



PEDOMAN DASAR & KONSEP

KEWIRAUSAHAAN

OLEH :

Dr. H. Fachrurazi, S. Ag. MM.

Delia Meldra, S.Pd., M.Si

Budi Harto, S.E., M.M

Veni Reza, M. Soc. Sc.

Ita Nurcholifah, S.El.,MM

Christianingrum, S.Pd.,M.M

Ir. Nazarudin Matondang, M.T., Ph.D.,IPU.

Marwan, S.Kom, MT



**Percetakan
Cendekia Mulia Mandiri**



PEDOMAN DASAR DAN KONSEP KEWIRAUSAHAAN

Oleh :

Dr. H. Fachrurazi, S. Ag. MM.

Delia Meldra, S.Pd., M.Si

Budi Harto, S.E., M.M

Veni Reza, M. Soc. Sc.

Ita Nurcholifah, S.El.,MM

Christianingrum, S.Pd.,M.M

Ir. Nazarudin Matondang, M.T., Ph.D.,IPU.

Marwan, S.Kom, MT



**Percetakan
Yayasan Cendekia Mulia Mandiri**

PEDOMAN DASAR DAN KONSEP KEWIRAUSAHAAN

Penulis:

Dr. H. Fachrurazi, S. Ag. MM.
Delia Meldra, S.Pd., M.Si
Budi Harto, S.E., M.M
Veni Reza, M. Soc. Sc.
Ita Nurcholifah, S.El.,MM
Christianingrum, S.Pd.,M.M
Ir. Nazarudin Matondang, M.T., Ph.D.,IPU.
Marwan, S.Kom, MT

ISBN : 978-623-982876-9

Editor:

Paput Tri Cahyono

Desain Sampul:

Riko Atmajaya

Penerbit:

Yayasan Cendikia Mulia Mandiri

Redaksi:

Perumahan Cipta No.1
Kota Batam, 29444

Distributor Tunggal:

Yayasan Cendikia Mulia Mandiri
Email : Cendikiamuliamandiri@gmail.com

Cetakan Pertama, Desember 2021.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang.

Dilarang Keras Memperbanyak Karya Tulis Ini Dalam Bentuk Dan Dengan Cara Apapun Tanpa Ijin Tertulis Dari Penerb

KATA PENGANTAR

Syukur *alhamdulillah* penulis haturkan kepada Allah Swt. yang senantiasa melimpahkan karunia dan berkah-Nya sehingga penulis mampu merampungkan karya ini tepat pada waktunya, sehingga penulis dapat menghadirkannya dihadapan para pembaca. Kemudian, tak lupa shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad Saw., para sahabat, dan ahli keluarganya yang mulia.

Tidaklah dipungkiri, ilmu manajemen diperlukan oleh hampir semua jenis profesi, baik yang bekerja di pemerintah, swasta, maupun lembag swadaya masyarakat (LSM)

Dalam keperluan inilah, buku Pedoman Dasar dan Konsep Kewirausahaan ini sengaja penulis hadirkan untuk pembaca, Tujuan buku ini adalah sebagai panduan bagi setiap orang yang ingin mempelajari dan memperdalam ilmu pengetahuan tentang Kewirausahaan.

Penulis menyampaikan terimakasih yang tak terhingga bagi semua pihak yang telah berpartisipasi. Terakhir seperti kata pepatah bahwa” Tiada Gading Yang Tak Retak” maka penulisan buku ini juga jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis sangat berterima kasih apabila ada saran dan masukkan yang dapat diberikan guna menyempurnakan buku ini di kemudian hari.

Batam, Desember 2021

Penulis

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	iv
BAB I. PENGENALAN KEWIRAUSAHAAN	1
1.1. Pengenalan Kewirausahaan.....	1
BAB II. PEMAHAMAN KEWIRAUSAHAAN	12
2.1 Pentingnya Minat Berwirausaha	12
2.1.1 Kewirausahaan Sebagai Potensi Pembangunan.....	12
2.1.2 Kebutuhan Akan Wirausaha	16
2.1.3 Makna Wiraswasta Dan Wirausaha.....	18
2.1.4 Prinsip-Prinsip Wirausahawan Dan Orang- Orang Sukses	31
2.2 Kewirausahaan Dan Perguruan Tinggi.....	37
2.2.1 Eksistensi Perguruan Tinggi	37
2.2.2 Akar Historis Perguruan Tinggi Dan Dunia Industri.....	38
2.2.3 Polarisasi Perguruan Tinggi Dalam Ideologi Ekonomi.....	43
2.3 Meretas Jiwa Wirausaha Melalui Pendidikan Tinggi	45
2.3.1 Eksistensi Perguruan Tinggi Dalam Pemberdayaan Ekonomi.....	46
2.3.2 Upaya Penanaman Jiwa Wirausaha Dan Pengembangan	53

2.3.3	Refleksi Pengembangan Kewirausahaan Di Perguruan Tinggi	61
-------	---	----

BAB III. MOTIVASI KEWIRAUSAHAAN67

3.1	Peranan Motivasi Dalam Wirausaha	67
3.2	Menumbuhkan Minat Wirausaha	75
3.3	Menjadi Wirausaha Sukses	78
3.4	Inti Wirausaha	83

BAB VI. MENGUBAH MINDSET.....85

4.1	Peranan Wirausaha Pada Kemajuan Bangsa.....	85
4.2	Perubahan Pola Pikir	87
4.3	Pengertian Wirausaha Dan Kewirausahaan.....	90
4.4	Tipe-Tipe Wirausaha	95
4.5	Karakter Wirausaha.....	98
4.6	Kemampuan Mengenali Peluang	99
4.7	Kemampuan Mengambil Risiko	103
4.8	Kreativitas Dan Inovasi.....	104
4.8.1	Kreativitas	104
4.8.2	Berpikir Kreatif	106
4.8.3	Kemampuan Inovasi.....	107
4.8.4	Jenis-jenis Inovasi.....	109
4.8.5	Menentukan Suatu Inovasi Baru	112
4.8.6	Klasifikasi Produk Baru	114
4.9	Tes Brain Color	118
4.9.1	Petunjuk Mengerjakan Tes Brain Color...	119
4.9.2	Empat Warna Otak.....	121

BAB V. POTENSI KEWIRAUSAHAAN.....	128
5.1 Penentuan Potensi	128
5.2 Metode Analisis Diri Sendiri	131
5.3 <i>Need For Achievement</i> Dalam Manajemen Kewirausahaan	136
DAFTAR PUSTAKA	138

BAB I.

PENGENALAN KEWIRAUSAHAAN

1.1. Pengenalan Kewirausahaan

Kewirausahaan Di Negara kita, kewirausahaan itu sendiri mulai dikenal masyarakat secara umum sejak Suparman Sumahamidjaya mempopulerkan istilah wiraswasta. Sejak saat itu mulailah istilah wiraswasta dimuat di berbagai media masa, seperti surat kabar, majalah, dalam siaran radio, dan televisi, bahkan pada perkembangan selanjutnya berbagai ceramah dan seminar serta kursus-kursus, ceramah dan seminar, serta kursus-kursus diselenggarakan untuk merangsang minat dan perhatian masyarakat terhadap pengembangan kewirausahaan di tanah air. Kewirausahaan sebagai suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan (usaha dan kerja). Definisi tersebut menitik beratkan kepada aspek kreativitas dan inovasi, karena dengan sifat kreativitas dan inovatif seseorang dapat menemukan peluang. Kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru

atau hubunganhubungan baru antar unsur, data, variabel yang sudah ada sebelumnya.

Secara etimologi, kewirausahaan berasal dari kata wira dan usaha. Wira berarti peluang, pahlawan, manusia unggul, teladan, berbudi luhur, gagah berani, dan berwatak agung. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, wirausaha adalah orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk mengadakan produk baru, mengatur permodalan operasinya, serta memasarkannya (Rusdiana, 2014 : 45)

Wirausaha adalah orang yang mendirikan, mengelola, mengembangkan dan melembagakan perusahaan miliknya atau kemampuan yang dimiliki oleh seseorang untuk melihat dan menilai kesempatan-kesempatan bisnis, mengumpulkan sumber daya-sumber daya yang dibutuhkan untuk mengambil tindakan yang tepat dan mengambil keuntungan dalam rangka meraih sukses. Menurut Thomas W. Zimmerer dan Norman M. Scrbrough wirausahawan adalah orang yang menciptakan bisnis baru dengan mengambil risiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang dan menggabungkan sumber daya yang diperlukan untuk mendirikannya.(Fahmi, 2014:2)

Kewirausahaan adalah suatu ilmu yang mengkaji tentang pengembangan dan pembangunan semangat kreatifitas serta berani menanggung risiko terhadap pekerjaan yang dilakukan demi mewujudkan hasil karya tersebut. Keberanian mengambil risiko sudah menjadi milik seorang wirausahawan karena dituntut untuk berani dan siap jika usaha yang dilakukan tersebut belum memiliki nilai perhatian dipasar. Peran dari seorang wirausaha menurut Suryana memiliki dua peran yaitu sebagai penemu dan sebagai perencana. Sebagai penemu wirausaha menemukan dan menciptakan produk baru, teknologi dan cara baru, ide-ide baru dan organisasi usaha baru. Sedangkan sebagai perencana, wirausaha berperan merancang usaha baru, merencanakan strategi perusahaan baru, merencanakan ide-ide dan peluang dalam perusahaan.

Dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan merupakan kemampuan seseorang dalam menghadapi berbagai risiko dengan mengambil inisiatif untuk menciptakan dan melakukan hal-hal baru melalui pemanfaatan kombinasi berbagai sumber daya dengan tujuan untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada seluruh pemangku kepentingan dan memperoleh keuntungan sebagai konsekuensinya. Menurut Gitosardjono ada enam hakikat kewirausahaan yaitu:

- a. Kewirausahaan adalah kemampuan menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda.
- b. Kewirausahaan adalah suatu nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang dijadikan sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, strategi, proses dan hasil bisnis.
- c. Kewirausahaan adalah suatu proses dalam mengerjakan sesuatu kreatif dan inovatif yang bermanfaat dalam memberikan nilai lebih.

Kewirausahaan adalah suatu proses penerapan kreatifitas dan keinovasian dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki, serta mengembangkan kehidupan usaha

- a. Kewirausahaan adalah suatu nilai yang dibutuhkan untuk memulai sebuah usaha dan mengembangkan usaha yang diyakini akan sukses.
- b. Kewirausahaan adalah usaha menciptakan nilai tambah dengan jalan mengkombinasikan semua sumber daya secara kreatif dan inovatif untuk memenangkan persaingan.

Berdasarkan definisi diatas kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai suatu kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan kiat, dasar, sumber daya, proses, dan perjuangan untuk menciptakan nilai tambah barang dan

jasa yang dilakukan dengan keberanian menghadapi risiko.

Nilai-nilai hakiki kewirausahaan menurut suryana yaitu :

a) Percaya diri

Merupakan suatu paduan sikap dan keyakinan seseorang dalam menghadapi tugas atau pekerjaan. Kepercayaan diri merupakan landasan yang kuat untuk meningkatkan karsa dan karya seseorang. Orang yang percaya diri memiliki kemampuan untuk menyelesaikan pekerjaan dengan sistematis, berencana, efektif, dan efisien. Seperti percaya diri dalam menentukan sesuatu, percaya diri dalam menjalankan sesuatu, percaya diri bahwa kita dapat mengatasi berbagai risiko yang dihadapi merupakan faktor yang mendasar yang harus dimiliki oleh wirausaha. Seseorang yang memiliki jiwa wirausaha merasa yakin bahwa apa-apa yang diperbuatnya akan berhasil walaupun akan menghadapi berbagai rintangan. Tidak selalu dihantui rasa takut akan kegagalan sehingga membuat dirinya optimis untuk terus maju.

b) Kepemimpinan.

Sifat kepemimpinan memang ada dalam diri masing-masing individu dan sifat tersebut juga harus melekat pada diri wirausahawan. Wirausahawan adalah seseorang yang akan memimpin jalannya sebuah usaha, wirausahawan harus bisa memimpin pekerjaannya karena kepemimpinan merupakan faktor kunci menjadi wirausahawan sukses.

c) Berorientasi ke masa depan.

Orang yang berorientasi ke masa depan adalah orang yang memiliki perspektif dan pandangan ke masa depan. Meskipun terdapat resiko yang mungkin terjadi, ia tetap tabah untuk mencari peluang dan tantangan demi pembaharuan masa depan. Pandangan yang jauh ke depan membuat wirausahawan tidak cepat puas dengan karsa dan karya yang sudah ada saat ini.

d) Berani mengambil resiko.

Kemauan dan kemampuan untuk menghadapi risiko merupakan salah satu nilai utama dalam kewirausahaan. wirausahawan yang tidak mau menghadapi risiko akan sukar memulai atau berinisiatif. Menurut Angelita S. Bajaro, seorang wirausahawan yang berani menanggung resiko adalah

orang yang selalu ingin jadi pemenang dan memenangkan dengan cara yang baik.

e) Keorisinalitas (kreativitas dan inovasi)

Kreativitas adalah kemampuan untuk berpikir yang baru dan berbeda, sedangkan inovasi adalah kemampuan untuk bertindak yang baru dan berbeda. Menurut Harvard's Theodore Levitt menjelaskan inovasi dan kreativitas lebih mengarah pada konsep berpikir dan bertindak yang baru. Kreativitas adalah kemampuan menciptakan gagasan dan menemukan cara baru dalam melihat permasalahan dan peluang yang ada. Sementara inovasi adalah kemampuan mengaplikasikan solusi yang kreatif terhadap permasalahan dan peluang yang ada untuk lebih memakmurkan kehidupan masyarakat. Jadi, kreativitas adalah kemampuan menciptakan gagasan baru, sedangkan inovasi adalah melakukan sesuatu yang baru.

f) Berorientasi

pada tugas dan hasil. Seseorang yang selalu mengutamakan tugas dan hasil adalah orang yang selalu mengutamakan nilai-nilai motif berprestasi, berorientasi pada keberhasilan, ketekunan dan ketabahan, tekad kerja keras, mempunyai dorongan

kuat, energik, dan berinisiatif. Berinisiatif artinya selalu ingin mencari dan memulai. Dalam kewirausahaan, peluang hanya diperoleh apabila terdapat inisiatif. Perilaku inisiatif ini biasanya diperoleh melalui pelatihan dan pengalaman selama bertahun-tahun, dan pengembangannya diperoleh dengan cara disiplin diri, berpikir kritis, tanggap dan semangat berprestasi.

Dalam Drummon, 2009 dituliskan sebagai berikut:

“deciding on an idea for Business: discovery consists of seeing what everybody else has seen and thinking what nobody else has thought. (Albert von Szent- Györgyi) disebut “Entrepreneurial Genius”. Salah satu kesimpulan yang bisa ditarik dari berbagai pengertian wirausaha adalah bahwa kewirausahaan dipandang sebagai fungsi yang mencakup eksploitasi peluang-peluang yang muncul di pasar atau di dunia kerja. Eksploitasi tersebut sebagian besar berhubungan dengan pengarahannya dan atau kombinasi input yang produktif. Sebelum berwirausaha, kita harus tahu konsep dalam berwirausaha, salah satunya adalah konsep 5D (Dream, Decisiveness, Doers, Determination, dan Dedication) Adapun penjelasan dari konsep 5D adalah sebagai berikut

Konsep 5D :

1. Dream : impian (dream) dan visi yang jelas tentang masa depannya
2. Decisiveness : kemampuan untuk mengambil keputusan secara akurat, penuh perhitungan, tidak lamban dan tidak ragu-ragu dalam mengambil keputusan
3. Doers : mengambil keputusan dengan matang, maka seorang wirausaha akan segera menindaklanjuti dengan tindakan (doers) yang cepat dan terukur
4. Determination : melaksanakan kegiatan dengan penuh perhatian
5. Dedication: mempunyai dedikasi yang tinggi dan bertanggung jawab

Gambar 2 : Konsep Dasar Kewirausahaan



Gambar 3 : Perbedaan Antara Kewirausahaan dan Non Kewirausahaan

ENTREPRENEUSHIP BEDA KEAHLIAN



Kewirausahaan atau entrepreneurship adalah sebagai sebuah topik yang sangat menarik untuk dianalisis dan didiskusikan telah diperkenalkan oleh para ahli ekonomi pada abad ke-18 dan semakin populer pada abad ke-19 dan ke-20. Pada abad sekarang dengan kemajuan teknologi dan berbagai perubahan yang terjadi, dunia terasa seolah menjadi sempit dan kehilangan batas. Seiring dengan kenyataan tersebut perlu kita akui bahwa kemajuan dan perubahan yang kita capai pada saat ini merupakan bukti dari kehadiran sejumlah wirausaha multinasional dari berbagai penjuru dunia. Mereka hadir sebagai agen perubahan, mereka lahir dengan sejumlah ide-ide inovatif untuk perkembangan dunia usaha dan pembangunan ekonomi pada umumnya. Kehadiran mereka memiliki peran yang sangat strategis dalam pembangunan ekonomi

suatu bangsa. Untuk itu, pada Kegiatan Belajar 3, Anda akan kami ajak untuk mengkaji peran strategis kewirausahaan dalam pembangunan ekonomi suatu bangsa. Sementara itu, untuk lebih mengenal sosok seorang wirausaha, pada kegiatan belajar berikutnya, kami akan mengajak Anda untuk mengidentifikasi ciri atau sifat seorang wirausaha.

BAB II.

PEMAHAMAN KEWIRAUSAHAAN

2.1 Pentingnya Minat Berwirausaha

2.1.1 Kewirausahaan Sebagai Potensi Pembangunan

Wirausaha sebagai Potensi Pembangunan
Semakin maju suatu negara dan semakin banyak orang yang terdidik, dunia wirausaha semakin dirasakan pentingHal ini karena pembangunan akan lebih mantap jika ditunjang oleh wirausahawan yang andal

Wirausaha merupakan potensi pembangunan, baik dalam jumlah maupun dalam mutu wirausaha tersebut. Saat ini, kita menghadapi kenyataan bahwa jumlah wirausahawan Indonesia masih sedikit dan mutunya belum sepenuhnya baik, sehingga persoalan pembangunan wirausaha Indonesia merupakan persoalan mendesak bagi suksesnya pembangunanAdapun manfaat wirausaha secara lebih terperinci, antara lain: (1) Menambah daya tampung tenaga kerja, sehingga dapat mengurangi pengangguran; (2) Sebagai generator pembangunan lingkungan, bidang produksi, distribusi, pemeliharaan

lingkungan, kesejahteraan, dan sebagainya; (3) Menjadi contoh bagi anggota masyarakat lain, sebagai pribadi unggul yang patut dicontoh dan diteladani karena seorang wirausaha adalah orang terpuji, jujur, berani, hidup tidak merugikan orang lain; (4) Menghormati hukum dan peraturan yang berlaku, berusaha selalu mem-perjuangkan lingkungan; (5) Memberi bantuan kepada orang lain dan pembangunan sosial, sesuai dengan kemampuannya; (6) Mendidik karyawannya menjadi orang mandiri, disiplin, jujur, tekun dalam menghadapi pekerjaan; (7) Memberi contoh tentang cara bekerja keras, tanpa melupakan perintah-perintah agama, dekat kepada Allah SWT; (8) Hidup secara efisien, tidak berfoya-foya, dan tidak boros; (9) Memelihara keserasian lingkungan, baik dalam pergaulan maupun kebersihan lingkungan

Dari banyaknya manfaat wirausaha di atas, ada dua darma bakti wirausaha terhadap pembangunan bangsa, yaitu: (1) Sebagai pengusaha, memberikan darma baktinya dalam melancarkan proses produksi, distribusi, dan konsumsi. Wirausaha mengatasi kesulitan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat; (2) Sebagai pejuang bangsa dalam bidang

ekonomi, meningkatkan ketahanan nasional, mengurangi ketergantungan pada bangsa asing. Sekalipun banyak darma bakti yang dapat disumbangkan oleh wirausaha terhadap pembangunan bangsa, tidak banyak orang yang berminat menekuni profesi tersebut. Hal ini disebabkan latar belakang pandangan negatif dalam masyarakat terhadap profesi wirausaha.

Banyak faktor psikologis yang membentuk sikap negatif masyarakat sehingga mereka kurang berminat terhadap profesi wirausaha, antara lain sifat agresif, ekspansif, suka bersaing, egois, tidak jujur, kikir, sumber penghasilan tidak stabil, kurang terhormat, pekerjaan rendah, dan sebagainya. Pandangan semacam ini dianut oleh sebagian besar penduduk yang tidak tertarik. Mereka tidak menginginkan anak-anaknya menerjuni bidang ini, dan berusaha mengalihkan perhatian anak-anaknya untuk menjadi pegawai negeri, apalagi jika anaknya sudah lulus perguruan tinggi. Mereka mengatakan, "Untuk apa sekolah tinggi, jika hanya menjadi pedagang". Pandangan ini sudah tertanam kuat di lubuk hati sebagian besar rakyat kita, sejak zaman penjajahan Belanda sampai beberapa dekade masa kemerdekaan.

