

**PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MADURA BERBASIS  
PENGEMBANGAN EKONOMI LOKAL MELALUI  
SOCIAL ENTREPRENEURSHIP  
(Studi Kasus Pada Pedagang Cindera Mata di Area Suramadu)**

Jami'ah Triana  
*Jamiah.triana@gmail.com*  
Universitas Trunojoyo Madura

Fandi Rosi Sarwo Edi  
*rosi\_fandi@yahoo.co.id*  
Universitas Trunojoyo Madura

**Abstrak**

Setiap masyarakat di suatu daerah memiliki corak khusus sebagai identitasnya. Ciri dari masyarakat Madura jika dilihat dari sudut pandang ekonomi adalah pekerja keras, peribahasa yang mencerminkan bagaimana masyarakat Madura yaitu *Mon adagang, adaging* (jika berdagang, akan berdagang). Perdagangan merupakan salah satu mata pencaharian yang dimiliki masyarakat Madura. Salah satu potret perdagangan di wilayah Madura dapat dilihat di area jembatan Suramadu.

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik penelitian yang digunakan ada dua teknik yang pertama, wawancara semi terstruktur adalah penggabungan antara wawancara berpedoman dan pertanyaan mendalam yang ditujukan pada pedagang di area Suramadu. Yang kedua observasi adalah metode pengumpulan data berlandaskan pada pengamatan langsung terhadap pengembangan ekonomi lokal masyarakat di sekitar Suramadu.

Strategi yang tepat untuk memberdayakan masyarakat dapat difokuskan dengan kebutuhan masyarakat itu sendiri. Dimana pemberdayaan dapat dilakukan dengan beberapa sektor penting diantaranya adalah sektor ekonomi dan sosial. Ketika pengembangan ekonomi lokal dilakukan maka secara tidak langsung akan memberikan dampak bagi pemberdayaan masyarakat dan begitu juga sebaliknya.

**Kata Kunci:** *Madura, Ekonomi Lokal, Social Entrepreneurship.*

**PENDAHULUAN**

Setiap daerah akan memiliki sebuah penciri yang menjadikan daerah tersebut berbeda dengan daerah lain. Salah satu penciri dari Pulau Madura adalah jembatan Suramadu. Jembatan Suramadu merupakan transportasi darat utama menuju Madura. Selain sebagai akses transportasi, area suramadu juga dijadikan lahan perekonomian masyarakat. Hal ini sejalan dengan konsep yang dipaparkan oleh Balai Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi dan Lingkungan (2011) yang menyebutkan bahwa keberadaan jembatan suramadusebagai jalur transportasi terpadu di wilayah Indonesia timur diharapkan menjadi roda penggerak pengembangan industri dan perdagangan Indonesia.

Bagi Madura sendiri dengan adanya jalur cepat dan efektif akan mampu melejitkan pembangunan sektoral dan mereduksi ketimpangan sosial yang ada. Hal ini juga termasuk pada pembangunan masyarakat Madura. Secara umum masyarakat Madura adalah sekumpulan orang yang hidup bersama dalam wilayah Madura. Menurut Soekanto (2012) masyarakat memiliki beberapa ciri-ciri yaitu masyarakat merupakan manusia yang hidup bersama, bercampur untuk waktu yang lama, mereka sadar bahwa mereka satu kesatuan, dan mereka merupakan suatu sistem hidup bersama. Jika dilihat dari sudut pandang ekonomi, masyarakat menurut pendapat Karl Max adalah suatu struktur yang mengalami ketegangan organisasi maupun perkembangan karena adanya pertentangan antara kelompok-kelompok yang terpecah secara ekonomi (**Error! Hyperlink reference not valid.**).

