



# Plagiarism Checker X Originality Report

**Similarity Found: 1%**

Date: Kamis, Agustus 22, 2019

Statistics: 77 words Plagiarized / 6841 Total words

Remarks: Low Plagiarism Detected - Your Document needs Optional Improvement.

---

JOURNAL COMMUNITY DEVELOPMENT AND SOCIETY Volume 1 Ed 1, June 2019  
Page 44 - 56 Peran Komunitas Maya dalam Motivasi Ibu-Ibu UntuK Berwirausaha Zulaikha11 Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Dr. Soetomo Jalan Semolowar u 84 Surabaya, Indonesia zulai kha@uni t omo. ac. i d; Phone: 0315945756  
Abstrak Perkembangan teknologi informasi dan media sosial memungkinkan perempuan untuk keluar dari wilayah domestik dan berpartisipasi dalam ranah publik.

Lalu mereka tergabung dalam grup-grup media sosial, dan mendapatkan manfaat dari grup media sosial yang mereka ikuti, terutama facebook dan whatsapp. Salah satu grup di Facebook yang mereka perhatikan adalah Langsunak, sebuah grup yang memfokuskan perhatian pada kuliner.

Grup ini banyak diminati kaum perempuan, meskipun **bagian kecil anggota** lainnya juga **darik** kaum laki-laki. Dari komunitas yang tergabung dalam grup facebook, anggota Langsunak kemudian mengembangkan diri menjadi grup-grup WhatsApp yang **jumlahnya lebih kecil, sesuai wilayahnya, dan menambah** intensitas komunikasi para anggotanya.

Seandainya intensitas tinggi mereka sering mengadakan **acara-acara** pertemuan dalam dunia nyata. Perkembangan dari pertemanan dalam komunitas maya menjadi komunitas nyata ini ternyata juga melahirkan **sebuah kegiatan**. Mereka kemudian **anser** saling memotivasi **untuk** mengembangkan **hobby dan** kegemaran mereka untuk mengubahnya menjadi peluang usaha. Dan para anggota Langsunak pun terdorong untuk berwirausaha di bidang kuliner.

Kata Kunci : komunitas maya, Langsung enak, kuliner, wirausaha PENGANTAR  
Tiba-tiba saja, dunia dadala mengganggaman ta ng a n kita . Ibu-ibu yang  
kegiatannya lebih banyak berada di ruang domestik, mempunyai jendelanya untu  
kmasukkerua ng - ruang publik ta ng a n rus me ning ga lka n rum a h dan  
anak - anak me re ka.

Tiba-tiba, merekamene mukan te ma n lama , dan b a h k a n b e r k e n a l a  
n s e r t a m e n j a l i n p e r s a h a b a t a n d e n g a n t e m a n b a r u . T i b a - t i b a s a j a , k  
e s i b u k a n j a d i b e r t a m b a h , t a k l a g i h a n y a b e r k u t a t d e n g a n p e k e r j a a n - p e  
k e r j a a n d o m e s t i k , t a p i j u g a s i b u k m e n g o b r o l ( c h a t t i n g ) d e n g a n t e m a n - t e m a  
n d i l u a r s a n a , h a n y a d e n g a n m e n e k a n n e k a n k e y b o a r d p a d a g a d g e t y a n g m e  
r e k a g e n g a m .

Eforia media sosial ditandai dengan banyaknya reuni dengan teman lama. Tetapi  
kemudian kebosanan melanda, ketika tak lagi ditemui hal-hal baru dalam pertemuan  
mereka. Perkembangan selanjutnya, muncullah banyak grup-grup di media  
sosial, yang banyak dimasuki oleh ibu-ibu untuk menambahahtemandan  
mencari tambahan informasi.

Facebook, sebagai salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan di  
Indonesia, menyediakan ISSN: 2657 - 0513 ISSN: 2657 - 0572 (Online)



fasilitas grup itu. Awalnya **amem** n g f a c e b o o k l a h m e d i a s o s i a l y a n g b a n y a k digunakan masyarakat Indonesia. Jika kita lihat profil pengguna facebook di Indonesia, nampak dalam diagram berikut ini: Gambar 1 Sumber: W e A r e S o c i a l Ada banyak grup di facebook, dengan kriteria sendiri- sendiri. Ada grup tertutup, dan ada grup yang terbuka.

