

MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN

untuk Proyek Merdeka Belajar

Prof. Dr. Abdul Rahmat, S.Sos.I., M.Pd.
Mira Mirnawati, M.Pd.



MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN

untuk Proyek Merdeka Belajar

Prof. Dr. Abdul Rahmat, S.Sos.I., M.Pd.
Mira Mirnawati, M.Pd.



**MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN
untuk Proyek Merdeka Belajar**

Penulis

Prof. Dr. Abdul Rahmat, S.Sos.I., M.Pd.
Mira Mirnawati, M.Pd.

Tata Letak

Ulfa

Desain Sampul

Faizin

15.5 x 23 cm, vi + 110 hlm.
Cetakan I, Juni 2022

ISBN: 978-623-466-058-6

Diterbitkan oleh:

ZAHIR PUBLISHING

Kadisoka RT. 05 RW. 02, Purwomartani,
Kalasan, Sleman, Yogyakarta 55571
e-mail : zahirpublishing@gmail.com

Anggota IKAPI D.I. Yogyakarta
No. 132/DIY/2020

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang.

Dilarang mengutip atau memperbanyak
sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari penerbit.

PRAKATA

Puji syukur dipanjat kehadirat Maha Besar Ilahi Rabbi, dimana pada tulisan buku kali ini telah memberikan kekuatan dan pemikiran sehingga terwujudlah buku ini.

Mengawali penulisan buku ini karena kebutuhan bahan ajar mata kuliah Kewirausahaan dalam program Merdeka Belajar Kampus Merdeka juga adanya usulan dari mahasiswa dan mitra untuk mengadakan buku tentang ini.

Indonesia hanya memiliki skor 21% wirausahawan dari berbagai bidang pekerjaan, atau peringkat 94 dari 137 negara yang disurvei. Sementara menurut riset dari IDN Research Institute, 69,1% millennial di Indonesia memiliki minat untuk berwirausaha. Sayangnya, potensi wirausaha bagi generasi milenial tersebut belum dapat dikelola dengan baik selama ini. Kebijakan Kampus Merdeka mendorong pengembangan minat wirausaha Mahasiswa dengan program kegiatan belajar yang sesuai. Tujuan program kegiatan wirausaha antara lain : 1) Memberikan Mahasiswa yang memiliki minat berwirausaha untuk mengembangkan usahanya lebih dini dan terbimbing. 2) Menangani permasalahan pengangguran yang menghasilkan pengangguran intelektual dari kalangan sarjana. Kegiatan pembelajaran dalam bentuk Kewirausahaan dilaksanakan dengan bimbingan baik dari pembimbing dari kampus, serta Pembimbing Lapangan yang ada di masing-masing mitra atau mentor dari Instansi/Organisasi luar kampus untuk membimbing Mahasiswa dalam mewujudkan program Kewirausahaannya. Buku panduan ini dibuat untuk mengatur pelaksanaan teknis serta penilaian sehingga dapat dilakukan rekognisi dalam bentuk SKS yang dapat diambil oleh Mahasiswa.

Kewirausahaan membangun kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang

menuju sukses. Inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang. Banyak orang yang berhasil dan sukses karena memiliki kemampuan berpikir kreatif dan inovatif. Karya dan karsa hanya terdapat pada orang-orang yang berpikir kreatif. Tidak sedikit orang dan perusahaan yang berhasil meraih sukses karena memiliki kemampuan kreatif dan inovatif. Proses kreatif dan inovatif tersebut biasanya diawali dengan memunculkan ide-ide dan pemikiran-pemikiran baru untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda.

"The best entrepreneurial idea" itu mulainya di kampus, karena di kampus itu merupakan ekosistem yang mendorong inovasi, mendorong pro activity dan mendorong juga risk thinking, karena ada di lingkup kampus, relative ide-ide tersebut bisa lebih terkuras dengan presisi.

Akhirnya penulis sampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung terbitnya buku ini, dengan harapan kiranya buku ini dapat bermanfaat.

Gorontalo, 1 Juni 2022

Penulis

DAFTAR ISI

PRAKATA	iii
DAFTAR ISI	v
BAB I	
KONSEP DASAR KEWIRAUSAHAAN.....	1
A. Disiplin Ilmu Kewirausahaan	1
B. Objek Studi Kewirausahaan	3
C. Hakikat Kewirausahaan	4
BAB II	
KARAKTERISTIK DAN NILAI NILAI KEWIRAUSAHAAN.....	11
A. Jiwa Berwirausaha.....	11
B. Bekal Pengetahuan dan Keterampilan Wirausaha.....	13
C. Kompetensi Kewirausahaan.....	15
D. Karakteristik dan Nilai-Nilai Hakiki Kewirausahaan.....	16
BAB III	
SIKAP DAN KEPERIBADIAN WIRAUSAHA	23
A. Kualitas Manusia Modern.....	23
B. Motif Berprestasi Kewirausahaan	27
BAB IV	
ETOS DAN MORAL KERJA KEWIRAUSAHAAN	31
A. Etos Kerja	31
B. Karakteristik dan Nilai-Nilai Hakiki Kewirausahaan.....	34
BAB V	
TRANSFORMASI KEWIRAUSAHAAN DALAM ISLAM	39
A. Nilai Hakiki Kewirausahaan.....	39
B. Transenden Ilahiyah Berwirausaha.....	40

BAB VI	
MINAT BERWIRAUSAHA.....	49
A. Menumbuhkan Minat Berwirausaha	49
B. Keuntungan dan Kelemahan Menjadi Wirausaha.....	53
BAB VII	
SIFAT DAN FAKTOR KRITIS WIRAUSAHAWAN PEMULA	57
A. Beberapa Faktor Kritis Untuk Memulai Usaha Baru	57
B. Sifat-Sifat yang Penting Dimiliki Wirausaha.....	71
C. 8 Konsep 10 D Dari Bygrave.....	80
D. Beberapa Kelemahan Wirausaha Indonesia.....	82
BAB VIII	
MEWUJUDKAN IDE DAN PELUANG DALAM	
KEWIRAUSAHAAN	87
A. Peran dan Fungsi Kreativitas Ide dalam Menciptakan	
Inovasi Berwirausaha.....	87
B. Ide Kewirausahaan	91
C. Sumber-Sumber Potensial Peluang.....	95
D. Bekal Pengetahuan dan Kompetensi Kewirausahaan.....	98
DAFTAR PUSTAKA	108

BAB I

KONSEP DASAR KEWIRAUSAHAAN

A. Disiplin Ilmu Kewirausahaan

Ilmu kewirausahaan adalah suatu disiplin ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan (*ability*) dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup untuk memperoleh peluang dengan berbagai resiko yang mungkin dihadapinya. Dalam konteks bisnis, menurut Thomas W. Zimmerer (1996) "*Entrepreneurship is the result of a disciplined, systematic process of applying creativity and innovations to needs and opprtunities in the marketplce*". Kewirausahaan adalah hasil dari suatu disiplin, proses sistematis penerapan kreativitas dan inovasi dalam memenuhi kebutuhan dan peluang di pasar.

Dahulu, kewirausahaan dianggap hanya dapat dilakukan melalui pengalaman langsung di lapangan dan merupakan bakat yang dibawa sejak lahir (*entrepreneurship are born not made*), sehingga kewirausahaan tidak dapat dipelajari dan diajarkan. Sekarang, kewirausahaan bukan hanya urusan lapangan, tetapi juga dapat dipelajari dan diajarkan. Seseorang yang memiliki bakat kewirausahaan dapat mengembangkan bakatnya melalui pendidikan. Mereka yang menjadi **entrepreneur** adalah orang-orang yang mengenal potensi (*traits*) dan belajar mengembangkan potensi untuk menangkap peluang serta mengorganisir usaha dalam mewujudkan cita-citanya. Oleh karena itu, untuk menjadi wirausaha yang sukses, memiliki bakat saja tidak cukup, tetapi juga harus memiliki pengetahuan mengenai segala aspek usaha yang akan ditekuninya.

Dilihat dari perkembangannya, sejak awal abad ke-20 kewirausahaan sudah diperkenalkan di beberapa negara. Misalnya di Belanda dikenal dengan '*ondernemer*', di Jerman dikenal dengan "*unternehmer*". Di beberapa negara, kewirausahaan memiliki banyak

tanggung jawab antara lain tanggung jawab dalam mengambil keputusan yang menyangkut kepemimpinan teknis, kepemimpinan organisasi dan komersial, menyediakan modal, penerimaan dan penanganan tenaga kerja, pembelian, penjualan, pemasangan iklan, dan lain-lain. Kemudian, pada tahun 1950-an pendidikan kewirausahaan mulai dirintis di beberapa negara seperti di Eropa, Amerika, dan Canada. Bahkan sejak tahun 1970-an banyak universitas yang mengajarkan "*entrepreneurship*" atau "*small business management*" atau "*new venture management*". Pada tahun 1980-an, hampir 500 sekolah di Amerika Serikat memberikan pendidikan kewirausahaan. Di Indonesia, pendidikan kewirausahaan masih terbatas pada beberapa sekolah atau perguruan tinggi tertentu saja.

Sejalan dengan tuntutan perubahan yang cepat pada paradigma pertumbuhan yang wajar (*growth-equity paradigm shift*) dan perubahan ke arah globalisasi (*globalization paradigm shift*) yang menuntut adanya keunggulan, pemerataan, dan persaingan, maka dewasa ini sedang terjadi perubahan paradigma pendidikan (*paradigm shift*). Menurut Soeharto Prawirokusumo (1997:4) pendidikan kewirausahaan telah diajarkan sebagai suatu disiplin ilmu tersendiri yang independen (*independent academic discipline*), karena:

1. Kewirausahaan berisi *body of knowledge* yang utuh dan nyata *distinctive*, yaitu ada teori, konsep, dan metode ilmiah yang lengkap.
2. Kewirausahaan memiliki dua konsep, yaitu posisi *venture strat-up* dan *venture-growth*, ini jelas tidak masuk dalam kerangka pendidikan manajemen dan kepemilikan usaha (*business ownership*).
3. Kewirausahaan merupakan disiplin ilmu yang memiliki objek tersendiri, yaitu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*ability to create new and different things*).
4. Kewirausahaan merupakan alat untuk menciptakan pemerataan berusaha dan pemerataan pendapatan (*wealth creation process an entrepreneurial endeavor by its own right, nation's prosperity, individual self-reliance*) atau kesejahteraan rakyat yang adil dan makmur.

Seperti halnya ilmu manajemen yang awalnya berkembang di bidang industri, kemudian berkembang dan diterapkan di berbagai bidang lainnya, maka disiplin ilmu kewirausahaan dalam perkembangannya mengalami evolusi yang pesat. Pada mulanya kewirausahaan berkembang dalam bidang perdagangan, namun kemudian diterapkan di berbagai bidang lain seperti industri, perdagangan, pendidikan, kesehatan, dan institusi-institusi lain seperti lembaga pemerintah, perguruan tinggi, dan lembaga swadaya lainnya. Dalam bidang-bidang tertentu, kewirausahaan telah dijadikan kompetensi inti (*core competency*) dalam menciptakan perubahan, pembaruan, dan kemajuan. Kewirausahaan tidak hanya dapat digunakan sebagai kiat-kiat bisnis jangka pendek tetapi juga sebagai kiat kehidupan secara umum dalam jangka panjang untuk menciptakan peluang. Di bidang bisnis misalnya, perusahaan sukses dan memperoleh peluang besar karena memiliki kreativitas dan inovasi. Melalui proses kreatif dan inovatif, wirausaha menciptakan nilai tambah atas barang dan jasa. Nilai tambah barang dan jasa yang diciptakan melalui proses kreatif dan inovatif banyak menciptakan berbagai keunggulan termasuk keunggulan bersaing. Perusahaan seperti Microsoft, Sony, dan Toyota Motor, merupakan contoh perusahaan yang sukses dalam produknya karena memiliki kreativitas dan inovasi dibidang teknologi. Demikian juga dibidang pendidikan, kesehatan dan pemerintahan, kemajuan-kemajuan tertentu dapat diciptakan oleh orang-orang yang memiliki semangat, jiwa kreatif dan inovatif. David Osborne & Ted Gaebler (1992) dalam bukunya "*Reinvernting Government*" mengemukakan bahwa dalam perkembangan dunia dewasa ini dituntut pemerintah yang berjiwa kewirausahaan (*entrepreneurial government*). Dengan memiliki jiwa kewirausahaan, maka birokrasi dan institusi akan memiliki motivasi, optimisme, dan berlomba untuk menciptakan cara-cara baru yang lebih efisien, efektif, inovatif, fleksibel, dan adaptif.

B. Objek Studi Kewirausahaan

Seperti telah dikemukakan di atas, kewirausahaan mempelajari tentang nilai, kemampuan, dan perilaku seseorang dalam berkreasi

dan berinovasi. Oleh sebab itu, objek studi kewirausahaan adalah nilai-nilai dan kemampuan (*ability*) seseorang yang diwujudkan dalam bentuk perilaku. Menurut Soeparman Soemahamidjaja (1997:14-15), kemampuan seseorang yang menjadi objek kewirausahaan meliputi:

1. Kemampuan merumuskan tujuan hidup/ usaha. Dalam merumuskan tujuan hidup/ usaha tersebut perlu perenungan, koreksi, yang kemudian berulang-ulang dibaca dan diamati sampai memahami apa yang menjadi kemampuannya.
2. Kemampuan memotivasi diri untuk melahirkan suatu tekad kemauan yang menyala-nyala.
3. Kemampuan untuk berinisiatif, yaitu mengerjakan sesuatu yang baik tanpa menunggu perintah orang lain, yang dilakukan berulang-ulang sehingga menjadi kebiasaan berinisiatif.
4. Kemampuan berinovasi, yang melahirkan kreativitas (daya cipta) setelah dibiasakan berulang-ulang akan melahirkan motivasi. Kebiasaan inovatif adalah desakan dalam diri untuk selalu mencari berbagai kemungkinan baru atau kombinasi baru apa saja yang dapat dijadikan peranti dalam menyajikan barang dan jasa bagi kemakmuran masyarakat.
5. Kemampuan untuk membentuk modal uang atau barang modal (*capital goods*).
6. Kemampuan untuk mengatur waktu dan membiasakan diri untuk selalu tepat waktu dalam segala tindakan melalui kebiasaan yang selalu tidak menunda pekerjaan.
7. Kemampuan mental yang dilandasi dengan agama.
8. Kemampuan untuk membiasakan diri dalam mengambil hikmah dari pengalaman yang baik maupun menyakitkan.

C. Hakikat Kewirausahaan

Meskipun sampai sekarang ini belum ada terminalogi yang persis sama tentang kewirausahaan (*entrepreneurship*), akan tetapi pada umumnya memiliki hakikat yang hampir sama, yaitu

merujuk pada sifat, watak dan ciri-ciri yang inovatif ke dalam dunia usaha yang nyata dan dapat mengembangkannya dengan tangguh (Peter F. Drucker, `1994). Menurut Drucker, kewirausahaan adalah suatu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*ability to create the new and different thing*). Bahkan, *entrepreneurship* secara sederhana sering juga diartikan sebagai prinsip atau kemampuan wirausaha (Ibnu Soedjono, `1993; meredith, `1996; Marzuki Usman, 1997).