Setiap masyarakat di suatu daerah memiliki corak khusus sebagai identitasnya. Ciri dari masyarakat Madura jika dilihat dari sudut pandang ekonomi adalah pekerja keras. Menurut Latief (2003) masyarakat Madura memiliki peribahasa yang mencerminkan bagaimana masyarakat Madura yaitu “*Mon adagang, adaging*”. Peribahasa ini menunjukkan etos kerja orang Madura. Peribahasa diatas berarti jika berdagang, akan berdagang. Perdagangan merupakan salah satu mata pencaharian yang dimiliki masyarakat Madura. Perdagangan terjadi di dalam maupun diluar wilayah Madura. Salah satu potret perdagangan di wilayah Madura dapat dilihat di area jembatan Suramadu. Perdagangan di area Suramadu mencakup perdagangan jasa, barang, hingga makanan. Perdagangan yang dirasa merupakan mayoritas di area jembatan Suramadu adalah perdagangan cinderamata khas Madura. Bentuk cinderamata yang diperdagangkan di area jembatan Suramadu adalah batik khas Madura, permainan anak (layang-layang, kuda mainan, boneka), baju khas Madura, makanan khas Madura, dan sebagainya. Para pedagang cinderamata berada di pinggir jalan sepanjang area Suramadu arah kota Bangkalan dan sebaliknya.

Berdasarkan hasil wawancara awal kepada salah satu pedagang cinderamata dapat diketahui bahwa para pedagang cinderamata mayoritas dan hampir secara keseluruhan adalah masyarakat lokal area Suramadu itu sendiri. Berikut hasil wawancara dari informan:

*“Meskipun banyak yang jualannya sama, tapi kami orang Madura baik-baik saja. Karena kami sama-sama mencari rezeki. Hampir semua pedagang disini itu ya dari warga sekitar sini sendiri mbak. Rumahnya dekat-deket sini” (18 Maret 2017).*

Sumber daya lokal akan mengacu pula pada tingkat perekonomian lokal. Jika ekonomi lokal dikembangkan akan berdampak pada sumber daya lokal. Dalam hal ini sumber daya lokal yang dimaksudkan adalah sumber daya lokal masyarakat Madura yang berdagang di area Suramadu. Menurut *International Labour Organization* pengembangan ekonomi lokal adalah proses partisipatif yang mendorong kemitraan antara dunia usaha dan pemerintah dan masyarakat pada wilayah tertentu, yang memungkinkan kerjasama dalam perancangan dan pelaksanaan strategi pembangunan secara umum, dengan menggunakan sumber daya lokal dan keuntungan kompetitif dalam konteks global, dengan tujuan akhir menciptakan lapangan pekerjaan yang layak dan merangsang kegiatan ekonomi (<http://alhada-fisip11.web.uanair.ac.id/>).

Sedangkan menurut Helming (2008) pengembangan ekonomi lokal adalah suatu proses dimana kemitraan yang mapan antara pemerintah daerah, kelompok berbasis masyarakat, dan dunia usaha mengelola sumber daya yang ada untuk menciptakan lapangan pekerjaan dan merangsang (pertumbuhan) ekonomi pada suatu wilayah tertentu. Menekankan pada kontrol lokal, dan penggunaan potensi sumber daya manusia, kelembagaan sumber daya fisik yang layak dan merangsang kegiatan ekonomi (<http://alhada-fisip11.web.uanair.ac.id/>).

Para pedagang cinderamata yang didominasi masyarakat lokal perlu adanya pemberdayaan yang lebih optimal. Pemberdayaan menurut Suhendra (2006) adalah suatu kegiatan yang berkesinambungan, dinamis, secara sinergis mendorong keterlibatan semua potensi yang ada secara evolutif dengan keterlibatan semua potensi. Sedangkan menurut Kartasmita (1995) upaya memberdayakan harus ada tiga hal sebagai berikut: 1) menciptakan suasana yang memungkinkan potensi masyarakat untuk berkembang, 2) memperkuat potensi atau daya yang dimiliki masyarakat dengan menerapkan langkah-langkah nyata, menampung berbagai masukan, menyediakan sarana dan prasarana baik fisik maupun sosial, 3) melindungi dan membelamasyarakat yang lemah. Berdasarkan tiga upaya pemberdayaan di atas maka perlu ada strategi yang tepat guna untuk mengembangkan ekonomi lokal pada masyarakat pedagang cinderamata area Suramadu. Dalam hal ini salah satu model usaha yang dirasa mampu untuk mengembangkan kewirausahaan masyarakat lokal adalah kewirausahaan sosial (*Social Entrepreneurship*).