Grup tertutup biasanya hanya terdiri atas anggota yang memunyai keakraban tertentu seperti keluarga atau kolega atau ide-ide tertentu. Grup terbuka membolehkan semua orang yang tertarik untuk bergabungnya dan sudah tidak dapat berdiri ke kelompok, misalnya grup menyuka game, grup pemburu barang-barang brand, atau grup yang suka memasak dan menikmati makanan.

Salah satu grup yang berkembang anggotanya terus bertambah secara signifikan adalah **Langsungek**. Grup ini ber **anggota** **akan** 934.032 ( **pada** 15 Mei 2019 jam 05.00) ini didirikan oleh Nina Yusab, dan fokus pada dunia kuliner. Itu juga sesuai dengan tagline yang dipakai selama ini yakni "suka makan dan suka masak, ya Langsungek....".

Menurut Nina Yusab, grup ini sebenarnya tidak hanya dipertukarkan bagi **pelepasan**, tetapi siapa saja yang menyukai dunia kuliner, baik menikmati makanan maupun yang hobi masak. Dalam perkembangannya, **pelepasan** memang lebih mendominasi jumlah anggota. Akhir tahun 2018, penelitian ini dibuat dengan menyebarkan kuesioner online ke anggota grup Langsungek. Dari 5.300 tanggapan yang masuk, 98,8% atau sebanyak 5.234 orang berjenis kelamin perempuan dan sisanya yang 1,2% atau sebanyak 66 orang berjenis kelamin laki-laki.

Langsungek mendobrak penelitian karena adalah grup di facebook, sesuai penuturan Nina Yusab, juga **amemb** n t u k g r u p- grup dalam platform media sosial yang lain, yakni Whatsapp, yang dibagi per wilayah di Indonesia. Ada lebih dari 50 grup Whatsapp, masing-masing grup mewakili 1- 3 kabupaten yang tersebar di seluruh Indonesia,





ditambah dengan grup WhatsApp luar negeri seperti Singapura, Malaysia, Hongkong dan Korea.

Langsungenak juga aktif melakukan kopi darat (perTEMUAN dunia nyata), baik yang diselenggarakan oleh grup WhatsApp maupun Kopdar Akbar yang diadakan setahun sekali, dan lokasi pertemuan nyapun berpindah dari satu daerah ke daerah yang lain. Kopdar Akbar terakhir di November 2018 bertempat di Denpasar, Bali.

Dalam Kopdar Akbar itu, masing-masing kabupaten atau grup WhatsApp akan mengirimkan utusannya untuk datang, dengan biaya ditanggung sendiri oleh peserta. Dari wawancara dengan founder Langsungenak tadi, diperoleh gambaran bahwa Langsungenak yang awalnya merupakan komunitas maya kemudian bermetamorfosa menjadi komunitas dalam dunia nyata, walaupun tetap tidak meninggalkan komunitas maya.

Karena tidak semua anggota Langsungenak yang tergabung di grup Facebook juga melakukan pertemuan dengan teman-teman sesama anggota dunia nyata. Ada sebagian anggota yang kemudian membentuk komunitas dunia nyata, tetapi sebagian yang lain tetap hanya menjalin pertemuan dalam dunia maya saja.

Metode ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif, dimana peneliti menyebarkan kuesioner secara online kepada anggota Langsungenak, pada periode Desember 2018. Dari hasil penelitian tersebut, ada 5.300 anggota yang mengisi kuesioner dan mengirimkan kembali ke peneliti. Data itu kemudian diolah, dan diperoleh angka-angka yang akan disajikan dalam tulisan ini.

Disamping itu juga dilakukan wawancara mendalam dengan founder Langsungenak, Nina Yusab dan anggota anggota Langsungenak yang ditemui pada saat kegiatan Kopdar Akbar di Denpasar, Bali. Fokus penelitian ini adalah ingin mengetahui apakah komunitas maya yang diikutinya berperan untuk menumbuhkan motivasi berusaha pada anggota tersebut. Sebagaimana diketahui, Langsungenak awalnya adalah grup di Facebook yang bertemakan kuliner.

Postingan dan diskusi dalam grup itu harus berkaitan dengan kuliner, dan setelah selesai oleh para administrator (admin grup) yang dibantu oleh founder. Bahkan grup ini secara ketat menerapkan aturan untuk memposting, berkomentar, mengirim foto atau gambar dan tata bahasa serta etika dalam berkomunikasi dan berdiskusi di Facebook dan WhatsApp.