Landasan filosofis inilah yang menyebabkan rakyat Indonesia tidak termotivasi terjun ke dunia bisnis. Kita tertinggal jauh dari negara tetangga yang seakan-akan memiliki spesialisasi dalam profesi bisnis. Mereka mengembangkan bisnis besar-besaran mulai industri hulu sampai ke industri hilir, meliputi usaha jasa, perbankan, perdagangan besar (grosir), perdagangan eceran besar (swalayan), eceran kecil (retail), eksportir, importir, dan berbagai bentuk usaha lainnya dalam berbagai jenis komoditas.

Rasulullah SAW pernah ditanya oleh para sahabat, “Pekerjaan apakah yang paling baik, ya Rasulullah?” Rasulullah menjawab, “Seseorang bekerja dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang bersih” (HRAI- Bazaar). Jual beli yang bersih merupakan sebagian dari kegiatan profesi bisnis. Selain itu, para ulama telah sepakat mengenai kebaikan pekerjaan dagang (jual beli), sebagai perkara yang telah dipraktikkan sejak zaman Nabi hingga masa kini.

Dalam hadis lain, Rasulullah SAW bersabda, “Pedagang yang jujur dan tepercaya bersama-sama para Nabi, orang shadiqin, dan para syuhada” (HRTirmidzi dan Hakim). Berdagang atau berbisnis harus dilandasi oleh kejujuran. Apabila orang berbisnis

tidak jujur, tunggulah kehancurannya. Apabila jujur, ia mendapat keuntungan dari segala penjurur yang tidak ia duga sebelumnya.

Hal itulah yang mendorong para remaja mulai tertarik dan melirik profesi bisnis yang cukup menjanjikan masa depan cerah. Dengan latar belakang profesi orangtua yang beragam, mereka mulai mengarahkan pandangannya pada bidang bisnis. Hal ini juga didorong oleh kondisi persaingan di antara pencari kerja yang mulai ketat. Lowongan pekerjaan mulai terasa sempit.

Orangtua sudah tidak berpandangan negatif lagi di dunia bisnis. Para lulusan perguruan tinggi tidak lagi “malu” berdagang. Bahkan, para artis banyak terjun ke dunia “bisnis” perdagangan berbagai komoditas

2.1.2 Kebutuhan Akan Wirausaha

PBB menyatakan bahwa suatu negara akan mampu membangun apabila 2% dari jumlah penduduknya bergerak dalam bidang wirausaha. Dengan demikian, jika negara kita berpenduduk 200 juta jiwa, wirausahawannya lebih kurang sebanyak 4 juta. Katakanlah jika kita hitung semua wirausahawan Indonesia mulai dari pedagang kecil sampai perusahaan besar mencapai 3 juta, tentu bagian

terbesaranya adalah kelompok kecil yang belum terjamin mutunya dan belum terjamin kelangsungan hidupnya (kontinuitasnya).

Siapa yang dapat digolongkan wirausahawan? Menurut J.A. Schumpeter, wirausahawan adalah seorang inovator, individu yang mempunyai semangat, kemampuan, dan pikiran untuk menaklukkan cara berpikir yang lamban dan malas. Seorang wirausahawan mempunyai peran untuk mencari kombinasi baru, yang merupakan gabungan dari lima hal, yaitu: (1) Pengenalan barang dan jasa baru; (2) Metode produksi baru; (3) Sumber bahan mentah baru; (4) Pasar-pasar baru; (5) Organisasi industri baru.

Keberhasilan pembangunan yang dicapai oleh negara Jepang ternyata disponsori oleh wirausahawan yang telah berjumlah 2% tingkat sedang, berwirausaha kecil sebanyak 20% dari jumlah penduduknya. Inilah kunci keberhasilan pembangunan negara Jepang (Heidjrachman Ranu Pandojo).

Jika negara kita harus menyediakan 3 juta wirausahawan besar dan sedang, kita masih harus mencetak 30 juta wirausahawan kecil. Ini adalah peluang besar yang menantang generasi muda untuk berkreasi. Mengadu keterampilan membina

wirausahawan dalam rangka turut berpartisipasi membangun negara.

2.1.3 Makna Wiraswasta Dan Wirausaha

a. Wirausaha

Istilah wirausaha sering dipakai tumpang tindih dengan istilah wiraswasta. Di dalam berbagai literatur, pengertian wiraswasta sama dengan wirausaha. Demikian pula, penggunaan istilah wirausaha sama dengan wiraswasta.

Wiraswastawan dihubungkan dengan istilah saudagar. Walaupun sama artinya dalam bahasa Sanskerta, tetapi maknanya berlainan. Wiraswasta terdiri atas tiga kata, yaitu wira, swa, dan sta. Wira adalah manusia unggul, teladan, berbudi luhur, berjiwa besar, berani pahlawan/pendekar kemajuan, dan memiliki keagungan watak; swa artinya sendiri; sta artinya berdiri. Adapun saudagar terdiri atas dua suku kata, yaitu sau berarti seribu, dan dagar artinya akal. Dengan demikian, saudagar berarti seribu akal (Taufik Rashid, 1981).

Daoed Yoesoef (1988) menyatakan bahwa seorang wiraswasta adalah orang yang memenuhi kriteria berikut.

- (1) Memimpin usaha, baik secara teknis maupun ekonomis, dengan berbagai aspek fungsional, seperti:
 - (a) Memiliki dipandang dari sudut permodalan, mungkin secara penuh (owner) atau secara bagian (co-owner);
 - (b) Mengurus dalam kapasitas sebagai penanggung jawab, sebagai manajer;
 - (c) Menerima tantangan ketidakpastian dan mampu menanggung risiko ekonomi yang sulit diukur secara kuantitatif dan kualitatif;
 - (d) Memelopori usaha baru, menerapkan kombinasi baru, menjadi wiraswasta sebagai pioner, tokoh yang dinamis, organisator, koordinator;
 - (e) Penemu (inovator), peniru (imitator) dan yang berhubungan dengan ini, penyalur memindahkan teknologi.
- (2) Memburu keuntungan dan manfaat secara maksimal.

- (3) Membawa usaha ke arah kemajuan, perluasan, perkembangan, melalui jalan kepemimpinan ekonomi, untuk:
- (a) Kenaikan prestise;
 - (b) Kebebasan, kekuasaan, dan kehormatan;
 - (c) Kontinuitas usaha

Yang terakhir merupakan perbuatan yang didorong tidak hanya oleh motif ekonomi, tetapi juga oleh pertimbangan psikologis, sosiologis, bahkan politis. Fungsi dan cara yang dilakukan oleh seorang wiraswasta memberikan tipe kepribadian tertentu. Dipandang dari sudut ini, ada lima tipe pokok wiraswasta.

- (1) Wiraswasta sebagai orang vak, captain of industry, di suatu bidang tertentu, yaitu ia membaktikan prestasi teknik dan mengadakan penemuan ataupun peniruan. Perhatian utamanya adalah aspek teknik dari usaha yang dijalankannya, sedangkan langganan diperoleh tidak secara disengaja, tetapi melalui mutu barang dan/atau mutu prestasinya.

- (2) Wiraswasta sebagai orang bisnis, yang terus-menerus secara tekun menganalisis kebutuhan dan selera masyarakat, menimbulkan kebutuhan baru melalui reklame. Perhatian dan keprihatinan utamanya adalah angka dan grafik penjualan serta barang (produksi) yang mempunyai prospek yang cerah.
- (3) Wiraswasta sebagai orang uang, yang mengumpulkan dan menyalurkan dana, mendirikan berbagai perusahaan yang pada pokoknya bergerak di pasaran uang dan modal.
- (4) Wiraswasta sebagai social engineer, yaitu pengusaha yang berusaha mengikat para pekerjanya melalui berbagai karya sosial (welfareworks), baik atas pertimbangan moral maupun berdasarkan perhitungan zakelijk, yaitu mengelakkan kerugian yang diakibatkan pertukaran personel yang terlalu kerap dan cepat.
- (5) Wiraswasta sebagai manajer, yang memajukan usahanya dengan menggunakan pengetahuan bisnis

modern dan memperhitungkan sepenuhnya asas efisiensi. Di sini, usaha meraih keuntungan tidak lagi sinonim dengan usaha mencapai pendapatan yang sebesar mungkin bagi pengusaha, sebab alam pribadi pengusaha terpisah dari alam usahanya.

Kewiraswastaan terdiri atas tiga bagian pokok yang tidak dapat dipisahkan satu dengan lainnya, yaitu: (1) sikap mental wiraswasta; (2) kewaspadaan mental wiraswasta; (3) keahlian dan keterampilan wiraswasta. Bagian ke-3 telah banyak didapatkan dari pendidikan di sekolah-sekolah yang ada. Akan tetapi, bagian ke-1 dan ke-2 masih memerlukan banyak waktu dan pemikiran untuk mengembangkannya. Khusus untuk masyarakat pedesaan, yang tingkat pendidikan formalnya hanya rata-rata sampai dengan Sekolah Dasar, pendidikan kewiraswastaan harus secara penuh diberikan untuk tiga unsur di atas. Dorongan untuk memajukan wiraswasta adalah seperti sebuah mobil yang tidak mempunyai dinamo. Apabila mobil didorong, akan berjalan. Akan tetapi,

begitu berhenti didorong, mobil pun berhenti. Bukankah yang kita perlukan dinamo? Dinamo yang dimaksudkan adalah daya penggerak diri.

Moh. Said Reksohadiprodjo (1998) menyatakan bahwa istilah wiraswasta berasal dari kata wira atau prawira berarti yang bersifat mulia atau luhur, dan swasta yang digunakan untuk menyatakan pihak, bukan pemerintah, berarti kemampuan untuk berdiri (= sta) atas kekuatan sendiri (= swa), jadi kemampuan untuk berdikari, otonom, berdaulat, atau merdeka lahir batin.

Dengan demikian, seorang wiraswasta adalah seorang usahawan yang di samping mampu berusaha dalam bidang ekonomi dan niaga secara tepat guna (tepat dan berguna, efektif, dan efisien), juga berwatak merdeka lahir batin serta berbudi luhur. Gambaran ideal wiraswasta adalah orang yang dalam keadaan darurat tetap mampu berdiri di atas kemampuan sendiri untuk menolong dirinya keluar dari kesulitan yang dihadapinya, termasuk mengatasi kemiskinan tanpa bantuan

instansi pemerintah atau instansi sosial. Dalam keadaan yang biasa (tidak darurat) pewiraswasta bahkan mampu menjadikan dirinya maju, kaya, berhasil lahir dan batin, karena mereka mempunyai kelebihan sebagai berikut:

- (1) Mengetahui keinginannya dengan merumuskan, merencanakan upaya, dan menentukan program batas waktu untuk mencapainya.
- (2) Berpikir teliti dan berpandangan kreatif dengan imajinasi konstruktif.
- (3) Siap mental untuk menyerap dan menciptakan kesempatan serta siap mental dan kompetensi untuk memenuhi persyaratan kemahiran mengerjakan sesuatu yang positif.
- (4) Membiasakan diri bersikap mental positif maju dan selalu bergairah dalam setiap pekerjaan.
- (5) Mempunyai daya penggerak diri yang selalu menimbulkan inisiatif.
- (6) Mensyukuri dirinya, waktu, dan mensyukuri lingkungannya.

- (7) Bersedia membayar harga kemajuan, yaitu kesediaan berjerih payah.
- (8) Memajukan lingkungan dengan menolong orang lain, agar orang lain dapat menolong dirinya sendiri.
- (9) Membiasakan membangun disiplin diri, bersedia menabung, dan membuat anggaran waktu dan uang.
- (10) Selalu menarik pelajaran dari kekeliruan, kesalahan, dan pengalaman pahit.
- (11) Menguasai salesmanship (kemampuan jual), memiliki kepemimpinan, dan kemampuan memperhitungkan risiko.
- (12) Mereka berwatak maju dan cerdas, serta percaya kepada diri sendiri.
- (13) Mampu memusatkan perhatian terhadap setiap tujuannya.
- (14) Berkepribadian yang menarik, memahami seni berbicara dan seni bergaul.
- (15) Jujur, bertanggung jawab, ulet, tekun, dan terarah.
- (16) Memerhatikan kesehatan diri, tidak suka begadang, jangan menjadi perokok berat, tidak minum alkohol, dan narkotik.

- (17) Menjauhkan diri dari sifat iri, dengki, rakus, dendam, takut disaingi, khawatir, dan ragu-ragu (hambatan yang dibuat sendiri).
- (18) Tunduk dan bersyukur kepada Tuhan Yang Maha Esa untuk mendapatkan ridanya, beriman, dan memerhatikan hukum Allah, peraturan dan hukum yang berlaku sebagai pedoman (Suparman Sumahamijaya)

Seorang wiraswasta adalah seseorang yang memiliki pribadi hebat, produktif, kreatif, melaksanakan kegiatan perencanaan bermula dari ide sendiri, kemudian mengembangkan kegiatannya dengan menggunakan tenaga orang lain dan selalu berpegang pada nilai-nilai disiplin dan kejujuran yang tinggi. Dengan demikian, ciri-ciri seorang wiraswasta adalah: (1) perilakunya terpuji, disiplin, jujur, tekun; (2) berani menanggung risiko dengan penuh perhitungan yang matang; (3) mempunyai daya kreasi, motivasi, dan imajinasi; (4) hidup efisien, tidak boros, tidak pamer kekayaan (demonstration effect); (5) mampu menarik

orang lain, karyawan untuk bekerja sama; (6) mampu menganalisis, melihat peluang.

b. Wirausaha

Berdasarkan uraian di atas dan dalam berbagai tulisan/literatur, tampak adanya penggunaan istilah saling bergantian antara wiraswasta dan wirausaha. Ada yang menyatakan bahwa wiraswasta merupakan pengganti istilah entrepreneur dan untuk istilah entrepreneur digunakan wirausaha, sedangkan untuk istilah entrepreneurship digunakan istilah kewirausahaan. Padahal, istilah wiraswasta bukanlah pengganti istilah entrepreneur, apalagi pengganti istilah pengusaha. Jika diperhatikan perilaku entrepreneur di negara Barat berbeda dengan perilaku wiraswasta di negara kita. Ciri khas entrepreneur Barat bersifat individualistis, kapitalis, dan persaingan tajam dengan berusaha mematikan lawan dan ini berbeda dengan wiraswasta Indonesia yang mengagungkan kebersamaan, menolong orang lain dengan sistem anak asuh atau anak angkat bagi usaha-usaha kecil, dan memajukan lingkungan.

Menurut Soehardi Sigit, kata entrepreneur secara tertulis digunakan pertama kali oleh Savary pada tahun 1723 dalam bukunya, Kamus Dagang.

Menurut Savary, entrepreneur adalah orang yang membeli barang dengan harga pasti, meskipun belum tahu harga guna ekonominya.

Selanjutnya, banyak penulis yang memberi arti berbeda-beda, antara entrepreneur dan entrepreneurship.

Entrepreneur adalah (1) orang yang menanggung risiko; (2) orang yang mengurus perusahaan; (3) orang yang memobilisasi dan mengalokasikan modal; (4) orang yang mencipta barang baru, dan sebagainya. Sebagai contoh, di Amerika istilah entrepreneur digambarkan secara berbedabeda. Misalnya, entrepreneur atau enterprising man adalah orang yang: (1) mengambil risiko; (2) berani menghadapi ketidakpastian; (3) membuat rencana kegiatan sendiri; (4) dengan semangat kebangsaan melakukan kebaktian dalam tugas; (5) menciptakan kegiatan usaha dan kegiatan industri yang sebelumnya tidak ada.

Dalam pandangan hikayat Amerika, entrepreneur digambarkan sebagai tokoh pahlawan yang membuka hutan, menaklukkan gunung, membendung sungai menciptakan dam, membangun masyarakat baru, menanjak dari orang yang tiada sampai menjadi orang berada yang kemudian membentuk bangsa Amerika sebagai bangsa baru.

Dalam kepustakaan bisnis, beberapa sarjana Amerika memberi arti entrepreneurship sebagai kegiatan individual atau kelompok yang membuka usaha baru dengan maksud memperoleh keuntungan (laba), memelihara usaha dan membesarkannya, dalam bidang produksi atau distribusi barang-barang ekonomi atau jasa.

Meskipun orang dapat memberi arti entrepreneur dan entrepreneurship berbeda-beda, pendapat Schumpeter pada tahun 1912 masih banyak diikuti oleh berbagai kalangan, yaitu sebagai berikut.

Bagi Schumpeter, seorang entrepreneur tidak selalu seorang pedagang (businessman) atau seorang manajer: ia (entrepreneur) adalah

orang unik yang berpembawaan pengambil risiko dan yang memperkenalkan produk-produk inovatif dan teknologi baru ke dalam perekonomian. Schumpeter memberikan dengan tegas antara proses invention dengan innovation. Hanya sedikit pengusaha (businessman) yang dapat melihat ke depan dan inovatif yang dapat merasakan potensi invention baru dan memanfaatkannya. Setelah pengenalan innovation yang berhasil dari entrepreneur, pengusaha-pengusaha lain mengikutinya dan produk atau teknologi baru itu tersebar dalam kehidupan ekonomi. Pandangan berwirausaha, saat ini tampaknya lebih maju dan memasuki sektor pemerintahan. Pemerintah mulai menginginkan pengelolaan aset negara secara wirausaha. Para pejabat dengan segala aparatnya harus bertindak sebagai wirausaha, memerhatikan aspek ekonomis, untung/rugi dalam menjalankan, mengelola aset negara. Pemerintah mulai mengurangi subsidi yang semakin lama terasa semakin merongrong keuangan negara. Dengan

demikian, istilah wirausaha berlaku pula di dalam jajaran pemerintahan.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa wirausaha adalah sikap mental yang berani menanggung risiko, berpikiran maju, berani berdiri di atas kaki sendiri. Sikap mental inilah yang membawa seorang pengusaha untuk berkembang secara terus-menerus dalam jangka panjang. Sikap mental ini perlu ditanamkan serta ditumbuhkembangkan dalam diri angkatan muda bangsa Indonesia, agar dapat mengejar ketertinggalan dengan bangsa lain di dunia.

2.1.4 Prinsip-Prinsip Wirausahawan Dan Orang-Orang Sukses

Ada beberapa prinsip wirausahawan dan orang-orang sukses, di antaranya sebagai berikut:

1. *Winners continue working while others have stopped; losers stop working before others.* Orang-orang yang sukses terus bekerja sebelum orang lain berhenti; orang-orang yang gagal berhenti sebelum orang lain.
2. *Winner regard "man" as highest and greatest value; losers as tools to realize their goals.* Orang-

orang yang sukses menempatkan sumber daya manusia sebagai nilai yang tertinggi; orang-orang yang gagal menganggap manusia hanya sebagai alat.

3. *Winners are far-sighted; losers short-sighted.* Orang-orang yang sukses berpandangan luas; orang-orang yang gagal berpandangan sempit.
4. *Winners serve problems; losers are dissolved by problem.* Orang-orang yang sukses memecahkan masalah; orang-orang yang gagal terbawa masalah
5. *Winners anticipate the unexpected; losers never tolerate the unexpected.* Orang-orang yang sukses dapat mengatasi hal yang tidak diharapkan; orang-orang yang gagal tidak mampu menggapai hal yang tidak diharapkan
6. *Winners live their own life; losers live other's life.* Orang-orang yang sukses hidup mandiri; orang-orang yang gagal bergantung kepada orang lain.
7. *Winners: "What can I do for them?"; losers: "What can they do for me?"* Orang-orang yang sukses berkata, "Apa yang dapat saya berikan untuk mereka?"; orang-orang yang gagal berkata, "Apa yang dapat mereka berikan untuk saya?"

8. *Winners are self-confident and never jealous of others; losers have inferiority complex and are always jealous of others.* Orang-orang yang sukses selalu percaya diri dan tidak pernah iri pada orang lain; orang-orang yang gagal merasa rendah diri dan selalu iri pada orang lain.
9. *Winners are self-disciplined; losers self-indulgent.* Orang-orang yang sukses berdisiplin diri; orang-orang yang gagal menurut kehendak hati.
10. *Winners think "green"; losers think "red".* Orang-orang sukses berpikir jernih; orang-orang yang gagal berpikir ragu-ragu.
11. *Winners are positive; losers negative.* Orang-orang yang sukses berpikir positif; orang-orang yang gagal bersikap negatif.
12. *Winners have time to think; losers are lazy to think.* Orang-orang yang sukses giat berpikir; orang-orang yang gagal malas berpikir.
13. *Winners persevere despite defeat; losers entertain defeat.* Orang-orang yang sukses tekun berusaha walaupun gagal; orang-orang yang gagal selalu mengingat kegagalan itu.
14. *Winner make thing happen, losers merely wait for it to happen.* Orang-orang yang sukses

menciptakan kesempatan; orang-orang yang gagal semata-mata menunggu kesempatan datang.