Menurut wikipedia kewirausahaan sosial adalah disiplin ilmu yang menggabungkan antara kecerdasan berbisnis, inovasi, dan tekad untuk maju ke depan. Wirausaha sosial melihat masalah sebagai peluang untuk membentuk sebuah model bisnis baru yang bermanfaat bagi pemberdayaan masyarakat sekitar. Menurut Susanto (2007) hasil yang ingin dicapai bukan keuntungan materi atau kepuasan pelanggan, melainkan bagaimana gagasan yang diajukan dapat memberikan dampak baik bagi masyarakat. Peneliti berasumsi bahwa kewirausahaan sosial (*Social Entrepreneurship*) dapat dijadikan model kewirausahaan yang mampu memberdayakan sumber daya lokal dan mampu memberikan pengembangan ekonomi lokal masyarakat sekitar suramadu khususnya para pedagang cinderamata khas Madura. Pemaparan di atas dapat dijadikan landasan serta latar belakang peneliti melakukan penelitian yang berjudul "Pemberdayaan Masyarakat Madura Berbasis Pengembangan Ekonomi Lokal Melalui *Social Entrepreneurship* (Studi Kasus Pada Pedagang Cindera Mata di Area Suramadu)". Dimana peneliti akan mengulas pembahasa yang dihubungkan dengan beberapa konsep Psikologi.

### **Kewirausahaan Sosial (*Social Entrepreneurship*)**

Menurut wikipedia Kewirausahaan sosial adalah disiplin ilmu yang menggabungkan antara kecerdasan berbisnis, inovasi, dan tekad untuk maju ke depan. Wirausaha sosial melihat masalah sebagai peluang untuk membentuk sebuah model bisnis baru yang bermanfaat bagi pemberdayaan masyarakat sekitar. Menurut Susanto (2007) hasil yang ingin dicapai bukan keuntungan materi atau kepuasan pelanggan, melainkan bagaimana gagasan yang diajukan dapat memberikan dampak baik bagi masyarakat. Selain itu Hulgard (dalam Sofia, 2015) merangkum definisi *Social Entrepreneurship* secara lebih komprehensif yaitu sebagai penciptaan nilai sosial yang dibentuk dengan cara bekerjasama dengan orang lain atau organisasi masyarakat yang terlibat dalam suatu inovasi sosial yang biasanya menyiratkan suatu kegiatan ekonomi.

Menurut Santosa (dalam Astuti 2012) bahwa, *Social Entrepreneurs* makin berperan dalam pembangunan ekonomi karena ternyata mampu memberikan daya cipta nilai-nilai sosial maupun ekonomi, yakni sebagai berikut: 1) Menciptakan kesempatan kerja, 2) Manfaat ekonomi yang dirasakan dari *Social Entrepreneurship* di berbagai negara adalah penciptaan kesempatan kerja baru, 3) Melakukan inovasi dan kreasi baru

terhadap produksi barang ataupun jasa yang dibutuhkan masyarakat, 4) Menjadikan modal sosial, modal sosial merupakan bentuk yang paling penting dari berbagai modal yang dapat diciptakan oleh *social Entrepreneur* karena walaupun dalam kemitraan ekonomi yang paling utama adalah nilai-nilai: saling pengertian (*shared value*), trust (kepercayaan) dan budaya kerjasama (*a culture of cooperation*), kesemuanya ini adalah modal sosial, 5) Peningkatan Kesetaraan (*equity promotion*), 6) Pemerataan kesejahteraan masyarakat.

### **Pengembangan Ekonomi Lokal**

Menurut *International Labour Organization* (2000) pengembangan ekonomi lokal adalah proses partisipatif yang mendorong kemitraan antara dunia usaha dan pemerintah dan masyarakat pada wilayah tertentu, yang memungkinkan kerjasama dalam perancangan dan pelaksanaan strategi pembangunan secara umum, dengan menggunakan sumber daya lokal dan keuntungan kompetitif dalam konteks global, dengan tujuan akhirnya menciptakan lapangan pekerjaan yang layak dan merangsang kegiatan ekonomi.