Admin Grup dan founder (dikenal dengan istilah bu lurah) tidak segan-segan untuk mengeluarkan anggota dari grup apabila tidak mematuhi ketentuan dan aturan yang berlaku. 46





Dengan aturan ketat sem acam itu, anggota Langsunenak kemudian terselenggara secara alamiah, dan berisiko nomor orang yang memang terdunia kuliner, baik yang hanya sekedar hobinya memasak, makan enak atau pun yang punya usaha di bidang kuliner, sedang mengawali usaha dan orang-orang yang ingin memulai usaha kuliner tapi belum memulai usaha.

Melihat kondisi itu, menarik untuk meneliti, apakah dengan bergabung di Langsunenak, berinteraksi dalam komunitas maya dengan teman-teman lainnya yang mempunyai iketerkaitan sama di bidang kuliner, bisa memotivasi dan meningkatkan motivasi untuk memulai usaha. Komunitas Maya Sebagai Modal Sosial Alyusi (2016) mengatakan bahwa komunitas maya adalah sekelompok orang di dunia maya yang memiliki minat yang sama. Anggota komunitas ini bebas saling bertukar pikiran, pandangan dan informasi.

Disukumi mereka dilakukan secara intens dan kontinyu, dengan berbagai topik. Interaksi sosial yang terjadi di dunia maya ditopang dengan norma-norma, nilai-nilai sosial yang positif dan kuat serta terbagun karena relasi yang saling menguntungkan dan timbal balik (Hasbullah, 2006).

Unsur-unsur yang disebutkan Hasbullah tadi juga merupakan fondasi utama dalam membangun modal sosial. Media Sosial ke modern ini menjadi salah satu cara orang untuk mempromosikan modal sosial dengan efektif dan efisien. Dengan berinteraksi di media sosial dan bergabung dalam komunitas maya, aktivitas informasi menjadi lebih efisien melalui komunitas residential atau profesional (Lin, 2001). Modal sosial dapat diartikan sebagai sumber (resource) yang timbul dari interaksi dalam komunitas.

Sayangnya, pengukuran modal sosial jarang melibatkan pengukuran terhadap interaksi itu sendiri (Suharto, 2005a). Sebagai hasil dari interaksi tersebut adalah tercipta atau terpeliharanya kepercayaaan antara anggota komunitas.

Interaksi itu sendiri bisa terjadi dalam skala individual maupun institusional. Secara individual, interaksi terjadi di antara relasi individu yang gemuk melahirkan ikatan emosional. Sedangkan secara institusional, interaksi dapat terjadi apabila visi dan misi sebuah organisasi/lembaga memiliki kesamaan dengan visi dan misi organisasi/lembaga lainnya. Dalam komunitas maya, interaksi terjadi secara individual tetapi terbuka kemungkinan untuk berkembang menjadi interaksi institusional.

Dua tokoh utama dalam pengembangan konsep modal sosial adalah Putnam dan Fukuyama. Mereka masing-masing memberikan definisi modal sosial yang





pe nting. M e skipun be rbe da de finisi, nam un ke duanya **m e m iliki** kaitan yang e rat (Spe lle rbe rg, 1997) te rutam a m e nyangkut konse p ke pe rcayaan (tru s t). P u tn a m mendefinisikan modal sosial sebagai penampilan organisasi sosial seperti jaringan dan kepercayaan yang m em fasilitasi adanya koordinasi dan ke rjasam a bagi ke untungan be rsam a. M e nurut Fukuyam a, m odal sosial adalah kem am puan yang tim bul dari adanya ke pe rcayaan dalam se buah kom unitas.

Anggota kom unitas m aya pasti akan m e lakukan inte raksi m e lalui be rbagai platform m e dia sosial yang dise pakati. Agar te rjadi ke pe rcayaan di dalam prose s inte raksi sosial mereka, maka para anggota itu harus mentaati peraturan yang dise pakati be rsam a se hingga m e m pe rm udah kom unikasi yang dilakukan, kare na kom unikasi jarak jauh dan be rm e dia se pe rti ini sangat re ntan te rhadap ke salahpaham an.

D alam hal ini m aka kom unitas m aya m e nye diakan pe luang untuk ikut se rta m e m pe rkuat individu dalam meraih kepentingan (s e p e rti k e p e n tin g a n k a u m m in o rita s a ta u p **u n g a** y a h id u p te rte n tu ), menemukan persahabatan bahkan bimbingan yang sebelum tidak dite m ukan atau tidak te rse dia dalam kom unitas di ke hidupan nyata mereka (Etzioni, 1997).