Istilah kewirausahaan berasal dari terjemahan *entrepreneurship*, yang dapat diartikan sebagai "*the backbone of economy*", yaitu syaraf pusat perekonomian atau sebagai "*tailbone of economy*", yaitu pengendali perekonomian suatu bangsa (Soeharto Wirakusumo, 1997:10). Secara epistimologi, kewirausahaan merupakan nilai yang diperlukan untuk memulai suatu usaha (*star-up phase*) atau suatu proses dalam mengerjakan suatu yang baru (*creative*) dan sesuatu yang berbeda (*innovative*). Menurut thomas w. Zimmerer (1996:5`1), kewirausahaan adalah "*applying creativity and innovation to solve the problems and to exploit opprtunities that people face everyday*". Kewirausahaan adalah penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan upaya untuk memanfaatkan peluang yang dihadapi setiap hari. Kewirausahaan merupakan gabungan dari kreativitas, inovasi, dan keberanian menghadapi risiko yang dilakukan dengan cara kerja keras untuk membentuk dan memelihara usaha baru. Kreativitas, oleh Zimmerer (1996:51) diartikan sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dan menghadapi peluang (*creativity is the ability to devolop new ideas and to discover new ways of looking at problems and opportunities*). Sedangkan, inovasi diartikan sebagai kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan-persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan (*innovation is the ability to apply creative solutions to those problems and opportunities to enhance or enrich people's live*). Menurut Harvard's Theodore Levitt yang dikutip Zimmerer (1996:51), kreativitas adalah *thinking new things* (berpikir sesuatu yang baru),

sedangkan inovasi adalah *doing new things* (melakukan sesuatu yang baru). Keberhasilan wirausaha akan tercapai apabila berpikir dan melakukan sesuatu yang baru atau sesuatu yang lama yang dilakukan dengan cara yang baru (*thinking and doing new ways*). Menurut Zimmerer (1996:51), ide kreatif akan muncul apabila wirausaha melihat sesuatu yang lama dan memikirkan sesuatu yang baru atau berbeda (*look at something old and think something new or different*).

Dari pandangan para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan (*entrepreneurship*) adalah suatu kemampuan (*ability*) dalam berpikir kreatif dan berperilaku inovatif yang dijadikan dasar, sumber daya, tenaga penggerak, tujuan siasat, kiat, dan proses dalam menghadapi tantangan hidup.

Istilah *entrepreneurship*, sebenarnya berasal dari kata *entrepreneur*. Menurut Soeparman Soemahamidjaja (1977:2), istilah ini pertama kali digunakan oleh Cantilon dalam Essai sur la nature du commerce (1755), yaitu sebutan bagi para pedagang yang membeli barang di daerah-daerah dan kemudian menjualnya dengan harga yang tidak pasti.

Dalam konteks manajemen, pengertian *entrepreneur* adalah seseorang yang memiliki kemampuan dalam menggunakan sumber daya seperti finansial (*money*), bahan mentah (*materials*), dan tenaga kerja (*labor*), untuk menghasilkan suatu produk baru, bisnis baru, proses produksi, atau pengembangan organisasi usaha (Marzuki Usman, 1997:3). Entrenal yang meliputi kombinasi motivasi, visi, komunikasi, optimisme, dorongan semangat, dan kemampuan untuk memanfaatkan peluang usaha. Menurut Sri edi Swasono (1978:38), dalam konteks bisnis, wirausaha adalah pengusaha, tetapi tidak semua pengusaha adalah wirausaha. Wirausaha adalah pelopor dalam bisnis, inovator, penanggung risiko, yang mempunyai visi ke depan, dan memiliki keunggulan dalam berprestasi di bidang usaha.

Norman M. Scarborough dan Thomas W. Zimmerer (1993:5) mengemukakan defenisi wirausaha sebagai berikut "*An entrepreneur is one who creates a new business in the face of risk and uncertainty*

for the purpose of achieving profit and growth by identifying opportunities and assembling the necessary resources to capitalize on those opportunities".

Menurut Dun steinhoff dan John F. Burgess (1993:35) wirausaha adalah orang yang mengorganisir, mengelola, dan berani menanggung risioko untuk menciptakan usaha baru dan peluang berusaha. *"A person who organizes, manages, and assumer the risk of a business or entreprise is an entrepreneur. Entrepreneur is individual who risks financial, material, and human resources a new way to create a new business concept or opportunities within an existing form".*

Beberapa konsep "*entrepreneur*" di atas lebih menekankan pada kemampuan dan perilaku seseorang sebagai pengusaha. Bahkan Dun steinhoff dan John F. Burgess (1993:4), memandang kewirausahaan sebagai pengelola perusahaan kecil atau pelaksana perusahaan kecil. Menurutny, "*entrepreneur*" is considered to have the same meaning as "*small business owner-manager*" or "*small busines operator*".

Beberapa konsep kewirausahaan seakan-akan identik dengan kemampuan para pengusaha dalam dunia usaha (business). Padahal kewirausahaan tidak selalu identik dengan watak atau ciri pengusaha semata, karena sifat baik sebagai karyawan swasta maupun pemerintah (Soeparman Soemahamidjaja, 1980). Wirausaha adalah mereka yang melakukan upaya-upaya kreatif dan inovatif dengan jalan mengembangkan ide, dan meramu sumber daya untuk menemukan peluang (*opportunity*) dan perbaikan (*preparation*) hidup (Prawirokusumo, 1997:5).

Rumusan *entrepreneur* yang berkembang sekarang ini sebenarnya banyak berasal dari konsep Schumpeter (1934). Menurut Schumpeter, *entrepreneur* merupakan pengusaha yang melaksanakan kombinasi-kombinasi baru dalam bidang teknik dan komersial ke dalam bentuk praktik. Inti dari fungsi pengusaha adalah pengenalan dan pelaksanaan kemungkinan-kemungkinan baru dalam bidang perekonomian. Kemungkinan-kemungkinan baru yang dimaksudkan oleh Schumper adalah (1) memperkenalkan

produk baru atau kualitas baru suatu barang yang belum dikenal oleh konsumen, (2) melakukan suatu metode produksi baru, dari suatu penemuan ilmiah baru dan cara-cara baru untuk menangani suatu produk agar menjadi lebih mendatangkan keuntungan, (3) membuka suatu pemasar baru, yaitu pasar yang belum pernah ada atau belum pernah dimasuki cabang industri yang bersangkutan, (4) pembukaan suatu sumber dasar baru, atau setengah jadi atau sumber-sumber yang harus dikembangkan, (5) pelaksanaan organisasi baru Yuyun Wirasmita, 1982; 33-34).

Menurut Schumpeter (1934), fungsi pengusaha bukan pencipta atau penemu kombinasi-kombinasi baru (kecuali kalau kebetulan), tetapi lebih merupakan pelaksana dari kombinasi-kombinasi yang kreatif. Pengusaha tersebut biasanya memiliki sikap yang khusus seperti sikap pedagang, pemilik industri, dan bentuk-bentuk usaha lainnya yang sejenis. Schumpeter mengemukakan dua tipe sikap dari dua subjek ekonomi, yaitu sikap pengusaha kecil biasa dan sikap pengusaha benar-benar. Sikap pengusaha yang benar-benarlah yang kemudian berkembang lebih cepat.

Kewirausahaan (enterpreneurship) muncul apabila seseorang berani mengembangkan usaha-usaha dan ide-ide barunya. Proses kewirausahaan meliputi semua fungsi, aktivitas, dan tindakan yang berhubungan dengan perolehan peluang dan penciptaan organisasi usaha. Oleh sebab itu, wirausaha adalah orang yang memperoleh peluang dan menciptakan suatu organisasi untuk mengejar peluang itu (Bygrave, 1995).

Menurut Meredith (1996:9), kewirausahaan berarti memadukan watak pribadi, keuangan, dan sumber daya. Oleh karena itu, kewirausahaan merupakan suatu pekerjaan atau karier yang harus bersifat fleksibel dan imajinatif, mampu merencanakan, mengambil resiko, mengambil keputusan-keputusan dan tindakan-tindakan untuk mencapai tujuan (Meredith, 1996:9). Syarat berwirausaha harus memiliki kemampuan untuk menemukan dan mengevaluasi peluang, mengumpulkan sumber-sumber daya yang diperlukan dan bertindak untuk memperoleh keuntungan dari peluang-peluang itu.

Esensi dari kewirausahaan adalah menciptakan nilai tambah dipasar melalui proses kombinasi antara sumber daya dengan cara-cara baru dan berbeda agar dapat bersaing. Menurut Zimmerer (1996:51), nilai tambah tersebut diciptakan melalui cara-cara sebagai berikut (1) pengembangan teknologi baru (*developing new technology*), (2) penemuan pengetahuan baru (*discovering new knowledge*), (3) perbaikan produk dan jasa yang sudah ada (*improving existing products or services*), (4) penemuan cara-cara yang berbeda untuk menghasilkan barang dan jasa yang lebih banyak dengan sumber daya yang lebih sedikit (*finding different ways of providing more goods and services with fewer resources*).

Meskipun di antara para ahli ada yang lebih menekankan kewirausahaan pada peran pengusaha kecil, akan tetapi sifat ini dimiliki juga oleh bukan pengusaha. Jiwa kewirausahaan ada pada setiap orang yang memiliki perilaku inovatif dan kreatif dan pada setiap orang yang menyukai perubahan, pembaharuan, kemajuan, dan tantangan. Misalnya birokrat, mahasiswa, dosen, dan masyarakat lainnya.

Dari beberapa konsep yang dikemukakan di atas, ada enam hakikat penting kewirausahaan, yaitu:

1. Kewirausahaan adalah suatu nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang dijadikan dasar sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, proses, dan hasil bisnis (Ahmad Sanusi, 1994).
2. Kewirausahaan adalah suatu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*ability to create the new and diferent*) (Druker, 1959).
3. Kewirausahaan adalah suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan (usaha) (Zimmerer, 1996).
4. Kewirausahaan adalah suatu nilai yang diperlukan untuk memulai suatu usaha (*star-up phase*) dan perkembangan usaha (*venture growth*) (Soeharto Prawiro, 1997).

5. Kewirausahaan adalah suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru (*create*), dan sesuatu yang berbeda (*innovative*) yang bermanfaat memberikan nilai lebih.
6. Kewirausahaan adalah usaha menciptakan nilai tambah dengan jalan mengombinasikan sumber-sumber melalui cara-cara baru dan berbeda untuk memenangkan persaingan. Nilai tambah tersebut dapat diciptakan dengan cara mengembangkan teknologi baru, menemukan pengetahuan baru, menemukan cara baru untuk menghasilkan barang dan jasa baru yang lebih efisien, memperbaiki produk dan jasa yang sudah ada, dan menemukan cara baru untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

Berdasarkan keenam konsep di atas, secara ringkas kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai suatu kemampuan kreatif dan inovatif (*create new and diferent*) yang dijadikan kiat, dasar, sumber daya, proses, dan perjuangan untuk menciptakan nilai tambah barang dan jasa yang dilakukan dengan keberanian untuk menghadapi resiko.

BAB II

KARAKTERISTIK DAN NILAI NILAI KEWIRAUSAHAAN

A. Jiwa Berwirausaha

Dalam kehidupan sehari-hari, masih banyak orang yang menafsirkan dan memandang bahwa kewirausahaan identik dengan apa yang dimiliki baru dilakukan 'usahawan' atau "wiraswasta". Pandangan tersebut tidaklah tepat, karena jiwa dan sikap kewirausahaan tidak hanya dimiliki oleh usahawan akan tetapi dapat dimiliki oleh setiap orang yang berpikir kreatif dan bertindak inovatif baik kalangan usahawan maupun masyarakat umum seperti petani, karyawan, pegawai pemerintahan, mahasiswa, guru, dan pimpinan organisasi lainnya.

Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang. Banyak orang yang berhasil dan sukses karena memiliki kemampuan berpikir kreatif dan inovatif. Karya dan karsa hanya terdapat pada orang-orang yang berpikir kreatif. Tidak sedikit orang dan perusahaan yang berhasil meraih sukses karena memiliki kemampuan kreatif dan inovatif. Proses kreatif dan inovatif tersebut biasanya diawali dengan memunculkan ide-ide dan pemikiran-pemikiran baru untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Sedangkan dalam organisasi perusahaan, proses kreatif dan inovatif dilakukan melalui kegiatan penelitian dan pengembangan (*research and development*) untuk meraih pasar. Baik ide, pemikiran, maupun tindakan kreatif tidak lain untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Sesuatu yang baru dan berbeda merupakan nilai tambah barang dan jasa yang menjadi sumber keunggulan untuk dijadikan

peluang. Jadi, kewirausahaan merupakan suatu kemampuan dalam menciptakan nilai tambah di pasar melalui proses pengelolaan sumber daya dengan cara-cara baru dan berbeda, melalui (1) pengembangan teknologi baru, (2) penemuan pengetahuan ilmiah baru, (3) perbaikan produk barang dan jasa yang ada, (4) penemuan cara-cara baru untuk menghasilkan barang lebih banyak dengan sumber daya yang lebih efisien.

Kreatif adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan cara-cara baru dalam pemecahan masalah dan menemukan peluang (*thinking new thing*). Sedangkan inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka pemecahan masalah dan menemukan peluang (*doing new thing*). Jadi, kreativitas adalah kemampuan untuk memikirkan sesuatu yang baru dan berbeda, sedangkan inovasi merupakan kemampuan untuk melakukan sesuatu yang baru dan berbeda. Sesuatu yang baru dan berbeda tersebut dapat dalam bentuk hasil seperti barang dan jasa, dan bisa dalam bentuk proses seperti ide, metode, dan cara. Sesuatu yang baru dan berbeda yang diciptakan melalui proses berpikir kreatif dan bertindak inovatif merupakan nilai tambah (*value added*) dan merupakan keunggulan yang berharga. Nilai tambah yang berharga adalah sumber peluang bagi wirausaha. Ide kreatif akan muncul apabila wirausaha "*look at old and thing something new or different*".

Sukses kewirausahaan akan tercapai apabila berpikir dan melakukan sesuatu yang baru atau sesuatu yang lama dengan cara-cara baru (*thing and doing new things or old thing in new way*) (Zimmer, 1996:51).

Proses kreatif dan inovatif hanya dilakukan oleh orang-orang yang memiliki jiwa dan sikap kewirausahaan, yaitu orang yang percaya diri (yakin, optimis, dan penuh komitmen), berinisiatif (energik dan percaya diri), memiliki motif berprestasi (berorientasi hasil dan berwawasan ke depan), memiliki jiwa kepemimpinan (berani tampil berbeda), dan berani mengambil risiko dengan penuh perhitungan (karena itu suka akan tantangan).

Kewirausahaan diawali dengan proses imitasi dan duplikasi, kemudian berkembang menjadi proses pengembangan, dan berakhir pada adalah proses penciptaan sesuatu yang baru dan berbeda itulah yang disebut tahap kewirausahaan. Tahapan inovasi banyak dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang berasal dari pribadi maupun lingkungan. Faktor pribadi yang memicu kewirausahaan adalah motif berprestasi, komitmen, nilai-nilai pribadi, pendidikan, dan pengalaman. Sedangkan faktor pemicu yang berasal dari lingkungan pada masa inovasi adalah peluang, model peran, dan aktivitas. Perilaku kewirausahaan merupakan fungsi dari kompetensi, insentif, dan lingkungan.

Secara umum, wirausahaan memiliki dua peran, yaitu sebagai penemu (*inovator*) dan sebagai perencana (*planner*). 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, dan menciptakan organisasi perusahaan baru.

Ide akan menjadi peluang apabila wirausaha bersedia melakukan evaluasi terhadap peluang secara terus-menerus melalui proses menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda, mengamati pintu peluang, menganalisis proses secara mendalam, dan memperhitungkan resiko yang mungkin terjadi. Untuk memperoleh peluang wirausaha harus memiliki berbagai kemampuan dan pengetahuan seperti kemampuan untuk menghasilkan produk atau jasa baru, menghasilkan nilai tambah baru, merintis usaha baru, melakukan proses atau teknik baru, dan mengembangkan organisasi baru.

B. Bekal Pengetahuan dan Keterampilan Wirausaha

Selain bekal kemampuan, wirausaha juga memiliki pengetahuan dan keterampilan. Bekal pengetahuan yang harus dimiliki wirausaha meliputi (1) bekal pengetahuan mengenai usaha yang

akan memasuki/ dirintis dan lingkungan usaha yang ada, (2) bekal pengetahuan tentang peran dan tanggungjawab, dan (3) bekal pengetahuan tentang manajemen dan organisasi bisnis. Sedangkan bekal keterampilan yang harus dimiliki wirausaha meliputi (1) bekal keterampilan konseptual dalam mengatur strategi dan memperhitungkan resiko, (2) bekal keterampilan kreatif dalam menciptakan nilai tambah, (3) bekal keterampilan dalam memimpin dan mengelola, (4) bekal keterampilan berkomunikasi dan berinteraksi, dan (5) bekal keterampilan teknik usaha yang akan dilakukannya.