Adapun fokus dari pengembangan ekonomi lokal adalah sebagai berikut: 1) peningkatan kandungan lokal, 2) pelibatan stakeholders secara substansial dalam suatu kemitraan strategis, 3) peningkatan ketahanan dan kemandirian ekonomi, 4) pembangunan berkelanjutan, 5) pemanfaatan hasil pembangunan oleh sebagian besar masyarakat lokal, 6) Pengembangan usaha kecil dan menengah, 7) pertumbuhan ekonomi yang dicapai secara inklusif, 8) penguatan kapasitas dan peningkatan kualitas sumberdaya manusia, 9) pengurangan kesenjangan antar golongan masyarakat, antar sektor dan antar daerah, 10) pengurangan dampak negatif dari kegiatan ekonomi terhadap lingkungan (<http://alhada-fisip11.web.uanair.ac.id/>).

Selain itu terdapat beberapa tujuan dan sasaran pengembangan ekonomi lokal adalah: 1) terlaksananya upaya percepatan pengembangan ekonomi lokal melalui pelibatan pemerintah, dunia usaha, masyarakat lokal, dan organisasi masyarakat madani dalam suatu proses yang partisipatif, 2) terbangun dan berkembangnya kemitraan dan aliansi strategis dalam upaya percepatan pengembangan ekonomi lokal diantara stakeholder secara sinergis, 3) terbangunnya sarana dan prasarana ekonomi yang mendukung upaya percepatan pengembangan ekonomi lokal, 4) terwujudnya

pengembangan dan pertumbuhan UKM secara ekonomis dan berkelanjutan,5) terwujudnya peningkatan pendapatan masyarakat, 6) terwujudnya peningkatan pemerataan antar kelompok masyarakat, antar sektor dan antarwilayah, 7) terciptanya ketahanan dan kemandirian ekonomi masyarakat lokal. (<http://alhadafisip11.Web.uanair.ac.id/>)

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor (dalam Moleong 2004) mengemukakan metode kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Serta pendekatan yang digunakan adalah pendekatan studi kasus. Studi kasus adalah sebuah eksplorasi dari “suatu sistem yang terikat” atau “suatu kasus/beragam kasus. Menurut Creswell (dalam Suchaina, 2014) mengemukakan beberapa karakteristik dari suatu studi kasus yaitu: (1) mengidentifikasi “kasus” untuk suatu studi; (2) Kasus tersebut merupakan sebuah “sistem yang terikat” oleh waktu dan tempat; (3) Studi kasus menggunakan berbagai sumber informasi dalam pengumpulan data untuk memberikan gambaran secara terinci dan mendalam tentang respons dari suatu peristiwa dan (4) Menggunakan pendekatan studi kasus, peneliti akan “menghabiskan waktu” dalam menggambarkan konteks atau setting untuk suatu kasus.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan wawancara dan observasi. Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan (Moleong, 2014). Dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara semi terstruktur. Menurut Saebani (dalam Bilqis, 2003) wawancara semi terstruktur adalah penggabungan antara wawancara berpedoman dan pertanyaan mendalam dengan mengabaikan pedoman. Sedangkan observasi adalah metode pengumpulan data berdasarkan pada pengamatan langsung terhadap pengembangan ekonomi lokal masyarakat di sekitar Suramadu.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data wawancara dan observasi yang dilakukan maka dihasilkan beberapa data yang membahas mengenai pemberdayaan masyarakat Madura yang berbasis pengembangan ekonomi lokal melalui *Social Entrepreneurship*. Ketika membahas mengenai pemberdayaan sendiri maka di area Suramadu sendiri pemberdayaan belum sepenuhnya terjadi secara maksimal. Dimana diketahui bahwa pemberdayaan menurut Suhendra (2006) adalah suatu kegiatan yang berkesinambungan, dinamis, secara sinergis mendorong keterlibatan semua potensi yang ada secara evolutif dengan keterlibatan semua potensi. Dalam hal ini masyarakat Madura khususnya masyarakat lokal yang berada di area Suramadu masih belum semua terlibat dalam pergerakan sektor ekonomi.

Masyarakat lokal area Suramadu masih memiliki potensi yang dapat digali dan dikembangkan dalam perkembangan sektor ekonomi masyarakat. Secara psikologis potensi adalah suatu hal yang dapat dikembangkan. Hal ini sejalan dengan pendapat Majdi (2007) bahwa potensi adalah suatu kemampuan, kesanggupan, kekuatan ataupun daya yang mempunyai kemungkinan untuk bisa dikembangkan lagi menjadi bentuk yang lebih besar. Ketika masyarakat lokal memiliki motivasi dalam meningkatkan potensinya maka hal ini dapat menjadi tonggak perkembangan ekonomi masyarakat lokal. Jika dihubungkan dengan perkembangan usaha cinderamata maka masyarakat lokal perlu memiliki strategi usaha dan pengembangan potensi yang tepat guna memajukan perekonomian lokal.