Menurut W oolcock (200 1) ada 3 (tiga) jenis m odal sosial, yakni (1) social bounding (p e re k a t s o s ia l). Y a k n i m o d a l s o s ia **l y a n g** te rj a d i k a r e n a a d a n y a i k a t a n yang kuat dalam ke hidupan ke m asyarakatan, se pe rti nilai, tra d is i, **a d a t** is tia d a t, p e r s e p s i y a n g **s a m a** .

Je nis y a n g k e ( 2 ) a d a l a h S o c i a l B r i d g i n g (j e m b a t a **n s o s** ia l), y a k n i i k a t a n m o d a l s o s i a **l y a n g** tim b u l k a r e n a a d a n y a s u a t u i k a t a n s o s i a l s e b a g a i r e a k s i a t a s be rbagai m acam karakte ristik ke lom poknya. M odal sosial je nis ini bisa m uncul kare na adanya ke le m ahan yang dirasakan se se orang di lingkungan se kitarnya se hingga ia m e m utuskan untuk m e m bangun ke kuatan dari ke le m ahan yang ada te rse but. Je nis ke (3) Social Linking (ja rin **g a n s o s** ia l).

Ja rin g a n s o s i a l m e r u p a k a n m o d a l s o s i a l y a n g t e r j a d i k a r e n a a d a n y a h u b u n g a n s o s i a l d i a n t a r a b e b e r a p a l e v e l d a r i k e k u a t a n s o s i a l s t a t u s s o s i a l d a m m a s y a r a k a t . M i s a l n y a e l i t e p o l i t i k d e n g a n m a s y a r a k a t u m u m . D a m h a l k o m u n i t a s L a n g s u n g e n a k , b i s a d i m a s u k k a n k e d a m j e n i s S o c i a l B r i d g i n g a t a u j e m b a t a n s o s i a l . A n g g o t a n y a m e m b u t u h k a n t a m b a h a n r e f e r e n s i , i n f o r m a s i d a n p e r k e m b a n g a n d u n i a k u l i n e r , y a n g k u r a n g d i d a p a t k a n d a r i l i n g k u n g a n n y a t a m e r e k a .

D iskusi dan pe rcakapan dalam grup F ace book Langsunge nak m e m pe rlihatkan bahw a m e r e k a s a l i n g m e m u j i d a n m e n g u a t k a n a n g g o t a l a i n u n t u k m e n g e m

bangkan kre asi di bidang kuline r. 48





UM KM Dan W irasahawan Perempuan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia m em punyai peran be sar dalam pe rtahanan pe re konom ian m asyarakat.

Se bagaim ana dike tahui, krisis global te lah m e landa dan m e m pe ngaruhi pe re konom ian ne gara- ne gara di dunia te rm asuk Indone sia. D i te ngah krisis e kon om i dan krisis lapangan ke rja yang te rjadi di Indone sia, U M KM m uncul di te ngah te ng a h m a s y a r a k a t d a n m e n j a d i a n d a l a n u n t u k m e n g h a d a p i k r i s i s t e r s e b u t.

M e s k i p u n U M K M m a s i h d i k e l o l a s e c a r a s e d e r h a n a , d e n g a n m a n a j e m e n s e d e r h a n a , m o d a l y a n g k e c i l d a n b e l u m m e m i l i k i k a r y a w a n d a m j u m l a h b e s a r , t e t a p i m a m p u b e r p e r a n d a m m e n g a t a s i p e n g a n g g u r a n d a n m e n j a d i s o l u s i e k o n o m i m a s y a r a k a t (A g u s t i n a , 2 0 1 9 ) . E k o n o m i U M K M m e n j a d i t u m p u a n d a n m e n j a d i p i l i h a n p e n t i n g b a g i p a r a s a r j a n a u n t u k h i d u p l e b i h s e j a h t e r a , m a n d i r i d a n m e n o l o n g b a n y a k o r a n g m e n g a t a s i p e n g a n g g u r a n .