Dalam dunia bisnis seperti sekarang ini, umumnya dikenal tiga cara untuk memasuki suatu usaha bisnis, yaitu (1`) merintis usaha baru sejak dari awal, (2) membeli perusahaan yang telah ada, (3) kerja sama manajemen (*franchising*).

Untuk memulai usaha baru atau merintis usaha baru, modal utama yang harus ada pertama kali adalah ide, baik itu ide untuk melakukan proses imitasi dan duplikasi, ide untuk melakukan pengembangan, atau ide untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Setelah ada ide, lakukan analisis kelayakan usaha termasuk analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (*strength, weakness, opportunity, and threat* –SWOT).

Selanjutnya, ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam merintis usaha baru, antara lain (1`) bidang usaha dan jenis usaha yang akan dirintis, (2) bentuk usaha dan bentuk kepemilikan usaha dan jenis usaha yang akan dipilih, (3) tempat usaha yang akan dipilih, (4) organisasi usaha yang akan digunakan, (5) jaminan usaha yang mungkin diperoleh, (6) lingkungan usaha yang akan berpengaruh. Untuk mengelola usaha tersebut harus diawali dengan (1`) perencanaan usaha, (2) pengelolaan keuangan, (3) aksi strategis usaha, (4) teknik pengembangan usaha.

Terlepas dari tujuan berwirausaha yang bisa baik secara sosial ataupun ekonomi, ada beberapa etika berwirausaha yang penting dan harus diperhatikan, yaitu (1`) kejujuran, (2) integritas, (3)

menepati janji, (4) kesetiaan, (5) kewajaran, (6) suka membantu orang lain, (7) menghormati orang lain, (8) warga negara yang baik dan taat hukum, (9) mengejar keunggulan, dan (10) bertanggungjawab. Dalam konteks ekonomi maupun sosial, kejujuran, integritas dan tepat janji merupakan modal sosial yang dapat menumbuhkan kepercayaan dan memelihara hubungan baik untuk jangka panjang.

C. Kompetensi Kewirausahaan

Menurut Michael Harris (2000:19), kompetensi adalah: "*....are underlying bodies of knowledge, abilities, experiences, and other requirement necessary to successfully perform the job*". Wirausaha yang sukses pada umumnya ialah mereka yang memiliki kompetensi, yaitu seseorang yang memiliki ilmu pengetahuan, keterampilan, dan kualitas individu yang meliputi sikap, motivasi, nilai serta tingkah laku yang diperlukan untuk melaksanakan pekerjaan/ kegiatan. Wirausaha tidak hanya memerlukan pengetahuan tapi juga keterampilan. Keterampilan-keterampilan tersebut di antaranya keterampilan manajerial (*managerial skill*), keterampilan konseptual (*conceptual skill*) dan keterampilan memahami, mengerti, berkomunikasi, dan berelasi (*human skill*) dan keterampilan merumuskan masalah dan mengambil keputusan (*decision making skill*), keterampilan mengatur dan menggunakan waktu (*time management skill*), dan keterampilan teknik lainnya secara spesifik. Akan tetapi memiliki pengetahuan dan keterampilan saja tidaklah cukup. Wirausaha harus memiliki sikap positif, motivasi, dan selalu berkomitmen terhadap pekerjaan yang sedang dilakukannya.

Kompetensi diartikan sebagai pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan individu (*personality*) yang langsung berpengaruh pada kinerja. Kinerja bagi wirausaha merupakan tujuan yang selalu ingin dicapainya. Dalam dunia bisnis, yang disebut kompetensi inti (*core competency*) adalah kreativitas dan inovasi guna menciptakan nilai tambah untuk meraih keunggulan, yang tercipta melalui pengembangan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan. Pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan merupakan

kompetensi inti wirausaha untuk menciptakan daya saing khusus agar memiliki posisi tawar-menawar yang kuat dalam persaingan.

D. Karakteristik dan Nilai-Nilai Hakiki Kewirausahaan

Karakteristik Kewirausahaan

Banyak ahli yang mengemukakan karakteristik kewirausahaan dengan konsep yang berbeda-beda. M. Scarborough dan Thomas W. Zimmerer (1993:6-7) mengemukakan delapan karakteristik yang meliputi:

1. *Desire for responsibility*, yaitu memiliki rasa tanggung jawab atas usaha-usaha yang dilakukannya. Seseorang yang memiliki rasa tanggung jawab akan selalu mawas diri.
2. *Preference for moderate risk*, yaitu lebih memilih resiko yang moderat, artinya ia selalu menghindari resiko, baik yang terlalu rendah maupun resiko yang terlalu tinggi.
3. *Confidence in their ability to success*, yaitu percaya akan kemampuan dirinya untuk berhasil.
4. *Desire for immediate feedback*, yaitu selalu menghendaki umpan balik yang segera.
5. *High level of energy*, yaitu memiliki semangat dan kerja keras untuk mewujudkan keinginannya demi masa yang lebih baik.
6. *Future orientation*, yaitu berorientasi ke masa depan, perpektif, dan berwawasan jauh ke depan.
7. *Skill at organizing*, yaitu memiliki keterampilan dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah.
8. *Value of achievement over money*, yaitu lebih menghargai prestasi daripada uang.

Wirausaha selalu berkomitmen dalam melakukan tugasnya sampai berhasil. Ia tidak setengah-setengah dalam melakukan pekerjaannya. Karena itu, ia selalu tekun, ulet, pantang menyerah sebelum pekerjaannya berhasil. Tindakannya tidak didasari oleh spekulasi melainkan perhitungan yang matang. Ia berani mengambil resiko terhadap pekerjaannya karena sudah diperhitungkan. Oleh

sebab itu, wirausaha selalu berani mengambil resiko yang moderat, artinya resiko yang diambil tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah. Keberanian menghadapi resiko yang didukung oleh komitmen yang kuat, mendorong wirausaha untuk terus berjuang mencari peluang sampai memperoleh hasil. Hasil-hasil itu harus nyata atau jelas dan objektif, dan merupakan umpan balik (*feedback*) bagi kelancaran kegiatannya. Dengan semangat optimisme yang tinggi karena ada hasil yang diperoleh, maka uang selalu dikelola secara proaktif dan dipandang sebagai sumber daya bukan tujuan akhir

Beberapa ciri kewirausahaan yang dikemukakan oleh para ahli seperti di atas, secara ringkas dikemukakan oleh Vernon a Musselman (1989:155), Wasty Sumanto (1989), dan Geoffey Meredith (1989:5) dalam bentuk ciri-ciri berikut.

1. Keinginan yang kuat untuk berdiri sendiri.
2. Kemampuan untuk mengambil resiko.
3. Kemampuan untuk belajar dari pengalaman.
4. Memotivasi diri sendiri.
5. Semangat untuk bersaing.
6. Orientasi pada kerja keras.
7. Percaya pada diri sendiri.
8. Dorongan untuk berprestasi.
9. Tingkat energi yang tinggi.
10. Tegas.
11. Yakin pada kemampuan sendiri.

Wasty Sumanto (1989:5) menambah ciri-ciri yang ke-12 dan ke-13 sebagai berikut.

1. Tidak suka uluran tangan dari pemerintah atau pihak lain di masyarakat.
2. Tidak bergantung pada alam dan berusaha untuk tidak menyerah pada alam.

Geoffrey Meredith (1989:5) menambah ciri yang ke-14 sampai dengan ke-16, yaitu.

1. Kepemimpinan.
2. Keorisinilan.
3. Berorientasi ke masa depan dan penuh gagasan.

Dalam mencapai keberhasilannya, seorang wirausaha memiliki ciri-ciri tertentu pula. Dalam "*Entrepreneurship and Small Enterprise Development Repor*" (1986) yang dikutip oleh M. Scarborough dan Thomas W. Zimmerer (1993:5) dikemukakan beberapa karakteristik kewirausahaan yang berhasil, di antaranya memiliki ciri-ciri:

1. Proaktif, yaitu berinisiatif dan tegas (*assertive*).
2. Berorientasi pada prestasi yang tercermin dalam pandangan dan bertindak (*sees and acts*) terhadap peluang, orientasi efisiensi, mengutamakan kualitas pekerjaan, berencana, dan mengutamakan monitoring.
3. Komitmen kepada orang lain, misalnya dalam mengadakan kontrak dan hubungan bisnis.

Secara eksplisit, Dan Steinhoff dan John F Burgess (1`993:38) mengemukakan beberapa karakteristik yang diperlukan untuk menjadi wirausaha yang berhasil, meliputi:

1. Memiliki visi dan tujuan usaha yang jelas.
2. Bersedia menanggung risiko waktu dan uang.
3. Berencana, mengorganisir.
4. Kerja keras sesuai dengan tingkat kepentingannya.
5. Mengembangkan hubungan dengan pelanggan, pemasok, pekerja, dan yang lainnya.
6. Bertanggung jawab terhadap keberhasilan dan kegagalan.

Keberhasilan atau kegagalan wirausaha sangat dipengaruhi juga oleh sifat dan kepribadian seseorang. *The officer of Advocacy of Small Business Administration* (1989) yang dikutip oleh Dan Steinhoff dan John F Burgess (1993:37) mengemukakan bahwa

kewirausahaan yang berhasil pada umumnya memiliki sifat-sifat kepribadian (*entrepreneurial personality*) sebagai berikut:

1. *They have the self-confidence to work hard independently and understand that the risk taking is part of the equation for success.*
2. *They have organization ability, can set goals, are results-oriented, and take responsibility for the results of their endeavors---good or bad.*
3. *They are creative and seek an outlet for their creativity in an entrepreneurship.*
4. *They enjoy challenges and find personal fulfillment in seeing their ideas through to completion.*

Dengan menggabungkan pandangan Timmons dan Mc Clelland (1961), Thomas F. Zimmerer (1996:6-8) memperluas karakteristik sikap dan kewirausahaan yang berhasil sebagai berikut:

1. *Commitment and determination*, yaitu memiliki komitmen dan tekad yang bulat untuk mencurahkan semua perhatiannya pada usaha. Sikap yang setengah hati mengakibatkan besarnya kemungkinan untuk gagal dalam berwirausaha.
2. *Desire for responsibility*, yaitu memiliki rasa tanggung jawab baik dalam mengendalikan sumber daya yang digunakan maupun tanggung jawab terhadap keberhasilan berwirausaha. Oleh karena itu, akan mawas diri secara internal.
3. *Opportunity obsession*, yaitu selalu berambisi untuk selalu mencari peluang. Keberhasilan wirausaha selalu diukur dengan keberhasilan untuk mencapai tujuan.pencapaian tujuan terjadi apabila ada peluang.
4. *Tolerance for risk, ambiguity, and uncertainty*, yaitu tahan terhadap risiko dan ketidakpastian. Wirausaha harus belajar untuk mengelola risiko dengan cara mentrasfer risiko ke pihak lain seperti bank, investor, konsumen, pemasok, dan lain-lain. Wirausaha yang berhasil biasanya memiliki toleransi terhadap pandangan yang berbeda dan ketidakpastian

5. *Self confidence*, yaitu percaya diri. Ia cenderung optimis dan memiliki keyakinan yang kuat terhadap kemampuan yang dimilikinya untuk berhasil.
6. *Creativity and flexibility*, yaitu berdaya cipta dan luwes. Salah satu kunci penting adalah kemampuan untuk menghadapi perubahan permintaan. Kekakuan dalam menghadapi perubahan ekonomi dunia yang serba cepat sering kali membawa kegagalan. Kemampuan untuk menanggapi perubahan yang cepat dan fleksibel tentu saja memerlukan kreativitas yang tinggi.
7. *Desire for immediate feedback*, yaitu selalu memerlukan umpan balik yang segera. Ia selalu ingin mengetahui hasil dari apa yang dikerjakannya. Oleh karena itu, dalam memperbaiki kinerjanya, ia selalu memiliki kemauan untuk menggunakan ilmu pengetahuan yang telah dimilikinya dan selalu belajar dari kegagalan.
8. *High level of energy*, yaitu memiliki tingkat energi yang tinggi. Wirausaha yang berhasil biasanya memiliki daya juang yang lebih tinggi dibanding rata-rata orang lainnya, sehingga ia lebih suka kerja keras walaupun dalam waktu yang relatif lama.
9. *Motivation to excel*, yaitu memiliki dorongan untuk selalu unggul. Ia selalu ingin lebih unggul, lebih berhasil dalam mengerjakan apa yang dilakukannya dengan melebihi standar yang ada. Motivasi ini muncul dari dalam diri (internal) dan jarang dari eksternal.
10. *Orientation to the future*, yaitu berorientasi pada masa yang akan datang. Untuk tumbuh dan berkembang, ia selalu berpandangan jauh ke masa depan yang lebih baik.
11. *Willingness to learn from failure*, yaitu selalu belajar dari kegagalan. Wirausaha yang berhasil tidak pernah takut gagal. Ia selalu menfokuskan kemampuannya pada keberhasilan.
12. *Leadership ability*, yaitu kemampuan dalam kepemimpinan. Wirausaha yang berhasil memiliki kemampuan untuk menggunakan pengaruh tanpa kekuatan (power), ia harus lebih memiliki taktik mediator dan negotiator daripada diktator.

Menurut Ahmad Sanusi (1994) ada beberapa kecenderungan profil pribadi wirausaha yang dapat diangkat dari kegiatan sehari-hari, di antaranya:

1. Tidak menyenangi lagi hal-hal yang sudah terbiasa/ tetap/ sudah teratur/ diatur dan jelas. Ia selalu bosan dengan kegiatan rutin sehingga timbul harapan-harapan dan keinginan untuk selalu berubah, ada tambahan, pengayaan, atau perbaikan mutu (nilai tambah yang berbeda).
2. Suka memandang keluar, berorientasi pada aspek-aspek yang luas dari soal yang dihadapi untuk memperoleh peluang baru.
3. Makin berani, karena merasa perlu untuk menunjukkan sikap kemandirian atau prakarsa atas nama sendiri.
4. Suka berimajinasi dan mencoba menyatakan daya kreativitas serta memperkenalkan hasil-hasilnya kepada pihak lain.
5. Karena sendiri, maka ada keinginan berbeda atau maju, dan toleransi terhadap perbedaan pihak lain.
6. Menyatakan suatu prakarsa setelah gagasan awalnya diterima dan dikembangkan, serta dapat dipertanggungjawabkan dari beberapa sudut. Prakarsa dianggap tidak final, bahkan terbuka untuk modifikasi dan perubahan.
7. Dengan kerja keras dan kemajuan tahap demi tahap yang tercapai timbul rasa percaya diri dan sikap optimisme yang lebih mendasar.
8. Sikap dan perilaku kewirausahaan di atas, dikombinasikan dengan keterampilan manajemen usaha dalam bentuk perencanaan dan pengembangan produk, penetrasi/ pengembangan pasar, organisasi dan komunikasi perusahaan, keuangan, dan lain-lain.
9. Meskipun dasarnya bekerja keras, cermat dan sungguh-sungguh namun aspek risiko tidak bisa dilepaskan sampai batas yang dapat diterima.
10. Dengan risiko tersebut, dibulatkan tekad, komitmen, dan kekukuhan hati terhadap alternatif yang dipilih.

