

## EFEKTIVITAS PELATIHAN PENGELOLAAN MODAL SOSIAL BAGI PEMBERDAYAAN WIRAUSAHAWAN DI WILAYAH KECAMATAN RANCAEKEK

<sup>1</sup>Ani Yuningsih, <sup>2</sup>Maman Suherman, <sup>3</sup>Nani Sunarsih, dan <sup>4</sup>Susilo Setiyawan

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Jl Tamansari No 1 Bandung

<sup>4</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No 1 Bandung

e-mail: <sup>1</sup>[yuningsihani@yahoo.com](mailto:yuningsihani@yahoo.com); <sup>2</sup>[mansu\\_31@yahoo.co.id](mailto:mansu_31@yahoo.co.id); <sup>3</sup>[Nanisunarsih49@yahoo.com](mailto:Nanisunarsih49@yahoo.com);  
<sup>4</sup>[abi\\_aufa@yahoo.co.id](mailto:abi_aufa@yahoo.co.id)

**Abstrak.** Masyarakat di wilayah kecamatan Rancaekek, memiliki kondisi dan karakteristik sosial yang unik, karena lokasinya berdekatan dengan perkotaan, namun termasuk wilayah pedesaan yang masih agak tertinggal dalam hal kemampuan pemberdayaan masyarakatnya. Modal sosial dan lingkungan yang terdapat di wilayah ini potensial untuk meningkatkan kesejahteraan warganya, namun masih dibutuhkan pembekalan dan pendampingan agar warga dan aparat pemerintahan setempat mampu mengelola dan memanfaatkannya semaksimal mungkin. Berdasarkan analisis situasi tersebut, diberikan Pelatihan dengan tema “Pengelolaan Modal Sosial Bagi Wirausahawan di Wilayah Kecamatan Rancaekek” sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat. Pelatihan dan pemberdayaan dilakukan dengan cara memberikan bekal pengetahuan dan keterampilan kepada masyarakat, juga mengasah mental peserta, agar mampu dan terampil memberdayakan dirinya. Berwirausaha dan meningkatkan usaha kecil yang telah dirintisnya melalui pemanfaatan modal sosial berupa nilai-nilai kearifan lokal, dan modal lingkungan berupa lahan, kebun, kolam, kios, limbah produksi yang ada di sekitarnya, bagi kesejahteraan diri dan keluarganya. Efektivitas pelatihan diukur dengan menggunakan pre-test dan post-test, juga presentasi peserta, observasi dan wawancara atas beberapa kasus wirausahawan. Target khalayak peserta pelatihan adalah pengusaha kecil, pedagang kaki lima dan calon pengusaha serta tokoh masyarakat di kecamatan setempat. Metode penelitian yang digunakan, sebagai evaluasi atas efektivitas pelatihan, adalah metode deskriptif analisis, dengan teknik penarikan sampel total sampling. Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan yang berarti atas kapasitas dan keterampilan komunikasi pemasaran para peserta dalam memberdayakan usaha kecil yang dikelolanya. Artinya kegiatan pelatihan yang diberikan dinyatakan efektif, sesuai dengan tujuan yang ditetapkan.

**Kata kunci:** pemberdayaan, modal sosial dan lingkungan, kewirausahaan, komunikasi pemasaran

## 1. Pendahuluan

### 1.1 Analisis Situasi

Kawasan Rancaekek, hampir setara dengan Jatinangor, merupakan area pengembangan perumahan dan pusat pendidikan, sehingga aktivitas sosial-ekonomi di wilayah ini semakin meningkat, seiring banyaknya didirikan kampus perguruan tinggi, dan juga perumahan dan pertokoan.

Berdasarkan peninjauan awal di lapangan, kondisi sosial dan ekonomi masyarakat kecamatan Rancaekek, khususnya Desa Bojongloa dan Desa Rancaekek, cukup unik dan masih agak memprihatinkan. Artinya, sebagai salah satu wilayah di Kabupaten Bandung,

dan jaraknya cukup dekat dengan Kota Bandung, Rancaekek masih banyak tertinggal kesejahteraan masyarakatnya dibandingkan wilayah lainnya di Kabupaten Bandung.

