



# Plagiarism Checker X Originality Report

**Similarity Found: 1%**

Date: Rabu, Oktober 09, 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 Zulaikha<sup>1</sup> Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Dr. Soetomo Jalan Semolowar 84 Surabaya, Indonesia zulai.kha@unitomo.ac.id; 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 menarik perhatian adalah Langsungenak, sebuah grup yang memfokuskan perhatian pada kuliner.

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

Seandainya intensitas hingga mereka sering **ngadakan** cara-cara pertemuan dalam dunia nyata. Perkembangan dari pertemanan dalam komunitas maya menjadi komunitas nyata ini ternyata juga melahirkan **sebuah katan**. Mereka kemudian sering saling memotivasi **untuk** membangun hobinya dan kegemaran memasaknya untuk mengubahnya menjadi peluang usaha. Dan para anggota Langsungenak pun terdorong untuk berwirausaha di bidang kuliner.

Kata Kunci : komunitas maya, Langsung enak, kuliner, wirausaha PENGANTAR

Tiba-tiba saja, dunia ada **dalam** geng **gaman** ta ng a n k i t a . Ibu-ibu yang kegiatannya lebih banyak berada di ruang domestik, mempunyai jendela untuk **masuk** ke ruang-ruang publik tanpa harus menunggalakan rumah dan anak-anak mereka.

Tiba-tiba, mereka menemukan teman lama, dan **bahkan** **berkenalan** **serta** menjalin persahabatan **abad** **dengan** teman baru. Tiba-tiba saja, kesibukannya jadi bertambah, tak lagi hanya berkesibukannya dengan pekerjaan-pekerjaan domestik, tapi juga sibuk mengobrol (chatting) **dengan** teman-teman **di** luar sana, hanya dengan menekan keyboard pada gadget yang mereka pegang.

Efektivitas media sosial ditandai dengan banyaknya reuni dengan teman lama. Tetapi kebosanan dan kebosanan melanda, ketika tak lagi ditemui hal-hal baru dalam pertemuan mereka. Perkembangannya selanjutnya, muncullah banyak grup-grup di media sosial, yang banyak dimasuki oleh ibu-ibu untuk menambah **anda** 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 memunya i k e t e r i k a t a n t e r t u s e p e r t i a l u m n i s e k o l a h a t a u i d e a l i s m e t e r t u . G r u p t e r b u k a m e n e r i m a s e m u a o r a n g y a n g t e r t a r i k u n t u k t e m a t e r t u y a n g s u d a h d i t a p **k a n p e** ndiri ke kelompok, misalnya grup menyuka game , grup pemburu barang-barang brand, atau grup yang suka memasak dan menikmati akanan.

Salah satu grup yang perkembangan anggotanya terus bertumbuh secara signifikan adalah **L a n g s u n g e n a k** . G r u p i n i b e r a n g g o t **a k a n** 934.032 ( pada 15 Mei 2019 jam 05.00) ini didirikan oleh N ina Y usab, dan fokus pada dunia kuliner. Itu juga sesuai dengan tagline yang dipakai selama ini yakni "suka makan dan suka masak, ya Langsunge nak....".

Menurut N ina Y u s a b , g r u p i n i s e b e t u l n y a t i d a k h a n y a d i p e r u n t u k k a n b a g i p e r e m p u a n , t e t a p i s i a p a s a j a y a n g m e n y u k a i d u n i a k u l i n e r , b a i k p e n i k m a t m a k a n a n m a u p u n y a n g h o b i m a s a k . D a l a m p e r k e m b a n g a n n y a , p e r e m p u a n m e m a n g l e b i h m e n d o m i n a s i j u m l a h a n g g o t a . A k h i r t a h u n 2 0 1 8 , p e n e l i t i a n i n i d i b u a t d e n g a n m e n y e b a r k a n k u e s i o n e r o n l i n e k e a n g g o t a g r u p L a n g s u n g e n a k . D a r i 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 .