15. *Winners think and act; losers act an think.* Orang-orang yang sukses berpikir dahulu baru bertindak; orang-orang yang gagal bertindak dahulu baru berpikir.
16. *Winners believe in themselves; losers put their trust in fate.* Orang-orang yang sukses penuh percaya diri; orang-orang yang gagal mudah percaya pada nasib.
17. *Winners see light in darkness; losers see only darkness.* Orang-orang yang sukses melihat cahaya dalam kegelapan; orang-orang yang gagal hanya melihat kegelapan.
18. *Winners are never embarrassed to seek others help; losers have second thought seeking help.* Orang-orang yang sukses tidak malu meminta pertolongan orang lain; orang-orang yang gagal malu meminta pertolongan.
19. *Winners are achieves; losers sustainers.* Orang-orang yang sukses selalu berprestasi; orang-orang yang gagal bertopang dagu.

20. *Winners hardly complain; losers always point their fingers at others for their failure.* Orang-orang yang sukses tidak pernah mengeluh; orang-orang yang gagal menganggap orang lain sebagai penyebab.
21. *Winners work smartly hard; losers work blindly hard.* Orang-orang yang sukses cermat dalam bekerja; orang-orang yang gagal ceroboh.
22. *Winners are problems as a challenge; losers as a burden.* Orang-orang yang sukses menghadapi masalah sebagai tantangan; orang-orang yang gagal menghadapi masalah sebagai beban.
23. *Winners transcend environment; losers are being controlled by environment.* Orang-orang yang sukses mengendalikan lingkungannya; orang-orang yang gagal dibatasi oleh lingkungan.
24. *Winners are self-acceptant and never make any comparison with others; losers always compare themselves with others.* Orang-orang yang sukses tahu diri dan tidak selalu sama dengan orang lain; orang-orang yang gagal selalu membandingkan diri dengan orang lain.
25. *Winner have high regard for them-selves; losers look down upon themselves.* Orang-orang yang

sukses tahu diri dan tidak selalu sama dengan orang lain; orang-orang yang gagal selalu membandingkan diri dengan orang lain.

26. *Winners never quit; losers quit too soon and too readily.* Orang-orang yang sukses selalu bertahan; orang-orang yang gagal berhenti terlalu awal.

27. *Winners believe they can change, progress and improve; losers think otherwise.* Orang-orang yang sukses percaya, dia dapat mengubah dan memperbaiki sesuatu; orang-orang yang gagal berpikir sebaliknya.

28. *Winners: "I can"; losers "I can't.* Orang-orang yang sukses berkata, "Saya bisa"; orang-orang yang gagal berkata, "Saya tidak bisa".

29. *Winners consider problems as a stepping stone; losers as a stumbling block.* Orang-orang yang sukses menanggapi setiap tantangan sebagai loncatan kemajuan; orang-orang yang gagal menanggapinya sebagai rintangan.

30. *Winners are non-conformists; losers conformist.* Orang-orang yang sukses berpendirian teguh, orang-orang yang gagal mudah goyah.

2.2 Kewirausahaan Dan Perguruan Tinggi

2.2.1 Eksistensi Perguruan Tinggi

Sebagai pusat pengembangan sains, teknologi, dan kebudayaan, perguruan tinggi (PT) memiliki kedudukan yang prestisius dalam kehidupan masyarakat. Hal itu tentu tidak terlepas dari eksistensi PT yang merupakan subsistem kehidupan global dan sains universal yang berorientasi pada nilai-nilai intelektual dari kebudayaan mondial.

Sejalan dengan realitas tersebut, sampai saat ini perguruan tinggi menjadi tumpuan harapan bagi mahasiswa, orangtua, dan masyarakat untuk meraih masa depan gemilang. Hal itu dapat dipahami karena fungsi perguruan tinggi yang strategis dalam mempersiapkan generasi muda yang akan menguasai masa depan bangsa. Untuk itu, perguruan tinggi melakukan berbagai upaya inkulturasi berupa ilmu, keterampilan, dan tata nilai universal agar generasi muda dapat melakukan aktualisasi diri sebagai garda depan bangsa. Salah satu persoalan yang muncul kemudian adalah ketika ekspansi perguruan tinggi berlebihan, sedangkan perkembangan ekonomi negara berjalan lamban, terlebih pada tiga belas tahun terakhir ini ketika dunia industri/usaha tidak sanggup

menyerap lulusan perguruan tinggi dengan jumlah yang sebanding. Akibatnya, muncullah persoalan pengangguran atau setengah pengangguran di kalangan lulusan perguruan tinggi yang menjadi keprihatinan kita. Sebab, hal itu dapat menjadi ganjalan bagi stabilitas nasional kita, mengingat para lulusan perguruan tinggi tersebut memiliki potensi yang sangat berbeda dengan tenaga tidak terdidik. Di samping itu, berarti penyelenggaraan perguruan tinggi merupakan pemborosan investasi yang cukup mahal jika tidak ditemukan solusi yang integralistik.

Permasalahannya adalah bagaimana kontribusi perguruan tinggi dalam membuka peluang kerja? Bagaimana eksistensi perguruan tinggi dalam menumbuh-kembangkan dunia wirausaha? Itulah beberapa masalah yang akan dikaji dalam pengantar buku ajar kewirausahaan ini

2.2.2 Akar Historis Perguruan Tinggi Dan Dunia Industri

Berdasarkan kacamata sosiologis, persoalan yang muncul berkaitan dengan keengganan para mahasiswa untuk menjadi pengusaha berawal dari ide dasar pendidikan yang mengandaikan seseorang untuk memperoleh status sosial dan penghasilan yang lebih

besar pada sektor ekonomi karena pendidikan tinggi yang diperolehnya. Hal itu tidak terlepas dari eksistensi perguruan tinggi yang merupakan kunci mobilitas vertikal dan jaminan status bagi kelompok sosial di masyarakat. Oleh karena itu, bermunculan perguruan tinggi negeri (PTN) dan perguruan tinggi swasta (PTS) di kota-kota besar dan daerah berdasarkan ciri-ciri kelompok masyarakat kita yang beragam. Jadi, masalahnya yang semula ideologis, yaitu demokratisasi ekonomi, berubah menjadi sosiologis, yaitu pemenuhan keinginan masyarakat. Pada tahapan berikutnya, perguruan tinggi diintervensi oleh kekuasaan yang bersifat ekonomis dan menimbulkan persoalan yang lebih luas, baik ekonomi, sosial, politik maupun budaya.

Secara historis, perguruan tinggi di Indonesia yang dikenal sekarang tidak memiliki akar kultural di Indonesia. Perguruan tinggi meminjam istilah Umar Kayam (1989) merupakan lembaga produk asing (Barat) dengan seperangkat informasi, sains, dan nilai asing pula. Pada mulanya, perguruan tinggi berpusat di biara-biara dan inti ilmunya adalah agama dan filsafat dengan biarawan sebagai pengajar dan calon rohaniwan sebagai mahasiswanya. Lambat laun,

perguruan tinggi terbuka untuk umum dan beralih menjadi *Studium generale* yang berkembang mengikuti dua model. Pola pertama yang berkembang di Italia merupakan perguruan tinggi *Studiosorum*, yaitu intinya mahasiswa berkumpul dan mencari sesuatu yang diperlukan. Adapun pola kedua berkembang di Prancis dengan pola unit perguruan tinggi *Magistorum*, yaitu guru berkumpul memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk belajar. Pola kedua itulah yang kemudian menyebar ke seluruh dunia hingga saat itu.

Sejak awal berdirinya, perguruan tinggi sudah dihadapkan pada dua kutub yang saling bertentangan. *Pertama, anglo system* karena pengaruh kaum industriwan Inggris dan Amerika, dan telah merumuskan kurikulumnya hingga selaras dengan kebutuhan masyarakat, yaitu kebutuhan industri (baca: lapangan kerja). *Kedua, continental system* yang lebih menekankan pada masalah-masalah penelitian dan pemahaman ilmu, tanpa memedulikan perkembangan masyarakat industri (Zahir, 1978). Di Indonesia, sistem pertama itulah yang banyak dianut, meskipun sistem kedua juga digunakan.

Lalu, seberapa jauh perguruan tinggi dapat dimanfaatkan untuk kepentingan masyarakat sesuai dengan kondisi dan materi yang dimilikinya? Adalah realitas bahwa perguruan tinggi melihat dirinya perlu berinteraksi dengan lingkungannya merupakan filsafat yang relatif baru. Sebelumnya perguruan tinggi berpegang pada filsafat ivory tower yang berkuat pada pemikiran abstrak sebagai bagian dari pendidikan tinggi. Dalam filsafatnya yang baru, perguruan tinggi berupaya untuk menjadi motor pembangunan, agent of change dalam upaya meningkatkan harkat kemanusiaannya. Hal itu sesuai dengan perumusan tugas perguruan tinggi yang dikemukakan oleh World Association of Universities, bahwa tanggung jawab perguruan tinggi adalah membentuk kemampuan untuk memecahkan masalah manusiawi dan menolong manusia untuk membentuk kehidupan dunia yang lebih baik.

Dengan lebih operasional, Daniel Bell menyebut fungsi perguruan tinggi, antara lain: (1) memelihara tradisi kebudayaan (Barat); (2) mencari kebenaran penelitian melalui penemuan dan *scholarship*; (3) melatih sebanyak mungkin kaum profesional di bidang-bidang tertentu; (4) menerapkan pengetahuan

untuk kepentingan masyarakat. Demikianlah, perubahan orientasi sekaligus fungsi perguruan tinggi sesungguhnya telah meninggalkan pola berpikir yang intelektualistis dominasi positivisme dari semangat *aufklarung* dan evolusi pendidikan kemudian berbelok menjadi *child oriented* dan *community oriented* (lihat Sumianto dkk, 1989).

Adapun perguruan tinggi di Indonesia merupakan *transplanted institution*, lembaga cangkokan kebudayaan Barat yang dibawa ke Indonesia oleh Belanda dengan maksud mempersiapkan tenaga kerja bagi kepentingan kolonial. Perguruan tinggi yang semula hanya bersifat elitis, kini tidak dapat dipertahankan lagi. Perguruan tinggi kini membuka diri seluas-luasnya bagi generasi muda untuk memperoleh pendidikan di dalamnya karena ide demokratisasi pendidikan yang dianut. Secara eksplisit, fungsi perguruan tinggi di Indonesia dirumuskan dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu pendidikan, penelitian, dan pengabdian pada masyarakat. Adapun orientasinya tertera dalam GBHN dan Undang- Undang No20 tahun 2002 tentang Sistem Pendidikan Nasional (Sisdiknas), yaitu untuk

mendukung pembangunan manusia Indonesia secara komprehensif.

2.2.3 Polarisasi Perguruan Tinggi Dalam Ideologi Ekonomi

Pada era global yang penuh dengan persaingan ketat, perguruan tinggi dituntut untuk memiliki kualitas yang unggul. Jika pada masa lalu, masalah kualitas perguruan tinggi sebagai gejala di negara berkembang, para ahli menyadari bahwa di negara maju pun, kemerosotan kualitas perguruan tinggi tidak dapat dihindari. Penyebabnya begitu kompleks, antara lain resesi ekonomi, relevansi kurikulum perguruan tinggi dengan realitas sosial, keterlibatan perguruan tinggi dengan realitas sosial ekonomi, dunia industri, dominasi birokrasi, gerakan mahasiswa yang tidak murni (dikotori oleh hal-hal di luar idealisme, ditumpangi pihak lain), dan lain-lain.

Adapun masalah yang berkaitan dengan lapangan kerja adalah realitas sosial bahwa perguruan tinggi telah begitu dirasuki oleh pemikiran-pemikiran ekonomi, walaupun secara historis merupakan lembaga pendidikan. Pikiran pokok dari “industri pendidikan” bahwa perguruan tinggi merupakan dasar pertumbuhan ekonomi karena lembaga itulah yang

menghasilkan pengetahuan know-how untuk kemajuan industri dan tenaga kerja yang siap pakai guna menjalankan roda ekonomi (Vaizey, 1974). Begitu besar pengaruh pandangan itu sehingga negara-negara berkembang begitu percaya pada kemampuan pendidikan formal itu dengan asumsi “semakin banyak pendidikan, semakin cepat akselerasi pembangunan berlangsung.”

Berdasarkan asumsi itu, tidak mengherankan jika banyak kajian tentang perguruan tinggi berkuat pada dua proses ekonomi yang fundamental, yaitu: (1) interaksi antara permintaan yang bermotivasi ekonomi dan penawaran yang berelasi politis dalam menentukan berapa banyak sekolah akan didirikan; (2) pentingnya perbedaan antara manfaat sosial dan pribadi serta biaya dari berbagai tingkat pendidikan (Todaro, 1987).

Dengan perspektif demikian, dapat dilihat betapa tuntutan kualitas perguruan tinggi selalu dihubungkan dengan tuntutan pasaran kerja, yang merefleksikan betapa perguruan tinggi dikuasai oleh mainstream ekonomi untuk berperan sebagai “pabrik tenaga kerja” yang akan dilempar ke pasar kerja. Demikianlah perspektif ekonomi mendominasi dunia

perguruan tinggi, yang berasumsi bahwa pendidikan merupakan salah satu kunci dari pembangunan ekonomi. Hal tersebut memunculkan kritik dari para pakar, yang antara lain menyatakan bahwa pendidikan formal telah berubah dari esensi hakikatnya semula. Perguruan tinggi telah berubah menjadi the alienation machine menghasilkan lost people yang tercerabut dari akar kulturalnya. Pendidikan hanya menghasilkan kaum elite yang disoriented yang menghasilkan kemiskinan di kalangan mayoritas (Harrison, 1979).

Dalam upaya mengantisipasi realitas itu, tidak mengherankan jika muncul pemikiran yang menentang industrialisasi yang kemudian berubah menjadi gerakan ideologikal yang menentang pendidikan formal karena dianggap sebagai satu bagian dari sistem intelektual dan struktur masyarakat yang mengekang dan memperbudak manusia. Timbullah gagasan-gagasan Ivan Illich dengan *de schooling sociaty* dan Paulo Freire (1987) dengan *paedagogy of the oppresed* yang sangat populer

2.3 Meretas Jiwa Wirausaha Melalui Pendidikan Tinggi

Para pakar ekonomi dan intelektual pada umumnya mengakui bahwa perguruan tinggi sangat potensial dan

memiliki kompetensi besar dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat. Peran perguruan tinggi dalam pembangunan tidak hanya mendidik generasi muda terpelajar dalam menyiapkan dirinya menjadi manusia pembangunan dan mengkaji serta mengembangkan ilmu pengetahuan dan seni (ipteks) yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Perguruan tinggi juga harus menjamin bahwa ipteks sampai kepada masyarakat dan dapat dimanfaatkan sebagaimana mestinya.

Ipteks hanya memiliki makna jika dapat diterima dan dimanfaatkan secara luas oleh masyarakat yang memerlukan untuk meningkatkan kesejahteraannya. Oleh karena itu, perguruan tinggi harus dapat meyakinkan dirinya melalui berbagai kegiatan Tri Dharmanya bahwa ipteks yang dikembangkannya relevan, dapat diterima, dan dimanfaatkan oleh masyarakat dalam pembangunan termasuk dunia industri.

2.3.1 Eksistensi Perguruan Tinggi Dalam Pemberdayaan Ekonomi

Eksistensi perguruan tinggi dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat dan pengembangan jiwa kewirausahaan mahasiswa dapat terjadi jika perguruan tinggi memiliki komitmen dan kemampuan serta diberi peluang untuk berpartisipasi

dalam kegiatan perekonomian. Peluang itu tercermin dalam seberapa jauh peran Tridharma Perguruan Tinggi dalam pemberdayaan ekonomi melalui ipteks yang dimiliki dan dikembangkannya. Peluang itu dapat dilaksanakan melalui kegiatan intra dan ekstrakurikuler.

Dalam konteks pemberdayaan ekonomi, perguruan tinggi diharapkan dapat memainkan peran sebagai produsen tenaga kerja berkualitas, mengingat lulusan perguruan tinggi (sarjana) sangat potensial untuk duduk pada hierarki kepemimpinan dan manajemen pada masing-masing sektor. Sekalipun demikian, karena struktur perekonomian Indonesia yang khas, ada beberapa kecenderungan yang menarik dari pola kesempatan kerja yang diperolehnya. Beberapa kecenderungan itu, menurut Sumianto dkk, (1989); adalah sebagai berikut:

- a. Berdasarkan data yang ada, pada umumnya kualitas tenaga kerja Indonesia rendah, baik ditinjau dari segi pendidikan maupun keahlian dan keterampilannya. Berdasarkan data sensus penduduk diketahui bahwa mayoritas tenaga kerja di Indonesia berpendidikan menengah ke bawah.

- b. Fakta di lapangan menunjukkan tingginya tingkat kesenjangan antara dunia pendidikan dengan dunia kerja walaupun sekolah-sekolah kejuruan telah didirikan, termasuk akademi dan politeknik. Fakta itulah yang mendorong Direktorat Jenderal Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah melalui Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) menggalakkan pembukaan/ pendirian SMK di seluruh wilayah Indonesia dengan semboyannya yang populer: “SMK Bisa!”
- c. Sementara itu, usaha pemerintah memperluas kesempatan belajar dan kesempatan kerja yang serius, justru menimbulkan persoalan lain, yaitu “merangsang harapan” untuk bekerja di sektor modern dan formal yang berdaya serap kecil. Struktur perekonomian kita ternyata masih lebih banyak membutuhkan unskilled labor daripada *skilled labor*.
- d. Saat ini, dibutuhkan sejumlah besar tenaga kerja terdidik, khususnya jurusan eksakta dan terapan pada satu pihak, tetapi pada pihak lain, banyak lulusan perguruan tinggi, khususnya jurusan non-eksakta tidak mendapatkan kesempatan kerja. Semua itu menggambarkan struktur pendidikan

kita kurang berorientasi pada lapangan kerjaitulah sebabnya, beberapa jurusan jenuh terpaksa ditutup (*passing out*).

- e. Khususnya di Indonesia, dunia pendidikan dihadapkan pada persoalan dilematis antara mengedepankan kualitas dengan kuantitas lulusan pendidikan. Pada satu sisi dibutuhkan banyak tenaga terdidik untuk memenuhi tuntutan pembangunan, dan pada sisi lain dibutuhkan tenaga-tenaga berkualitas guna mengantisipasi perkembangan era global yang sangat kompetitif.
- f. Fakta menunjukkan bahwa jiwa wiraswasta (*enterpreunership*) di kalangan lulusan perguruan tinggi kurang dimiliki karena pada umumnya mahasiswa mengharapkan berlangsungnya budaya tradisi, yaitu bekerja di sektor formal sebagai tenaga white collar, karyawan berdasi yang dipandang lebih bergengsi atau prestisius.

Sejalan dengan hal itu, pengetahuan dan minat kewirausahaan di kalangan mahasiswa masih terbatasHal itu karena minimnya pengetahuan tentang “kewirausahaan” yang diberikan oleh perguruan tinggi di bangku kuliah, di samping kurangnya kegiatan kewirausahaan di kampus

(meskipun di beberapa kampus terdapat kegiatan ekstrakurikuler berupa Koperasi Mahasiswa “KOPMA”)

Kondisi ini tidak terlepas dari kebijakan pemerintah Republik Indonesia, terutama Kemendiknas yang selama ini kurang menggalakkan minat dan budaya wirausaha di kalangan mahasiswa. Pada satu/dua dekade terakhir, pemerintah melalui Ditjen Pendidikan Tinggi, Kemendiknas menggalakkan budaya wirausaha melalui program-programnya, antara lain Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) dengan memberikan subsidi dana berupa hibah dana untuk modal usaha guna melatih dan mengembangkan jiwa kewirausahaan kepada para mahasiswa. Bahkan, beberapa perguruan tinggi telah memasukkan kewirausahaan dalam kurikulumnya yang dijabarkan dalam mata kuliah.

Terlepas dari persoalan di atas, jika dicermati lebih jauh, ada hambatan kultural yang cukup mendasar. Meskipun mahasiswa mengetahui bahwa mencari pekerjaan atau menjadi “pegawai negeri” atau “pegawai swasta” itu sulit, mayoritas tetap mengharapkan bekerja di sektor modern dan formalHal itu didasarkan pada alasan utama “status

sosial” atau prestise (dan jaminan hari tua), sementara alasan finansial dinomorduakan. Bahkan, untuk menembus kesulitan memperoleh pekerjaan formal itu, mereka tidak segan-segan menggunakan jalur “neraka”, yaitu kolusi, nepotisme, dan “jalan belakang”.