11. Berhubung yang dituju ada kemajuan yang terus-menerus, maka ruang lingkup memandang pun jauh dan berdaya juang tinggi, karena sukses tidak datang tanpa dasar atau tiba-tiba.
12. Adanya perluasan pasar dan pihak lain yang bersaing mendorong kemauan keras untuk membuat perencanaan lebih baik, bekerja lebih baik, untuk mencapai hasil lebih baik bahkan yang terbaik dan berbeda.
13. Sikap hati-hati dan cermat mendorong kesiapan bekerja sama dengan pihak lain yang sama-sama mencari kemajuan dan keuntungan. Akan tetapi, jika perlu, ia harus ada kesiapan untuk bersaing.
14. Ujian, godaan, hambatan, dan hal-hal yang tidak terduga dianggap tantangan untuk mencari berbagai ikhtiar.
15. Memiliki toleransi terhadap kesalahan operasional atau penilaian. Ada introspeksi dan kesediaan, serta sikap responsif dan arif terhadap umpan balik (*feedback*), kritik, dan saran.
16. Punya kemampuan intensif dan seimbang dalam memperhatikan dan menyimak informasi dari pihak lain dengan meletakkan posisi dan sikap sendiri, dan mengendalikan diri sendiri terhadap sesuatu soal yang dianggap belum jelas.
17. Menjaga dan memajukan nilai dan perilaku yang telah menjadi keyakinan dirinya, integritas pribadi yang mengandung citra dan harga diri, selalu bersikap adil, adil, dan sangat menjaga kepercayaan yang diberikan oleh orang lain.

Menurut Ahmad Sanusi, dalam konteks tersebut para wirausaha tidak memiliki profil yang sama, masing-masing orang memiliki profilnya sendiri.

1. Nilai-nilai Hakiki Kewirausahaan Masing-masing
2. Berpikir Kreatif dalam Kewirausahaan

BAB III

SIKAP DAN KEPRIBADIAN WIRAUSAHA

A. Kualitas Manusia Modern

Alex Inkeles dan David H. Smith (1974:19-24) adalah salah satu di antara ahli yang mengemukakan tentang kualitas dan sikap orang modern. Menurut Inkeles (1974:24) kualitas manusia modern tercermin pada orang yang berpartisipasi dalam produksi modern yang dimanifestasikan dalam bentuk sikap, nilai, dan tingkah laku dalam kehidupan sosial. Ciri-cirinya meliputi keterbukaan terhadap pengalaman baru, selalu membaca perubahan sosial, lebih realitas terhadap fakta dan pendapat, berorientasi pada masa kini dan masa yang akan datang bukan pada masa lalu, berencana, percaya diri, memiliki aspirasi, berpendidikan dan mempunyai keahlian, respek, hati-hati, dan memahami produksi.

Ciri-ciri orang modern tersebut hampir sama dengan yang dikemukakan oleh Gunnar Myrdal, yaitu:

1. Kesiapan diri dan keterbukaan terhadap inovasi.
2. Kebebasan yang besar dari tokoh-tokoh tradisional.
3. Mempunyai jangkauan dan pandangan yang luas terhadap berbagai masalah.
4. Berorientasi pada masa sekarang dan yang akan datang.
5. Selalu berencana dalam segala kegiatan.
6. Mempunyai keyakinan pada kegunaan ilmu pengetahuan dan teknologi.
7. Percaya bahwa kehidupan tidak dikuasai oleh nasib dan orang tertentu.
8. Memiliki keyakinan dan menggunakan keadilan sesuai dengan prinsip masing-masing.
9. Sadar dan menghormati orang lain (Siagian, 1972).

Menurut Harsojo (1978:5), modernisasi sebagai sikap yang menggambarkan:

1. Sikap terbuka bagi pembaharuan dan perubahan.
2. Kesanggupan membentuk pendapat secara demokratis.
3. Berorientasi pada masa kini dan masa depan.
4. Meyakini kemampuan sendiri.
5. Menyakini kemampuan ilmu pengetahuan dan teknologi.
6. Menganggap bahwa ganjaran itu hasil dari prestasi.

Orang yang terbuka terhadap pengalaman-pengalaman baru akan lebih siap untuk menanggapi segala peluang, tantangan dan perubahan sosial, misalnya dalam mengubah standar hidupnya. Orang-orang yang terbuka terhadap ide-ide baru ini merupakan wirausaha yang inovatif dan kreatif yang ditemukan dalam jiwa kewirausahaan. Menurut Yurgen Kocka (1975), "Pandangan yang luas dan dinamis serta kesediaan untuk pembaharuan, bisa lebih cepat berkembang dalam lapangan industri, tidak lepas dari suatu latar belakang pendidikan, pengalaman perjalanan yang banyak" (Yuyun Wirasasmita, (1982:44). Dalam konteks ini, juga dijumpai perpaduan yang nyata antara usaha perdagangan yang sistematis dan rasional dengan kemampuan bereaksi terhadap kesempatan-kesempatan yang didasari keberanian berusaha. Wirausaha adalah kepribadian unggul yang mencerminkan budi yang luhur dan suatu sifat yang pantas diteladani, karena atas dasar kemampuannya sendiri dapat melahirkan suatu sumbangsih dan karya untuk kemajuan kemanusiaan yang berlandaskan kebenaran dan kebaikan.

Seperti telah diungkapkan bahwa wirausaha sebenarnya adalah seorang inovator atau individu yang mempunyai kemampuan naluriah untuk melihat benda-benda materi sedemikian rupa yang kemudian terbukti benar, mempunyai semangat dan kemampuan serta pikiran untuk menaklukkan cara berpikir yang tidak berubah, dan mempunyai kemampuan untuk bertahan terhadap oposisi sosial (Heijrachman Ranupandoyo, 1982;1). Wirausaha berperan dalam mencari kombinasi-kombinasi baru yang merupakan gabungan dari

lima proses inovasi, yaitu menemukan pasar-pasar baru, pengenalan barang-barang baru, metode produksi baru, sumber-sumber penyediaan bahan-bahan mentah baru, serta organisasi industri baru. Wirausaha merupakan inovator yang dapat menggunakan kemampuan untuk mencari kreasi-kreasi baru.

Dalam perusahaan, wirausaha adalah seorang inisiator atau organisator penting suatu perusahaan. Menurut Dusselman (1989:16), seseorang yang memiliki jiwa kewirausahaan ditandai oleh pola-pola tingkah laku sebagai berikut:

1. Inovasi, yaitu usaha untuk menciptakan, menemukan dan menerima ide-ide baru.
2. Keberanian untuk menghadapi resiko, yaitu usaha untuk menimbang dan menerima resiko dalam pengambilan keputusan dan dalam menghadapi ketidakpastian.
3. Kemampuan manajerial, yaitu usaha-usaha yang dilakukan untuk melaksanakan fungsi-fungsi manajemen, meliputi (1) usaha perencanaan, (2) usaha untuk mengkoordinir, (3) usaha untuk menjaga kelancaran usaha, (4) usaha untuk mengawasi dan mengevaluasi usaha.
4. Kepemimpinan, yaitu usaha memotivasi, melaksanakan, dan mengarahkan tujuan usaha.

Menurut Kathleen L. Hawkins & Peter A. Turla (1986) pola tingkah laku kewirausaha di atas tergambar pula dalam perilaku dan kemampuan sebagai berikut.

1. Kepribadian, aspek ini bisa diamati dari segi kreativitas, disiplin diri, kepercayaan diri, keberanian menghadapi risiko, memiliki dorongan, dan kemauan kuat.
2. Hubungan, dapat dilihat dari indikator komunikasi dan hubungan antar-personal, kepemimpinan, dan manajemen.
3. Pemasaran, meliputi kemampuan dalam menentukan produk dan harga, periklanan dan promosi.
4. Keahlian dalam mengatur, diwujudkan dalam bentuk penentuan tujuan, perencanaan, dan penjadwalan, serta pengaturan pribadi.

5. Keuangan, indikatornya adalah sikap terhadap uang dan cara mengatur uang.

David Mc Clelland (1961:205) mengemukakan enam ciri perilaku kewirausahaan, yaitu:

1. Keterampilan mengambil keputusan dan mengambil risiko yang moderat, dan bukan atas dasar kebetulan belaka.
2. Energik, khususnya dalam bentuk berbagai kegiatan inovatif.
3. Tanggung jawab individual.
4. Mengetahui hasil-hasil dari berbagai keputusan yang diambilnya, dengan tolok ukur satuan uang sebagai indikator keberhasilan.
5. Mampu mengantisipasi berbagai kemungkinan di masa datang.
6. Memiliki kemampuan berorganisasi, meliputi kemampuan, kepemimpinan, dan manajerial.

Telah dikemukakan di atas bahwa wirausaha adalah inovator dalam mengombinasikan sumber-sumber bahan baru, teknologi baru, metode produksi baru, akses pasar baru, dan pangsa pasar baru (Schumpeter, 1934). Oleh Ibnu Soedjono (1993) perilaku kreatif dan inovatif tersebut dinamakan "*entrepreneurial action*", yang ciri-cirinya (1) selalu mengamankan investasi terhadap risiko, (2) mandiri, (3) berkreasi menciptakan nilai tambah, (4) selalu mencari peluang, (5) berorientasi ke masa depan.

Perilaku tersebut dipengaruhi oleh nilai-nilai kepribadian wirausaha, yaitu nilai-nilai keberanian menghadapi risiko, sikap positif, dan optimis, keberanian mandiri, dan memimpin, dan kemauan belajar dari pengalaman.

Keberhasilan atau kegagalan wirausaha sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor baik eksternal maupun internal. Menurut Sujuti Jahja (1977), faktor internal yang berpengaruh adalah kemauan, kemampuan, dan kelemahan. Sedangkan faktor yang berasal dari eksternal diri berlaku adalah kesempatan atau peluang.

B. Motif Berprestasi Kewirausahaan

Para ahli mengemukakan bahwa seseorang memiliki minat berwirausaha karena adanya suatu motif tertentu, yaitu motif berprestasi (*achievement motive*). Motif berprestasi ialah suatu nilai sosial yang menekankan pada hasrat untuk mencapai yang terbaik guna mencapai kepuasan secara pribadi (Gede Anggan Suhandana, 1980:55). Faktor dasarnya adalah adanya kebutuhan yang harus dipenuhi.

Teori motivasi pertama kali dikemukakan oleh Maslow (1934). Ia mengemukakan hierarki kebutuhan yang mendasari motivasi. Menurutnya, kebutuhan itu bertingkat sesuai dengan tingkatan pemuasannya, yaitu kebutuhan fisik (*physiological needs*), kebutuhan akan keamanan (*security needs*), kebutuhan sosial (*social needs*), kebutuhan harga diri (*esteem needs*), dan kebutuhan akan aktualisasi diri (*self-actualization needs*).

David C. McClelland (1971) mengelompokkan kebutuhan (needs), menjadi tiga, yakni:

1. *Need for achievement (n'Ach): The drive to excel, to achieve in relation to a set of standard, to strive to succeed.*
2. *Need for power (n'Pow); The need to make other behave in a way that they would not have behaved otherwise.*
3. *Need for affiliation (n'Aff): The desire for friendly and close interpersonal relationships.*

Kebutuhan berprestasi wirausaha (n'Ach) terlihat dalam bentuk tindakan untuk melakukan sesuatu yang lebih baik dan lebih efisien dibanding sebelumnya. Wirausaha yang memiliki motif berprestasi tinggi pada umumnya memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Ingin mengatasi sendiri kesulitan dan persoalan-persoalan yang timbul pada
2. Selalu memerlukan umpan balik yang segera untuk melihat keberhasilan dan kegagalan.
3. Memiliki tanggung jawab personal yang tinggi.

4. Berani menghadapi risiko dengan penuh perhitungan.
5. Menyukai tantangan dan melihat tantangan secara seimbang (*fifty-fifty*). Jika tugas yang diembannya sangat ringan, maka wirausaha merasa kurang tantangan, tetapi ia selalu menghindari tantangan yang sulit yang memungkinkan pencapaian keberhasilan sangat rendah.

Kebutuhan akan kekuasaan (*n'Pow*), yaitu hasrat untuk mempengaruhi, mengendalikan, dan menguasai orang lain. Ciri umumnya adalah senang bersaing, berorientasi pada status, dan cenderung lebih berorientasi pada status dan ingin mempengaruhi orang lain.

Kebutuhan untuk berafiliasi (*n'Aff*), yaitu hasrat untuk diterima dan disukai oleh orang lain. Wirausaha yang memiliki motivasi berafiliasi tinggi lebih menyukai persahabatan, bekerja sama daripada persaingan, dan saling pengertian. Menurut Stephen P. Robbins (1993:214), kebutuhan yang kedua dan ketigalah yang erat kaitannya dengan keberhasilan manajer saat ini.

Ahli psikologi lain, Frederik Herzberg (1987) dalam teori *motivation-hygiene* mengemukakan bahwa hubungan dan sikap individu terhadap pekerjaannya merupakan dua faktor dasar motivasi yang menentukan keberhasilan kerja, yaitu faktor yang membuat orang lain merasa puas (*satisfaction*) dan faktor yang membuat orang tidak merasa puas (*dissatisfaction*). Faktor internal yang membuat orang memperoleh kepuasan kerja (*job-satisfaction*) meliputi prestasi (*achievement*), pengakuan (*recognition*), pekerjaan (*the work itself*), tanggungjawab (*responsibility*), kemajuan (*advancement*), dan kemungkinan berkembang (*possibility of growth*). Sedangkan faktor yang menentukan ketidakpuasan (*dissatisfaction*) adalah upah, keamanan kerja, kondisi kerja, status, prosedur perusahaan, mutu pengendalian teknis, mutu hubungan interpersonal (Gibson, 1990:95).

Ahli lain yang membahas motivasi adalah Victor Vroom (1964) dalam teorinya yang disebut teori harapan (*expectancy theory*).

la mengemukakan bahwa "*The strength of a tendency to act in a certain way depend on the strength of an expectation that an act will be followed by a given outcome and attractiveness of that outcome to the individual*". Kecenderungan yang kuat untuk bertindak dalam suatu arah tertentu tergantung pada kekuatan harapan yang akan dihasilkan dari tindakannya dan ketertarikan lain yang dihasilkan bagi seseorang. Menurut Victor Vroom, ada tiga variabel yang saling berhubungan, yaitu (1) *Attractiveness*, merupakan imbalan yang diperoleh dari pekerjaan, (2) *Performance-reward linkage*, yaitu hubungan antara imbalan yang diperoleh dan kinerja, dan (3) *Effort performance linkage*, yaitu hubungan antara usaha dan kinerja yang dihasilkan. Ada tiga prinsip dari teori harapan (*expectancy theory*), yaitu:

1. $P=f(M \times A)$ Prestasi atau *performance* (P) adalah fungsi perkalian antara motivasi (M) dan *ability* (A).
2. $M=f(V1 \times E)$ Motivasi merupakan fungsi perkalian dari valensi tingkat pertama (V1) dengan *expectancy* (E).
3. $V1=f(V1 \times I)$ Valensi tingkat pertama merupakan fungsi perkalian antara jumlah valensi yang melekat pada perolehan tingkat kedua dengan instrumental (I).

Menurut Nasution (1982:26), Louis Allen (1986:70), ada tiga fungsi motif, yaitu:

1. Mendorong manusia untuk menjadi penggerak atau sebagai motor yang melepaskan energi.
2. Menentukan arah perbuatan ketujuan tertentu.
3. Menyeleksi perbuatan, yakni menentukan perbuatan-perbuatan apa yang harus dijalankan untuk mencapai suatu tujuan dengan menghindari perbuatan yang tidak bermanfaat bagi pencapaian tujuan itu.

Berdasarkan teori motivasi di atas, timbul pertanyaan, mengapa orang berhasrat menjadi wirausaha? Menurut Dan steinhoff & John F. Burgess (1993:6) ada tujuh motif:

1. *The desire for higher income.*
2. *The desire for more satisfying career.*

3. *The desire to be self-directed.*
4. *The desire for the prestige that comes to being a business owner.*
5. *The desire to run with a new idea or concept.*
6. *The desire to build long-term wealth.*
7. *The desire to make a contribution to humanity or to a specific cause.*

Dalam "*Entrepreneur's Handbook*", yang dikutip oleh Yuyun Wirasasmita (1994:8), dikemukakan beberapa alasan mengapa seseorang berwirausaha, yakni:

1. Alasan keuangan, yakni untuk mencari nafkah untuk menjadi kaya, untuk mencari pendapatan tambahan, sebagai jaminan stabilitas keuangan.
2. Alasan sosial, yakni untuk memperoleh gengsi atau status, untuk dapat dikenal dan dihormati, untuk menjadi contoh bagi orang tua di desa, agar dapat bertemu dengan orang banyak.
3. Alasan pelayanan, yaitu untuk memberi pekerjaan pada masyarakat, untuk menatar masyarakat, untuk membantu ekonomi masyarakat, demi masa depan anak-anak dan keluarga, untuk mendapatkan kesetiaan suami atau istyri, untuk membahagiakan ayah dan ibu.
4. Alasan pemenuhan diri, yaitu untuk menjadi alasan atau mandiri, untuk mencapai sesuatu yang diinginkan, untuk menghindari ketergantungan pada orang lain, untuk menjadi lebih produktif, dan untuk menggunakan kemampuan pribadi.