L a n g s u n g e n a k m e n j a d i o b j e k p e n e l i t i a n k a r e n a d i s a m p i n g g r u p d i f a c e b o o k , s e s u a i p e n u t u r a n N i n a Y u s a b , j u g a **a m e m** b e n t u k g r u p - g r u p d a l a m p l a t f o r m m e d i a s o s i a l y a n g l a i n , y a k n i W h a t s a p p , y a n g d i b a g i p e r w i l a y a h d i I n d o n e s i a . A d a l e b i h d a r i 5 0 g r u p W h a t s a p p , m a s i n g - m a s i n g g r u p m e w a k i l i 1- 3 k a b u p a t e n y a n g t e r s e b a r d i s e l u r u h I n d o n e s i a ,





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

Langsungenak juga aktif melakukan kopi darat (perTEMUAN dUNIA nya ta), baik yang diselenggarakan oleh grup WhatsApp maupun Kopdar Akbar yang diadakan setahun sekali, dan lokasi pertama pun berkecenderungan 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 dalam 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 itu, 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 dibentuk oleh founder. Bahkan grup ini secara ketat menerapkan aturan untuk memposting, berkomunikasi, 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 terselenggarakan secara a ra a la m ia h, d a n b e r i s i k a n o r a n g- o r a n g y a n g m e m a n g t e r t a r i k d i d u n i a k u l i n e r, b a i k y a n g h a n y a s e k e d a r h o b i m e m a s a k, m a k a n e n a k a t a u p u n y a n g p u n y a u s a h a d i b i d a n g k u l i n e r, s e d a n g m e n g a w a l i u s a h a d a n o r a n g- o r a n g y a n g i n g i n m e m p u n y a i u s a h a k u l i n e r t a p i b e l u m m e m u l a i u s a h a.

Melihat kondisi itu, menarik untuk meneliti, apakah dengan bergabung di Langsunenak, berinteraksi dalam komunitas maya dengan teman-teman lainnya mempunyai keterkaitan **ans** a m a d i b i d a n g k u l i n e r, b i s a m e n u m b u h k a n d a n m e n i n g k a t k a n m o t i v a s i u n t u k m e m u l a i u s a h a. K o m u n i t a s M a y a S e b a g a i M o d a l S o s i a l A l y u s i (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**.

Diskusi mereka dilakukan **uk** a n s e c a r a i n t e n s d a n k o n t i n y u, **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 m u d i a n m e n j e l m a m e n j a d i s a l a h s a t u c a r a o r a n g u n t u k m e m p e r o l e h m o d a l s o s i a l d e n g a n e f e k t i f d a n e f i s i e n. **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 **id** a l a m k o m u n i t a s.

Sayangnya, pengukuran modal sosial jarang melibatkan pengukuran terhadap interaksi sendiri (Suharto, 2005a). Sebagai hasil dari interaksi tersebut adalah tercipta atau terpeliharanya **kan** p e n g u k u r a n t e r h a d a p i n t e r a k s i i t u s e n d i r i ( S u h a r t o, 2005a). Sebagai hasil dari interaksi tersebut adalah tercipta atau terpeliharanya **ana** n t a r a n g g o t a k o m u n i t a s.

Interaksi sendiri bisa terjadi dalam skala individual maupun institusional. Secara individual, interaksi **iter** j a d i m a n a k a l a r e l a s i i n t i m a n t a r i n d i v i d u y a n g k e m u d i a n m e l a h i r k a n i k a t a n e m o s i o n a l. S e d a n g k a n s e c a r a i n s t i t u s i o n a l, i n t e r a k s i d a p a t t e r j a d i a p a b a i v i s i d a n m i s i s e b u a h o r g a n i s a s i / l e m b a g a m e m i l i k i k e s a m a a n d e n g a n v i s i d a n m i s i o r g a n i s a s i / l e m b a g a l a i n y a. D a l a m k o m u n i t a s m a y a, i n t e r a k s i t e r j a d i s e c a r a i n d i v i d u a l t a p i t e r b u k a k e m u n g k i n a n u n t u k b e r k e m b a n g m e n j a d i i n t e r a k s i i n s t i t u s i o n a l.

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 salahpahaman.