Perkembangan ekonomi lokal pada dasarnya perlu pula direncanakan agar sesuai dengan sasaran. Dalam hal ini perlu diketahui bahwa pengembangan ekonomi lokal menurut Helming (2008) adalah suatu proses dimana kemitraan yang mapan antara pemerintah daerah, kelompok berbasis masyarakat, dan dunia usaha mengelola sumber daya yang ada untuk menciptakan lapangan pekerjaan dan merangsang (pertumbuhan) ekonomi pada suatu wilayah tertentu. Menekankan pada kontrol lokal, dan penggunaan potensi sumber daya manusia, kelembagaan dan sumber daya fisik yang layak dan merangsang kegiatan ekonomi. Data lapangan menunjukkan bahwa di area Suramadu belum terbentuk kelompok-kelompok berbasis masyarakat yang dibentuk guna mencapai tujuan yang sama khususnya kelompok para pedagang cinderamata.

Ketika dikaitkan dengan penciptaan lapangan pekerjaan maka perdagangan cinderamata khas Madura belum terkategori menyerap lapangan pekerjaan secara mayoritas. Hal ini dibuktikan dengan adanya pasokan cinderamata yang didapatkan dari daerah bukan area Suramadu. Ketika masyarakat lokal area Suramadu juga memiliki usaha produksi cinderamata maka hal ini dapat memberdayakan masyarakat lokal area Suramadu dan potensi mereka dapat tersalurkan dengan baik. Selain kedua manfaat tersebut produk yang diperjual belikan juga akan lebih variatif dan menambah daya tarik konsumen. Selain itu konsep daya tarik secara psikologis dapat dipengaruhi oleh beberapa hal. Menurut Kaplan (dalam Iskandar, 2012) mengemukakan bahwa seseorang memilih lingkungan dipengaruhi oleh empat hal yaitu *coherence*, *legibility*, *complexity*, *mystery*. Diantara keempat konsep tersebut, yang dapat dijadikan sarana pemberdayaan masyarakat adalah *complexity*. Ketika tempat penjualan cinderamata semakin kompleks maka hal ini secara langsung dapat mempengaruhi perkembangan ekonomi masyarakat lokal dan dapat mewartakan potensi masyarakat lokal area Suramadu untuk memproduksi produk khas Madura yang belum ada sebelumnya.

Konsep pemberdayaan masyarakat dan pengembangan ekonomi dapat disatukan dengan model kewirausahaan sosial. Hulgard (dalam Sofia, 2015) *Social Entrepreneurship* secara yaitu sebagai penciptaan nilai sosial yang dibentuk dengan cara bekerjasama dengan orang lain atau organisasi masyarakat yang terlibat dalam suatu inovasi sosial yang biasanya menyiratkan suatu kegiatan ekonomi. Para pedagang cinderamata di area Suramadu selalu mengedepankan kekeluargaan dan mereka tidak memiliki permasalahan karena kesamaan produk yang mereka pasarkan. Model usaha *Social Entrepreneurship* adalah salah satu konsep usaha yang sejalan dengan beberapa nilai-nilai masyarakat lokal area Suramadu. Salah satunya adalah nilai kekeluargaan diantara mereka.

Menurut Santosa (dalam Astuti 2012) bahwa, *Social Entrepreneurship* makin berperan dalam pembangunan ekonomi karena ternyata mampu memberikan daya cipta nilai-nilai sosial maupun ekonomi, yakni sebagai berikut: pertama, menciptakan kesempatan kerja. Ketika masyarakat lokal area Suramadu sudah berdaya maka akan memberikan efek terciptanya lapangan pekerjaan baru. Kedua, melakukan inovasi dan kreasi baru terhadap produksi barang ataupun jasa yang dibutuhkan masyarakat. Hal ini jelas akan teraplikasikan apabila pemberdayaan masyarakat difokuskan pada penciptaan