Menurut Zimmerer (1996:3) ada beberapa peluang yang dapat diambil dari kewirausahaan, yaitu:

1. Peluang untuk memperoleh kontrol atas kemampuan diri.
2. Peluang untuk memanfaatkan potensi yang dimiliki secara penuh.
3. Peluang untuk memperoleh manfaat secara finansial.
4. Peluang untuk berkontribusi kepada masyarakat dan menghargai usaha-usaha seseorang.

BAB IV

ETOS DAN MORAL KERJA KEWIRAUSAHAAN

A. Etos Kerja

Etos kerja dalam kewirausahaan merupakan rangkaian dari "*etik kerja*" dan "*patos kerja*". Etik kerja menyangkut nilai kerja dan penilaian terhadap kerja. Kerja yang dimaksud adalah sesuatu yang memberikan nilai tambah pada derajat dan martabat di samping menambah harta dan suatu penggilan hidup dalam upaya mengembangkan bakat dan kepribadian secara penuh dan utuh. Sedangkan *patos kerja* adalah kegairahan, semangat dan ketekunan dalam hal kerja dan pekerjaan. Jadi etos kerja adalah sikap hidup dan cara pandang seseorang sesuai dengan nilai yang diyakininya dan diwujudkan dalam bekerja.

Mengatakan etos kerja adalah sikap kerja, ciri-ciri tentang kerja atau sifat-sifat mengenai cara kerja yang dimiliki oleh seseorang, suatu kelompok atau suatu bangsa. Jadi etos kerja adalah bagian dari tata nilai (*value sistem*). Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa etos kerja dari seseorang adalah tata nilai yang dimiliki orang tersebut. Tingginya etos kerja dimaknakan sebagai manifestasi dari sikap kerja keras, disiplin, pandangan ke depan, tekun, kreatif, dan tanggung jawab dalam melaksanakan pekerjaan.

Mendefinisikan etos kerja sebagai sikap yang mendasar terhadap diri dan dunia yang dipancarkan dalam hidup. Etos adalah aspek evaluatif yang bersifat menilai, dalam hal ini menilai apakah kerja usaha komersial dianggap sebagai suatu keharusan demi hidup atau sesuatu yang imperatif dari diri atautkah sesuatu yang terikat pada identitas diri yang bersifat sakral. Dari sudut pandangan ini kita dapat mempersoalkan kemungkinan-kemungkinan sumber motivasi seseorang dalam perbuatannya. Artinya kita dapat mempertanyakan hal yang mendasari bagi seseorang dalam melakukan pekerjaan.

Etos kerja adalah suatu cara pandang dan sikap suatu bangsa terhadap kerja. Kalau cara pandang dan sikap itu melihat kerja sebagai suatu hal yang luhur untuk eksistensi manusia, maka etos kerja itu akan tinggi. Sebaliknya kalau melihat kerja sebagai suatu hal yang tak berarti untuk kehidupan manusia apalagi kalau sama sekali tidak ada pandangan dan sikap terhadap kerja, maka etos kerja itu dengan sendirinya rendah. Etos kerja adalah sikap mental seseorang dalam menjalankan atau menghadapi pekerjaan. Seseorang yang mempunyai etos kerja tinggi tidak akan mudah menyerah dengan pekerjaan yang penuh kesulitan dan tantangan. Secara terperinci seseorang yang memiliki etos kerja akan mempunyai pandangan bahwa :

1. Kerja merupakan perwujudan eksistensi diri;
2. Kerja mempunyai nilai kebersamaan dan gotong royong;
3. Kerja tidak saja dilihat dari segi obyektivitas kerja itu yaitu gaji yang besar, tetapi manfaatnya bagi diri sendiri, masyarakat, bangsa dan negara;
4. Kerja menunjukkan kemandirian dan kedewasaan seseorang;
5. Bekerja adalah suatu panggilan hidup Jadi inti dari etos kerja adalah berwatak sosial, bermoral, berdedikasi, berdisiplin, dan bertanggung jawab.

Dari telaah di atas, etos kerja dalam kewirausahaan adalah suatu aktivitas mental yang membimbing manusia dalam menghadapi suatu pekerjaan, sehingga seseorang mempunyai kehendak untuk melaksanakan pekerjaan tersebut dengan ketentuan yang ada seperti disiplin kerja, disiplin waktu, peduli mutu, adanya semangat dan kepercayaan untuk mencapai hasil yang optimal dengan bekerja keras. Etos kerja tersebut mencakup cara pandang terhadap kerja, sikap dalam menghadapi suatu pekerjaan, dan semangat untuk melaksanakan pekerjaan.

Sedangkan morale kerja menurut Hornby dalam Sutheja (1988: 7) menyatakan bahwa *morale* adalah kondisi mental yang penuh kemauan kesungguhan, kesiapan dan keteguhan dalam menghadapi tantangan untuk mencapai tujuan. Selanjutnya

dijelaskan bahwa *morale* adalah suatu sikap pikir dan kekuatan emosi yang apat mempengaruhi disiplin, antusiasme, inisiatif dan aspek-aspek keberhasilan lainnya.

Jadi *morale kerja* dalam kewirausahaan adalah suatu sikap hidup yang berhubungan dengan *etiket kerja*. Sedangkan etiket itu sendiri mengandung arti norma-norma atau kaidah-kaidah yang berlaku di dalam suatu tempat. *Morale kerja* dapat diartikan dengan semangat kerja. Seseorang yang *morale* kerjanya tinggi akan nampak dalam tingkah laku kerja sebagai berikut :

1. bekerja dengan puas dan senang;
2. tidak merasa jemu;
3. saling bantu membantu;
4. kerja ekstra dijalankan tanpa mengeluh;
5. kekurangan alat-alat, biaya dan keahlian diterima dengan penuh pengertian.

Morale kerja merupakan aspek psikologis yang sangat berpengaruh terhadap perilaku seseorang dan sangat ditentukan oleh taraf keinginan, gairah atau kehendak yang ada dalam dirinya untuk melakukan kerja. Aktualisasi *morale kerja* adalah bekerja dengan tekun dan berusaha menyelesaikan pekerjaan dengan sebaik-baiknya. Meski banyak menjumpai kesulitan ia akan berusaha untuk mengatasi kesulitan tersebut sekuat tenaga dan jauh dari rasa putus asa. Dia bertanggung jawab kepada suatu pekerjaan yang dilakukannya.

Manusia didalam hidupnya harus bekerja agar mempunyai martabat, lebih dihargai, berguna bagi lingkungan maupun diri sendiri. Arti dari etos kerja terkandung di dalamnya disiplin kerja. Disiplin Menyangkut pengawasan diri atau *self control* agar perilaku tidak menyimpang dari nilai, norma atau aturan-aturan yang telah ditetapkan. Jadi disiplin berkaitan dengan penguasaan diri untuk mematuhi, mendukung dan mempertahankan tegaknya nilai-nilai serta kaidah-kaidah yang berlaku di lingkungan kerjanya. Etos kerja berkait erat dengan *morale* semangat yang terdapat dalam diri seseorang. Etos kerja sangat ditentukan oleh taraf keinginan, gairah

atau kehendak yang ada dalam diri untuk melakukan kerjanya. Aktualisasi etos kerja bukan saja perilaku manusia yang dilihat, tetapi juga hasil dari perilaku dan pekerjaan tersebut yaitu buah karya yang tidak saja dapat dinikmati oleh orang yang bersangkutan, tetapi juga bermanfaat bagi orang lain.

Dalam perspektif humanistik semua manusia memiliki perjuangan atau kecenderungan yang dibawa sejak lahir untuk mengaktualisasikan diri. Prasarat untuk dapat mencapai aktualisasi diri yang optimal adalah dengan terlebih dahulu memenuhi kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan akan rasa kasih sayang, dan kebutuhan manusia yang paling tinggi yaitu aktualisasi diri, menyangkut pengembangan diri dan keinginan diri untuk berbuat lebih baik, ingin berbuat sesuatu semata-mata karena dari dorongan dari dalam dan tidak lagi mengharapkan penghargaan dari orang lain atas apa yang duperbuatnya. Sesuatu yang ingin dikejar adalah keindahan (*beauty*), kesempurnaan (*perfection*), keadilan (*justice*), dan kebermaknaan.

B. Karakteristik dan Nilai-Nilai Hakiki Kewirausahaan

Ciri-ciri dan watak kewirausahaan seperti dijelaskan pada tabel sebagai berikut.

Tabel 1. Ciri-ciri dan Watak Kewirausahaan

Ciri-ciri	W a t a k
1. Percaya diri	Keyakinan, ketidak tergantungan, individualitas, dan optimism Kebutuhan untuk berprestasi, berorientasi laba, ketekunan dan keketabahan, tekad kerja keras mempunyai dorongan kuat, energik dan inisiatif Kemampuan untuk mengambil risiko yang wajar dan suka tantangan Perilaku sebagai pemimpin, bergaul dengan orang lain, menanggapi saran-saran dan kritik
2. Berorientasi pada tugas dan hasil	
3. Pengambilan risiko	
4. Kepemimpinan	
5. Keorisinilan	Inovatif dan kreatif serta fleksibel Pandangan ke depan, perspektif
6. Berorientasi ke masa depan	

Setiap kewirausahaan meliputi keterbukaan, kebebasan, pandangan yang luas, berorientasi pada masa datang, berencana, berkeyakinan, sadar, dan menghormati orang lain dan pendapat orang lain. Pada tingkah laku kewirausahaan tergambar dalam kepribadian, kemampuan hubungan, kemampuan pemasaran, keahlian mengatur, dan sikap terhadap uang. Kepribadian wirausaha tercermin dalam kreativitas, disiplin diri, kepercayaan diri, keberanian menghadapi risiko, dan dorongan dari kemauan yang kuat. Kepribadian wirausahawan perlu ditunjang oleh sikap yang optimis untuk mencapai tujuan usaha, antara lain: (1) mampu berpikir dan bertindak kreatif dan inovatif, (2) mampu bekerja tekun, teliti dan produktif, (3) mampu berkarya berlandaskan etika bisnis yang sehat, (4) mampu berkarya dengan semangat kemandirian, dan (5) mampu memecahkan masalah dan mengambil keputusan secara sistematis dan berani mengambil resiko.

Mc Clelland (1961) mengemukakan enam ciri perilaku kewirausahaan, yaitu:

1. Keterampilan pengambilan keputusan dan mengambil risiko yang moderat, dan bukan atas dasar kebetulan belaka.
2. Energik, khususnya dalam bentuk berbagai kegiatan inovatif.
3. Tanggung jawab individual.
4. Mengetahui hasil-hasil dari berbagai keputusan yang diambilnya, dengan tolok ukur satuan uang sebagai indikator keberhasilan.
5. Mampu mengantisipasi berbagai kemungkinan di masa datang.
6. Memiliki kemampuan berorganisasi, meliputi kemampuan, kepemimpinan, dan manajerial.

Motivasi merupakan satu penggerak dari dalam hati seseorang untuk melakukan atau mencapai sesuatu tujuan. Motivasi juga bisa dikatakan sebagai rencana atau keinginan untuk menuju kesuksesan dan menghindari kegagalan hidup. Dengan kata lain motivasi adalah sebuah proses untuk tercapainya suatu tujuan. Seseorang yang mempunyai motivasi berarti ia telah mempunyai kekuatan untuk memperoleh kesuksesan dalam kehidupan

Motif berprestasi adalah suatu nilai sosial yang menekankan pada hasrat untuk mencapai yang terbaik guna mencapai kepuasan secara pribadi. Kebutuhan berprestasi terlihat dalam bentuk tindakan untuk melakukan sesuatu yang lebih baik dan lebih efisien dibanding sebelumnya. Alasan seseorang menjadi wirausaha meliputi alasan keuangan, alasan sosial, alasan pelayanan, dan alasan memenuhi diri sendiri.

Teori motivasi pertama kali dikemukakan oleh Maslow (1956). Ia mengemukakan hierarki kebutuhan yang mendasari motivasi. Menurutnya, kebutuhan itu bertingkat sesuai dengan tingkatan pemuasannya, yaitu kebutuhan fisik (*physiological needs*), kebutuhan akan keamanan (*security needs*), kebutuhan sosial (*social needs*), kebutuhan harga diri (*esteem needs*), dan kebutuhan akan aktualisasi diri (*self-actualization needs*).

Mc Clelland (1961) mengelompokkan kebutuhan (needs), menjadi tiga, yakni:

1. *Need for achievement (n'Ach): The drive to excel, to achieve in relation to a set of standard, to strive to succeed.*
2. *Need for power (n'Pow); The need to make other behave in a way that they would not have behaved otherwise.*
3. *Need for affiliation (n'Aff): The desire for friendly and close interpersonal relationships.*

Kebutuhan berprestasi wirausaha (n'Ach) terlihat dalam bentuk tindakan untuk melakukan sesuatu yang lebih baik dan lebih efisien dibanding sebelumnya. Wirausaha yang memiliki motif berprestasi tinggi pada umumnya memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Ingin mengatasi sendiri kesulitan dan persoalan-persoalan yang timbul pada
2. Selalu memerlukan umpan balik yang segera untuk melihat keberhasilan dan kegagalan.
3. Memiliki tanggung jawab personal yang tinggi.
4. Berani menghadapi risiko dengan penuh perhitungan.

5. Menyukai tantangan dan melihat tantangan secara seimbang (*fifty-fifty*). Jika tugas yang diembannya sangat ringan, maka wirausaha merasa kurang tantangan, tetapi ia selalu menghindari tantangan yang sulit yang memungkinkan pencapaian keberhasilan sangat rendah.

Kebutuhan akan kekuasaan (*n'Pow*), yaitu hasrat untuk mempengaruhi, mengendalikan, dan menguasai orang lain. Ciri umumnya adalah senang bersaing, berorientasi pada status, dan cenderung lebih berorientasi pada status dan ingin mempengaruhi orang lain.

Kebutuhan untuk berafiliasi (*n'Aff*), yaitu hasrat untuk diterima dan disukai oleh orang lain. Wirausaha yang memiliki motivasi berafiliasi tinggi lebih menyukai persahabatan, bekerja sama daripada persaingan, dan saling pengertian. Menurut Robbins (1996), kebutuhan yang kedua dan ketiga yang erat kaitannya dengan keberhasilan manajer saat ini.

Ahli psikologi lain, Herzberg (2000) dalam teori *motivation-hygiene* mengemukakan bahwa hubungan dan sikap individu terhadap pekerjaannya merupakan dua faktor dasar motivasi yang menentukan keberhasilan kerja, yaitu faktor yang membuat orang lain merasa puas (*satisfaction*) dan faktor yang membuat orang tidak merasa puas (*dissatisfaction*). Faktor internal yang membuat orang memperoleh kepuasan kerja (*job-satisfaction*) meliputi prestasi (*achievement*), pengakuan (*recognition*), pekerjaan (*the work itself*), tanggungjawab (*responsibility*), kemajuan (*advancement*), dan kemungkinan berkembang (*possibility of growth*). Sedangkan faktor yang menentukan ketidakpuasan (*dissatisfaction*) adalah upah, keamanan kerja, kondisi kerja, status, prosedur perusahaan, mutu pengendalian teknis, mutu hubungan interpersonal (Gibson, 1990).