Parahnya, kondisi itu sudah membudaya (mendarah daging) di kalangan masyarakat kita. Terlebih, praktik KKN sudah mengakar karena dicontohkan oleh pimpinan pemerintahan hingga level yang paling rendah dalam birokrasi pemerintahan. Bahkan, kini kondisi diperparah lagi oleh kalangan legislatif yang mengaku “wakil rakyat” yang pada saat berkampanye menyuarkan anti-KKN dan memperjuangkan kepentingan rakyat atau pejuang sosial.

Di luar faktor di atas, faktor yang juga cukup dominan adalah adanya hambatan sosio-kultural bahwa sejak awal ketika mereka akan menempuh studi/kuliah di perguruan tinggi, mereka memiliki obsesi untuk menjadi “pegawai”, terutama “pegawai negeri” Hal itu wajar mengingat menjadi wiraswastawan/pengusaha dalam pandangan masyarakat Indonesia yang belum maju, terlebih

masyarakat Jawa tradisional yang masih memegang sisa-sisa feodalisme, belum dapat diakui/dianggap oleh masyarakat menjadi “orang” (baca: dadi wong; kaum priayi; kelompok elite). Terlebih bagi masyarakat pedesaan (yang masih kental pandangan feodalnya), menjadi “pegawai” meskipun bergaji kecil merupakan berkah dan kehormatan luar biasa.

Berdasarkan realitas itu, sudah selayaknya jika dalam upaya mengantisipasi dinamika global yang kompetitif dan perubahan sosial ekonomi yang sedang berlangsung di Indonesia, perguruan tinggi perlu menggalakkan kegiatan-kegiatan yang berdimensi kewirausahaan, baik kegiatan intrakurikuler (akademis/perkuliahan) maupun kegiatan ekstrakurikuler (kemahasiswaan).

Kegiatan kewirausahaan dapat menjadi wahana bagi para mahasiswa untuk berlatih berwirausaha dan mengembangkan jiwa wirausaha. Setelah menyelesaikan studinya, mereka dapat “menciptakan lapangan pekerjaan” dan menjadi wirausaha yang sukses, bukan sekadar “mencari pekerjaan”. Selain itu, mahasiswa dapat melatih dan memupuk jalinan koordinasi dengan instansi serta dan menciptakan jaringan bisnis dengan berbagai pihak, sekaligus

membangun jaringan kemitraan secara sinergis dalam dunia usaha yang menguntungkan.

Apabila hal-hal tersebut dilaksanakan, perguruan tinggi dapat menjadi pusat pertumbuhan ekonomi yang baru. Selain itu, perguruan tinggi beserta seluruh civitas akademiknya menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari masyarakat sekitarnya yang tumbuh secara dinamis dan secara bersama-sama mengangkat masyarakat ke taraf kehidupan yang lebih makmur dan sejahtera, upaya penanaman jiwa wirausaha, dan pengembangan potensi kewirausahaan.

2.3.2 Upaya Penanaman Jiwa Wirausaha Dan Pengembangan

Potensi Kewirausahaan Ada beberapa upaya yang dapat dilakukan oleh perguruan tinggi bersama pemerintah dalam upaya penanaman jiwa wirausaha dan pengembangan potensi kewirausahaan, yaitu sebagai berikut.

a. Mewujudkan Peran Perguruan Tinggi dalam Pemberdayaan Ekonomi

Untuk mewujudkan peran perguruan tinggi dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui Tri Dharmanya, beberapa

perguruan tinggi memprogramkan kegiatan kewirausahaan, baik melalui program intrakurikuler (akademis) maupun kegiatan ekstrakurikuler, antara lain Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) yang disponsori oleh Ditjen Dikti Kemendiknas.

1) Kegiatan intrakurikuler

Pengembangan kewirausahaan melalui kegiatan intrakurikuler, misalnya adanya materi Manajemen Kewirausahaan sebagai mata kuliah pilihan atau mata kuliah muatan lokal (mulok). Bahkan, Manajemen Kewirausahaan dijadikan mata kuliah wajib di beberapa perguruan tinggi tertentu, di samping mata kuliah Bahasa Inggris, dan Komputer atau Teknologi Informasi dalam rangka menyongsong dunia global yang kompetitif. Untuk menunjang program kewirausahaan itu, di beberapa perguruan tinggi telah dibentuk Klinik Konsultasi Bisnis (KKB).

Adanya mata kuliah Manajemen Kewirausahaan yang diterapkan di perguruan tinggi, tidak terlepas kaitannya

dengan implemtasi pengembangan Kurikulum Berbasis Kompetensi KBK berdasarkan Kep. Mendiknas Nomor232/U/2000 tanggal 20 Desember 2000 tentang Pedoman Penyusunan Kurikulum Pendidikan Tinggi dan Penilaian Belajar Mahasiswa menentukan, antara lain:

- (a) Kurikulum Inti Program Sarjana dan Program Diploma, terdiri atas berikuta) Kelompok Mata Kuliah Pengembangan Kepribadian (MPK)
- (b) Kelompok Mata Kuliah Keilmuan dan Keterampilan (MKK)
- (c) Kelompok Mata Kuliah Keahlian Berkarya (MKB)
- (d) Kelompok Mata Kuliah Perilaku Berkarya (MPB)
- (e) Kelompok Mata Kuliah Berkehidupan Bermasyarakat (MBB).

Berdasarkan Keputusan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 045/U/ 2002 tentang Kurikulum Inti Pendidikan Tinggi telah ditetapkan bahwa kelompok Mata Kuliah Berkehidupan Bermasyarakat (MBB)

sebagai salah satu kelompok mata kuliah dalam kurikulum inti yang minimal harus dicapai peserta didik dalam penyelesaian suatu program studi yang berlaku secara nasional. Dalam konteks ini, mata kuliah Manajemen Kewirausahaan termasuk kelompok Mata Kuliah Berkehidupan Bermasyarakat (MKB) dalam mengaplikasikan Ilmu dan Teknologi (*aplikasi science technology*).

Penerapan kelompok mata kuliah ini diatur tersendiri oleh keputusan Dirjen Pendidikan Tinggi melalui SK Nomor 47/DIKTI/Kep/2006 tentang Rambu-rambu Pelaksanaan Mata Kuliah Berkehidupan Bermasyarakat di Perguruan Tinggi, dengan landasan pada visi dan misi; visi kelompok MBB di perguruan tinggi merupakan sumber nilai dan pedoman bagi penyelenggara program studi guna mengantarkan mahasiswa memantapkan; kepribadian, kepekaan sosial, kemampuan hidup bermasyarakat, pengetahuan tentang pelestarian, pemanfaatan sumber

daya alam dan lingkungan hidup, dan mempunyai wawasan tentang perkembangan ilmu pengetahuan teknologi dan seni.

Adapun misi kelompok MBB di perguruan tinggi membantu menumbuhkan kembangkan daya kritis, daya kreatif, apresiasi, dan kepekaan mahasiswa terhadap nilai-nilai sosial dan budaya demi memantapkan kepribadiannya sebagai bekal hidup bermasyarakat selaku individu dan makhluk sosial yang:

- (a) Berkeadaban, bermartabat, serta peduli terhadap pelestarian sumber daya alam dan lingkungan hidup;
- (b) memiliki kemampuan untuk menguasai dasar-dasar ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni;
- (c) dapat ikut berperan mencari solusi pemecahan masalah sosial budaya dan lingkungan hidup secara arif dalam konteks nasional serta global.

2) Kegiatan ekstrakurikuler

Adapun kegiatan kewirausahaan melalui kegiatan ekstrakurikuler, antara lain Koperasi Mahasiswa (KOPMA), pelatihan kewirausahaan mahasiswa secara terprogram, tersistem, dan berkesinambungan. Pelatihan tersebut ditindaklanjuti dengan studi lapangan ke berbagai perusahaan mitra dan praktik kerja lapangan

b. Kebijakan Pemerintah tentang Kewirausahaan

Untuk mendukung program pengembangan jiwa kewirausahaan, secara khusus pada Juli 1995 telah dicanangkan Program Pengembangan Jiwa Kewirausahaan oleh Presiden RI di dalam salah satu kerangka program pemerintah untuk mengembangkan SDM Indonesia. Bahkan, secara formal, penggalakan jiwa kewirausahaan diwujudkan dalam sebuah Inpres No4 tahun 1995 tentang Gerakan Nasional Memasyarakatkan dan Membudayakan Kewirausahaan (GN-MMK). Juga, adanya Memorandum Bersama Kantor Menteri Negara Kependudukan/BKKBN dan Departemen Pendidikan dan Kebudayaan

Nomor: 27/HK-104/E6/96, No0314/ U/1996 tentang Peran Serta Mahasiswa Indonesia dalam Program Pembangunan Keluarga Sejahtera dalam rangka Penanggulangan Kemiskinan melalui Program Kegiatan Mahasiswa Perguruan Tinggi di Indonesia.

c. Program-program Kewirausahaan

Sebagai realisasi upaya pertama dan kedua, secara eksplisit upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat oleh perguruan tinggi dan pemberian peluang bagi mahasiswa dalam menanamkan jiwa dan memupuk bakat kewirausahaan itu dilaksanakan dalam bentuk Kuliah Kerja Usaha (KKU). Aplikasi KKU tersebut dilaksanakan bersama-sama melalui bentuk-bentuk Praktik Kerja Lapangan-Usaha (PKL-U), Kuliah Kerja Nyata-Usaha (KKN-U), Karya Alternatif Mahasiswa-Usaha (KAM-U), Pengabdian kepada Masyarakat-Usaha (PkM-U), dan Program Vucer-Usaha (PV-U) serta Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) bidang Kewirausahaan dengan pemberian subsidi dana sebagai modal kerja.

d. Menciptakan Jaringan dengan Kementerian atau Instansi Lain

Untuk mewujudkan program pengembangan kewirausahaan di kalangan mahasiswa, perguruan tinggi perlu menciptakan jaringan dengan bekerja sama dengan berbagai instansi, departemen, dan dunia industri. Hal itu penting agar para mahasiswa yang telah menerima mata kuliah Kewirausahaan (intrakurikuler) ataupun mengikuti pelatihan kewirausahaan dalam organisasi kemahasiswaan (ekstrakurikuler) dapat melakukan studi lapangan, praktik kerja lapangan, dan magang di dunia industri/usaha. Dengan demikian, mahasiswa memiliki pengalaman konkret berwirausaha di samping wawasan kewirausahaan.

Salah satu tujuan khusus program KKU adalah melatih mahasiswa agar mampu mengelola program KWU yang berkesinambungan berdasarkan pemikiran komprehensif, analitis, dan proyektif melalui berbagai bentuk kegiatan mahasiswa yang mendukung usaha ekonomi produktif. Dengan

KKU, mahasiswa diharapkan memiliki jiwa, motivasi, dan kemampuan untuk terjun ke dunia usaha secara lebih profesional, prospektif, dan kompetitif, di samping dapat melakukan pemberdayaan ekonomi masyarakat yang masih sangat memerlukan uluran tangan kalangan perguruan tinggi.

2.3.3 Refleksi Pengembangan Kewirausahaan Di Perguruan Tinggi

Perguruan tinggi memiliki peran besar dalam melahirkan tenaga kerja terdidik dalam bidangnya ataupun lintas bidang dan tenaga yang memiliki wawasan dan jiwa kewirausahaan. Akan tetapi, dalam realitanya, perguruan tinggi justru sering terjebak dalam memproduksi tenaga-tenaga penganggur terdidik karena adanya hambatan sosio-kultural yang hingga kini masih cukup dominan di kalangan masyarakat. Terlepas dari berbagai masalah dengan dunia industri, perguruan tinggi memiliki peran penting dalam pengembangan sumber daya insani. Adapun permasalahan mengenai perguruan tinggi kaitannya dengan pengembangan dunia usaha dan kewirausahaan yang hingga kini belum optimal, itulah tantangan yang harus dihadapi dan dipecahkan.

Akhirnya, perlu disampaikan bahwa uraian di atas baru merupakan kajian selintas sehingga masih memerlukan diskusi panjang dan pengkajian yang lebih mendalam. Termasuk untuk menjawab pertanyaan hipotetis: perguruan tinggi merupakan mesin produksi tenaga kerja terdidik profesional, atau sebaliknya mesin produksi penganggur terdidik? Salah satu hal yang paling penting dalam menjawab pertanyaan ini adalah penerapan mata kuliah Manajemen Kewirausahaan menjadi bagian penting dalam implementasi kebijakan kurikulum KBK pada perguruan tinggi. Dengan penerapan mata kuliah Manajemen Kewirausahaan, diharapkan perguruan tinggi dapat mendukung pembangunan manusia Indonesia secara komprehensif. Pembangunan manusia secara komprehensif, sebagaimana tersirat dalam UU Sisdiknas No. 20 tahun 2003 bahwa "Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan Negara".

Apabila dicermati, definisi pendidikan menurut UU Sisdiknas No20 tahun 2003 cukup komprehensif dan perlu dijadikan dasar bagi kajian tentang pendidikan di Indonesia bahwa pendidikan mencakup unsur-unsur sebagai berikut: (1) usaha sadar dan terencana; (2) perwujudan suasana belajar dan proses pembelajaran; (3) pengembangan potensi peserta didik; (4) mencapai kekuatan spiritual keagamaan; (5) pengendalian diri, kepribadian, akhlak mulia serta keterampilan untuk kepentingan dirinya, masyarakat bangsa dan negara.

Pendidikan merupakan faktor penting dalam kehidupan manusia karena pendidikan mempunyai peranan yang sangat esensial dalam membina martabat manusia, memelihara dan mengembangkan nilai kebudayaannya. Oleh karena itu, selama manusia hidup di dunia, pendidikan menjadi hal yang paling utama di antara kebutuhan hidup manusia lainnya. Hal tersebut berkaitan dengan pendidikan yang berwawasan kewirausahaan adalah pendidikan yang menerapkan prinsip-prinsip dan metodologi ke arah pembentukan kecakapan hidup (*life skill*) pada peserta didiknya melalui kurikulum yang terintegrasi yang dikembangkan di sekolah/ perguruan tinggi.

Mata kuliah Kewirausahaan merupakan perwujudan dari pendidikan yang berwawasan kewirausahaan, yaitu pendidikan yang menerapkan prinsip-prinsip dan metodologi ke arah pembentukan kecakapan hidup (*life skill*) pada peserta didiknya melalui kurikulum yang terintegrasi yang dikembangkan di sekolah/ perguruan tinggi. Dalam pendidikan kewirausahaan, peserta didik dituntut tidak hanya mampu menerapkan ilmu yang diperoleh di bangku sekolah/kuliah, tetapi juga mampu memecahkan berbagai persoalan yang dihadapi dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu sikap wirausaha yang dikembangkan melalui pendidikan adalah kecakapan hidup (*life skill*).

Konsep *life skills* merupakan wacana pengembangan kurikulum yang telah sejak lama menjadi perhatian para pakar kurikulum, seperti Tyler, (1947) dan Hilda Taba (1962) (dalam Satori, 2003:1)

Life skills adalah pengetahuan dan sikap yang diperlukan seseorang untuk bisa hidup bermasyarakat. *Life skills* memiliki makna yang lebih luas dari *employability skills* dan *vocational skills*. Keduanya merupakan bagian dari program *life skills*. Brollin (1989: 46) menjelaskan bahwa "*life skills constitute a*

continuum of knowledge and aptitudes that are necessary for a person to function effectively and to avoid interruption of employment experience". Dengan demikian, *life skills* dapat dijelaskan sebagai kecakapan untuk hidup. Pengertian hidup di sini tidak semata-mata memiliki kemampuan tertentu (*vocational job*), tetapi harus memiliki kemampuan dasar pendukungnya secara fungsional, seperti membaca, menulis, menghitung, merumuskan dan memecahkan masalah, mengelola sumber-sumber daya, bekerja dalam tim atau kelompok, terus belajar di tempat bekerja, mempergunakan teknologi, dan sebagainya (Djarmiko, 2004: 34).

Pengertian lain yang dipandang cukup mewakili adalah *life skills are skills that enable a person to cope with the stresses and challenges of life* (Satori, 2003:2). *Life skills* atau kecakapan hidup dalam pengertian mengacu pada beragam kemampuan yang diperlukan seseorang untuk menempuh kehidupan dengan sukses, bahagia, dan secara bermartabat pada masyarakat.

Life skills merupakan kemampuan yang diperlukan sepanjang hayat, kepemilikan kemampuan berpikir yang kompleks, kemampuan komunikasi

secara efektif, kemampuan membangun kerja sama, melaksanakan peran sebagai warga negara yang bertanggung jawab, memiliki kesiapan serta kecakapan untuk bekerja, serta memiliki karakter dan etika untuk terjun ke dunia kerja. Oleh karena itu, cakupan *life skills* sangat luas, seperti *communication skills, decision making skills, resources and time management skills, and planning skills*. Pengembangan program *life skills* pada umumnya bersumber pada kajian bidang dunia kerja (*the world of work*), keterampilan hidup praktis (*practical living skills*), pengelolaan dan pertumbuhan *SDM* (*personal growth and management*), dan keterampilan sosial (*social skills*).

Pemahaman konsep *life skills* di atas, pada akhirnya akan memotivasi peserta didik untuk mengembangkan potensinya secara mandiri (wirausaha).

BAB III.

MOTIVASI KEWIRAUSAHAAN

3.1 Peranan Motivasi Dalam Wirausaha

Motivasi adalah kemauan untuk berbuat sesuatu, sedangkan motif adalah dorongan, kebutuhan, keinginan, dorongan atau impuls. Motivasi tergantung kepada kekuatan motifnya. Motif dengan kekuatan terbesar akan menentukan perilaku seseorang. Motif yang kuat akan berkurang apabila telah mencapai kepuasan atau mengalami kegagalan (Alma, 2005).

Menurut Setyorini D., (2010) bahwa seorang wirausahawan adalah individu-individu yang berorientasi kepada tindakan, dan memiliki motivasi tinggi, yang beresiko dalam mengejar tujuannya. Untuk dapat mencapai tujuan-tujuannya, maka diperlukan sikap dan perilaku yang mendukung pada diri seorang wirausahawan. Sikap dan Perilaku sangat dipengaruhi oleh sifat dan watak yang dimiliki oleh seseorang. Sifat dan watak yang baik, berorientasi pada kemajuan dan positif merupakan sifat dan watak yang dibutuhkan oleh seorang wirausahawan agar wirausahawan tersebut dapat maju/sukses. Untuk itu

motivasi (sikap dan perilaku) semangat kewirausahaan perlu dipupuk. Akan tetapi upaya menumbuhkan semangat kewirausahaan ternyata tidak mudah. Bagi sebagian orang, motivasi kewirausahaan merupakan 'hadiah (*given*)' dan bagi sebagian orang lain perlu 'perjuangan' untuk menumbuhkan. Oleh karena itu, pengenalan motif kewirausahaan dapat menjadi salah satu titik awal untuk membangkitkan semangat kewirausahaan. Motif tersebut antara lain:

- a. Motif berprestasi (*the need for achievement*): mendorong individu berprestasi dengan patokan prestasi dirinya sendiri atau orang lain. Satu motif untuk berwirausaha yang penting.
- b. Motif berafiliasi (*the need for affiliation*): mendorong individu untuk berinteraksi dengan orang lain yang mengandung kepercayaan, afeksi dan empati.
- c. Motif berkuasa (*the need for power*): mendorong individu untuk menguasai dan memanipulasi orang lain.

Dengan mengenali motif setiap individu dalam berwirausaha, maka alasan berwirausaha menjadi lebih jelas. Pada umumnya individu berwirausaha dengan alasan: 1) merdeka secara finansial, artinya bebas dari standar upah yang distandarisasi, 2) merdeka waktu, artinya bebas

dari pekerjaan rutin yang membosankan dan tanpa tantangan, dan 3) mewujudkan impian, artinya dia dapat dengan bebas mengatur/ melaksanakan konsep atau ide sesuai keinginannya.

Sebagian besar orang percaya bahwa wirausaha wajib memiliki kepercayaan diri yang tinggi. Hal tersebut wajar karena kebanyakan wirausaha memulai sesuatu yang baru dan terkadang “tidak umum” dilakukan oleh orang lain. Untuk mencapai tingkat kepercayaan diri yang tinggi perlu beberapa tahapan persiapan diri, yaitu:

1. Mengenal diri sendiri (*Who Am I : game*)

Tahapan mengenali diri sendiri, mengenali kelemahan dan kekuatan/keunggulan diri sendiri menjadi dasar mengenal diri sendiri. Dilanjutkan dengan proses penerimaan atas kondisi kelemahan dan keunggulan diri dengan proses compromise internal. Apabila seseorang gagal pada tahap compromise internal maka seseorang akan gagal melewati tahapan pengenalan diri sendiri.

2. Memperbaiki Persepsi (*Persepsi : game*)

Pandangan positif terhadap suatu perubahan menjadi dasar yang penting bagi wirausaha. Pandangan positif nantinya akan menjadi sumber motivasi utama selama perjalanan kewirausahaan.