D a r i s e l u r u h U M K M y a n g a d a d i I n d o n e s i a , t e r n y a t a s e b a g a i a n b e s a r d i m o t o r i o l e h p e r e m p u a n . G a m b a r b e r i k u t m e m p e r l i h a t k a n d o m i n a s i p e r e m p u a n d i b i d a n g U M K M . G a m b a r 2 S u m b e r : <https://kumparan.com> d i u n d u h p a d a 1 5 M e i 2 0 1 9 S a l a h s a t u k o m o d i t a s y a n g m e n j a d i a n d a l a n b i s n i s U M K M a d a l a h k u l i n e r .

Tre n p e r t u m b u h a n p r o d u k m a k a n a n d a n m i n u m a n i n i b e b e r a p a





ta hun te ra k hir tum b uh s e c a ra s i g n i f i k a n d a n d i p r e d i k s i p o t e n s i n y a a k a n t e r u s b e r t u m b u h d i t a h u n - t a h u n m e n d a t a n g . I n i j u g a t i d a k l e p a s d a r i p e r k e m b a n g a n t e k n o l o g i i n f o r m a s i . P l a t f o r m b i s n i s o n l i n e y a n g d i k e m b a n g k a n o l e h u n i c o r n d a n s t a r t u p y a n g b e r o p e r a s i d i I n d o n e s i a m e m u n g k i n k a n b i s n i s k u l i n e r b e r k e m b a n g s a n g a t p e s a t a k i b a t k e m u d a h a n d a l a m b e r t r a n s a k s i . G a m b a r b e r i k u t m e m p e r l i h a t k a n p e r k e m b a n g a n b i s n i s k u l i n e r d i I n d o n e s i a .

Gambar 3 Sumber: **Data Internal** Go - Jek, diunduh pada 15 Mei 2019. Ditambah dengan jasa pengantar online, masyarakat sekarang dianjurkan dengan pilihan makanan beragam yang ditawarkan para UMKM tanpa khawatir dengan jarak yang jauh, waktu tempuh dan biaya parkir. Gambar berikut memperllihatkan data tentang kaitan U M K M kuliner dengan jasa pengantaran online tersebut.



Dari data dan fakta diatas, tidak heran bila bisnis kuliner memang menggiurkan dengan asumsi, setiap orang butuh makan dan minum. Media sosial kemudian mengukuhkan diri menjadi media yang ampuh untuk mempromosikan tidak hanya produk, tetapi juga gaya hidup, termasuk gaya hidup di bidang makanan.

Dari yang semula sebagai kebutuhan pokok, kini makanan berkembang menjadi kebutuhan sekunder bahkan tersier karena ada gaya hidup mewah, alternatif pilihan makanan dan cara memperolehnya. Keterlibatan perempuan dalam dunia usaha kuliner di Indonesia semakin besar karena lingkup patriarki yang dianut sebagian besar masyarakat Indonesia.

Menyajikan makanan merupakan tugas domestik perempuan dalam rumah tangga rumah tangga masyarakat Indonesia, dan karenanya tidak ada kesulitan bagi perempuan untuk mengembangkannya menjadi sebuah wirausaha. Peran perempuan dalam dunia usaha kuliner semakin diperhitungkan karena bidang tersebut membutuhkan fleksibilitas, memungkinkan perempuan untuk dapat tetap menjalankan tugas domestik yang sebagai ibu dan istri sekaligus membantu meningkatnya kesejahteraan keluarga.

Tambunan (2009) menjelaskan penelitian-penelitian terdahulu yang dilakukan terhadap perempuan pengusaha (female entrepreneurs) di negara-negara sedang berkembang olehompokan perempuan pengusaha dalam tiga kategori, yakni (1) perempuan yang menjadi pengusaha karena adanya peluang dan kesempatan, (2) perempuan yang menjadi pengusaha karena terpaksa, dan (3) karena alasan yang lain.

51\_ Gambar 4 Sumber: **Data** **intern** alGo - Je k, diu nd u h **pada** 15 Mei 2019





pe ngusaha.

Tiga kategori tersebut didasarkan pada motivasi atau alasan utama seseorang menjadi pe ngusaha atau ber wirausaha. Pada kategori pertama, perempuan membuka usaha sendiri tanpa tujuan, konsistensi dan rencana yang jelas. Dia membuka usaha karena hobi, untuk mengisi waktu luang, bahkan karena ikut-ikutan teman, yang akhirnya berkembang menjadi usaha yang serius karena mendatangkan keuntungan. Kategori kedua perempuan membuka usaha karena kondisi keuangan yang kurang.