BAB V

TRANSFORMASI KEWIRAUSAHAAN DALAM ISLAM

A. Nilai Hakiki Kewirausahaan

Salah satu Asmaul Husna Allah SWT adalah Ar Razzaq (Yang Maha Pemberi Rizki). Kata rizq, Dalam ulasan ensiklopedisnya tentang rizq, dengan segala variasinya, disebut Al-Qur'an sebanyak 112 kali dalam 41 surat. Digabungkan dengan diktrin-doktrin Islam yang lain (amal, ma'isyah, tijarah, barakah, shadakah, sharikah, dan bahkan riba), konsep rizq berkaitan erat dengan konsep "kerja keras" dan "tak kenal menyerah." Dialah Allah SWT yang menentukan rizki bagi hambaNya. Jadi rizki itu datang atau hilang, semuanya atas kehendaknya, bukan karena yang lainnya. Maka dari itu, sebenarnya tidak ada istilah kesialan atau "bernasib sedang mujur" pada diri seseorang. Karena Dia memberi rizki kepada siapa yang dikehendaki atau mencabutnya atas kehendak-Nya pula.

Namun Allah SWT tidak begitu saja memberikannya kepada hamba tanpa adanya sebab yang mendatangkannya. Walaupun secara asasi manusia telah dijamin kehidupannya oleh Allah SWT, baik diminta atau tidak, muslim maupun kafir. Misalnya jaminan tetap hidup di kala tertimpa kelaparan, datangnya keselamatan dalam mara bahaya, kecuali takdir menentukan lain. Dalam menerima kenikmatan (rizki) ini, manusia diwajibkan bersyukur kepada-Nya, namun jika ingkar, maka azab-Nya itu sangat pedih (QS. Ibrahim : 7).

Islam telah memberikan jalan untuk membuka pintu-pintu rizki itu, yakni dengan memupuk sifat, ciri, dan watak yang harus dimiliki seseorang muslim untuk diwujudkan dari gagasan inovatif ke dalam dunia nyata secara kreatif atau lebih dikenal "mutiara kegiatan kewirausahaan" (*entrepreneurship*). Semangat kerja keras ini banyak dikutif dalam pepatah pribahasa Arab yang mengatakan

bahwa “langit tidak menurunkan emas dan perak” (inna assama’ la turtiru dhahaban wa la fidhatan).

Demikian juga dalam pesan Rasulullah s.a.w.;

“.....Bekerjalah bagi duniamu seakan-akan kamu akan hidup abadi....”

Rasullullah s.a.w. ditengah kesempatan lain telah menjelaskan dalam salah satu hadits yang diriwayatkan oleh Thabrani, yakni:

“Sesungguhnya Allah SWT telah mewajibkan kalian berusaha (melakukan kegiatan entrepreneurship), maka hendaklah kalian berusaha.” (HR.Thabrani)

Kewirausahaan dalam ajaran Islam adalah suatu kemampuan (*ability*) dalam berpikir kreatif dan berperilaku inovatif yang dijadikan dasar, sumberdaya, tenaga penggerak, tujuan siasat, kiat, dan proses dalam menghadapi tantangan hidup.

B. Transenden Ilahiyah Berwirausaha

Dalam ajaran Islam, terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan dalam proses kegiatan kewirausahaan (*entrepreneurship*), antara lain:

Pertama, Selalu berusaha. Guna mencapai sukses dalam karir seseorang, harus dimulai dengan kerja keras, setelah itu diikuti dengan mencapai tujuan dengan orang lain, penampilan yang baik, keyakinan diri, membuat keputusan, pendidikan, dorongan ambisi, dan pintar berkomunikasi. Sekecil apapun usaha harus tetap dilakukan, karena tidak akan ada buah tanpa ada pohon yang ditanam. Dalam hal ini yang terpenting bukanlah adanya pekerjaan tetap, tetapi tetap bekerja dan berusaha.

Kita bisa merenungkan firman Allah SWT ini,

“Dia-lah Allah SWT yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjuru dan makanlah sebagian dari rizki-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan” (QS. Al Mulk : 15).

Dengan aktivitas usaha tersebut, ada beberapa nilai hakiki penting dari kewirausahaan, yaitu :

1. Percaya diri (*self confidence*); Kepercayaan diri adalah sikap dalam keyakinan seseorang dalam melaksanakan dan menyelesaikan tugas-tugasnya. Kepercayaan diri berpengaruh pada gagasan, karsa, inisiatif, kreativitas, keberanian, ketekunan, semangat kerja keras, kegairahan kerja.
2. Berorientasi pada tugas dan proses (*process oriented*). Berinisiatif adalah keinginan untuk selalu mencari dan memulai dengan tekan yang kuat. Dalam kewirausahaan, peluang hanya diperoleh apabila ada inisiatif.
3. Keberanian mengambil resiko yang tergantung pada; daya tarik setiap alternatif; persediaan untuk rugi; kemungkinan relatif untuk sukses atau gagal; kemampuan untuk mengambil resiko ditentukan oleh : (keyakinan diri, kesediaan untuk menggunakan kemampuan, dan kemampuan untuk menilai resiko).
4. Kepemimpinan (*leadership*). Kepemimpinan kewirausahaan memiliki sifat-sifat (kepeloporan, keteladanan, tampil berbeda, lebih menonjol, mampu berfikir divergen dan konvergen serta berorientasi ke masa depan; adalah perspektif, selalu mencari peluang, tidak cepat puas dengan keberhasilan dan berpandangan jauh ke depan).
5. Keorisinilan kreativitas dan keinovasian; kreativitas adalah kemampuan untuk berpikir yang baru dan berbeda, keinovasian adalah kemampuan untuk bertindak yang baru dan berbeda. Tujuh langkah berpikir kreatif adalah:
 - a. Persiapan (*preparation*). Persiapan menyangkut kesiapan kita untuk berpikir kreatif. Persiapan berpikir kreatif dilakukan dalam bentuk pendidikan formal, pengalaman, magang, dan pengalaman belajar lainnya.
 - b. Penyelidikan (*investigation*). Dalam penyelidikan diperlukan individu yang dapat mengembangkan suatu pemahaman tentang masalah atau keputusan.
 - c. Transformasi (*transformation*). Ada beberapa cara untuk meningkatkan kemampuan untuk mentransformasi informasi ke dalam ide-ide, yaitu: 1) evaluasi bagian-bagian

situasi beberapa saat 2) susun kembali unsur-unsur situasi itu 3) sebelum melihat satu pendekatan khusus terhadap situasi tertentu, ingat bahwa dengan beberapa pendekatan mungkin keberhasilan akan dicapai 4) lawan godaan yang membuat penilaian kita tergesa-gesa dalam memecahkan persoalan atau peluang.

- d. Penetasan (*incubation*). Untuk mempertinggi fase inkubasi dalam proses berpikir kreatif dapat dilakukan dengan cara: menjauhkan diri dari situasi; sediakan waktu untuk mengkhayal; rileks dan bermain secara teratur ; berkhayal tentang masalah atau peluang.
- e. Penerangan (*illumination*). Illuminasi akan muncul pada tahapan inkubasi, yaitu ketika ada pemecahan spontan yang menyebabkan adanya titik terang yang terus menerus.
- f. Pengujian (*verification*). Menyangkut ketepatan ide-ide seakurat dan semamfaat mungkin.
- g. Implementasi (*implementation*). Mentransformasikan ide-ide ke dalam praktek bisnis.

Kedua, Bertakwa. Hal ini berarti takut kepada Allah SWT, mengamalkan perintah-Nya serta menjauhi apa-apa yang dilarang-Nya sebagai upaya mendekatkan diri dengan Allah SWT. Sehingga rizki yang kita terima menjadi berkah dan bukan musibah. Sesungguhnya banyak orang yang memiliki harta, jabatan, dan kekuasaan, yang mereka anggap sebagai rizki, akan tetapi hidupnya justru dikuasai oleh ketiganya itu dan jauh dari rasa bahagia sampai akhir hayatnya. Maka dari itu, rizki tidak selalu identik dengan ketiganya. Tetapi sejauh mana segala yang diperolehnya itu mampu menjadikan kebahagiaan dunia akhirat.

Dalam hal ini Allah SWT berfirman,

".....dan barang siapa yang bertaqwa kepada Allah, niscaya Dia akan mengadakan baginya jalan keluar. Dan memberinya rizki yang datanginya tanpa disangka-sangka "...." Dan barang siapa yang bertakwa kepada Allah, niscaya Dia menjadikan baginya kemudahan dalam urusannya" (QS. Ath Thalaq : 2-4).

Dalam ayat yang lain Allah SWT berfirman:

"Jika sekiranya penduduk negeri-negeri beriman dan bertakwa, pestilah kami akan melimpahkan berkah kepada mereka dari langit dan bumi; tetapi mereka mendustakan (ayat-ayat kami) itu, maka kami siksa mereka disebabkan perbuatannya" (QS.Al A'raf (7);96).

Pengamalan konsep ketakwaan di atas memiliki 8 (delapan) macam karakteristik dalam kaitannya dengan kegiatan kewirausahaan, antara lain:

1. *Desire for responsibility*; memiliki rasa tanggungjawab atas usaha-usaha yang dilakukannya
2. *Preference for moderate risk*; lebih memilih resiko yang moderat, selalu menghindari resiko
3. *Confidence in their ability to succes*; percaya akan kemampuan dirinya untuk berhasil
4. *Desire for immediate feedback*; selalu menghendaki umpan balik segera
5. *High level of energy*; memiliki semangat dan kerja keras untuk mewujudkan keinginannya demi masa depan
6. *Future orientation*; berorientasi ke masa depan, perspektif dan berwawasan jauh ke depan
7. *Skill at organizing*; memiliki keterampilan dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah
8. *Value of achievement over wisdom*; selalu menilai prestasi dengan sesuatu yang membawa kearifan.

Ketiga, Banyak beristighfar (meminta ampunan kepada Allah SWT). Dengan beristighfar berarti menyadari dosa dan kesalahan ataupun kelalaian yang diperbuatnya. Rajin beristighfar akan melunakan kerasnya hati dan membersihkan jiwa, sehingga akan menampilkan sikap berhati-hati dan penjagaan diri dari segala sifat-sifat kotor. Maka kemudian akan hadir dalam diri manusia segala sifat baiknya ; jujur, amanah, santun, dan sebagainya. Rahasia apa saja di balik istighfar? Wallahu a'lam, namun dampaknya sungguh

luar biasa, yaitu mendekatkan diri kepada Allah SWT, dengan manusia dan dengan harta serta meraih kebahagiaan.

Allah SWT berfirman dalam (QS. Nuh : 10-12):

"Mohonlah ampunan kepada Tuhanmu, sesungguhnya Dia adalah Maha Pengampun, niscaya Dia akan mengirimkan hujan kepadamu dengan lebat, dan membanyakkan harta dan anak-anakmu, dan mengadakan untukmu kebun-kebun dan mengadakan (pula di dalamnya) untukmu sungai-sungai" (QS. Nuh : 10-12).

Dengan hal yang sama Rasulullah SAW juga menyatakan dalam sebuah hadits,

"Barang siapa yang membiasakan istighfar, maka Allah akan menjadikan padanya setiap kegundahan menjadi kegembiraan, dan setiap kesempitan akan diberikan jalan keluar, serta diberikan rizki yang datangnya tanpa disangka-sangka" (HR. Abu Dawud, An Nasai, Ibnu Majah, Baihaqi dan Hakim).

Keempat, Bertawakal. Berikhtiar sepenuh kemampuan kemudian menyerahkan hasil usahanya kepada Allah SWT, diiringi dengan doa, harapan, dan ketergantungan penuh kepada-Nya. Sebab hanya atas kehendak-Nya-lah segala sesuatu dapat terjadi.

Dalam Al-Qur'an, Allah SWT menyatakan,

"Dan barang siapa bertawakkal kepada Allah, niscaya Allah akan mencukupkan (keperluan)nya" (QS. Ath Thalaq : 3).

Demikian juga Rasulullah SAW menegaskan,

"Jika engkau semua bertawakkal (berserah diri) kepada Allah dengan sebenar-benarnya, niscaya Allah akan memberi rizki kepadamu sebagaimana burung yang pada pagi-pagi keluar dengan perut kosong dan sore harinya kembali dengan perut kenyang" (HR. Ahmad dan Tarmidzi).

Kelima, Berdo'a. Doa akan menumbuhkan harapan. Hanya orang yang putus asa sajalah yang tidak mau berdo'a. Padahal doa, harapan ataupun cita-cita akan mendorong seseorang menghasilkan sesuatu. Doa adalah ruhnya ibadah. Berarti dengan rajin berdo'a, maka hidup ini akan terbingkai dengan ibadah.

Allah SWT berfirman,

"Berdoalah kepada-Ku (Allah), niscaya Aku akan mengabulkannya" (QS. Al Mukmin : 60).

Dikarenakan rizki adalah urusan Allah SWT, maka selayaknya kita berdoa, bermunajat kepadaNya agar kiranya Dia berkenan melapangkan rizki kepada kita.

Rasulullah Saw juga sudah menegaskan dalam sebuah hadits yang diriwayatkan oleh Tarmidzi dan Hakim,

"Tiada sesuatu yang dapat menolak takdir kecuali doa dan tiada yang dapat menambah umur kecuali amal kebajikan. Sesungguhnya seseorang diharamkan rizki baginya disebabkan dosa yang diperbuatnya".

Hadits ini diperkuat oleh firman Allah SWT,

"Allah melapangkan rizki kepada siapa siapa saja yang dikehendaki-Nya di antara para hamba-Nya. Dan Dia (pula) yang menyempatkan baginya. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui segala sesuatu" (QS. Al Ankabut :62).

Keenam, Bermurah hati dan gemar berinfaq. Apa saja yang kita infakan akan diganti oleh-Nya, bahkan dengan penggantian yang lebih, baik di dunia maupun di akhirat. Tidak ada sejarah yang membuktikan bahwa infak akan membawa kebangkrutan dan kesengsaraan. Sebaliknya sifat bakhil/kikir akan menghantarkan kepada kerugian.

Firman Allah SWT adalah secara jelas mengisyaratkannya,

"Dan apa saja yang engkau nafkahkan, maka Allah akan menggantinya. Dan Dia-lah sebaik-baik pemberi rizki" (QS. Saba' : 39).

Rasulullah SAW juga menandakan,

"Tiada suatu hari di mana seorang hamba hidup di dalamnya (kekuasaannya) kecuali turun kepadanya dua malaikat. Maka berdoala salah satu malaikat: "Ya Allah, berikanlah kecukupan nafkah sebagai pengganti terhadap apa yang ia infakan". Sementara malaikat yang lain berdoa: "Ya Allah, berikanlah kepadanya Penjagaan-Mu dari segala kerusakan" (HR. Bukhari-Muslim).

Ketujuh, Bertahmid. Ungkapan syukur nikmat yang paling mudah adalah dengan membaca hamdalah (Alhamdulillahirabbil'alamin), namun akan menjadi berat tatkala mengingkarinya. Orang yang gemar bersyukur akan membuatnya lapang dada. Sebaliknya orang yang mengingkari nikmat (kufur nikmat), maka akan gemar menggerutu dan biasa berkeluh kesah. Dari sinilah tampaknya pintu rizki itu menjadi tertutup, karena sudah terbiasa menutup dirinya sendiri dengan keluh kesah yang tidak berkesudahan itu. Hendaknya ucapan hamdalah ini menjadi kebiasaan kita sehari-hari. Cobalah kita renungkan, tatkala kita bertahmid dengan memaghami segala keluasan maknanya, beban yang menghimpit kita akan terasa ringan, sesaknya dada akan terasa lapang, dan kita terjaga dari rasa takabur (sombong, congkak, angkuh) yang menjadi pangkal kebinasaan.