Memperbaiki persepsi tidaklah mudah, diperlukan tahapan penyadaran diri terlebih dulu bahwa pandangan positif lebih berharga.

Gibson, dkk (1993) dalam buku Organisasi Dan Manajemen Perilaku, memberikan definisi persepsi adalah proses kognitif yang dipergunakan oleh individu untuk menafsirkan dan memahami dunia sekitarnya (terhadap obyek). Gibson juga menjelaskan bahwa persepsi merupakan proses pemberian arti terhadap lingkungan oleh individu. Oleh karena itu, setiap individu memberikan arti kepada stimulus secara berbeda meskipun objeknya sama. Cara individu melihat situasi seringkali lebih penting daripada situasi itu sendiri.

Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa pengertian persepsi merupakan suatu proses penginderaan, stimulus yang diterima oleh individu melalui alat indera yang kemudian diinterpretasikan sehingga individu dapat memahami dan mengerti tentang stimulus yang diterimanya tersebut. Proses menginterpretasikan stimulus ini biasanya dipengaruhi pula oleh pengalaman dan proses belajar individu.

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pada dasarnya dibagi menjadi 2 yaitu Faktor Internal dan Faktor Eksternal.

1. Faktor Internal yang mempengaruhi persepsi, yaitu faktor-faktor yang terdapat dalam diri individu, yang mencakup beberapa hal antara lain :

- Fisiologis. Informasi masuk melalui alat indera, selanjutnya informasi yang diperoleh ini akan mempengaruhi dan melengkapi usaha untuk memberikan arti terhadap lingkungan sekitarnya. Kapasitas indera untuk mempersepsi pada tiap orang berbeda-beda sehingga interpretasi terhadap lingkungan juga dapat berbeda.
- Perhatian. Individu memerlukan sejumlah energi yang dikeluarkan untuk memperhatikan suatu bentuk fisik dan fasilitas mental yang ada pada suatu obyek. Energi tiap orang berbeda-beda sehingga perhatian seseorang terhadap obyek juga berbeda dan hal ini akan

mempengaruhi persepsi terhadap suatu obyek.

- Minat. Persepsi terhadap suatu obyek bervariasi tergantung pada seberapa banyak energi atau perceptual vigilance yang digerakkan untuk mempersepsi. Perceptual vigilance merupakan kecenderungan seseorang untuk memperhatikan tipe tertentu dari stimulus atau dapat dikatakan sebagai minat.
- Kebutuhan yang searah. Faktor ini dapat dilihat dari bagaimana kuatnya seseorang individu mencari obyek-obyek atau pesan yang dapat memberikan jawaban sesuai dengan dirinya.
- Pengalaman dan ingatan. Pengalaman dapat dikatakan tergantung pada ingatan dalam arti sejauh mana seseorang dapat mengingat kejadian-kejadian lampau untuk mengetahui suatu rangsang dalam pengertian luas.

- Suasana hati. Keadaan emosi mempengaruhi perilaku seseorang, mood ini menunjukkan bagaimana perasaan seseorang pada waktu yang dapat mempengaruhi bagaimana seseorang dalam menerima, bereaksi dan mengingat.

2. Faktor Eksternal merupakan karakteristik dari lingkungan dan obyekobyek yang terlibat didalamnya. Elemen-elemen tersebut dapat mengubah sudut pandang seseorang terhadap dunia sekitarnya dan mempengaruhi bagaimana seseorang merasakannya atau menerimanya. Faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi adalah :

- Ukuran dan penempatan dari obyek atau stimulus. Faktor ini menyatakan bahwa semakin besarnya hubungan suatu obyek, maka semakin mudah untuk dipahami. Bentuk ini akan mempengaruhi persepsi individu dengan melihat bentuk ukuran suatu obyek pada gilirannya membentuk persepsi.

- Warna dari obyek-obyek. Obyek-obyek yang mempunyai cahaya lebih banyak, akan lebih mudah dipahami (*to be perceived*) dibandingkan dengan yang sedikit.
- Keunikan dan kekontrasan stimulus. Stimulus luar dengan penampilan dan latarbelakang sekeliling yang sama sekali di luar sangkaan individu akan banyak menarik perhatian.
- Intensitas dan kekuatan dari stimulus. Stimulus dari luar akan memberi makna lebih bila lebih sering diperhatikan dibandingkan dengan yang hanya sekali dilihat.
- Motion atau gerakan. Individu akan banyak memberikan perhatian terhadap obyek yang memberikan gerakan dalam jangkauan pandangan dibandingkan obyek yang diam.

3.2 Menumbuhkan Minat Wirausaha

Minat seseorang untuk berwirausaha bisa muncul dari dalam diri (faktor internal) maupun dari luar diri (faktor eksternal).

Faktor internal antara lain:

- a. Merasa tidak puas dengan pekerjaan atau aktivitas yang saat ini digeluti, sehingga ingin punya aktifitas yang lebih mengasyikkan/ menantang.
- b. Senang coba coba
- c. Keinginan kuat untuk mandiri (tidak tergantung pada orang lain)
- d. Keinginan kuat untuk mewujudkan mimpi, ide atau inovasinya
- e. Minat dan komitmen tinggi terhadap wirausaha

Faktor eksternal antara lain:

- a. Kehilangan pekerjaan
- b. Ada sumber daya yang sayang kalau tidak dimanfaatkan, misalnya ada lokasi strategis, mendapat modal, warisan, dll
- c. Mengikuti latihan atau inkubator bisnis, lalu mendapatkan tugas untuk mengembangkan usaha

- d. Ada relasi atau rekanan yang membuka peluang usaha, atau bisa diajak bekerjasama
- e. Dorongan dari keluarga, teman atau kerabat.

Dari kedua faktor tersebut, faktor internal memiliki peranan yang lebih kuat. Bisa saja seseorang awalnya termotivasi untuk berwirausaha karena adanya faktor eksternal, namun dukungan faktor internal tetap diperlukan untuk menjaga konsistensinya dalam merintis usahanya. Beberapa upaya yang dapat dilakukan untuk membangun minat berwirausaha antara lain:

1. Mengenali dampak positif dari wirausaha, antara lain:
 - a. Menambah penghasilan
 - b. Lebih bebas berekspresi
 - c. Menjadi pimpinan, pembuat aturan
 - d. Bisa bekerja dengan waktu dan tempat yang lebih fleksibel
 - e. Dapat mengeksplorasi ide-ide kreatif
 - f. Mengembangkan idealisme (misalnya seorang pecinta lukisan batik, membuka gerai lukisan batik dengan harapan lukisan batik lebih dikenal luas dimana-mana).
2. Menjamkan mission statement, tujuan, perencanaan tertulis Visi dan misi bisa dituliskan

dalam kalimat yang mudah diingat, dan kemudian bisa menjadi motto serta penyemangat disaat lemah. Misalnya “layanan perawatan kecantikan terbaik bagi wanita berjilbab”. Tulisan tersebut dikenal dengan mission statement atau pernyataan misi yang mengingatkan seseorang kepada tujuannya.

3. Memulai usaha dari bidang yang disukai, dibutuhkan atau sesuai dengan concern (kepedulian utama). Misalnya orang yang suka membuat brownies, bisa mulai dengan usaha brownies, sehingga walaupun belum bisa mengeruk untung besar, setidaknya bisa menyalurkan hobi.
4. Membangun dukungan Minat dari dalam diri untuk berwirausaha bisa saja redup atau bahkan padam saat menemui sandungan. Dukungan dari orang-orang terdekat atau yang dipercaya akan sangat bermanfaat untuk menyalakan minat itu kembali, Dukungan bisa berupa dukungan mori dan material.
5. Membekali diri Keterampilan memberikan kontribusi cukup besar bagi seorang wirausaha. Keterampilan tidak saja mampu meningkatkan kinerja seseorang, tapi juga memberikan rasa percaya diri dalam menjalankan usahanya.

6. Bersikap positif terhadap kegagalan Wirausaha yang sukses biasanya memiliki kisah gagal di balik kesuksesannya. Sikap positif terhadap kegagalan sangat diperlukan agar minat untuk wirausaha tidak hilang setelah menemui kegagalan yang pertama. Seorang wirausaha perlu memiliki kebiasaan untuk belajar dari pengalaman yang kurang mengenakan, sehingga bisa memulai lagi usaha dengan persiapan yang lebih matang.
7. Berserah diri pada Allah SWT Terakhir tapi tidak kalah pentingnya, harus tertanam dalam diri seorang wirausaha bahwa rizki adalah kuasa Allah SWT. Manusia harus berikhtiar untuk mendapatkan rizki itu, namun Allah SWT lebih tahu porsi yang pas untuk hamba-Nya. Seorang wirausaha yang berserah diri pada Allah SWT, akan berusaha dengan keras untuk mendapatkan hasil terbaik, tapi juga lebih tenang karena memiliki tempat bergantung yang Maha Kuasa, serta tidak mudah stress apabila menghadapi sandungan karena ia percaya bahwa Tuhan selalu memberikan yang terbaik untuknya.

3.3 Menjadi Wirausaha Sukses

Ahli maupun praktisi di bidang wirausaha banyak memberikan tips bagi para pemula di bidang usaha agar

bisa menjadi wirausaha sukses. Berikut ini beberapa tips yang dapat dipraktekkan oleh para pemula di bidang wirausaha. Winarto dalam Susilo (2005) mengungkapkan kunci sukses wirausaha, antara lain:

1. Reputasi:

Senantiasa menjaga reputasi (nama baik). Ini sangat penting sebab tanpa nama baik seseorang tidak mungkin mendapatkan kepercayaan dari orang lain.

2. Tumbuh dari bawah

Sukses dimulai dari langkah kecil, Sukses tidak mungkin dicapai secara *instant*. Perlu perjuangan untuk bisa meraihnya

3. Konsentrasi Bila seseorang telah memutuskan untuk masuk ke bidang tertentu, ia harus focus dan berkonsentrasi.

4. Anti crowded/kerumunan

Tidak menjadi pengikut, tidak terjun ke dalam tempat atau bidang yang telah banyak dimasuki orang lain (latah).

Kesuksesan seorang wirausaha sangat dipengaruhi oleh karakter yang dimilikinya. Meski begitu, memiliki karakter yang sesuai saja tidaklah cukup untuk membawa seseorang menjadi wirausahawan sukses. Kemauan dan

kerja keras memiliki sumbangan yang tidak kalah besarnya. Kombinasi antara karakter dan kemauan yang kuat akan membantu seorang mengerahkan keterampilannya sehingga menjadi wirausaha sukses. Berikut beberapa tips dari Sutomo (2007) yang merupakan hasil penelitian Timmon, agar seseorang dapat menjadi wirausaha unggul. Apabila disimak, beberapa dari tips tersebut sesuai dengan karakter wirausaha yang telah dibahas sebelumnya:

1. Total komitmen. Determinasi dan kesabaran
Seorang wirausaha, terutama pada fase awal membangun bisnis akan memberikan waktunya sepenuhnya untuk usahanya. Seorang ibu yang berbisnis catering rela bangun sebelum subuh untuk berbelanja dan memasak.
2. Orientasi peluang dan sasaran
Wirausahawan harus jeli melihat peluang dari setiap perubahan. Bagi orang lain itu ancaman, bisa saja baginya itu peluang. Sasaran sangat penting karena akan menjadi motivator bagi sebagian besar pebisnis.
3. Berani berinisiatif dan mengambil tanggungjawab pribadi
Keistimewaan seorang wirausahawan yang tidak dimiliki karyawan adalah kebebasan dalam

mengambil inisiatif untuk menjalankan ide-ide produktif serta berani bertanggung jawab secara pribadi atas segala akibat dan dampak dari inisiatifnya itu.

4. Pemecah masalah yang ulet

Menghadapi masalah yang kompleks adalah pekerjaan sehari-hari pebisnis. Mulai dari aspek pasar, pendanaan, produksi, SDM, ditangani oleh wirausaha seorang diri. Hanya keyakinan terhadap tujuan yang membuat wirausahawan mampu mengurai semua persoalan yang muncul silih berganti dan mencari solusi.

5. Mencari dan memanfaatkan umpan balik

Wirausahawan harus berpijak pada dunia nyata, dan di dunia nyata yang paling penting adalah pelanggan dan karyawan. Ke luar, umpan balik harus terus menerus dicari dan dimanfaatkan dalam pengembangan produk dan perbaikan layanan. Ke dalam, umpan balik karyawan harus difasilitasi dan dimanfaatkan semaksimal mungkin untuk peningkatan kinerja perusahaan.

6. Internal *focus of control*

Yaitu orang yang terkendali secara internal, yang memiliki keyakinan bahwa nasibnya sebagian besar tergantung dari dirinya sendiri. Keyakinan yang kuat terhadap diri inilah yang membuat seorang wirausahawan banyak berorientasi “bertindak mulai dari diri sendiri, dan sekarang juga”. Tindakan-tindakan konkret itulah yang kemudian menentukan nasibnya.

7. Pencari resiko moderat

Wirausaha perlu lebih berani mengambil resiko dibanding orang kebanyakan. Seorang wirausaha perlu menimbang resiko dengan matang. Perilaku otak kanan radikal yang impulsive sangat berbahaya bagi bisnis. Resiko moderatlah yang diambil berdasarkan pertimbangan pasar dan sumberdaya yang dimiliki.

8. Kreatif realistis

Kreativitas bisnis berbeda dengan kreativitas seniman yang sering tak berpijak di bumi. Kreativitas bisnis harus dapat diterima oleh masyarakat luas sebagai nilai-nilai yang memberi manfaat.

3.4 Inti Wirausaha

Inti dari jiwa kewirausahaan adalah jiwa yang mampu menciptakan nilai tambah dari keterbatasan (Suharno, 2008). Inti dari wirausaha sendiri, dikenal dengan konsep CORE, yaitu :

- Curiosity : Seseorang harus memiliki rasa keingintahuan yang besar sebelum menjadi wira usaha yang baik
- Openness : Harus memiliki keterbukaan berpikir tanpa melakukan pretense atau mencurigai sesuatu
- Risk : Keberanian untuk mengambil resiko
- Energy : Memiliki daya juang “warrior” yang memiliki energi yang tinggi untuk mencapai sukses. (Susilo, 2005)

Sutomo (2007) mengulas 4 keutamaan individu pebisnis yang ditulis oleh Robert C. Solomon, yaitu:

1. Kejujuran

Kejujuran dianggap sebagai sifat utama yang harus dimiliki oleh wirausahawan.

2. Kewajaran

Adalah kesediaan memberikan apa yang wajar atau yang bisa diterima kepada semua pihak yang terlibat dalam transaksi.

3. Kepercayaan

Ditempatkan dalam hubungan timbal balik, saling percaya. Wirausaha yang memiliki keutamaan ini bersedia menerima mitranya sebagai pihak yang dapat diandalkan. Kepercayaan dibangun kerana pengalaman dan reputasi.

4. Keuletan Ketahanan terhadap berbagai situasi sulit.

Hal ini yang membuat pebisnis dapat bangkit lagi setelah menderita kegagalan berulang-ulang. Wirausaha yang berhasil umumnya amat tahan terhadap situasi yang bergejolak bahkan seringkali tak terkendali.

Dengan semakin berkembangnya dunia wirausaha, pelaku usaha seyogyanya tetap menjunjung nilai-nilai etika keutamaan yang dapat menjamin kelanggengan usaha dalam jangka panjang. Sebagai seorang wirausaha, nilai-nilai keutamaan tersebut hendaknya tidak dianggap sebagai hambatan melainkan tantangan untuk mencapainya agar usaha dapat berjalan berkelanjutan. Dengan demikian secara batin kesuksesan usaha akan diimbangi dengan kebahagiaan rohani.

BAB VI.

MENGUBAH MINDSET

4.1 Peranan Wirausaha Pada Kemajuan Bangsa

Indonesia adalah bangsa besar yang sedang berusaha menjadi negara maju. Hal ini didukung oleh jumlah penduduk yang besar dan sumber daya alam yang melimpah, serta letak geografis yang strategis. Indonesia merupakan negara terbesar keempat di dunia dengan jumlah penduduk 251 juta jiwa setelah Cina (1,3 Miliar), India (1,2 Miliar), dan Amerika Serikat (316 juta). Strategis karena terletak di antara dua samudera besar, Pasifik dan Hindia, serta diapit oleh dua daratan luas, benua Asia dan Australia. Sebagai negara kepulauan terbesar di dunia (17.508 pulau), kekayaan alam terhampar baik di darat maupun laut. Terdapat 17% jenis sumber daya hayati dunia ada di Indonesia, tersebar dalam hutan tropis dan laut yang terbentang dari Sabang sampai Merauke sepanjang 8.514 km. Indonesia dikenal sebagai penghasil palm oil terbesar, penghasil karet peringkat tiga, nikel peringkat lima, emas dan batu bara peringkat tujuh; dan gas alam peringkat delapan dunia.

Jumlah penduduk yang besar, letak yang strategis dengan dukungan kekayaan alam yang melimpah seharusnya menjadikan Indonesia sebagai negara maju. Tetapi, hal ini menjadi sangat ironis jika mencermati angka kemiskinan dan pengangguran di Indonesia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada bulan Maret 2014 terdapat 28,28 juta penduduk miskin (11,25% dari populasi penduduk) dan jumlah pengangguran mencapai 7,24 juta orang (5,94 % dari angkatan kerja). Dari jumlah tersebut, sekitar 700.000 penganggur terdidik (sarjana dan diploma).

Menurut McClelland (Kasali, dkk., 2010), salah satu faktor yang menyebabkan sebuah negara menjadi maju adalah ketika jumlah wirausaha yang terdapat di negara tersebut minimal 2% dari populasi penduduknya. Saat ini jumlah wirausaha di Indonesia baru mencapai 1,56%, bila dibandingkan dengan Amerika Serikat (11,5%) dan Singapura (7,2%). Dengan jumlah penduduk Indonesia sebesar 250 juta, maka dibutuhkan sekitar lima juta wirausaha. Jika hal ini dibiarkan tanpa upaya menumbuhkannya, maka sangat lambat untuk memenuhi angka 2% wirausaha. Menjadi wirausaha adalah salah satu pilihan untuk memajukan bangsa ini. Oleh karena itu, perubahan pola pikir tentang kewirausahaan perlu

ditumbuhkan melalui pendidikan formal maupun non formal.

4.2 Perubahan Pola Pikir

“Kalau Anda menginginkan perubahan kecil dalam hidup, ubahlah perilaku Anda. Namun, bila Anda menginginkan perubahan yang besar dan mendasar, ubahlah pola pikir Anda”

Stephen Covey

Pola pikir dapat diartikan sebagai keseluruhan keyakinan yang diterima seseorang dan dipakai sebagai pedoman dalam berperilaku. Jadi, pola pikir mempengaruhi seseorang dalam berpendapat dan bersikap. Pola pikir dapat dipengaruhi oleh sifat bawaan dan lingkungan. Sebagai contoh, seorang anak yang dibesarkan dalam lingkup keluarga pegawai negeri sipil (PNS), cenderung berpendapat bahwa menjadi PNS adalah cara paling aman untuk memperoleh penghasilan. Anak yang dibesarkan dalam lingkungan pedagang, cenderung menjadi pedagang pula.

Jika pola pikir dipahami sebagai hasil dari proses pembelajaran, maka pola pikir dapat diubah dan ditata ulang. Pola pikir menjadi pencari kerja dapat diubah menjadi pencipta kerja. Dengan demikian, pandangan tentang “sukses jika sudah dapat menjadi orang gajian”

(seperti PNS, karyawan, dan buruh) diubah menjadi “sukses jika sudah dapat menggaji orang”. Menjadi wirausaha adalah salah satu cara untuk dapat menggaji orang lain.

Pola pikir menjadi pengarah dalam kehidupan termasuk dalam memilih pekerjaan. Menurut Kiyosaki (2011) dalam teori Cashflow Quadrant, terdapat empat kuadran sumber pendapatan yaitu: Employee (E); Self-Employed (S); Business Owner (B); dan Investor (I). Keempat kuadran tersebut ditunjukkan pada Gambar 1.1.



E adalah kuadran para pekerja yang memperoleh pendapatan dari lembaga/orang lain, seperti karyawan (PNS, BUMN dan Swasta), dan buruh. Kuadran ini adalah

zona kepastian, karena pasti akan memperoleh gaji sesuai dengan pekerjaannya.

S adalah kuadran bagi para profesional dengan keahliannya dapat menciptakan kerja untuk dirinya. Contoh, dokter, pengacara, akuntan publik, seniman, wiraswasta pemilik bisnis kecil.

B adalah kuadran bagi para pemilik usaha. Mereka telah mempunyai sistem yang telah berjalan dan mampu mempekerjakan orang lain. Orang ini adalah para wirausaha yang berani untuk berada pada zona ketidakpastian (untung atau rugi), sehingga dituntut untuk terus berinovasi.