Motivasi utamanya adalah membantu income dan meningkatkan kesejahteraan keluarga. Kategori ketiga, para perempuan ini memangsengajamenciburkan dirinyamenjadipe ngusaha, dan bahkan memungkinkan mereka mengikuti pelatihan-pelatihan atau bersekolah di bidang bisnis yang akan dijadikan modal ke mampuan ber wirausaha.

Agustina (2019) juga menyebutkan beberapa hambatan yang ditemui perempuan dalam memulai usaha. Di antaranya adalah (1) kurangnya panutan, (2) minimnya pengalaman, (3) minimnya jejaring usaha dan rendahnya pandangan masyarakat, (4) keterbatasan modal, (5) keterbatasan waktu. DISKUSI Anggota Langsungenak memiliki banyak alasan untuk bergabung dengan grup kuliner ini.

Data yang diperoleh memperlihatkan : Tabel 1. Alasan menjadi anggota grup Alasan Jumlah Prosentase Awalnya iseng saja 657 12,4 Dimasukkan ke grup oleh teman 681 12,8 Memangsengajamencari grup yang berkaitan dengan kuliner 3.962 74,8 Sumber: ku esio n e r d i o l a h Meskipun mayoritas mereka mencari grup kuliner, tetapi tidak banyak yang menambahnya dengan informasi- informasi dari grup kuliner yang lain.

Hal ini membuat pengelola Langsungenak merasa berbesar hati karena mereka telah bisa memenuhi kebutuhan anggotanya akan informasi dan jaringan pertemanan, dan bahkan mereka berikan manfaat kepada anggotanya. Sebanyak 5.297 atau 99,9% responden 52



menjawab bahwa menjadi anggota Langsunenak bermanfaat buat mereka. Tabel 2.

Keanggotaan ke Grup kuliner Keanggotaan dengan grup kuliner lain jumlah prosentase Hanya Langsunenak 4.035 76,1 Tergabung juga di grup kuliner lain 1.265 23,9  
Sumber: kuesioner diolah Manfaat yang didapat pun beragam. Tabel berikut mem perlihatkan jawaban responden atas pertanyaan mengenai manfaat apa yang dirasakan dengan bergabung di Langsunenak : Tabel 3.

Manfaat Langsunenak manfaat jumlah prosentase Mendapatkan pengetahuan tentang resep-resep baru Mendapatkan pengetahuan tentang usaha kuliner Bisa berbagi informasi tentang masakan 4.174 78,8 2.790 52,6 2.009 37,9 Mendapatkan teman baru 1.945 36,7 Mendapatkan inspirasi masakan sehari-hari 3.082 58,2  
Sumber: kuesioner diolah Dari hasil wawancara yang dilakukan selama kegiatan Kopdar Akbar berlangsung, didapati fakta bahwa mayoritas ibu-ibu anggota Langsunenak sudah memiliki usaha kuliner dari skala yang paling kecil, yakni ditawarkan ke teman dan tetangga dekat.

Awalnya memang bertumbuh hanya promosi dari mulut ke mulut, bahkan banyak juga yang beresahan hanya ingin menolong tetangga atau teman agar tidak repot memasak. Pengetahuan tentang resep dan cara memasak yang didapat dari diskusi di grup Langsunenak bisa langsung di praktikkan untuk menambah koleksi masakan. Dengan demikian teman dan tetangga dekat menjadi lebih tertarik untuk mencicipi masakan yang lain lagi.





Promosi kemudikan berkembang, tidak lagi dari mulut ke mulut tetapi sudah melalui media sosial. Biasanya yang dipaai adalah grup WhatsApp. Seorang ibu biasanya memiliki beberapa grup WhatsApp yang tersimpan dalam gadgetnya, dan dia menawarkan dengan cara membagikan informasi **masi** **masakan** **yang dia** **saksikan** itu, dikirim ke beberapa grup.

Apakah grup Langsungenak menginspirasi usaha kuliner? Data tentang itu didapati dan nampak sebagai berikut: Tabel 4 : Motivasi mengembangkan usaha kuliner **jawab** an jumlah Prosentase Ya, saya termotivasi untuk membuka usaha kuliner 3.627 69,6

Tidak, saya tidak tertarik untuk **m e m** buka usaha kuline r Ya, saya term otivasi untuk mengembangkan usaha kuline r saya yang sudah ada Tidak, Langsungenak tidak memberikan motivasi usaha kuline r \_509 9,8 1.051 20,2 0 0

54\_Sumber: kuesioner diolah 69,6% yang menjawab termotivasi untuk membuka usaha kuliner dibagikan oleh anggota yang belum pernah memulai usaha kuliner. Grup langsung ternyata berperan dalam menumbuhkan motivasi wirausaha bagi ibu-ibu.