Bagi seorang muslim kegiatan kewirausahaan (*entrepreneurship*) memiliki fungsi yang syarat dengan nilai, yakni sesuatu yang berorientasi pada nilai-nilai transenden ilahiyah. Tidak hanya memperbaiki tarap hidup, namun bagaimana dapat memuaskan pelayanan kita terhadap orang lain. Kegiatan kewirausahaan (*entrepreneurship*), memiliki manfaat yang luar biasa, di antaranya:

1. Menambah daya tampung tenaga kerja, sehingga dapat mengurangi pengangguran
2. Sebagai generator pembangunan lingkungan, bidang produksi, distribusi, pemeliharaan lingkungan, pengembangan masyarakat, kesejahteraan, dan sebagainya
3. Menjadi contoh bagi anggota masyarakat lain; sebagai pribadi unggul yang patut dicontoh, teladani; karena seorang wirausaha itu adalah orang terpuji, jujur, berani, dan hidup tidak merugikan orang lain.
4. Selalu menghormati hukum dan peraturan yang berlaku, berusaha selalu memperjuangkan lingkungan
5. Berusaha memberi bantuan kepada orang lain dan pembangunan sosial, sesuai dengan kemampuannya
6. Berusaha mendidiki karyawan menjadi orang mandiri, disiplin, jujur, dan tekun dalam menghadapi pekerjaan

7. Memberi contoh bagaimana kita harus bekerja keras, tetapi tidak melupakan perintah-perintah agama, dekat kepada Allah SWT.
8. Hidup secara efisien, tidak berpoya-poya dan tidak boros
9. Memelihara keserasian lingkungan, baik dalam pergaulan maupun kebersihan lingkungan.

BAB VI

MINAT BERWIRAUSAHA

A. Menumbuhkan Minat Berwirausaha

Semakin maju suatu negara semakin banyak orang yang terdidik, dan banyak pula orang menganggur, maka semakin dirasakan pentingnya dunia wirausaha. Pembangunan akan lebih mantap jika ditunjang oleh wirausahawan karena kemampuan pemerintah sangat terbatas. Pemerintah tidak akan mampu menggarap semua aspek pembangunan karena sangat banyak membutuhkan anggaran belanja, personalia, dan pengawasannya.

Oleh sebab itu, wirausaha merupakan potensi pembangunan, baik dalam jumlah maupun dalam mutu wirausaha itu sendiri. Sekarang ini kita menghadapi kenyataan bahwa jumlah wirausahawan Indonesia masih sedikit dan mutunya belum bisa dikatakan hebat, sehingga persoalan pembangunan wirausaha Indonesia merupakan persoalan mendesak bagi suksesnya pembangunan. Jika kita perhatikan manfaat adanya wirausaha banyak sekali.

Lebih rinci manfaatnya 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, diteladani, karena seorang wirausaha itu adalah orang terpuji, jujur, berani, hidup tidak merugikan orang lain.
4. Selalu menghormati hukum dan peraturan yang berlaku, berusaha selalu memperjuangkan lingkungan.

5. Berusaha memberi bantuan kepada orang lain dan pembangunan sosial,sesuai dengan kemampuannya.
6. Berusaha mendidik karyawannya menjadi orang mandiri, disiplin, jujur, tekun dalam menghadapi pekerjaan.
7. Memberi contoh bagaimana kita harus bekerja keras, tetapi tidak 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.

Melihat banyaknya manfaat wirausaha di atas, maka ada dua darmabakti wirausaha terhadap pembangunan bangsa, yaitu:

1. Sebagai pengusaha, memberikan darma baktinya 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.

Demikian besar darma bakti yang dapat disumbangkan oleh wirausaha terhadap pembangunan bangsa, namun masih saja orang kurang berminat menekuni profesi tersebut. Penyebab dari kurangnya minat ini mempunyai latar belakang pandangan negatif dalam masyarakat terhadap profesi wirausaha. Wirausaha ini kegiatannya ban yak bergerak dalam bidang bisnis.dalam kegiatan bisnis termasuk kegiatan perdagangan.

Oleh sebab itu, marilah kita lihat bagaimana pandangan masyarakat kita terhadap profesi, lapangan kerja dalam sektor ini, yaitu sektor wirausaha,bisnis, dan perdagangan.

Banyak faktor psikologis yang membentuk sikap negatif masyarakat sehingga mereka kurang berminat terhadap profesi wirausaha, antara lain sifat agresif, ekspansif, bersaing, egois, tidak jujur, kikir, sumber penghasilan tidak stabil, kurang terhormat, pekerjaan rendah, dan sebagainya. Pandangan semacam ini dianut

oleh sebagian besar penduduk, sehingga mereka tidak tertarik. Mereka tidak menginginkan anak-anaknya menerjuni bidang ini. Dan berusaha mengalihkan perhatian anak untuk menjadi pegawai negeri, apalagi bila anaknya sudah bertitel lulus perguruan tinggi. Mereka berucap, "Untuk apa sekolah tinggi, jika hanya mau jadi pedagang." Pandangan seperti ini sudah berkesan jauh di lubuk hati sebagian besar rakyat kita, mulai 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 dapat mengembangkan bisnis besar-besaran mulai dari industri hulu sampai ke industri hilir, meliputi usaha jasa, perbankan, perdagangan besar (grosir), perdagangan eceran besar (department store, swalayan), eceran kecil (retail), eksportir, importir, dan berbagai bentuk usaha lainnya dalam berbagai jenis komoditi.

Rakyat Indonesia yang sebagian besar beragama Islam lupa, tidak banyak mengetahui akan ajaran Islam tentang pekerjaan di bidang bisnis. Pemah Rasulullah Saw. ditanya oleh para sahabat, *Pekerjaan apakah yang paling baik ya Rasulullah?* Rasulullah menjawab, *Seseorang bekerja dengan langannya sendiri dan seliap jual beli yang berslh.* (HR. Al-Bazzar). Jual beli yang bersih berarti 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 bersabda, *Pedagang yang jujur lagi terpercaya adalah bersama-sama para Nabi, orang shadiqiin, dan para syuhada.* (HR. Tirmidzi dan Hakim).

Memang demikian, berdagang atau berbisnis harus dilandasi oleh kejujuran. Apabila orang berbisnis tidak jujur, maka tunggulah kehancurannya. Apabila ia jujur, maka ia akan mendapat keuntungan dari segala penjur yang tidak ia duga dari mana datangnya, demikian menurut ajaran agama.

Sekarang ini, banyak anak muda mulai tertarik dan melirik profesi bisnis yang cukup menjanjikan masa depan cerah. Diawali oleh anak-anak pejabat, para sarjana dan diploma lulusan perguruan tinggi, sudah mulai terjun ke pekerjaan bidang bisnis. Kaum remaja zaman sekarang, dengan latar belakang profesi orang tua yang beraneka ragam mulai mengarahkan pandangannya ke bidang bisnis. Hal ini didorong oleh kondisi persaingan di antara pencari kerja yang dimulai ketal. Lowongan pekerjaan mulai terasa sempit. Posisi pegawai negeri kurang menarik, ditambah lagi dengan *policy zero growth* oleh pemerintah dalam bidang kepegawaian.

Sekarang ini orang tua sudah tidak berpandangan negatif lagi pada dunia bisnis. Anak-anak muda tidak lagi "malu" berdagang. Bahkan para artis banyak terjun ke dunia "bisnis" perdagangan berbagai komoditi.

Berdasarkan suatu penelitian terhadap siswa kelas 3 SMU di Kotamadya Bandung, ditemukan adanya pergeseran minat bisnis di kalangan remaja. Suatu hal yang menonjol yang ditemukan dalam penelitian ini adalah adanya perubahan sikap dan pandangan dari generasi muda calon intelektual bangsa kita. Demikian pula ada perubahan pandangan dari orang tua, yang sudah menyenangi dan mengizinkan putra-putrinya terjun ke bidang bisnis.

Para remaja ini menyatakan mereka sangat menyenangi kegiatan bisnis. Mereka akan terjun ke bidang bisnis karena pekerjaan bisnis cukup menjanjikan untuk masa depan. Untuk mengantisipasi pekerjaan bisnis, mereka mempersiapkan bekal, berupa sikap mental dan menguasai beberapa keterampilan yang menunjang. Banyak keterampilan yang harus dimiliki oleh remaja, seperti keterampilan mengetik manual, komputer: akuntansi, pemasaran, otomotif, elektronik, dan sebagainya. Makin banyak keterampilan yang dikuasai, maka makin banyak peluang terbuka wirausaha. untuk membuka lapangan.

B. Keuntungan dan Kelemahan Menjadi Wirausaha

Keuntungan menjadi wirausaha adalah:

1. Terbuka peluang untuk mencapai tujuan yang dikehendaki sendiri.
2. Terbuka peluang untuk mendemonstrasikan potensi seseorang secara penuh.
3. Terbuka peluang untuk memperoleh manfaat dan keuntungan secara maksimal.
4. Terbuka peluang untuk membantu masyarakat dengan usaha-usaha konkrit.
5. Terbuka kesempatan untuk menjadi bos.

Kelemahannya

1. Memperoleh pendapatan yang tidak pasti, dan memikul berbagai resiko. Jika resiko ini telah diantisipasi secara baik, maka wirausaha telah menggeser resiko tersebut.
2. Bekerja keras dan waktu / jam kerjanya panjang
3. Kualitas kehidupannya masih rendah sampai usahanya berhasil, sebab dia harus berhemat
4. Tanggungjawabnya sangat besar, banyak keputusan yang harus dia buat walaupun dia kurang menguasai permasalahan yang dihadapinya.

Suatu pernyataan yang bersumber dari PBB menyatakan bahwa suatu negara akan mampu membangun apabila memiliki wirausahawan sebanyak 2% dari jumlah penduduknya. Jadi, jika negara kita berpenduduk 200 juta jiwa, maka wirausahawannya harus lebih kurang sebanyak 4 juta. Katakanlah jika kita hitung semua wirausahawan Indonesia mulai dari pedagang kecil sampai perusahaan besar ada sebanyak 3 juta, tentu bagian terbesarnya adalah kelompok kecil-kecil yang belum terjamin mutunya dan belum terjamin kelangsungan hidupnya (kontinuitasnya).

Siapa yang dapat digolongkan wirausahawan, seorang inovator, sebagai individu yang mempunyai keahlian untuk melihat benda materi sedemikian rupa yang kemudian terbukti benar, mempunyai

semangat, kemampuan dan pikiran untuk menaklukkan cara berpikir lamban dan malas. Seorang wirausahawan mempunyai peran untuk mencari kombinasi-kombinasi baru, yang merupakan gabungan dari lima hal, yaitu :

- pengenalan barang dan jasa baru;
- metode produksi baru;
- sumber bahan mentah baru;
- pasar-pasar baru; dan
- 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.

Jika negara kita harus menyediakan 3 juta wirausahawan besar dan sedang, maka kita masih harus mencetak 30 juta wirausahawan kecil. Ini adalah suatu peluang besar yang menantang generasi muda untuk berkreasi, mengadu keterampilan membina wirausahawan dalam rangka turut berpartisipasi membangun negara.

Beberapa puluh tahun yang lalu ada pendapat yang mengatakan bahwa kewirausahaan tidak dapat diajarkan. Akan tetapi sekarang ini Entrepreneurship (Kewirausahaan) merupakan mata pelajaran yang dapat diajarkan di sekolah-sekolah dan telah bertumbuh sangat pesat.

Transformasi pengetahuan kewirausahaan telah berkembang pada akhir-akhir ini. Demikian pula di negara kita pengetahuan kewirausahaan diajarkan di sekolah dasar, sekolah menengah, perguruan tinggi dan di berbagai kursus bisnis. Jadi kesimpulannya kewirausahaan itu dapat diajarkan. Berikanlah para siswa penanaman sikap-sikap perilaku untuk membuka bisnis kemudian kita akan membuat mereka menjadi seorang wirausaha yang berbakat.

Di Amerika ada budaya keinginan seseorang untuk menjadi bos sendiri, memiliki peluang individual, menjadi sukses dan

menghimpun kekayaan, ini semua merupakan aspek yang utama dalam mendorong berdirinya kegiatan kewirausahaan.

Di negara lain mungkin motivasi mendirikan bisnis bukan mencari uang yang utama akan tetapi ada motif-motif lain dibalik itu. Adapula pula motivasi menjadi wirausaha didorong oleh lingkungan yang banyak dijumpa iberbagai macam perusahaan seperti di daerah Silicon Valley (*California*). Lingkungan seperti ini sangat mendorong pembentukan kewirausahaan.

Dalam aspek lain keberanian membentuk kewirausahaan didorong oleh guru sekolah, sekolah yang memberikan mata pelajaran kewirausahaan yang praktis dan menarik dapat membangkitkan minat siswa untuk berwirausaha, seperti yang terjadi pada alumni MIT, Harvard University dan beberapa perguruan tinggi lainnya.

Dorongan membentuk wirausahajuga datang dari teman sepergaulan, lingkungan famili, sahabat dimana merek': I dapat berdiskusi tentang ide wirausaha masalah yang dihadapi dan car-cara mengatasi masalahnya.

Pendidikan formal dan pengalaman bisnis kecil-kecilan yang dimiliki oleh seseorang dapat menjadi potensi utama untuk menjadi wirausaha yang berhasil. Oleh sebab itu dikatakan *entrepreneur are not born-they develop*. (Hisrich-Peters, 1995: 13)

BAB VII

SIFAT DAN FAKTOR KRITIS WIRAUSAHAWAN PEMULA

A. Beberapa Faktor Kritis Untuk Memulai Usaha Baru

Ada beberapa faktor kritis yang berperan dalam membuka usaha baru yaitu:

1. *Personal*, menyangkut aspek-aspek kepribadian seseorang.
2. *Sociological*, menyangkut masalah hubungan dengan family dan sebagainya.
3. *Environmental*, menyangkut hubungan dengan lingkungan (Bygrave, 1994:3)

Apabila seseorang mempunyai ide untuk membuka suatu usaha baru maka dia akan mencari faktor-faktor lain yang dapat mendorongnya. Dorongan-dorongan ini tergantung pada beberapa faktor antara lain faktor famili, teman, pengalaman, keadaan ekonomi, keadaan lapangan kerja dan sumberdaya yang tersedia.

Faktor Sosial lainnya yang berpengaruh terhadap minat memulai bisnis ini ialah masalah tanggung jawab terhadap keluarga. Orang yang berumur 25 tahun akan lebih mudah membuka bisnis dibandingkan dengan seseorang yang berumur 45 tahun, yang sudah punya isteri, beberapa anak, banyak beban, cicilan rumah, biaya rumah tangga dan sebagainya. Di samping ini ada lagi faktor sosial lainnya yang berpengaruh.

Faktor lain yang berpengaruh dalam membuka bisnis ialah pertimbangan antara pengalaman dengan spirit, energi dan rasa optimis. Biasanya orang-orang muda lebih optimis, energik, dibandingkan dengan orang - orang yang sudah berumur. Oleh sebab itu, pembukaan usaha sebaiknya dilakukan pada saat seseorang memiliki rasa optimis dan sudah dipertimbangkan secara matang.

Model proses perintisan dan pengembangan kewirausahaan ini. Digambarkan oleh Bygrave menjadi urutan langkah-langkah berikut ini.



1. Proses inovasi

Beberapa faktor personal yang mendorong inovasi adalah: keinginan berprestasi, adanya sifat penasaran, keinginan menanggung resiko, faktor pendidikan dan faktor pengalaman. Adanyainovasi yang berasal dari diri seseorang akan mendorong dia mencari pemicu ke arah memulai usaha.

Sedangkan faktor-faktor environment mendorong inovasi adalah : adanya peluang, pengalaman dan kreativitas. Tidak diragukan lagi pengalaman sebagai guru yang berharga yang memicu perintisan usaha. apalagi ditunjang oleh adanya peluang dan kreativitas.

2. Proses Pemicu

Beberapa faktor personal yang mendorong *Triggering Event* artinya yang memicu atau memaksa seseorang untuk terjun ke dunia bisnis adalah:

- Adanya ketidakpuasan terhadap pekerjaan yang sekarang,
- adanya pemutusan hubungan kerja (PHK), tidak ada pekerjaan lain.
- dorongan karena faktor usia.
- keberanian menanggung resiko,
- dan komitmen atau minat yang tinggi terhadap bisnis.