Identifikasi awal juga menunjukkan bahwa modal sosial dan lingkungan yang ada belum dapat dioptimalkan pemanfaatannya oleh masyarakat, karena masih kurangnya keterampilan berwirausaha yang mereka miliki, termasuk keterampilan komunikasi pemasaran dan kreativitas lain yang merupakan keterampilan dasar yang harus dimiliki oleh wirausahawan.

Oleh karena itu, di wilayah Rancaekek ini diberikan pelatihan dengan tema : “Pelatihan Pengelolaan Modal Sosial Bagi Pemberdayaan Wirausahawan di Wilayah Kecamatan Rancaekek”. Setelah diberikan pelatihan kemudian dilakukan penelitian berupa evaluasi atas efektivitas pelatihan bagi para peserta.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, penelitian tentang dampak pelatihan ini dirumuskan sebagai berikut :

*“Bagaimana Efektivitas Pelatihan Pengelolaan Modal Sosial dapat Meningkatkan Pemberdayaan Wirausahawan di Wilayah Rancaekek ?”*

## 1.3 Identifikasi Masalah

- 1) Bagaimana Peta modal sosial masyarakat desa di wilayah kecamatan Rancaekek ?
- 2) Bagaimana peningkatan pengetahuan dan keterampilan teknik komunikasi pemasaran para peserta setelah diberi pelatihan ?
- 3) Bagaimana peningkatan keterampilan peserta dalam pengelolaan modal sosial setelah diberi pelatihan ?

## 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian dapat diuraikan sebagai berikut :

- 1) Memetakan potensi modal sosial masyarakat desa yang ada di wilayah kecamatan Rancaekek
- 2) Mengetahui peningkatan pengetahuan dan keterampilan teknik komunikasi pemasaran para peserta setelah diberi pelatihan
- 3) Mengetahui peningkatan keterampilan peserta dalam pengelolaan modal sosial setelah diberi pelatihan

## 1.5 Urgensi (Keutamaan) Penelitian atas Efektivitas PKM

Perlu dilakukan pendekatan persuasif dan edukatif kepada masyarakat di wilayah Rancaekek, agar mereka memahami potensi modal sosial dan lingkungan yang dimiliki daerah atau wilayahnya masing-masing. Pemahaman tersebut akan memotivasi masyarakat agar lebih produktif dan kreatif dalam berwirausaha, sehingga tidak terdapat kesenjangan sosial yang terlalu tinggi antara warga Rancaekek dengan warga Kota Bandung yang posisinya berdekatan. Jika kesenjangan sosial antar masyarakat di wilayah yang berdekatan dibiarkan, tidak segera dijumpai, akan menimbulkan kecemburuan sosial dan konflik sosial, bahkan boleh jadi meningkatkan tindak kriminalitas yang mengganggu keamanan sosial khususnya dan pembangunan pada umumnya.

Dengan demikian, perlu dilakukan penelitian untuk mengukur efektivitas kegiatan PKM, agar dapat disusun roadmap program PKM lain yang lebih baik, lebih efektif dan lebih sesuai dengan kondisi nyata di lapangan.

## 2. Kerangka Berfikir

### 2.1 Tinjauan tentang Komunikasi

Komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy, dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti *sama, samadi* sini maksudnya adalah *sama makna*. (Effendy, 1993: 11). Artinya komunikasi dapat berlangsung bila adanya kesamaan makna antara penyampai pesan dengan penerima pesan.

Kemampuan komunikator dalam berkomunikasi ditentukan dengan kecakapan dan kemampuannya dalam menyampaikan pesan yang dikemas sebaik mungkin agar dapat dimengerti dan dipahami tujuannya atau maknanya oleh komunikan.

### 2.2 Komunikasi Pemasaran

Komunikasi pemasaran merupakan usaha untuk menyampaikan pesan kepada publik terutama konsumen sasaran mengenai keberadaan produk di pasar (Sutisna, 2002:267). Konsep yang secara umum sering digunakan untuk menyampaikan pesan adalah apa yang disebut dengan bauran promosi (*promotional mix*).