Dari kemampuan memasak dan mengembangkan resep, muncul motivasi untuk berwirausaha. Hampir sendirian itu, ibu-ibu yang sudah memiliki usaha pun ternyata juga termotivasi untuk mengembangkan usahanya. Ada 20,2% atau 1.051 yang mengatakan bahwa mereka menjadi punya keinginan untuk mengembangkan usaha kuliner.

Motivasi yang ditularkan oleh langsung ternyata tidak berhenti sampai pada tahap afeksi tapi sudah pada tahapan pelaksanaan. Mereka yang termotivasi itu betul-betul melakukan apa yang diinginkannya dan menjadi wirausaha **perempuan** bidang kuliner. Dari pendirian dan pengembangan usaha itu, mereka kadang bisa mendapatkan keuntungan secara ekonomis, yakni naiknya pendapatan





mereka.

Tambahan pendapatan/penghasilan itu terlihat dalam tabel berikut: Tabel 5: Rata-rata tabung penghasilan dari usaha kuliner yang didirikan karena langsung rata-rata tabung penghasilan jumlah Prosentase Dibawah 2 juta / bulan 2.724 79,6 2 - 5 juta / bulan 580 17 5 - 10 juta / bulan 80 2,3 Diatas 10 juta / bulan 37 1,1  
Sum ber: kesio n e r d i o l a h Tam bahan penghasilan tentu m eningkatkan kesejahteraan keluarga. Dan motivasi paling m ujarab bagi wirausaha adalah bertam bahnya pe nghasilan dan ke untungan dari usaha kuline r yang dilakukannya.

KESIMPULAN Bergabung dengan komunitas maya akan bisa memberikan manfaat bagi para anggotanya apabila anggota mempunyai komitmen kuat untuk melaksanakan pengetahuan yang didapatnya dari komunitas maya tersebut. Informasi yang didapat akan dalam diskusi- diskusi dengan komunitas maya akan hanya sampai pada efek nama pengetahuan saja apabila anggota tersebut tidak intens berkomunikasi dan mendapatkan relasi emosional dengan anggota komunitas yang lain.

Metamorfosis dari komunitas maya menjadi komunitas nyata ternyata memberikan manfaat lebih pada anggotanya. Tidak hanya sampai tingkat adaptasi, tetapi berkembang ke tingkat aktifitas dan implementasi dari diskusi grup. Penting untuk masuk dan berinteraksi dalam sebuah komunitas, karena akan banyak informasi yang didapat.

Dan informasi pun sudah tersaring, bukan sembarang informasi melainkan informasi - informasi yang diinginkan, karena orang pasti sudah melepaskan komunitas mana yang ingin dia masuki. Ke depan, penelitian ini bisa dikembangkan untuk mengetahui perkembangan masing- masing usaha yang telah didirikan oleh para anggota.

Apakah setiap wirausaha kuliner bisa bertahan, berkembang atau justru mati? Dan apa penyebab bertahan, berkembang dan matinya usaha kuliner yang dilakukan oleh para perempuan ini. Diharapkan data





yang dipe role h dari se lanjutnya akan m e njad i m a s u k a n b a g i p r o g r a m p e ndam pingan w irausaha dan U M KM yang dim otor i ole h pe re m puan. REFERENSI Agustina , T , S . ( 2 0 1 9 ) . Kew irausahaan di Era Revolusi Industri 4.0. Ja k a r t a : Mitra W acana Media. Alyusi, S, D . (2016).

Media Sosial : Interaksi, Id e n tita s , d a n M o d a l S o s i a l . Ja k a r t a : Prenadam edia. Efzioni A. And Efzioni O., (1997) Com m unities Virtual vs Real, Science Hasbullah, J. (2006). Sosial Kapital: M e n u ju K e u n g g u la n B u d a y a M a n u s i a I n d o n e s i a . Ja k a r t a . M R U n i t e d P r e s s . <https://katadata.co.id/> <https://kum paran.com> <https://w w w .g o - j e k .c o m /> Lin, N . (2 0 0 1 ) .