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 pe 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 t i a 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 Social Bridging (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 ia 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 b e r b a g a i m a c a m k a r a k t e r i s t i k k e l o m p o k n y a . M o d a l s o s i a l j e n i s i n i b i s a m u n c u l k a r e n a a d a n y a k e l e m a h a n y a n g d i r a s a k a n s e s e o r a n g d i l i n g k u n g a n s e k i t a r n y a s e h i n g g a i a m e m u t u s k a n u n t u k m e m b a n g u n k e k u a t a n d a r i k e l e m a h a n y a n g a d a t e r s e b u t . J e n i s k e ( 3 ) S o c i a l L i n k i n g ( j a r i n **g a n s o s** ia l).

J a r i n 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 i s k u s i d a n p e r c a k a p a n d a m g r u p F a c e b o o k L a n g s u n g e n a k m e m p e r l i h a t k a n b a h w 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 .

Dari seluruh UMKM yang ada di Indonesia, ternyata sebagian besar dim otori ole h pe re m puan. 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> diunduh pada 15 M e i 2019 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 ig nifik a n d a n d ip re d ik s i p o te ns iny a a k a n te rus b e rtum b uh d i ta hun - ta hun m e nd a ta ng . Ini jug a tid a k lepas dari pe rke m bangan te knologi inform asi. Platform bisnis online yang dike m bangkan ole h unicorn dan startup yang be rope rasi di Indone sia memungkinkn bisnis kuliner berkembang sangat pesat akibat ke m udahan dalam be rtransaksi. G am bar be rikut m e m pe rlihatkan pe rke m bangan bisnis kuline r di Indone sia.

Gambar 3 Sum ber: D a t a I n t e r n a l G o - J e k , d i u n d u h p a d a 1 5 M e i 2 0 1 9 Ditam bah dengan jasa pengantara online, m a s y a r a k a t s e k a r a ng dim anjakan de ngan pilihan m akanan be ragam yang ditaw arkan para UMKM tanpa khaw atir dengan jarak yang jauh, w aktu tem puh dan biaya parkir. G am bar be rikut m e m pe rlihatkan data te ntang kaitan U M KM kuline r de ngan jasa pe ngantaran online te rs e b ut.



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 bidangnya.

Dari yang semula sebagai kebutuhan pokok, kini makanan berkembang menjadi kebutuhan sekunder bahkan tersier karena ada gaya hidup mewah, 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 gamma syarakat Indonesia, dan karenanya tidak ada kesulitan bagi perempuan untuk mengembangkannya menjadi sebuah wirausaha. Peran perempuan dalam dunia usaha kuliner semakin diperhitungkan karena bidang tersebut memiliki fleksibilitas, memungkinkan perempuan untuk dapat tetap menjalankan tugas-tugas domestik sebagai ibu dan istri sekaligus membantu meningkatkannya kesejahteraan keluarga.

Tambunan (2009) menjelaskan penelitian-penelitian terdahulu yang dilakukan terhadap perempuan pengusaha (female entrepreneurs) di negerinya. Penelitian-penelitian tersebut mengklasifikasikan 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 internal Go - Jek, diunduh 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 memangsengajamenciburkandirinyamenjadipe 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 dialami 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 memperllihatkan : 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 merasa 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: ku esio n e r d i o l a h Manfaat yang didapat pun beragam . Tabel berikut mem perlihatkan j a w a b a n r e s p o n d e n a t a s p e r t a n y a a n m e n g e n a i m a n f a a t a p a y a n g dirasakan dengan bergabung di Langsunenak : Tabel 3.

Manfaat Langsunenak manfaat jumlah prosentase Mendapatkan pengetahuan tentang resep- rese p b a r u Mendapatkan pengetahuan tentang usaha kuliner Bisa berbagi informasi tentang m a s a k a n 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 ber langsung, didapati fakta bahwa mayoritas ibu - i b u a n g g o t a L a n g s u n e n a k s u d a h m e m u l a i u s a h a k u l i n e r d a r i s k a l a y a n g p a l i n g k e c i l , yakni ditawarkan ke teman dan tetangga dekat.