Inti dari Pemasaran (*marketing*) adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah “memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan”.

*American Marketing Association* (AMA) menawarkan definisi formal berikut: “Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya. Karenanya kita memandang manajemen pemasaran (*marketing management*) sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.” (Kotler & Keller, 2009:56).

### 2.3 Modal Sosial dan Lingkungan

Modal sosial adalah nilai kolektif individu yang saling mengenal dan mengetahui apa yang mereka lakukan untuk sesamanya. Posner menyebutkan bahwa modal sosial adalah :

“Suatu jaringan manusia yang memungkinkan berbagai hal terjadi secara atas komitmen dan kerjasama. Dan pemimpin dapat menciptakan hal-hal yang luar biasa apabila mereka berada tepat ditengah-tengah jaringan masyarakat dan jaringan komputer secara bersamaan” (Posner, 2002:xvii).

Pengertian lingkungan adalah segala sesuatu yang ada di sekitar manusia yang mempengaruhi perkembangan kehidupan manusia baik langsung maupun tidak langsung.

### 2.4 Kewirausahaan

Kewirausahaan (*Entrepreneurship*) atau Wirausaha adalah proses mengidentifikasi, mengembangkan, dan membawa visi ke dalam kehidupan. Visi tersebut bisa berupa ide inovatif, peluang, cara yang lebih baik dalam menjalankan sesuatu. Hasil akhir dari proses tersebut adalah penciptaan usaha baru yang dibentuk pada kondisi risiko atau ketidakpastian

Kewirausahaan memiliki arti yang berbeda-beda antar para ahli atau sumber acuan karena berbeda-beda titik berat dan penekanannya. Richard Cantillon (1775), misalnya, mendefinisikan kewirausahaan sebagai bekerja sendiri (*self-employment*). Orang yang melakukan kegiatan kewirausahaan disebut [wirausahawan](#). Muncul pertanyaan mengapa seorang wirausahawan (*entrepreneur*) mempunyai cara berpikir yang berbeda dari manusia pada umumnya. Mereka mempunyai motivasi, panggilan jiwa, persepsi dan emosi yang sangat terkait dengan nilai-nilai, sikap dan perilaku sebagai manusia unggul.

### 3. Metodologi Penelitian

#### 3.1 Metode Penelitian sebagai Evaluasi Pelatihan

Metode penelitian sebagai evaluasi atas efektivitas kegiatan PKM tentang “Pelatihan pengelolaan modal sosial bagi wirausahawan di wilayah kecamatan Rancaekek” adalah metode deskriptif analisis, dengan menggunakan data kuantitatif melalui kuesioner dan data kualitatif hasil wawancara dan observasi kegiatan komunikasi pemasaran para wirausahawan.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan melakukan *pre test* dan *post test* kepada peserta, yang menggunakan indikator-indikator berbasis pada materi pelatihan, dengan menggunakan skala ordinal. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada peserta pelatihan, yang berisi evaluasi atau penilaian keberhasilan pelatihan, meliputi : kredibilitas instruktur; kecukupan waktu; kesesuaian dan ketepatan materi dan metode pelatihan; serta kecukupan sarana dan prasarana pelatihan. Dilakukan juga observasi dan wawancara pada saat konsultasi dan pendampingan

### 4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

#### 4.1 Objek Penelitian Berbasis Pengabdian Kepada Masyarakat

Objek Penelitian adalah khalayak sasaran atau peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM). Dalam hal ini adalah para pengusaha kecil atau wirausahawan di desa Bojongloa kecamatan Rancaekek kabupaten Bandung.