I adalah kuadran para penanam modal. Mereka ini tidak perlu lagi bekerja, karena uang merekalah yang bekerja untuk menghasilkan uang. Bukan lagi “orang” melainkan “uang” yang bekerja untuk mereka. Pilihan sumber pendapatan dapat saja dimulai dari kuadran kiri (**E** atau **S**). Ketika seseorang memiliki pola pikir seperti seorang pemilik bisnis, maka mental wirausaha dalam dirinya akan terus bertransformasi ke kuadran kanan yaitu **B** dan jika bisa ke **I**. Kalau pun tidak dapat bertransformasi, maka orang tersebut tetap menjadi pekerja yang memiliki jiwa kewirausahaan dengan etos kerja, disiplin, dan inovatif.

Mereka bekerja dengan penuh tanggung jawab seperti pemilik perusahaan. Oleh karena itu, berbicara tentang wirausaha (entrepreneur) tidaklah selalu berkaitan dengan uang dan bisnis, tetapi juga berbicara tentang jiwa kewirausahaan (entrepreneurship). Seorang wirausaha adalah pribadi yang mencintai perubahan, karena dalam perubahan tersebut peluang selalu ada. Ia akan selalu mengejar peluang tersebut dengan cara menyusun suatu organisasi (Drucker,1996).

4.3 Pengertian Wirausaha Dan Kewirausahaan

Istilah entrepreneur (Bahasa Perancis) yang diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris dengan arti "*between taker atau go between*" atau perantara, dikenal dengan istilah wirausaha di Indonesia.

Wirausaha (entrepreneur) terdiri dari kata Wira dan Usaha. Dalam Kamus Bahasa Indonesia (KBI, 2008), wira berarti utama, gagah, luhur, berani, teladan, pejuang, sedangkan usaha diartikan sebagai kegiatan yang bersifat komersial maupun non komersial. Jadi, wirausaha dapat diartikan sebagai orang yang berjiwa berani mengambil risiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Berjiwa berani mengambil risiko artinya bermental mandiri dan berani memulai usaha, tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti (Kasmir, 2007).

Berdasarkan Kemdiknas (2010), wirausaha adalah seseorang yang memiliki karakter selalu tidak puas dengan apa yang telah dicapai dan terampil memanfaatkan peluang dalam mengembangkan usahanya, dengan tujuan untuk meningkatkan kehidupannya.

Kemudian Inpres No. 4 tahun 1995 memberi istilah "wiraswasta/wirausaha" berarti pejuang yang gagah, kekar, berani, dan pantas jadi teladan dalam bidang usaha. Dengan kata lain, wirausaha adalah orang yang mempunyai sifat kewirausahaan seperti; keberanian mengambil risiko, keutamaan, kreativitas, dan keteladanan dalam menangani usaha atau perusahaan dengan berpijak pada kemauan dan kemampuan sendiri. Pandangan para ahli terhadap wirausaha menurut Alma (2000) adalah:

1. Bagi ahli ekonomi , seorang ent repreneur adalah orang yang mengkombinasikan sumber daya (resources), tenaga kerja, material dan peralatan lainnya untuk meningkatkan nilai yang lebih tinggi dari sebelumnya, dan juga orang yang memperkenalkan perubahan-perubahan, inovasi, dan perbaikan produksi. Dengan kata lain, wirausaha adalah seseorang atau kelompok orang yang mengorganisir faktorfaktor produksi meliputi alam, tenaga, modal, dan skill untuk tujuan produksi.

2. Bagi psikolog, seorang wirausaha adalah orang yang memiliki dorongan kekuatan dari dalam untuk memperoleh sesuatu tujuan, suka mengadakan eksperimen atau untuk menampilkan kebebasan dirinya di luar kekuasaan orang lain.
3. Bagi pebisnis, wirausaha adalah merupakan ancaman, pesaing baru atau juga seorang partner, pemasok, konsumen atau seorang yang bisa diajak bekerja sama.
4. Bagi pemodal, melihat wirausaha adalah seorang yang menciptakan kesejahteraan bagi orang lain, yang menemukan cara-cara baru untuk menggunakan resources, mengurangi pemborosan, dan membuka lapangan kerja yang disenangi oleh masyarakat.

Wirausaha adalah orang yang pandai menangkap peluang dan mau mengerjakan peluang tersebut sebagai suatu kesempatan untuk berkiprah mengimplementasikan gagasannya. Kemampuan ini merupakan ciri, sifat dan karakter wirausaha yang selalu mendobrak dalam menciptakan kesejahteraan bersama, paling tidak untuk dirinya sendiri dan keluarganya. Suatu kenyataan yang tidak dapat dihindari dalam proses berwirausaha adalah keberanian menanggung segala risiko yang mungkin terjadi

akibat kegiatan yang dilakukan. Kondisi-kondisi yang selalu menyertai wirausaha adalah suatu konsep perubahan nilai, perubahan manfaat dan fungsi, serta perubahan sistem, termasuk di dalamnya adalah perubahan pola hidup, sosial budaya, dan politik.

Kewirausahaan berasal dari kata dasar wirausaha diberi awalan ke- dan akhiran -an yang membuat kata benda wirausaha mempunyai pengertian abstrak, yaitu hal-hal yang bersangkutan dengan wirausaha (KBI, 2008). Menurut Kemendiknas (2010), kewirausahaan merupakan sikap mental dan jiwa yang selalu aktif atau kreatif berdaya, bercrepta, berkarya, dan bersahaja, serta berusaha dalam rangka meningkatkan pendapatan dalam kegiatan usahanya. Pengertian lain yang relevan menurut hasil Simposium Nasional Kewirausahaan (1995), kewirausahaan diartikan sebagai kesatuan terpadu dari semangat, nilai-nilai dan prinsip serta sikap, kiat, seni dan tindakan nyata yang sangat perlu, tepat dan unggul dalam menangani dan mengembangkan perusahaan atau kegiatan lain yang mengarah kepada pelayanan terbaik kepada langganan dan pihak-pihak lain yang berkepentingan, termasuk masyarakat, bangsa, dan negara. Pengertian kewirausahaan menurut Drucker (1996) adalah “kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan

berbeda". Menurut Zimmerer dan Scarborough (1996), kewirausahaan adalah penerapan kreativitas dan keinovasian untuk memecahkan permasalahan dan upaya memanfaatkan peluang-peluang yang dihadapi orang setiap hari. Robbin & Coulter (2002) mengartikan kewirausahaan sebagai proses dimana seseorang atau sekelompok individu menggunakan upaya yang terorganisir dan sarana untuk mencari peluang dalam menciptakan nilai serta tumbuh untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan, melalui inovasi dan keunikan, tidak peduli dengan sumber daya apa pun yang dikendalikan. Menurut Kasmir (2006), kewirausahaan adalah suatu kemampuan dalam hal menciptakan kegiatan usaha. Kemampuan menciptakan memerlukan adanya kreativitas dan inovasi yang terus menerus untuk menemukan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada sebelumnya.

Hisrich dan Peters (1995:10) mengemukakan bahwa "Entrepreneurship is the process of creating something different with value by devoting the necessary time and effort, summing the accompanying reward of monetary and personal satisfaction and independence". Artinya, kewirausahaan adalah proses menciptakan sesuatu yang baru dengan menggunakan waktu, kegiatan, modal, risiko,

dan menerima balas jasa dan kepuasan, serta kebebasan pribadi.

4.4 Tipe-Tipe Wirausaha

Wirausaha sosial (*socialpreneur*) adalah seorang yang berusaha dalam aktivitas kewirausahaan dengan memiliki tujuan utama untuk menyelesaikan permasalahan sosial dan lingkungan hidup dengan memberdayakan komunitas melalui kegiatan yang bernilai ekonomi. Kewirausahaan sosial diawali dengan keprihatinan terhadap keadaan sosial yang berujung menjadi sebuah model bisnis baru yang bermanfaat bagi pemberdayaan masyarakat sekitar (Karen, 2009). Hasil yang ingin dicapai bukan keuntungan materi atau kepuasan pelanggan, melainkan bagaimana gagasan yang diajukan dapat memberikan dampak baik bagi masyarakat (Susanto, 2007). Mereka seperti seseorang yang sedang menabung dalam jangka panjang karena usaha mereka memerlukan waktu dan proses yang lama untuk dapat terlihat hasilnya (Martin & Osberg, 2007).

Kewirausahaan sosial merupakan kombinasi dari semangat besar dalam misi sosial dengan disiplin, inovasi dan keteguhan seperti yang lazim ditemukan di dunia bisnis. Kewirausahaan sosial menggunakan sikap mental wirausaha demi tujuan-tujuan sosial. Kewirausahaan sosial menjadi fenomena sangat menarik saat ini karena berbeda

dengan wirausaha tradisional yang hanya fokus terhadap keuntungan materi dan kepuasan pelanggan (Drucker, 1985).

Intrapreneur adalah karakter wirausaha yang dimiliki oleh pekerja/karyawan dalam sebuah perusahaan. Berbeda dengan wirausaha, mereka bukanlah pemilik usaha melainkan pekerja kreatif dan inovatif yang selalu memberikan yang terbaik bagi perusahaan. Mereka bisa sebagai eksekutif atau karyawan biasa, namun karena karakternya yang berbeda, mereka seharusnya dihargai dengan baik oleh perusahaan, serta memperoleh pengakuan dari orang-orang di sekelilingnya. Karyawan tipikal intrapreneur menjadi kebutuhan semua perusahaan di masa krisis, karena krisis selalu membawa ketidakpastian sehingga perusahaan membutuhkan orang-orang yang mandiri, optimis, berpikir kreatif dan tidak mudah pasrah dengan keadaan. Di tangan para intrapreneur, perusahaan dapat mengarungi gelombang ketidakpastian. Melihat karakter yang dimilikinya, seorang intrapreneur jelas bukanlah sekadar karyawan yang bekerja dengan rutinitas. Ia hadir dan memiliki keberanian untuk menantang hal-hal yang biasa, berkarakter unik, didasari dengan niat yang kuat, melakukan temuan baru, memelihara pertumbuhan dan menjaga agar perusahaan tetap baik di mata

pelanggan, dan tentu saja menyiapkan para penerusnya untuk membawa perusahaan mencapai puncak kejayaan.

Princhott (1985) mendefinisikan intrapreneur sebagai seorang yang memfokuskan pada inovasi dan kreativitas serta mentransformasi suatu mimpi atau gagasan/ide menjadi usaha yang menguntungkan untuk dioperasikan dalam lingkup perusahaan (Budiharjo, 2011:152).

Technopreneurship merupakan gabungan dua kata, yaitu 'teknologi' dan 'enterpriseurship'. Teknologi adalah sesuatu yang digunakan untuk menuju pada penerapan praktis sains ke dunia bisnis dan sebagai pencipta alat-alat, untuk mengembangkan kemampuan dan pemanfaatan materi guna memecahkan permasalahan yang ada. Kata "*Enterpriseurship*" berasal dari kata entrepreneur yang menanggung risiko dan ketidakpastian untuk mencapai tujuan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang yang ada (Zimmerer & Scarborough, 2008).

Jika kedua kata di atas digabungkan, kata teknologi mulai mengalami penyempitan arti, karena teknologi dalam '*technopreneurship*' mengacu pada IT, yaitu penggunaan komputer sebagai alat untuk memproses. Sebagai wirausaha, peluang akan dengan mudah dimanfaatkan seorang *entrepreneur* untuk membuat usaha baru dengan potensi profit yang besar. *Entrepreneur* dapat dengan

mudah menganalisis permintaan barang atau jasa yang dibutuhkan masyarakat, bahkan dalam kondisi buruk seperti bencana dan kelangkaan. Jenis usaha yang digeluti entrepreneur dapat merupakan penciptaan usaha baru maupun membeli usaha yang telah lama berdiri.

Ada empat aspek dasar dari *technopreneurship* yaitu :

1. *Technopreneurship* adalah proses penciptaan suatu bisnis dengan menggunakan media teknologi.
2. *Technopreneurship* memerlukan waktu dan daya.
3. Adanya penilaian terhadap risiko. Jenis risiko bermacam-macam tetapi umumnya dalam bentuk keuangan, fisik, dan sosial.
4. Penghargaan bagi entrepreneurship. Penghargaan dapat berupa kebebasan, kepuasan pribadi, maupun uang.

4.5 Karakter Wirausaha

Setiap individu memiliki keunikan dan perbedaan masing-masing, namun para ahli telah menyepakati bahwa terdapat karakteristik khusus yang dimiliki oleh seorang wirausaha yang membedakannya dari individu lain. Memang tidak ada resep khusus untuk membuat seorang individu sukses dalam berwirausaha, namun demikian telah banyak penelitian yang membuktikan bahwa sejumlah

karakteristik khusus dapat berpengaruh terhadap keberhasilan berwirausaha.

Karakteristik khusus yang dimiliki wirausaha sukses adalah berorientasi pada tindakan (action oriented), berorientasi pada hasil (result oriented), percaya diri, antusias dan energik, berkomitmen dan mencintai hal-hal yang dilakukannya (passion), mampu mengerjakan banyak hal sekaligus (multi tasker), mampu menyelesaikan pekerjaan hingga tuntas, bersedia bekerja keras, mampu memotivasi diri untuk mencapai prestasi, optimistik, aktif sebagai anggota tim (team player), terampil berkomunikasi, tidak mudah menyerah, mampu memimpin dan menginspirasi orang lain, selalu belajar untuk meningkatkan kemampuan diri, berani mengambil risiko, mampu mengenali dan memanfaatkan peluang, kreatif, dan inovatif. Dari berbagai karakteristik tersebut, terdapat tiga ciri yang paling sering disebutkan oleh para ahli, yaitu kemampuan mengambil risiko, kemampuan mengenali peluang, serta kreatif dan inovatif.

4.6 Kemampuan Mengenali Peluang

Salah satu ciri yang membedakan seorang wirausaha dengan yang bukan wirausaha adalah memiliki kemampuan untuk mengenali peluang bisnis. Hal ini penting dalam proses wirausaha terutama dalam pengembangan suatu

bisnis. Short, dkk., (2010:55) mendefinisikan 'peluang' (*opportunity*) sebagai *"an idea or dream that discovered or created by an entrepreneurial entity and that is revealed through analysis over time to be potentially lucrative"*. Dari pengertian tersebut, terdapat tiga hal mendasar. Pertama, peluang berasal dari ide atau mimpi. Kedua, peluang ditemukan atau diciptakan. Ketiga, peluang diperoleh melalui analisis dari waktu ke waktu untuk menjadi ide atau mimpi yang berpotensi menguntungkan. Artinya, seorang wirausaha tidak menunggu diberikan peluang, tetapi dirinyalah yang menjadi sumber peluang. Selain itu, suatu ide atau mimpi belum dapat disebut peluang, kecuali telah dianalisis dengan matang untuk menjadi potensi yang menguntungkan. Karenanya, dibutuhkan usaha terusmenerus dari seorang wirausaha untuk memikirkan ide-ide pengembangan bisnis. Suatu peluang bisnis dapat diciptakan lagi walaupun bisnis yang sedang dijalankan telah memberikan keuntungan bagi pemiliknya. Suatu peluang bisnis adalah kesempatan bagi wirausaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang belum terpuaskan.

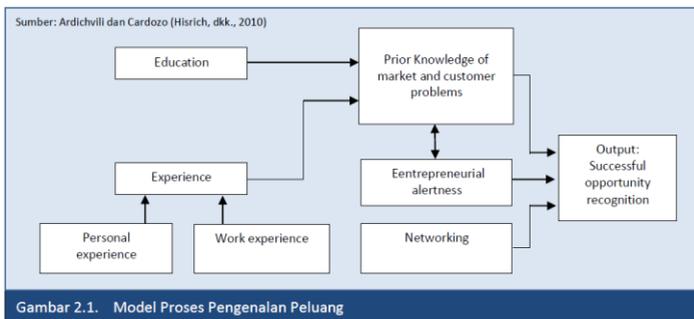
Mengidentifikasi dan mengevaluasi peluang adalah kegiatan yang sulit dilakukan. Peluang bisnis yang baik tidak akan muncul begitu saja, tetapi dihasilkan dari kewaspadaan seorang wirausaha terhadap berbagai

kemungkinan yang ada, atau pada kasus tertentu, merupakan hasil dari suatu mekanisme yang sengaja dibuat untuk mengidentifikasi peluang yang potensial. Contoh, jika seorang wirausaha menanyakan pada kenalannya apakah dari produk yang biasa mereka gunakan masih ada yang belum sesuai dengan harapan mereka, maka wirausaha tersebut sebenarnya sedang mencari tahu kebutuhan dan peluang untuk menciptakan suatu produk yang lebih baik. Contoh lain, seorang wirausaha yang selalu mengamati kebiasaan bermain anak-anak di sekitarnya, merupakan cara yang digunakannya untuk mencari tahu apa saja permainan unik baru yang bisa diproduksinya dan disukai oleh anak-anak.

Berbagai penelitian telah dilakukan untuk mengetahui bagaimana model proses pengenalan peluang dapat terjadi. Salah satu model adalah yang diajukan oleh Ardichvili dan Cardozo (Hisrich, dkk., 2010), yang dapat dilihat pada Gambar 2.1. Dalam model tersebut, pengenalan suatu peluang biasanya dihasilkan dari pengetahuan dan pengalaman pribadi seorang wirausaha dalam menjalankan proses bisnis. Pengetahuan yang telah dimiliki sebelumnya merupakan hasil dari kombinasi antara pendidikan dan pengalaman yang relevan dengan bisnis yang digelutinya. Pengalaman yang relevan dapat diperoleh

dari pekerjaan atau hasil dari berbagai pengalaman pribadi atau berbagai peristiwa yang dialaminya. Untuk berhasil dalam berwirausaha, seorang wirausaha harus mengenali pengetahuan dan pengalamannya, serta harus memiliki keinginan untuk memahami dan menggunakan keduanya dalam menjalankan proses bisnis.

Faktor lain yang juga penting dalam proses mengenali peluang adalah kewaspadaan kewirausahaan



(*entrepreneurial alertness*) dan jejaring kewirausahaan (*entrepreneurial networks*). Terdapat efek interaksi antara kewaspadaan kewirausahaan dengan pengetahuan yang dimiliki seorang wirausaha mengenai pasar dan permasalahan konsumen. Wirausaha yang memiliki kemampuan untuk mengenali peluang bisnis akan memperoleh posisi strategis untuk berhasil menyelesaikan proses perencanaan dan pengembangan dalam mendirikan perusahaan baru (Hisrich, dkk., 2010).

4.7 Kemampuan Mengambil Risiko

Salah satu faktor yang menyebabkan orang takut berwirausaha adalah risiko jika bisnisnya mengalami kegagalan. Kerugian akibat bisnis yang bangkrut dapat menimbulkan efek yang menyulitkan bagi seseorang, baik dari segi materi maupun dari segi moral. Semangatnya dapat hilang, bahkan dapat menimbulkan stres bagi dirinya. Namun, suatu bisnis tidak dapat berkembang jika pemiliknya tidak berani untuk mengambil risiko. Kemampuan mengambil risiko inilah yang membedakan seorang wirausaha dari individu lainnya.

Menurut Leigh (Lejuez, dkk., 2002), perilaku pengambilan risiko adalah perilaku yang mengandung potensi menimbulkan kerugian, namun juga memberikan kesempatan untuk memperoleh keuntungan. Ketika seseorang memutuskan untuk memulai suatu bisnis, maka keputusan tersebut sebenarnya sudah merupakan risiko. Dalam proses pengembangan bisnisnya, semakin banyak risiko yang dihadapi. Langkah demi langkah adalah risiko bagi dirinya yang harus diperhitungkan sebelum mengambil suatu keputusan.

Risiko berwirausaha memiliki sisi negatif dan positif. Dari sisi negatif, risiko muncul karena situasi yang dihadapi dalam berbisnis tidak pasti. Berbagai kemungkinan dapat

terjadi dalam situasi yang tidak dapat ditebak. Contoh, banyak perusahaan yang mengalami kebangkrutan akibat krisis moneter dunia yang terjadi pada tahun 1997-1998. Krisis ekonomi di Indonesia bahkan tercatat sebagai yang terparah di Asia Tenggara pada saat itu. Kondisi global yang fluktuatif merupakan faktor lingkungan yang sulit untuk dikendalikan oleh seorang wirausaha. Dari sisi positif, jika wirausaha dapat memperhitungkan risiko secara tepat, maka keuntungan bisnis justru akan diperoleh. Banyaknya risiko yang ditemui seharusnya membuat seorang wirausaha justru selalu berusaha untuk memperhitungkan strategi bisnis dengan cerdas, agar dapat meminimalisir kerugian dan memaksimalkan keuntungan.

4.8 Kreativitas Dan Inovasi

Semua inovasi dimulai dengan ide-ide kreatif. Kreativitas adalah titik awal untuk sebuah inovasi. Kreativitas diperlukan, tetapi bukan merupakan kondisi yang harus ada untuk melakukan sebuah inovasi. Inovasi adalah implementasi dari inspirasi kreatif.