produk cinderamata yang merupakan inovasi baru dari masyarakat lokal. Selain itu juga akan menambah daya tarik konsumen. Ketiga, Menjadi modal sosial, yaitu saling pengertian (*shared value*), *trust* (kepercayaan) dan budaya kerjasama (*a culture of cooperation*). Ketika masyarakat lokal area Suramadu berdaya bersama maka mereka akan saling mengerti satu sama lain, dan kepercayaan akan terbentuk apabila mereka sering berinteraksi bersama dan secara tidak langsung kerjasama kan terus dilakukan apabila mereka memiliki peran masing-masing (produsen, distributor, pemasaran, dll). Keempat, peningkatan Kesetaraan (*equity promotion*). Kelima, pemerataan kesejahteraan masyarakat. Hal ini juga akan terimplikasi dalam kehidupan masyarakat lokal area Suramadu. Ketika pemberdayaan masyarakat lokal dapat terjadi dan merata maka dirasa mampu untuk memeratakan kesejahteraan masyarakat.

### **Rancangan Model *Social Entrepreneurship* Pada Masyarakat Lokal Area Suramadu**

Rancangan model usaha *Social Entrepreneurship* akan didasarkan pada fokus pengembangan ekonomi lokal. Adapun fokus dari pengembangan ekonomi lokal adalah sebagai berikut: 1) peningkatan kandungan lokal, 2) pelibatan stakeholders secara substansial dalam suatu kemitraan strategis, 3) peningkatan ketahanan dan kemandirian ekonomi, 4) pembangunan berkelanjutan, 5) pemanfaatan hasil pembangunan oleh sebagian besar masyarakat lokal, 6) Pengembangan usaha kecil dan menengah, 7) pertumbuhan ekonomi yang dicapai secara inklusif, 8) penguatan kapasitas dan peningkatan kualitas sumberdaya manusia, 9) pengurangan kesenjangan antar golongan masyarakat, antar sektor dan antar daerah, 10) pengurangan dampak negatif dari kegiatan ekonomi terhadap lingkungan (<http://alhada-fisip11.web.uanair.ac.id/>). Berikut adalah program yang dicanangkan untuk masyarakat lokal area Suramadu.

#### **Program Bhina Warga**

Pada program ini adalah tahapan awal dalam mewujudkan pemberdayaan masyarakat berbasis *Social Entrepreneurship*. Program ini akan melibatkan warga yang memiliki motivasi untuk diberdayakan. Titik fokus dalam program ini adalah mewadahi masyarakat lokal yang memiliki potensi namun belum diaplikasikan. Langkah awal dari bina warga yaitu melakukan sosialisasi kepada warga mengenai manfaat pemberdayaan.

Parapenggerak bina warga dapat dilakukan oleh mahasiswa dan kerjasamadengan pemerintah serta stakeholder dalam masyarakat tersebut.

Langkah selanjutnya yaitu mengidentifikasi potensi masyarakat lokal yang dapat dikembangkan seputar pembuatan cinderamata. Setelah teridentifikasi potensi masyarakat lokal maka perlu dibentuk kelompok-kelompok kecil yang dibina oleh pihak yang dirasa kompeten. Program ini selain memberdayakan masyarakat lokal juga dapat dijadikan wadah bagi pengaplikasian pendidikan mahasiswa dan wujud pengabdian masyarakat. Program ini dititikberatkan pada pengembangan potensimasyarakat lokal agar sumber daya mereka tersalurkan dan dapat memberikan dampak bagi perekonomian masyarakat lokal itu sendiri. Program ini juga dapat dijadikan sarana pengaplikasian inovasi masyarakat, mahasiswa, maupun pihak-pihak yang terkait guna memajukan masyarakat Madura khususnya masyarakat lokal area Suramadu. Manfaat secara sosial dari bina warga adalah dapat meningkatkan nilai kekeluargaan dan nilai kerjasama masyarakat.