Awalnya memang bertumbuh hanya promosi dari mulut ke mulut, bahkan banyak juga yang ber alasan 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 kemudian 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 gadgetsnya, dan dia menawarkan dengan cara membagikan informasi masakan apa yang dia masak hari itu, dikirim ke beberapa grup.

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

Tidak, saya tidak tertarik untuk membuka usaha kuliner. Ya, saya termotivasi untuk mengembangkan usaha kuliner saya yang sudah ada. Tidak, langsung saja tidak memberikan motivasi usaha kuliner.

\_509 9,8 1.051 20,2 0 0

54\_Sumber: kuesioner diolah 69,6% yang menjawab afirmasi untuk membukakan usaha kuliner diberikan oleh anggota yang belum pernah mempunyai atau belum 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 tetapi 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 mampu mendapatkan keuntungan secara ekonomis, yakni naiknya pendapatan



mereka.

Tambahan pendapatan/penghasilan itu terlihat **dalam** tabel berikut: Tabel 5: Rata-rata tambaahan penghasilan dari usaha kuliner yang didirikan karena Langsung Rata-rata tambaahan 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 b a h a n p e n g h a s i l a n t e n t u m e n i n g k a t k a n k e s e j a h t e r a a n k e l u a r g a . D a n m o t i v a s i p a l i n g m u j a r a b a g i w i r a u s a h a a d a l a h b e r t a m b a h n y a p e n g h a s i l a n d a n k e u n t u n g a n d a r i u s a h a k u l i n e r y a n g d i l a k u k a n n y a .

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 **anda** 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.

Metamorfosa dari komunitas maya menjadi komunitas nyata ternyata memberikan manfaat lebih pada anggotanya. Tidak hanya sebatas sampai tingkat pengetahuan, tetapi berkembang ke tingkat **mentasidari** 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 meleksi 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 responden 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 otori 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 j u K e u n g g u l a n B u d a y a **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 n i v e r s i t y P r e s s. 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://pmrsmpn1suranenggala.blogspot.com/2012/09/kebersihan-dan-kesehatan-di-dunia-pmr.html>
- <1% - [https://www.researchgate.net/publication/303381278\\_Molecular-Based\\_Identification\\_for\\_Fish\\_and\\_Seafood\\_Pathogenic\\_Bacteria](https://www.researchgate.net/publication/303381278_Molecular-Based_Identification_for_Fish_and_Seafood_Pathogenic_Bacteria)
- <1% - <https://rizalafriandi95.blogspot.com/>
- <1% - <https://cimahikota.go.id/images/perwal/lampiran%20tupoksi%20kecamatan%20dan%20kelurahan.pdf>
- <1% - [https://www.researchgate.net/publication/316703955\\_PENGATURAN\\_HUKUM\\_PENGETAHUAN\\_TRADISIONAL\\_TRADITIONAL\\_KNOWLEDGE\\_SEBAGAI\\_UPAYA\\_PERLINDUNGAN\\_KEARIFAN\\_LOKAL\\_MADURA\\_OLEH\\_DPRD\\_BANGKALAN](https://www.researchgate.net/publication/316703955_PENGATURAN_HUKUM_PENGETAHUAN_TRADISIONAL_TRADITIONAL_KNOWLEDGE_SEBAGAI_UPAYA_PERLINDUNGAN_KEARIFAN_LOKAL_MADURA_OLEH_DPRD_BANGKALAN)
- <1% - [http://banten.kemenag.go.id/hphotos/uploads/2017/11/Lamp\\_Pemberitahuan-3\\_ke\\_HDI.pdf](http://banten.kemenag.go.id/hphotos/uploads/2017/11/Lamp_Pemberitahuan-3_ke_HDI.pdf)
- <1% - <https://issuu.com/harianjurnalasia/docs/31december2015>

<1% - <https://remenprestasi.blogspot.com/>

<1% -

<https://id.123dok.com/document/qmollm8y-bi-buku-pdf-detikdetik-bahasa-indonesia-us-sdmi-persiapan-usbn-2018.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% - <https://core.ac.uk/download/pdf/159192048.pdf>