Social Capital: a T h e o r y o f S o c i a l S t r u c t u r e a n d A c t i o n . Cam bridge. U K. Cam brid ge U nive rsity P re ss. Spellerberg, A. (1997). Tow ard a Fram ew ork for The M easurem ent of Social Capital. Suharto. (2005a). Analisis Kebijakan Publik: Panduan Praktis M engkaji Masalah dan Kebijakan Sosial. Bandung: Alfa B eta. Tam bunan, TH . (2009). UMKM di Ind onesia. Ja k arta: Ghalia. Woolcock, M. (2001).

The Place of Social Capital in Understanding Social and Econom ic O utcom e s. ISU M A. Canadian Journal of Policy Research Vol. 2.

#### INTERNET SOURCES:

- 
- <1% - [https://www.researchgate.net/publication/269584076\\_KEBIJAKAN\\_PENDIDIKAN\\_RESPONSIF\\_GENDER](https://www.researchgate.net/publication/269584076_KEBIJAKAN_PENDIDIKAN_RESPONSIF_GENDER)
  - <1% - [https://www.researchgate.net/publication/327387378\\_AGITASI\\_DAN\\_PROPAGANDA\\_DI\\_MEDIA\\_SOSIAL\\_Studi\\_Kasus\\_Cyberwar\\_Antar-Netizen\\_terkait\\_Dugaan\\_Penistaan\\_Agama\\_oleh\\_Basuki\\_Tjahaja\\_Purnama](https://www.researchgate.net/publication/327387378_AGITASI_DAN_PROPAGANDA_DI_MEDIA_SOSIAL_Studi_Kasus_Cyberwar_Antar-Netizen_terkait_Dugaan_Penistaan_Agama_oleh_Basuki_Tjahaja_Purnama)
  - <1% - [https://www.researchgate.net/publication/326349762\\_HUBUNGAN\\_ANTARA\\_CEDERA KEPALA\\_DAN\\_TERJADINYA\\_VERTIGO\\_DI\\_RUMAH\\_SAKIT\\_MUHAMMADIYAH\\_LAMONGAN](https://www.researchgate.net/publication/326349762_HUBUNGAN_ANTARA_CEDERA KEPALA_DAN_TERJADINYA_VERTIGO_DI_RUMAH_SAKIT_MUHAMMADIYAH_LAMONGAN)
  - <1% - <https://rizalafriandi95.blogspot.com/>
  - <1% - <https://minority761.blogspot.com/2015/07/peraturan-grup-lenovo-user-indonesia.html>
  - <1% - <https://www.nacdnet.org/wp-content/uploads/2019/08/NACD-Marketplace-Catalog.pdf>
  - <1% - <https://pajaksite.files.wordpress.com/2017/11/lampiran-se-56-pj-2011.pdf>
  - <1% - <https://issuu.com/harianjurnalasia/docs/31december2015>
  - <1% - <https://ogirivaldi.blogspot.com/>

<1% -

<http://www.sekolahdasarislam.web.id/2018/07/juknis-format-susunan-persyaratan.html>

<1% - [https://issuu.com/beritasore/docs/beritasore\\_rabu\\_4\\_februari\\_2015](https://issuu.com/beritasore/docs/beritasore_rabu_4_februari_2015)

<1% - [https://issuu.com/beritasore/docs/beritasore\\_rabu\\_13\\_mei\\_2015](https://issuu.com/beritasore/docs/beritasore_rabu_13_mei_2015)

<1% -

<https://rahmaningsi.blogspot.com/2014/03/makalah-makanan-khas-indonesia-sate.html>

<1% -

<http://umpir.ump.edu.my/16708/1/Dr.%20Hari%20kongsi%20pengalaman%20tentang%20Six%20Sigma%20dalam%20CEO%40%20Faculty%20Programme.pdf>

<1% -

[https://www.researchgate.net/publication/270065915\\_AKTIVITAS\\_DOMESTIK\\_DAN\\_PUBLIK\\_PEREMPUAN\\_KERJA\\_STUDI\\_TERHADAP\\_PEREMPUAN\\_PEDAGANG\\_KELONTONG\\_DI\\_PEKAPURAN\\_RAYA\\_BANJARMASIN](https://www.researchgate.net/publication/270065915_AKTIVITAS_DOMESTIK_DAN_PUBLIK_PEREMPUAN_KERJA_STUDI_TERHADAP_PEREMPUAN_PEDAGANG_KELONTONG_DI_PEKAPURAN_RAYA_BANJARMASIN)