Selain itu bina warga juga dapat berpedoman pada konsep psikologi lingkungan yang membahas mengenai faktor daya tarik. Seperti yang telah dipaparkan di atas mengenai pendapat Kaplan (dalam Iskandar, 2012) mengemukakan bahwa seseorang memilih lingkungan dipengaruhi oleh empat hal yaitu *coherence*, *legibility*, *complexity*, *mystery*. Dimana konsep *complexity* yang menjadi penekanannya. Ketika dalam bina warga tersebut dapat tergali potensi masyarakat lokal secara optimal maka hal itu akan menambah variasi produk cinderamata khas Madura. Hal ini tentunya akan memberikan dampak ketertarikan konsumen cinderamata di area Suramadu.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian di atas maka dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan masyarakat lokal sangat dibutuhkan guna mewadahi potensimasyarakat lokal. Strategi yang tepat untuk memberdayakan masyarakat dapat difokuskan dengan kebutuhan masyarakat itu sendiri. Dimana pemberdayaan dapat dilakukan dengan beberapa sektor penting diantaranya adalah sektorekonomi dan sosial. Ketika pengembangan ekonomi lokal dilakukan maka secara tidak langsung akan memberikan dampak bagi pemberdayaan masyarakat dan begitu juga sebaliknya. Pengembangan ekonomi lokal yang dapat dilakukan untuk masyarakat Madura khususnya area Suramadu adalah

melalui model *Social Entrepreneurship*. Model usaha ini mampu untuk mengembangkan kedua sektor yaitu sosial dan ekonomi. Dimana model *Social Entrepreneurship* juga memiliki karakteristik yang mampu diaplikasikan dalam perekonomian masyarakat Madura khususnya masyarakat lokal area Suramadu.

Saran yang dapat diberikan oleh peneliti yaitu sebaiknya perlu adanya kerjasama yang kuat guna mengembangkan perekonomian masyarakat dan tanpa meninggalkan nilai-nilai sosial masyarakat. Kerjasama dapat dilakukan dari berbagai pihak seperti pemerintah, pengusaha, masyarakat lokal, dan lainnya. Saran peneliti untuk peneliti selanjutnya yaitu agar peneliti selanjutnya lebih mengulas efektivitasnya *Social Entrepreneurship* bagi pengembangan ekonomi lokal dan dampaknya bagi pemberdayaan masyarakat lokal baik di lokasi penelitian yang sama maupun pada lokasi penelitian yang berbeda. Selain itu diharapkan terdapat peneliti selanjutnya yang memfokuskan penelitiannya pada pengaruh konsep psikologis terhadap *entrepreneurship social*.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Balqies, Soffy. (2012). Wawancara Teori dan Aplikasi dalam Psikodiagnostik. Surabaya: IAIN Sunan Ampel Press
- <http://alhada-fisip11.web.uanair.ac.id/> Diakses pada tanggal 23 Maret 2017 pukul 16:45 WIB.
- <http://www.seputarpengetahuan.com/2016/06/14-pengertian-masyarakat-menurut-para-ahli-lengkap.html> Diakses pada tanggal 18 Maret 2017 pukul 17:50 WIB.
- Iskandar, Zulrizka. (2012). Psikologi Lingkungan (Teori dan Konsep). Bandung: Rafika Aditama
- Karen Braun. Social Entrepreneurship: Perspectives on an Academic Discipline. Theory in Action, Vol. 2, No. 2. Online. Diakses pada tanggal 18 Maret 2017 pukul 17:30 WIB
- Moleong, L.J. (2014). Metodologi penelitian kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Santosa, Setyano.P. (2007). Peran Sosial Entrepreneurship Dalam Pembangunan. Makalah dipresentasikan di acara seminar “Membangun Sinergisitas Bangsa Menuju Indonesia yang Inovatif, Inventif dan Kompetitif”. Universitas Brawijaya.

Sofia, Irma.P. (2015). Konstruksi Model Kewirausahaan Sosial (Social Entrepreneurship) Sebagai Gagasan Inovasi Sosial Bagi Pembangunan Perekonomian.Vol.2. Online. Diakses pada tanggal 18 Maret 2017 pukul 17:20 WIB.

Susanto. 2007. Corporate Social Responsibility. Jakarta : The Jakarta Consulting Group Vasudha Vasakaria. A Study on Social Entrepreneurship and the Characteristics of Social Entrepreneur. The Icfai Journal of Management Research, Vol. VII, No. 4, 2008. Hlm. 35. Online. Diakses pada tanggal 16 Maret 2017 pukul 21: 15 WIB.

Wiyata, A. Latief. (2003). Madura yang Patuh?; Kajian Antropologi Mengenai Budaya madura. Jakarta: CERIC-FISIP UI.