Kecamatan Rancaekek adalah salah satu kecamatan yang terdapat di Kabupaten Bandung Jawa Barat dengan Ibu Kota Soreang. Dengan luas 4.329,50 hektare, jumlah penduduk di Kecamatan Rancaekek berjumlah 160.435 jiwa. Rancaekek memiliki karakteristik penduduk yang cukup unik, karena secara geografis letaknya sangat berdekatan dengan beberapa kecamatan di kota Bandung. Sehingga secara kultural, banyak terinfiltrasi oleh budaya “kota” (metropolitan), namun secara ekonomis masih belum secara setara.

Di Desa Bojongloa kecamatan Rancaekek, tempat penelitian dilakukan, terdapat 4.665 Kepala Keluarga (KK), 16 Rukun Warga (RW) dan 87 Rukun Tetangga. Kondisi wilayah di Desa Bojongloa yaitu berupa dataranrendah dan merupakan kawasan pertanian. Mata pencaharian penduduk di Desa Bojongloa antara lain petani, peternak, pengrajin mebeul, dan beberapa UKM. Desa Bojongloa sebagai salah satu desa yang berada di kawasan timur kabupaten Bandung, mengacu pada program pengembangan tata

kota sebelumnya merupakan wilayah perindustrian, sehingga memiliki berbagai macam industri, dari industri kecil atau rumah tangga, sedang dan besar.

Hasil penelitian dari evaluasi pelatihan berupa *pre test*-nya dapat dilihat pada tabel dan gambar sebagai berikut :

**Tabel 1.**  
**Hasil *Pre Test* Pelatihan Teknik Komunikasi Pemasaran dalam Pengelolaan Modal Sosial dan Lingkungan Berbasis Kewirausahaan di Wilayah Kecamatan Rancaekek**

Total Benar	Nilai	Jumlah
20	100	0
19	95	0
18	90	0
17	85	0
16	80	3
15	75	1
14	70	0
13	65	0
12	60	2
11	55	2
<10	50	17
<b>Total responden</b>		<b>25</b>

Sumber: Hasil Evaluasi Pelatihan (2014)

Setelah mendapatkan materi pelatihan, peserta kemudian diberikan tes kembali, yakni *post test* dengan item pertanyaan yang sama. Adapun hasil *post test*-nya dapat dilihat pada tabel dan gambar sebagai berikut :

**Tabel 2.**  
**Hasil *Post Test* Pelatihan Teknik Komunikasi Pemasaran**  
**dalam Pengelolaan Modal Sosial dan Lingkungan Berbasis**  
**Kewirausahaandi Wilayah Kecamatan Rancaekek**

<b>Total Benar</b>	<b>Nilai</b>	<b>Jumlah</b>
20	100	1
19	95	2
18	90	1
17	85	1
16	80	2
15	75	3
14	70	4
13	65	3
12	60	8
11	55	0
10	50	0
<b>Total responden</b>		<b>25</b>

Sumber: Hasil Evaluasi Pelatihan (2014)

Berdasarkan tabel tersebut terlihat adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan yang signifikan dari para peserta. Artinya kegiatan PKM berupa pelatihan dan pendampingan untuk pemberdayaan para wirausahawan efektif. Tujuan pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta tercapai. Terdapat peningkatan skor yang cukup tinggi atas berbagi materi pelatihan yang sudah diterima peserta. Nilai total skor 85 sampai dengan 100 pada pre test berjumlah 0 peserta. Sedangkan pada post-test terdapat 4 peserta yang memperoleh nilai skor sangat tinggi. Demikian juga pada total skor sedang dan rendah, terdapat perbedaan skor yang berarti, yang menunjukkan efektivitas pelatihan.

Secara kualitatif berdasarkan wawancara dan observasi dalam simulasi, juga diperoleh data bahwa para peserta pelatihan memiliki motivasi yang lebih kuat untuk memajukan usahanya, dan memiliki keterampilan untuk berkomunikasi pemasaran lebih baik dari sebelumnya. Demikian juga komunikasi untuk memanfaatkan modal sosial dan lingkungannya, peserta mulai menyadari potensi yang ada disekitarnya untuk diakses dan dimanfaatkan secara sinergi satu sama lain.

