline of theory of practice. Cambridge University Press
- Bourdieu, P. 1982. The form of capital. In J. Richardson. Handbook of the theory and research for the sociology of education
- Glaser, B.G. 1996. Gerund grounded theory : The basic social process dissertation. Mill Valley, CA : Sociology Press
- Glover L., Jane, 2010, "Capital Usage in Adverse Situations: Applying Bourdieu's Theory of Capital to Family Farm Business", Jurnal Family Economic Issues
- Habbershon, T. and William, M.L.,1999, A Resource-based framework for assessing the strategic advantages of family firm, Family Business Review
- Hanlon and Saunders, 2007, "*The Role and Importance of Formal and Informal Sources of Business*", QUT Digital Repository
- Hoffman, et.al, 2006, "Achieving Sustained Competitive Advantage: A Family Capital Theory", Family Business Review Vol.XIX
- Moncrief S., et.al, 2006, "Working With Family in Business: A Content Validity Study of The Aspen Family Business Inventory: Handbook of Research on Family Business", Edward Elgar
- Rogoff and Heck, 2003, "*Evolving Research in Entrepreneurship and Family Business : Recognising Family as The Oxygen that Feeds the Fire of Entrepreneurship*", Journal of Business Venturing, Elsevier
- Tambunan, Tulus, 2012 "Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia, isu-isu penting", LP3ES