4.8.1 Kreativitas

Kreativitas ditandai dengan kemampuan untuk membuat dan menciptakan sesuatu menjadi bentuk yang baru, untuk menghasilkan sesuatu melalui keterampilan imajinatif. Kreativitas adalah

kemampuan untuk menghasilkan ide baru dengan menggabungkan, mengubah, atau memodifikasi ide yang telah ada. Sejumlah ide kreatif dapat menakjubkan dan brilian atau sederhana dan praktis, dan ada juga ide yang belum pernah terpikirkan sebelumnya (Okpara, 2007). Setiap orang memiliki kemampuan kreatif, namun ada yang tidak menyadarinya. Berkomitmen untuk membangkitkan kembali semangat adalah yang dibutuhkan dalam berkreativitas.

Kreativitas juga merupakan sikap, kemampuan untuk menerima perubahan dan kebaruan, keberanian untuk bermain dengan ide dan berbagai kemungkinan, dan fleksibilitas dalam cara pandang. Kreativitas juga adalah proses, orang yang kreatif akan bekerja keras dan terus-menerus meningkatkan ide dan solusi, dengan membuat perubahan dan perbaikan secara bertahap terhadap karya-karya mereka. Sebuah produk disebut kreatif ketika produk itu "baru" dan "tepat". Produk yang baru merupakan produk yang orisinal, sedangkan produk yang tepat adalah yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dan tepat waktu.

4.8.2 Berpikir Kreatif

Setiap ide adalah hasil dari pemikiran dan setiap produk adalah manifestasi dari ide seseorang. Para pemikir yang kreatif adalah orang yang melihat suatu masalah sebagai suatu kesempatan untuk meningkatkan dan melakukan sesuatu yang baru atau sesuatu yang lebih baik. Mereka adalah orang yang selalu menanamkan dua pertanyaan penting dalam pikiran mereka, yaitu "Apa yang bisa saya lakukan untuk memperbaiki sesuatu yang telah ada?", atau "Apa yang bisa saya lakukan untuk membuat sesuatu yang lebih baik dari yang telah ada?" (Okpara, 2007).

Tujuan dari pertanyaan pertama adalah untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi, mempercepat proses, meningkatkan kenyamanan, memperoleh keuntungan, dan sebagainya. Sementara tujuan dari pertanyaan kedua adalah untuk menghasilkan berbagai alternatif dalam membuat sesuatu menjadi lebih baik, menghasilkan berbagai perubahan menuju evolusi ide dan proses yang baru, atau perubahan total dari hal-hal yang konvensional (Okpara, 2007). Apapun tujuannya, berpikir adalah alat yang sangat diperlukan dalam kehidupan semua wirausaha sukses. Banyak hal yang dinikmati saat ini

adalah hasil pemikiran kreatif yang tidak terjadi secara kebetulan. Contoh, Bill Gate menciptakan komputer, Graham Bell menciptakan telepon, Michael Faraday memikirkan listrik, Isaac Newton memikirkan hukum fisika dari ilmu pengetahuan, dan Wright Brothers yang menghasilkan pesawat terbang.

Mengajukan pertanyaan yang tepat dan relevan secara terus-menerus merupakan cara untuk memprovokasi kreativitas. Berpikir kreatif akan menghasilkan strategi dalam rangka menanggapi isu-isu dan menemukan hal-hal baru. Strategi adalah cara mengatur sumber daya untuk mencapai tujuan. Dalam strategi terdapat langkah-langkah, pendekatan, waktu dan posisi yang harus dibuat. Wirausaha sukses muncul bukan dengan kekuatan atau kekerasan, tetapi dengan strategi unggul melalui pemikiran kreatif. Ada banyak peluang bisnis yang dapat diciptakan melalui berpikir kreatif untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia terhadap produk barang dan jasa, misalnya kebutuhan untuk memperoleh rumah, pekerjaan dan kehidupan yang lebih baik (Okpara, 2007).

4.8.3 Kemampuan Inovasi

“Innovative genius is 1 percent inspiration and 99 percent perspiration”.

Thomas Edison

Dari pernyataan Thomas Edison tersebut, seorang jenius inovasi hanya membutuhkan satu persen inspirasi, namun untuk berhasil mewujudkan idenya dibutuhkan 99 persen kucuran keringat. Artinya, ide yang cemerlang sekalipun tidak akan berhasil jika tidak didukung dengan usaha yang maksimal. Inovasi membutuhkan usaha terus-menerus untuk mewujudkan ide-ide baru. Inovasi didefinisikan sebagai “menambahkan sesuatu yang baru terhadap suatu produk atau proses yang ada” (Okpara, 2007). Produk atau proses yang telah dibuat sebelumnya mungkin telah berlangsung cukup baik. Ketika dilakukan perubahan agar produk atau prosesnya menjadi lebih baik, maka saat itu terjadi inovasi. Inovasi adalah keberhasilan dalam mengeksploitasi ide-ide baru (Okpara, 2007).

Inovasi adalah kunci untuk melakukan pengembangan pada perusahaan, wilayah, atau bahkan pengembangan suatu negara. Seiring dengan terjadinya perubahan teknologi, maka penjualan berbagai produk lama akan mengalami penurunan, demikian pula terjadi pengurangan atau penutupan industri-industri lama. Oleh karena itu, dibutuhkan

berbagai penemuan baru maupun inovasi untuk memperkuat perkembangan ekonomi masa depan.

4.8.4 Jenis-jenis Inovasi

Inovasi memiliki beberapa tingkatan, tergantung pada keunikan ide-ide yang dihasilkan. Hisrich, dkk., (2010) mengajukan tiga tingkatan inovasi seperti terlihat pada Gambar 2.2, yaitu *breakthrough innovation*, *technological innovation*, dan *ordinary innovation*. Inovasi yang paling jarang dilakukan adalah jenis inovasi breakthrough. Inovasi yang sangat unik ini biasanya digunakan sebagai bentuk awal untuk memperkuat suatu area yang sedang dikembangkan. Karena inovasi jenis ini menjadi platform bagi inovasi selanjutnya, maka inovasi tersebut harus dilindungi melalui hak paten, menjadi rahasia perusahaan, atau hak cipta. Yang termasuk inovasi breakthrough adalah penemuan *penicillin*, mesin uap, komputer, pesawat, kendaraan, internet dan teknologi nano.

Salah satu ilmuwan di bidang teknologi nano yang menemukan solusi atas permasalahan di bidang mesin adalah Chung-Chiun Liu, seorang profesor dan direktur Pusat Pemrosesan Mikro dan Nano di Universitas Case Western Reserve. Profesor Liu adalah seorang ilmuwan kelas dunia yang ahli dalam teknologi sensor

dan menemukan serta membangun sistem sensor untuk kendaraan, biomedis, komersial dan industri terapan. Selain sering mempublikasikan hasil temuannya, Dr. Liu juga memegang 12 hak paten elektrokimia dan teknologi sensor, yang sebagian besarnya telah berlisensi.

Salah satu penemuan Profesor Liu adalah teknologi untuk sistem sensor elektrokimia, yang dapat menganalisis kondisi minyak kendaraan dari dalam mesin. Temuannya yang lain adalah alat nano untuk mengukur kadar gula darah. Temuan terakhirnya adalah alat untuk mendeteksi bom yang tersembunyi, pendeteksi obat-obat terlarang, juga alat pendeteksi rayap di rumah. Jenis inovasi kedua adalah *inovasi technological*, yang lebih sering muncul setelah inovasi breakthrough. Walaupun inovasi ini tidak sama dengan penemuan dan pengembangan ilmiah, namun tetap memiliki arti penting untuk pengembangan suatu produk atau pasar. Inovasi ini juga membutuhkan perlindungan hukum. Contoh inovasi teknologi adalah penemuan PC (*personal computer*), pesan suara dan teks, dan pesawat jet.

Analiza Inc., adalah perusahaan biosains yang telah beroperasi selama 12 tahun dan menemukan,

mengembangkan, serta menjual suatu sistem yang dapat membantu pabrik obat-obatan. Sistem tersebut digunakan untuk mendeteksi secara cepat komposisi kimia yang paling tepat untuk menciptakan obat baru yang sesuai dengan tubuh manusia. Perusahaan ini juga mengeksplorasi lebih jauh inovasi teknologi lainnya, seperti alat tes darah untuk mendiagnosis kanker dan alat tes kehamilan pada sapi.

Jenis inovasi yang terakhir adalah *inovasi ordinary*, yaitu inovasi yang paling umum dijumpai. Jenis inovasi ini umumnya merupakan pengembangan dari suatu inovasi teknologi untuk menghasilkan produk barang atau jasa yang lebih baik atau yang lebih sesuai dengan selera pasar. Inovasi ini biasanya dilakukan setelah melakukan analisis pasar, bukan karena dorongan faktor teknologi. Dengan kata lain, pasar memiliki efek yang kuat terhadap inovasi (*market pull*) daripada pengaruh teknologi (*technology push*). Salah satu inovasi ordinary yang umum saat ini adalah inovasi di bidang pangan dalam menciptakan makanan instan, misalnya mi instan dan bumbu dapur instan. Sebagai contoh, kreasi nasi liwet instan dari beras Garut yang diciptakan oleh Andris Wijaya, dengan nama 'Seribu Satu'. Nasi liwet instan yang

dikemas dalam kemasan plastik berukuran 250 dan 500 gram tersebut memiliki beragam rasa, mulai dari rasa original, pete, jengkol, cumi, teri dan jambal. Sejak mendirikan bisnisnya pada tahun 2011, bisnis nasi liwet instan ini segera merebut pasar nasional bahkan mulai diekspor ke Amerika Serikat, karena sangat praktis dan proses pembuatannya jauh lebih cepat dari nasi liwet yang aslinya.

4.8.5 Menentukan Suatu Inovasi Baru

Salah satu dilema yang sering ditemui oleh seorang wirausaha adalah bagaimana menentukan suatu produk adalah baru atau bagaimana mengidentifikasi kebaruan dari suatu ide. Contoh, gaya busana jeans menjadi sangat populer saat ini, walaupun konsep *blue jeans* bukan lagi hal yang baru. Yang baru adalah penggunaan istilah seperti *sassoon*, *vanderbilt* dan *chic* pada *jeans*. Contoh lain, Sony membuat Walkman menjadi produk baru yang sangat populer pada tahun 1980an, walaupun konsep pemutar kaset telah ada sejak bertahun-tahun yang lalu (Hisrich, dkk., 2010).

Menciptakan jenis lain dari suatu produk dengan melakukan sedikit modifikasi atau perubahan, tidak harus merupakan konsep baru, juga dapat

disebut sebagai sesuatu yang baru. Misalnya, mengganti kemasan lama dengan kemasan baru. Industri minuman yang tadinya hanya menggunakan kemasan botol plastik kemudian memperkenalkan kemasan baru, yakni minuman kaleng, dapat disebut sebagai inovasi. Walaupun sebenarnya isi minumannya tetap sama, yang berubah kemasannya saja, namun sebagian konsumen menganggapnya sebagai produk baru. Contoh lain adalah perusahaan detergen yang mengganti warna kemasan lalu menambahkan kata “baru” pada kemasan dan mempromosikannya sebagai produk baru. Ada juga perusahaan yang menambahkan satu produk jenis baru, misalnya sebuah perusahaan yang telah memproduksi sabun cuci piring dalam bentuk batangan, kemudian menciptakan detergen pencuci piring, dapat mengiklankan detergennya sebagai produk baru. Dalam hal ini, produk tersebut dianggap sebagai produk baru oleh perusahaan, namun bagi konsumen bukanlah sesuatu yang baru. Penambahan produk baru tersebut disebut diversifikasi produk. Diversifikasi produk menjadi hal yang umum saat ini, terutama untuk mencari pasar baru agar dapat meningkatkan keuntungan dan mengefektifkan

penggunaan sumber daya yang dimiliki perusahaan. Perusahaan juga dapat melakukan perubahan pada satu atau lebih dari elemen pemasaran untuk memberikan citra baru pada produk lama (Hisrich, dkk., 2010).

4.8.6 Klasifikasi Produk Baru

Kebaruan dapat dilihat dari sudut pandang konsumen, juga dapat dilihat dari sisi perusahaan. Seorang wirausaha harus jeli menganalisis ketika ingin menciptakan suatu produk, karena tujuan dari penciptaan suatu produk serta persepsi konsumen terhadap tujuan tersebut akan menentukan keberhasilan atau kegagalannya dalam menciptakan produk baru. Berikut adalah klasifikasi produk baru dari sudut pandang konsumen maupun dari sudut pandang perusahaan menurut Hisrich, dkk., (2010):

Dari sudut pandang konsumen. Suatu produk dianggap baru atau tidak oleh konsumen, bisa menjadi interpretasi yang sangat luas. Salah satu usaha untuk menggolongkan tingkat kebaruan suatu produk adalah dengan melihat seberapa banyak terjadinya perubahan perilaku atau pembelajaran yang dibutuhkan ketika konsumen menggunakan produk baru tersebut. Teknik ini melihat kebaruan dari efek

yang ditimbulkannya pada konsumen, bukan karena perusahaan yang mengatakan produk tersebut baru, atau karena dikemas berbeda, atau karena bentuk fisiknya berubah, atau karena merupakan versi baru dari produk lama. Pada tahun 1967, Thomas Robertson mengemukakan tiga kategori kebaruan pada tahun 1967 (Hisrich, dkk., 2010) seperti terlihat pada Gambar 2.3, yakni *continuous innovation*, *dynamically continuous innovation*, dan *discontinuous innovation*. Kebanyakan produk baru digolongkan pada kategori pertama, yaitu "*continuous innovations*". Contohnya, perubahan model kendaraan setiap tahun, perubahan gaya busana setiap musim, perubahan bentuk kemasan, atau perubahan ukuran atau warna produk, yang terjadi secara terus-menerus secara berkala. Produk seperti CD (*compact disc*), Sony Walkman, dan iPod cenderung digolongkan pada kategori kedua, yaitu "*dynamically continuous*". Produk ini tidak terlalu sering terjadi dan mengalami perubahan secara dinamis, dimana produk yang beredar saat ini merupakan pengembangan dari produk sebelumnya. Sedangkan produk yang benar-benar baru, atau disebut "*discontinuous innovations*", sangat jarang ditemui dan membutuhkan proses belajar ketika akan

digunakan oleh konsumen. Produk ini memiliki fungsi yang benar-benar baru atau fungsi yang telah ada harus digunakan dengan cara yang baru. Salah satu contohnya adalah internet, yang secara radikal telah mengubah gaya hidup masyarakat. Mengidentifikasi produk baru sesuai efeknya terhadap pola konsumsi konsumen identik dengan filosofi pemasaran, yakni “memuaskan kebutuhan pelanggan” (Hisrich, dkk., 2010).



Gambar 2.3. Kontinum Klasifikasi Produk Baru

Dari sudut pandang perusahaan. Hisrich, dkk., (2010) juga mengatakan bahwa klasifikasi produk baru juga dapat dilihat dari sudut pandang perusahaan. Perusahaan yang inovatif akan menyadari pentingnya mengklasifikasikan produk-produk baru mereka untuk mengenali persepsi konsumen. Salah satu cara yang obyektif untuk mengklasifikasi produk baru adalah

dengan melihat dari sudut produk baru dan pasar baru. Produk baru dilihat dari seberapa banyak teknologi berkembang yang digunakan untuk menciptakan produk, sementara pasar baru (atau pengembangan pasar) didasarkan pada penciptaan segmentasi pasar yang baru.

		Kebaruan Teknologi →		
		Tujuan Produk	Tanpa Perubahan Teknologi	Mengembangkan Teknologi
Kebaruan Pasar	Tidak ada perubahan pasar		Reformation Mengubah formula atau bentuk fisik produk untuk mengoptimalkan pembiayaan dan kualitas	Penggantian Mengganti produk yang telah ada dengan yang baru berdasarkan teknologi yang berkembang
	Memperkuat pasar	Remerchandising Meningkatkan penjualan pada konsumen yang telah ada	Pengembangan Profuk Meningkatkan kegunaan produk bagi konsumen	Penambahan jangka waktu produk Menambah produk baru yang sejenis; melayani lebih banyak konsumen berdasarkan teknologi baru
	Pasar baru	Pengguna baru Menambah segmen baru yang akan menggunakan produk yang telah ada	Perluasan Pasar Menambah segmen baru dengan memodifikasi produk yang telah ada	Diversifikasi Menambah pasar baru dengan produk baru yang dikembangkan dari teknologi baru

Sumber: Hiarich, dkk., (2010)

Gambar 2.4. Sistem Klasifikasi Produk Baru

Situasi dimana terdapat teknologi baru dan pasar baru adalah situasi yang paling kompleks dan sulit, serta memiliki risiko yang paling besar. Produk yang baru akan membutuhkan teknologi baru dalam proses pembuatannya. Produk baru juga membutuhkan pasar baru yang belum diketahui saat

ini. Oleh karena itu, perusahaan akan membutuhkan strategi pemasaran yang baru dan harus hati-hati dalam mengambil keputusan pemasaran. Penggantian produk, perluasan atau pengembangan produk, formulasi ulang, dan pengiklanan ulang akan menjadi tugas yang sulit bagi perusahaan. Proses ini tergantung dari pengalaman yang telah dimiliki sebelumnya ketika menggunakan produk yang serupa ataupun ketika menysasar target pasar yang sama (Hisrich, dkk., 2010).

4.9 Tes Brain Color

Tes Brain Color adalah tes yang diciptakan oleh Sheila N. Glazov pada tahun 2007. Tes ini didasarkan pada teori Jung mengenai empat fungsi kepribadian, yaitu Sumber Energi (*Extraversion atau Intraversion*), Proses Informasi (*Sensing atau Intuition*), Pengambilan Keputusan (*Thinking atau Feeling*), dan Menjalankan Kehidupan (*Judgment atau Perceiving*). Tes ini dapat membantu untuk memahami persamaan dan perbedaan antara diri sendiri dengan orang lain dalam berpikir dan cara bertindak.

Menurut Glazov (2007) setiap orang adalah campuran dari empat warna, yakni kuning, biru, hijau, dan oranye. Pemahaman yang lebih baik mengenai warna otak dapat membantu mengembangkan komunikasi yang lebih efektif, resolusi konflik yang lebih baik, dan kerja sama tim yang

lebih baik di tempat kerja. Dengan mengetahui tipe-tipe kepribadian, seseorang dapat lebih mudah menerima, menghormati, dan menghargai orang lain.

4.9.1 Petunjuk Mengerjakan Tes Brain Color

Perhatikan setiap kata pada pernyataan di lembar tes. Pada setiap nomor/baris pernyataan, Anda diminta untuk memberikan skor dari yang paling tinggi sampai yang paling rendah dari 4, 3, 2, dan 1. Dalam pernyataan ini, Anda akan menemukan sejumlah kata, ada yang mewakili diri Anda dan ada pula yang tidak mewakili diri Anda. Berikanlah skor 4 pada kata-kata yang mewakili diri Anda, dan 1 untuk kata-kata yang tidak mewakili diri Anda. Berikan skor 3 atau 2 untuk kata-kata yang mendekati karakter Anda.

Harap diperhatikan bahwa Anda harus mengisi berdasarkan baris secara horizontal, bukan vertikal. Anda dapat mengerjakan baris berikutnya apabila sudah menyelesaikan baris sebelumnya. Apabila telah selesai memberikan penilaian, jumlahkan secara vertikal semua nilai Anda dan tuliskan hasil penjumlahan masing-masing kolom pada baris yang paling bawah. Lingkari nilai total tertinggi yang Anda dapatkan. Dosen Anda akan menerangkan apa warna otak Anda atau pemikiran apa yang Anda punyai.

Tes Brain Color

Berikan Nilai Diri Anda

4 = Sangat sesuai diri saya

3 = Mendekati

2 = Agak kurang

1 = Sangat tidak sesuai dengan diri saya

1.	_____ Terorganisasi	_____ Kreatif	_____ Mandiri	_____ Antusias
2.	_____ Tepat waktu	_____ Komunikatif	_____ Rasa ingin tahu	_____ Kesenangan
3.	_____ Detail	_____ Fleksibel	_____ Sabar	_____ Kompetitif
4.	_____ Bertanggung jawab	_____ Perhatian	_____ Analitis	_____ Panjang akal
5.	_____ Berkomitmen	_____ Sensitif	_____ Berusaha	_____ Berani
6.	_____ Berhati-hati	_____ Kooperatif	_____ Teknikal	_____ Energetik
7.	_____ Dapat dipertanggung-jawabkan	_____ Hangat	_____ Otonom	_____ Petualang
8.	_____ Respektif	_____ Original	_____ Kompeten	_____ Pemurah
9.	_____ Dapat diduga	_____ Mengasuh	_____ Investigatif	_____ Spontan
10.	Ketika membuat keputusan, Saya cenderung membuat alternatif perencanaan mendiskusikan dengan orang lain berdasarkan fakta-fakta berdasarkan naluri
11.	Ketika bekerja sama dengan orang lain, Saya cenderung sebagai <i>problem solver</i> <i>trouble shooter</i>
12.	Saya merasa nyaman dengan lingkungan kerja yang memberikan privasi memberikan kebebasan
	_____ =Total A	_____ =Total B	_____ =Total C	_____ =Total D

4.9.2 Empat Warna Otak

Dari tes Brain Color, jika jumlah skor Anda lebih tinggi pada total A, maka warna otak Anda adalah kuning. Jika skor tertinggi pada total B, berarti warna otak Anda adalah biru. Jika pada total C, berarti warna hijau, dan skor tertinggi pada total D menunjukkan warna otak oranye.