## 5. Kesimpulan dan Saran

### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian berbasis evaluasi kegiatan pelatihan yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Peserta pelatihan memperoleh dan memahami peta potensi modal sosial yang dimiliki desa dan lingkungannya di wilayah kecamatan Rancaekek
- 2) Peserta pelatihan meningkat secara signifikan pengetahuan dan keterampilan teknik komunikasi pemasaran setelah diberi pelatihan
- 3) Terdapat peningkatan keterampilan peserta dalam pengelolaan modal sosial setelah diberi pelatihan

### 5.2 Saran :

- 1) Kegiatan pelatihan khususnya mengenai pengelolaan modal sosial bagi wirausahawan ini sebaiknya dapat dilaksanakan tidak hanya di Desa Bojongloa, tetapi juga di desa lainnya dikarenakan pelatihan sejenis ini sangat dibutuhkan dan terbukti efektif.
- 2) Kelanjutan kegiatan pelatihan berupa pendampingan terutama untuk pengelolaan modal sosial yang ada, seperti potensi jaringan sosial dan kerjasama dan juga sumber dana dari institusi terkait yang ada di lingkungannya, misalnya : koperasi, bank, dan industri terkait, sangat dibutuhkan oleh para peserta mengingat rendahnya kemampuan peserta dalam mengakses modal ekonomi terkait.
- 3) Tempat pelatihan di desa-desa yang representatif (memadai) masih sulit ditemukan, sehingga disarankan adanya pembangunan balai desa yang juga menyediakan sarana dan prasarana lengkap dengan fasilitasnya untuk keperluan sejenis.
- 4) Khusus para pedagang kaki lima, selain pelatihan kewirasusahaan, mereka juga membutuhkan pelatihan manajemen berorganisasi, agar mampu membangun kerjasama satu sama lain, dan mampu membangun koperasi untuk lebih memberdayakan kegiatan usaha mereka.

### Daftar Pustaka

- Anoraga, P., dan Soegiastuti, J. 1996. *Pengantar Bisnis Modern; Kajian Dasar Manajemen Perusahaan*. Jakarta: Pustaka Jaya.
- Baird, L.S., Post, J.E. dan Mahon, J.F. 1990. *Management; Functions and Responsibilities*. New York: Harper & Row, Publishers.
- Effendy, Onong Uchjana. 1993. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Griffin, R.E dan Ebert, R.J. 1989. *Business*. New Jersey: Prentice Hall
- Harper, S.C. 1991. *Starting Your Own Busniess*. New York: McGraw-Hill

Hisrich, Robert D, Peters, Michael P, dan Sheperd, Dean A. 2008. *Kewirausahaan*. New York: McGraw-Hill, Penerbit Salemba Empat.

Kotler, Phillip & Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid II, Alih Bahasa Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.

Meredith, et.al., Geoffrey. 1996. *Kewirausahaan Teori dan Praktik Seri Manajemen No. 97, Alih Bahasa Andre Asparsayogi*. Jakarta: PT. Ikrar Mandiri Abadi.

Mulyana, Deddy. 2001. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. Kementerian Lingkungan Hidup. 2002. *Himpunan Peraturan Perundang-undangan di Bidang Pengelolaan Lingkungan Hidup dan Pengendalian Dampak Lingkungan*. Jakarta.

Mutis, T. 1995. *Kewirausahaan yang Berproses*. Jakarta: Grasindo

Posner, Kouzes. 2002. *Leadership The Challenge: Tantangan Kepemimpinan Edisi 3, Alih Bahasa Revyani Sjahrial*. Jakarta: Erlangga.

Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Yusuf, Nasrullah. 2006. *Wirausaha dan Usaha Kecil*. Jakarta: ModulPTKPNF Depdiknas.

Sumber lain :

1. [id.wikipedia.org/wiki/Rancaekek,\\_Bandung](http://id.wikipedia.org/wiki/Rancaekek,_Bandung)
2. [Perpres No. 10 Tahun 2013](#)
3. [www.bandungkab.go.id](http://www.bandungkab.go.id)
4. Website Pusat Informasi Rancaekek
5. Monografi Desa Bojongloa