Otak Kuning

- Dapat diandalkan, bertanggung jawab, hati-hati, dan pengambil keputusan yang disiplin.
- Cenderung detail dan ingin memberikan perintah, cenderung unggul dalam bidang/posisi sebagai bankir, CEO, manajer, administrator dan pendidik.
- Di tempat kerja mereka siap, akurat dan terorganisir, serta memimpin dengan rencana, langkah demi langkah.

- Menghargai kesetiaan, keteguhan dan rasa moral yang kuat mengenai apa yang benar dan yang salah.
- Mudah frustrasi jika terdapat ketidakteraturan (disorganisasi) sehingga cenderung menghakimi dan keras kepala (birokratis dan pengendali)
- Bekerja dengan baik di lingkungan yang terorganisir, tahu apa yang diharapkan dari mereka, dan dapat menyelesaikan tugas tepat waktu.
- Bila salah dipahami, orang-orang ini dapat menjadi pencemas.

Otak Biru

- Antusias, kreatif, ramah, pemimpin yang mengayomi, hangat, penuh perhatian, kalem dan komunikatif.
- Disukai banyak orang karena ingin membantu dan cenderung unggul dalam bidang/posisi sebagai artis, penyedia layanan kesehatan, tempat penitipan anak, musisi dan kerja sosial.
- Memotivasi, menginspirasi dan interaktif di tempat kerja.

- Menghargai integritas, empati dan pemahaman.
- Mudah frustrasi jika kurang terjalin kerjasama dalam kelompok kerja, dianggap terlalu idealis, sensitif dan tergantung perasaan.
- Bekerja dengan baik dalam lingkungan yang mendukung kepercayaan, keselarasan dan fleksibilitas. Menunjukkan kreativitas yang tinggi ketika antusiasisme, perhatian dan integritas mereka diakui.
- Bila salah dipahami, mereka dapat dengan mudah menjadi patah semangat dan emosional.

Otak Hijau

- Independen, teknis, pemecah masalah, pemimpin yang visioner.
- Orang-orang ini ingin mengumpulkan dan menganalisis data untuk membuat keputusan, kalkulatif dan unggul di bidang/posisi sebagai akuntan, teknisi komputer, pengacara, ahli kimia/fisika, peneliti dan insinyur.
- Di tempat kerja, mereka bekerja dengan baik secara mandiri/pemain tunggal dan asyik dengan pekerjaan mereka sendiri.

- Sulit mengikuti kehendak orang lain, karena kritis dan rasional, serta sangat mengandalkan fakta. Tidak mudah percaya pada gosip atau mitos.
- Menghargai inovasi, pengetahuan, penelitian, kompetensi, keadilan, dan berpegang pada sesuatu yang logis dan ilmiah.
- Jika menghadapi orang-orang yang tidak kompeten, mereka cenderung kurang toleran dan kurang komunikatif. Hal ini dapat dirasakan oleh orang lain sebagai sikap yang mengintimidasi, dingin dan kurang terampil menghadapi orang lain.
- Efisien di tempat kerja ketika kecerdasan, kompetensi dan rasa ingin tahu mereka diakui. Mereka akan merasa lebih dihargai ketika lingkungan mereka mengutamakan kejujuran. Senang dengan lingkungan kerja yang menyediakan teknologi.
- Cenderung menarik diri dan bimbang bila salah dipahami.

Otak Oranye

- Berani, bersemangat, antusias, pemimpin yang mampu mengambil risiko.
- Menyelesaikan masalah secara teknis (trouble shooter), banyak akal, membuat keputusan secara spontan dan cenderung unggul dalam bidang/posisi sebagai pemadam kebakaran, atlet, pekerja konstruksi dan penjualan.
- Di tempat kerja, mereka adalah tipe wirausaha dan mampu bekerja dalam lingkungan yang tidak terstruktur, luwes, mudah bergaul, dan terbuka.
- Menghargai hasil, sumber daya dan kegigihan, berani mengambil risiko, mampu melihat peluang dan mengubah ancaman menjadi peluang.
- Tidak menyukai konflik. Bila terjadi konflik, mereka ingin mendamaikan.
- Berurusan dengan terlalu banyak aturan dapat membuat mereka frustrasi, memicu ketidaktaatan mereka dan menjadi emosional. Kurang toleran terhadap rutinitas dan hal yang berulang-ulang. Cara berpikirnya kadang terlihat

tidak sistematis dan dianggap berbeda dengan orang lain pada umumnya.

- Berkembang di tempat kerja saat ide-ide, kemampuan multitasking dan kerendahan hati mereka diakui. Bekerja dengan baik ketika diberi kebebasan dan berkompetisi, serta tidak harus mengikuti aturan orang lain.
- Cenderung kasar dan akan meninggalkan tempat bila salah dipahami.

Dengan memahami tipe warna otak, seorang wirausaha juga dapat merencanakan penempatan karyawannya pada posisi tertentu sesuai warna otaknya. Misalnya, menempatkan otak oranye sebagai konseptor, orang kuning di struktur manajemen, atau menempatkan orang-orang yang memiliki perpaduan dengan kedua warna ini (multicolor) di salah satu posisi pemimpin. 'Team player' adalah orang yang memiliki otak biru dan akan menyelesaikan masalah dengan bekerjasama dengan orang lain, hangat dan perhatian, dapat diserahi posisi sebagai pengelola SDM. Sementara orang yang memiliki otak hijau, yang hati-hati, teliti, penyendiri dan cenderung melakukan penelitian dan pekerjaan secara independen daripada bergabung dengan tim, dapat diserahi tugas yang

dikerjakan secara individual, misalnya di bagian keuangan atau di bagian produksi.

BAB V.

POTENSI KEWIRAUSAHAAN

5.1 Penentuan Potensi

Kewirausahaan Peluang usaha baru akan mendatangkan berbagai jenis risiko. Oleh karena itu, untuk memulai bisnis baru, kita harus dapat menilai tingkat kemampuan dan mempunyai rasa percaya diri terhadap kemampuan untuk berhasil atau justru kita lebih berhasil jika bekerja untuk orang lain. Tidak ada cara yang akurat untuk mengetahui hal tersebut setepat mungkin, tetapi ada suatu cara yang dapat membuat kita mampu menilai kualifikasi untuk memulai dan mengelola bisnis baru agar berhasil, yaitu sebagai berikut

1. Kemampuan Inovatif

Inovasi memerlukan pencarian kesempatan baru. Hal tersebut berarti mengadakan perbaikan barang dan jasa yang ada, menciptakan barang dan jasa baru, atau mengombinasikan unsur-unsur produksi yang ada dengan cara baru dan lebih baik. Hal ini berarti kemampuan untuk berhubungan dengan hal yang tidak terstruktur dan tidak dapat

diprediksi. Karakteristik ini berkaitan erat dengan proses inovatifInovasi berasal dari kreativitas yang ada, yang memerlukan perbaikan kondisi yang ada, bergantung pada kemampuan seseorang, dan secara total terserap dalam prosesOrangorang yang kreatif mempunyai kemampuan untuk membangun struktur dari situasi yang tidak berbentuk.

2. Keinginan untuk Berprestasi

Keinginan untuk berprestasi adalah tanda-tanda penting dari dorongan kewirausahaanHal ini menandai para pemiliknya sebagai orang yang tidak mengenal menyerah di dalam mencapai tujuan yang telah mereka tetapkan.

3. Kemampuan Perencanaan Realistis

Menetapkan tujuan yang menantang dan dapat diterapkan merupakan ciri dari perencanaan realistisTujuan yang ditetapkan harus sesuai dengan kemampuan wirausahawan.

4. Kepemimpinan Terorientasi pada Tujuan

Wirausahawan membutuhkan aktivitas yang mempunyai tujuanHal ini memotivasi mereka untuk mengarahkan tenaga dan rekan kerja serta bawahannya ke arah tujuan yang ditetapkanSemua

usaha dalam organisasi dipusatkan untuk mencapai tujuan utama organisasi tersebut.

5. Objektivitas

Wirausahawan objektif mampu mengarahkan pemikiran dan aktivitas kewirausahaannya dengan cara pragmatis, misalnya dengan mengumpulkan fakta-fakta yang ada, mempelajarinya, dan menentukan arah tindakan dengan cara-cara praktis. Jika tidak ada fakta-fakta yang memadai untuk mendefinisikan situasi sepenuhnya, mereka meneruskan pekerjaan dengan rasa percaya diri sepenuhnya pada kemampuannya dalam mengatasi kendala yang tidak dapat diramalkan terlebih dahulu.

6. Tanggung Jawab Pribadi

Wirausahawan memikul tanggung jawab pribadi, menetapkan tujuan sendiri, dan memutuskan cara mencapai tujuan tersebut dengan kemampuan sendiri.

7. Kemampuan Beradaptasi

Para wirausahawan mampu beradaptasi menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan. Jika terhambat oleh kondisi yang berbeda dan hal-hal yang diharapkan, mereka tidak menyerah, tetapi menilai situasi secara objektif,

merumuskan rencana-rencana baru yang dipercaya akan efektif di lingkungan baru dan mengaktifkannya. Hal ini merupakan tantangan yang harus dihadapi oleh wirausahawan.

8. Kemampuan sebagai Pengorganisasi dan Administrator

Wirausahawan mempunyai kemampuan mengorganisasi, mengidentifikasi, dan mengelompokkan orang-orang berbakat untuk mencapai tujuan. Mereka menghargai kompetensi dan memilih para spesialis untuk mengerjakan tugas secara efisien. Mereka cenderung tidak bekerja baik dalam hal-hal rutin dan akan melakukan pekerjaan dengan baik jika menyerahkan rutinitas kepada orang lain. Kekuatan mereka sebagai administrator terletak pada kemampuannya dalam melihat ke depan dan mengantisipasi kemungkinan masa depan.

5.2 Metode Analisis Diri Sendiri

Orang-orang yang ingin memulai usaha baru hendaknya memperhitungkan kebutuhan, dorongan, dan aspirasi sebelum mengambil langkah-langkah penting. Kebutuhan adalah hal-hal yang akan membantu individu memutuskan kepribadian mereka sesuai atau tidak dengan

peranan kewirausahaan. Identifikasi kebutuhan tersebut akan memberitahukan kepadanya dorongan motivasi yang mengarahkan perilaku mereka dan aspirasi dalam hidup. Dengan demikian, mereka lebih siap untuk memutuskan memulai bisnis sendiri yang menguntungkan.

McClelland (Hasibuan 1999: 162–163) mengemukakan teorinya yang disebut Mc. Clelland's achievement motivation theory atau teori motivasi berprestasi McClelland's. Teori ini berpendapat bahwa karyawan mempunyai cadangan energi potensial. Cara energi dilepaskan dan digunakan bergantung pada kekuatan dorongan motivasi seseorang dan situasi serta peluang yang tersedia. Energi dimanfaatkan oleh karyawan karena dorongan: (1) kekuatan motif dan kekuatan dasar yang terlibat; (2) harapan keberhasilannya; (3) nilai insentif yang melekat pada tujuan. Adapun hal-hal yang memotivasi seseorang adalah sebagai berikut.

1. Kebutuhan Prestasi (*Need for Achievement*)

Kebutuhan prestasi (*need for achievement*) merupakan daya penggerak yang akan memotivasi semangat bekerja seseorang. Hal itu akan mendorong seseorang untuk mengembangkan kreativitas dan mengarahkan semua kemampuan serta energi yang dimilikinya untuk mencapai

prestasi kerja yang maksimal. Karyawan akan antusias untuk berprestasi tinggi selama diberi kesempatanla menyadari bahwa hanya dengan mencapai prestasi kerja yang tinggi, ia dapat memperoleh pendapatan yang besar Dengan pendapatan yang besar, ia memiliki serta memenuhi kebutuhan-kebutuhannya

2. Kebutuhan Afiliasi (*Need for Affiliation*)

Kebutuhan afiliasi (*need for affiliation*) merupakan daya penggerak yang akan memotivasi semangat bekerja seseorang. Oleh karena itu, kebutuhan ini merangsang gairah bekerja karyawan karena ia menginginkan hal-hal: kebutuhan akan perasaan diterima oleh orang lain di lingkungan ia tinggal dan bekerja, kebutuhan perasaan dihormati karena merasa dirinya penting, kebutuhan perasaan maju dan tidak gagal, dan kebutuhan perasaan ikut. Karena kebutuhan, seseorang akan memotivasi dan mengembangkan dirinya serta memanfaatkan semua energinya untuk menyelesaikan tugas-tugasnya.

3. Kebutuhan Kekuasaan (*Need for Power*)

Kebutuhan kekuasaan (*need for power*) merupakan daya penggerak yang memotivasi

semangat kerja karyawan. Kebutuhan ini akan merangsang dan memotivasi gairah kerja karyawan serta mengarahkan semua kemampuannya demi mencapai kekuasaan atau kedudukan yang terbaik. Ego manusia ingin lebih berkuasa dari manusia lainnya akan menimbulkan persaingan. Persaingan ditumbuhkan secara sehat oleh manajer dalam memotivasi bawahannya, supaya mereka termotivasi untuk bekerja giat. Pada prinsipnya, pandangan McClelland mengemukakan tiga kebutuhan dasar yang memengaruhi pencapaian tujuan ekonomi. Kebutuhan tersebut adalah kebutuhan untuk berprestasi, kebutuhan berafiliasi, dan kebutuhan untuk berkuasa. Kebutuhan berafiliasi adalah kebutuhan untuk membentuk hubungan yang hangat dan bersahabat dengan orang lain, keinginan untuk diterima dan disukai. Kebutuhan untuk berkuasa menguraikan keinginan untuk mengendalikan cara-cara memengaruhi orang lain, keinginan untuk mendominasi, untuk meyakinkan orang lain tentang kebenaran dari superioritas orang lain. Salah satu cara untuk menilai kebutuhan adalah analisis prestasi pribadi dengan menelaah pengalaman-pengalaman yang tidak dapat

dilupakan dalam karier. Dua jenis pengalaman yang tidak dapat dilupakan adalah pengalaman yang diingat sangat memuaskan dan pengalaman yang sangat tidak memuaskan. Individu juga dapat mengungkapkan data tambahan dengan menelaah peristiwa-peristiwa yang menimbulkan kekecewaan dalam karier. Contohnya, hambatan dalam menerima tanggung jawab untuk suatu tugas, kesulitan yang berasal dari ketidakadilan dari atasan kepada diri sendiri dan orang lain, atau rasa frustrasi dalam menggapai status yang lebih tinggi.

Analisis data tersebut akan membantu menjelaskan jenis kebutuhan yang memotivasi individu. Kepuasan dengan pencapaian tujuan yang utama, standar yang tinggi, dan kompetensi dalam mencapai tujuan tersebut merupakan indikasi yang jelas dari need for achievement.

Menurut Frederick Herzberg, need for achievement merupakan sumber dorongan motivasional yang ditunjukkan oleh kepribadian kewirausahaan. Manusia dengan kebutuhan berprestasi yang tinggi akan didorong ke arah perilaku berprestasi. Ketika perilaku tersebut

menimbulkan kesuksesan, ada rasa kepuasan yang besar dari prestasi tersebut.

5.3 *Need For Achievement* Dalam Manajemen Kewirausahaan

Terdapat faktor-faktor di samping *need for achievement* yang dapat diajarkan untuk melahirkan seorang wirausahawan, yaitu pendekatan sistematis untuk mengidentifikasi kesempatan bisnis, analisis risiko, dan perolehan kompetensi manajerial.

1. Identifikasi Kesempatan

Kewirausahaan berputar di sekitar inovasi-
Inovasi termasuk cara terbaru dan lebih baik dalam mengerjakan sesuatu dan hal terbaru dan lebih baik dalam mengerjakannya. Akan tetapi, cara terbaru dan lebih baik dalam mengerjakan sesuatu secara tidak langsung berarti menyediakan barang dan jasa yang bermanfaat untuk memenuhi keinginan dari masyarakat sebagai konsumen

2. Analisis Risiko

Pribadi Kewirausahaan memilih risiko yang dapat diperhitungkan bersifat menengah dan dapat dikendalikan. Risiko yang dapat diperhitungkan dalam bisnis adalah keputusan mengenai

pengeluaran uang dalam jangka pendek dan jangka panjang.

Dua pertanyaan penting yang dapat diajukan dalam menganalisis risiko bisnis adalah apakah ada kemungkinan berhasil? Akankah hasil yang diperoleh memadai dengan risiko yang ada?

Karakter yang dimiliki oleh wirausahawan sukses pada dasarnya merupakan hasil dari perpaduan berbagai aspek potensi diri dan faktor-faktor lingkungan yang terwujud dalam aktualisasi diri dalam bentuk sikap dan perilaku yang menunjukkan bahwa mereka memang memiliki karakter tersebut. Sikap dan perilaku sangat dipengaruhi oleh sifat dan watak yang dimiliki oleh seseorang. Sifat dan watak yang baik berorientasi pada kemajuan dan positif dibutuhkan oleh seorang wirausahawan untuk dapat maju dan sukses.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, D1986 Manajemen Prestasi Kerja Jakarta: Rajawali
- Alma, Buchari 2003 Kewirausahaan Cetakan Ketujuh
Bandung: Alfabeta
- Ambarriani, Susty. 2000. Manajemen Biaya. Jakarta:
Salemba Empat.
- Arikunto, S1997 Prosedur Penelitian suatu Pendekatan
Praktik Jakarta: Rineka Cipta
- Asrima, Juli2000 Pengaruh Sistem Pendelegasian
Wewenang terhadap Efektivitas Kerja Karyawan pada
PT Mopoli Raya, Medan Medan: Skripsi
- BNMarbun1996 Kamus Politik Jakarta: Pustaka Sinar
Harapan
- Bacal, R2000 Evaluasi Kinerja Sektor Publik Jakarta:
Gramedia
- Buchari, Alma. 2009. Kewirausahaan Untuk Mahasiswa
dan Umum. Bandung : Alfabeta.
- Efendy, R., Sjahrudin, H., & Anto, A. (2017). *Praktik
Motivasi Kerja dan Konsekuensinya Pada Kinerja
Aparatur Sipil Negara*.
<https://doi.org/10.31227/osf.io/6gujt>
- Hermiyanty, Wandira Ayu Bertin, D. S. (2017). Buku Ajar

Kewirausahaan Entrepreneur Agribusiness Start Your Own Business. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 8(9), 1–58.

Hendro. 2011. Dasar-dasar Kewirausahaan. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Hughes, Mathew, and Robert E. Morgan, (2007) *Deconstructing the relationship between entrepreneurial orientation and business performance at the embryonic strage of firm growth, industrial Marketing Management*. Vol 36, pp 651-661.

J. Minardi. 2003. Entrepreneur dan Enterpreneurship. Jakarta: Prenada Media.

Kasali, R., Nasution, A. H., & Purnomo, B. R. 2010. Modul Kewirausahaan untuk Program Strata 1. Jakarta: Penerbit Hikmah.

Lee, J. Dan D. Miller. 1996. *“Strategy, Environment and Performance in Two Technological Contexts: Contingency Theory in Korea” Organization Studies*, 17 (5) : 729-750

Latief, M. J. (2017). *Kewirausahaan (Kiat Sukses Menjadi Wirausaha)*.

Mahasiswa, U. (2015). *Untuk Mahasiswa*.

Mastur Mujib. 2010. *“Analisis Daya Saing Industri Pengolahan Logam Di Kecamatan Ceper Kabupaten*

Klaten Jawa Tengah.”

Nursalam, 2016, metode penelitian, & Fallis, A. . (2013).

Kewirausahaan di Era 4.0. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).

Rianto, B. 2013. Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan.

Edisi 4. Jakarta: BPFE.

Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.

Sjahrial, D. 2009. Pengantar Manajemen Keuangan. Edisi 2.

Jakarta: Mitra Wacana Media.

Soemarso, S. R. 2004. Akuntansi Suatu Pengantar. Edisi 5.

Jakarta: Salemba Empat.

Weston, J. F., dkk. 1995. Manajemen Keuangan. Edisi 9,

Jilid 1. Jakarta: Bina Rupa Aksara.



Percetakan
Cendekia Mulia Mandiri