Faktor-faktor *Environment* yang mendorong menjadi pemicu bisnis adalah :

- Adanya persaingan dalam dunia kehidupan
- Adanya sumber-sumber yang bisa dimanfaatkan, misalnya memiliki tabungan modal, warisan, memiliki bangunan yang lokasi strategis dan sebagainya.
- Mengikuti latihan~latihan atau Incubator bisnis. Sekarang banyak kursus-kursus
- bisnis dan lembaga manajemen fakultas ekonomi melaksanakan pelatihan dan incubator bisnis.
- Kebijakan pemerintah misalnya adanya kemudahan-kemudahan dalam lokasi berusaha ataupun fasilitas kredit, dan bimbingan usaha yang dilakukan oleh Depnaker.

Sedangkan faktor *Sociological* yang menjadi pemicu serta pelaksanaan bisnis adalah:

- Adanya hubungan-hubungan atau relasi-relasi dengan orang lain
- Adanya tim yang dapat diajak kerjasama dalam berusaha
- Adanya dorongan dari orang tua untuk membuka usaha
- Adanya bantuan famili dalam berbagai kemudahan
- Adanya pengalaman-pengalaman dalam dunia bisnis sebelumnya

3. Proses Pelaksanaan

Beberapa faktor personal yang mendorong pelaksanaan dari sebuah bisnis adalah sebagai berikut:

- Adanya seorang wirausaha yang sudah siap mental secara total.
- Adanya manajer pelaksana sebagai tangan kanan, pembantu utama.
- Adanya komitmen yang tinggi terhadap bisnis.
- Dan adanya visi, pandangan yang jauh ke depan guna mencapai keberhasilan.

4. Proses Pertumbuhan

Proses pertumbuhan ini didorong oleh faktor organisasi antara lain :

- Adanya tim yang kompak dalam menjalankan usaha sehingga semua rencana dan pelaksanaan operasional berjalan produktif.
- Adanya strategi yang mantap sebagai prodlk dari tim yang kompak.
- Adanya struktur dan budaya organisasi yang mantap. Budaya perusahaan jika sudah terbentuk dan diikuti dengan penuh tanggung jawab oleh seluruh karyawan maka pertumbuhan perusahaan akan berkembang pesat. Apa yang dimaksud dengan Budaya Perusahaan? Budaya perusahaan atau *corporate culture define as "the shared experiences, stories, beliefs, and norms that characterize an organization*. Jadi yang dimaksud dengan budaya perusahaan ialah karakteristik suatu organisasi perusahaan yang mencakup pengalaman, cerita, kepercayaan dan norma-norma bersama yang dianut oleh seluruh jajaran perusahaan. Misalnya pada sebuah perusahaan dapat kita lihat bagaimana karyawannya berpakaian, berbicara, pengaturan kantor dan sebagainya.
- Adanya produk yang dibanggakan, atau keistimewaan yang dimiliki misalnya kualitas makanan, lokasi usaha, manajemen, personalia dan sebagainya.

Sedangkan faktor *enviroment* yang mendorong implementasi dan pertumbuhan bisnis adalah sebagai berikut :

- Adanya unsur persaingan yang cukup menguntungkan. Dunia persaingan sekarang ini sangat tajam. Ada berbagai berbentuk persaingan yang ada di pasar mulai dari pengusaha pasar yang sangat dominan, yang mempunyai kekuatan yang sedang dan yang lemah. Dalam istilah pemasaran mereka ini terdiri atas *market leader, market challenger, market follower* dan *market nicher* .
- Adanya konsumen dan pemasok barang yang kontinu.
- Adanya bantuan dari pihak investor bank yang memberikan fasilitas keuangan.

- Adanya sumber-sumber yang tersedia, yang masih bisa dimanfaatkan.
- Adanya kebijaksanaan pemerintah yang menunjang berupa peraturan bidang ekonomi yang menguntungkan.

Melihat uraian di atas muncul pertanyaan apakah sebenarnya yang paling mendorong seseorang untuk memasuki karir wirausaha?

Jawabannya menyangkut dua hal yaitu :

- Personal Attributes*
- Personal Environment*

a. *Personal Attributes*

David McClelland di dalam bukunya *The Achieving Society*, menyatakan bahwa seorang wirausaha adalah seseorang yang memiliki keinginan berprestasi yang sangat tinggi dibandingkan dengan orang yang tidak berwirausaha.

Dalam suatu penelitian di Inggris menyatakan bahwa motivasi seseorang membuka bisnis adalah 50% ingin mempunyai kebebasan dengan berbisnis sendiri, hanya 18% menyatakan ingin memperoleh uang dan 10% menyatakan jawaban membuka bisnis untuk kesenangan, hobi, tantangan atau kepuasan pribadi dan melakukan kreativitas.

Sedangkan penelitian di Rusia 80% menyatakan mereka membuka bisnis karena ingin menjadi bos dan memperoleh otonomi serta kemerdekaan pribadi. Faktor-faktor atribut lainnya dapat dilihat konsep IOD pada bab lain.

b. *Faktor Environmental*

Di samping faktor personal yang ada didalam diri pribadi wirausaha maka ada pengaruh faktor luar terhadap pembentukan watak wirausaha. Di negara kita ini ada beberapa daerah, atau lokasi yang dan yang wirausahanya. Demikian pula di Amerika terkenal daerah *Silicon Valley* di mana dijumpai banyak pengusaha-pengusaha besar. Di daerah tersebut dijumpai kegiatan wirausaha membeli

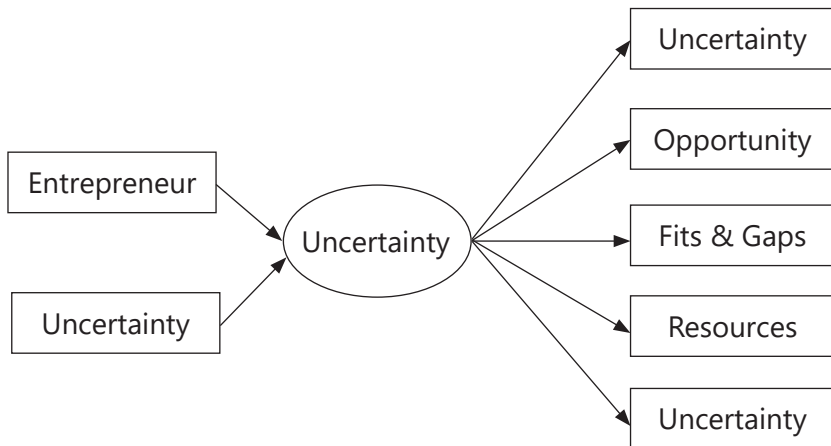
dan menjual barang, transportasi, pengudangan, perbankan, dan berbagai jasa konsultan. Suasana semacam ini sangat berpengaruh kepada warga masyarakat untuk menumbuhkan minat berwirausaha. Demikian pula suasana lingkungan yang lain yang kita jumpai pada sejumlah dosen serta alumni MIT (*Massachusetts Institute of Technology*) yang mendirikan sejumlah perusahaan. Sejak perang dunia ke-2 sampai tahun 1988 telah didirikan 636 perusahaan oleh dosen dan alumni MIT ini. Mereka membuka 300.000 lapangan pekerjaan dengan total penghasilan 10 triliun dolar. Pengusaha-pengusaha MIT ini saling bekerja sama dan mendorong pertumbuhan bisnis dan perkembangan teknologi di Amerika.

Suatu kenyataan kita lihat bahwa kurangnya wirausaha dari masyarakat keturunan Afrika-Amerika dibandingkan dengan masyarakat keturunan Asia-Amerika adalah sangat kurangnya wirausaha Afrika-Amerika yang dapat memberi contoh. Khususnya dalam bidang pemilikan pertokoan keturunan Afrika-Amerika sangat sedikit sekali sehingga mereka tidak dapat memberikan pengalaman kepada generasi mudanya.

c. Menilai Peluang Membuka Usaha Baru

Kadang-kadang seseorang yang ingin membuka usaha baru didorong oleh rasa optimis berlebihan. Untuk menetralkan rasa optimis berlebihan tersebut, perlu dilakukan evaluasi. Bagaimana cara mengevaluasi peluang tersebut? Atau sekurang-kurangnya orang lain tertarik ikut serta dalam investasi yang akan dilakukan, misalnya para penanam modal, atau partner lain yang akan diikuti sertakan. Masalahnya banyak isu berkembang bahwa hanya satu dari 10 usaha baru yang akan sampai pada ulang tahunnya yang kesepuluh dan perusahaan lainnya mati di tengah jalan. Ini mengingatkan kita akan kehati-hatian, tidak gegabah asal membuka usaha baru saja, tetapi harus memperhitungkan segala kemungkinan yang akan dihadapi antara lain, teman yang akan diajak kerjasama, karyawan pembantu, sumber modal, komoditi yang akan dijual, dan kemungkinan daya serap pasar dan sebagainya.

Ada tiga komponen utama yang harus diteliti untuk membuka usaha baru yaitu seperti dinyatakan oleh Bygrave: *There are three crucial components for a successful new business: the opportunity, the entrepreneur (and the management team) and the resources needed to start the company and make it grow* (Bygrave 1994: 10). Ketiga komponen tersebut dapat digambarkan sebagai berikut .



Gambar: *Three driving forces* (Bygrave, 1994: 10)

Dalam gambar di atas diperlihatkan betapa banyaknya ketidakpastian dalam membuka usaha baru, yaitu ketidakpastian antara wirausahaan yang memiliki ide mendirikan usaha baru dengan peluang yang ia harapkan, kemudian antara wirausahaan, peluang dengan sumber daya yang tersedia, baik sumber daya manusia maupun sumber daya non manusia. Oleh sebab itu, perlu disusun suatu gambaran *fits* dan *gaps*, bagaimana menggambarkan kesenjangan yang terjadi dan kesesuaian yang mungkin dibuat, dan memanfaatkan peluang yang tampak oleh pengambil inisiatif. Inilah yang disebut dengan *business plan*, dimana digambarkan ketiga komponen utama tersebut dipadukan menjadi suatu perencanaan strategis yang sempurna. Jadi disinilah pentingnya seorang pengambil inisiatif, seorang yang memiliki ide cemerlang yang dapat mereka laksanakan.

Georges Doriot seorang penanam modal menyatakan: *Always consider investing in a grade A man with a grade B idea. Never invest in a grade B man with a grade A idea* (Bygrave, 1994: 11). Dalam hal ini, Doriot menekankan bahwa yang penting adalah segi manusianya bukan idenya, karena ide itu akan dilaksanakan oleh orang yang bersangkutan, yang akan menentukan keberhasilan usaha dikelak kemudian hari. Akan lebih baik lagi bila ide yang baik tadi dilaksanakan oleh orang rnemiliki kemampuan yang tinggi pula. Sebab ide itu harus dikembangkan dan diimplementasikan, dioperasionalkan di lapangan. Jadi, ini adalah hal penting yang akan membangun dan mengembangkan

Jadi dalam hal ini bukan hanya mengnndalkan pada nasib baik. Nasib baik itu memang juga ada, akan datangnya nasib baik itu bukan mendadak kebetulan, akan tetapi merupakan titik temu, yang dikatakan oleh Bygrave (1944: 11) *So in entrepreneurship, just like any other profession, luck is where preparation and opportunity meet*. Dalam hal ini ada titik temu antara persiapan yang baik dengan peluang yang tersedia. Dalam kehidupan bangsa kita yang beragama, nasib baik, merupakan titik temu antara berusaha dan berdoa. Kita berusaha mencapai sukses, dan kita berdoa kepada Allah Swt. agar diberi kelancaran dalam menjalankan usaha.

Insyallah pada suatu saat datanglah nasib baik itu, yaitu adanya peluang dari segala penjuru yang kita tidak bisa membayangkan sebelumnya. Sumber rizki itu sulit untuk diduga, tetapi kita harus berusaha dan berdoa untuk memperolehnya. Allah menyatakan bahwa apabila sumber rizki itu dibukakan kepada seseorang, maka tak seorang pun bisa menutupnya. Begitu pula apabila sumber rizki ditutup oleh Allah maka tak seorangpun mampu membukanya. Kata kuncinya di sini ialah berusaha dan berdoa. Bagaimana tata cara berdoa yang baik dan benar dapat dipelajari melalui kitab-kitab agama

d. Faktor-Faktor Pemicu Kewirausahaan

Menurut Mc Clelland (1961), kewirausahaan (*entrepreneurship*) ditentukan oleh motif berprestasi (*achievement*), optimisme

(*optimism*), sikap-sikap nilai (*value attitudes*) dan status kewirausahaan (*entrepreneurial status*) atau keberhasilan. Sedangkan menurut Ibnu Soedjono dan Ropke, proses kewirausahaan atau tindakan kewirausahaan (*entrepreneurial action*) merupakan fungsi dari *property right* (PR), *competency/ability* (C), *incentive* (I), dan *external environment* (E).

Perilaku kewirausahaan dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor-faktor itu adalah hak kepemilikan (*property right*, PR), kemampuan/ kompetensi (*competency/ability*, C), dan insentif (*incentive*), sedangkan faktor eksternalnya meliputi lingkungan (*environment*, E). Karena dalam kemampuan afektif (*affective abilities*) mencakup sikap, nilai-nilai, aspirasi, perasaan, dan emosi yang kesemuanya sangat tergantung pada kondisi lingkungan yang ada, maka dimensi kemampuan afektif (*affective abilities*) dan kemampuan kognitif (*cognitive abilities*) merupakan bagian dari pendekatan kemampuan kewirausahaan (*entrepreneurial*). Jadi, kemampuan berwirausaha (*entrepreneurial*) merupakan fungsi dari perilaku kewirausahaan dalam mengombinasikan kreativitas, inovasi, kerja keras, dan keberanian menghadapi risiko untuk memperoleh peluang.

e. Model Proses Kewirausahaan

Menurut Carol Noore yang dikutip oleh Bygrave (1996), proses kewirausahaan diawali dengan adanya inovasi. Inovasi tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor baik internal maupun eksternal seperti pendidikan, sosiologi, organisasi, kebudayaan, dan lingkungan (Bygrave, 1996). Faktor-faktor tersebut membentuk locus of control, kreativitas, inovasi, implementasi, dan pertumbuhan yang kemudian berkembang menjadi wirausaha yang besar (Drucker, 1996). Secara internal, inovasi dipengaruhi oleh faktor yang berasal dari individu seperti *locus of control*, toleransi, nilai-nilai, pendidikan, pengalaman. Sedangkan faktor yang berasal dari lingkungan yang mempengaruhi diantaranya model peran, aktivitas, dan peluang. Oleh karena itu, inovasi berkembang menjadi kewirausahaan melalui proses yang dipengaruhi lingkungan, organisasi, dan keluarga.

Kewirausahaan berkembang dan diawali dengan adanya inovasi. Inovasi ini dipicu oleh faktor pribadi, lingkungan, dan sosiologi. Faktor individu yang memicu kewirausahaan adalah pencapaian *locus of control*, toleransi, pengambilan risiko, nilai-nilai pribadi, pendidikan, pengalaman, usia, komitmen, dan ketidakpuasaan. Sedangkan faktor pemicu yang berasal dari lingkungan ialah peluang, model peran, aktivitas, pesaing, inkubator, sumber daya, dan kebijakan pemerintah. Sedangkan faktor pemicu yang berasal dari lingkungan sosial meliputi keluarga, orang tua dan jaringan kelompok. Seperti halnya pada tahap perintisan kewirausahaan, maka pertumbuhan kewirausahaan sangat tergantung pada kemampuan pribadi, organisasi, dan lingkungan. Faktor lingkungan yang mempengaruhi pertumbuhan kewirausahaan adalah pesaing, pelanggan, pemasok, dan lembaga-lembaga keuangan yang akan membantu pendanaan. Sedangkan faktor yang berasal dari pribadi adalah komitmen, visi, kepemimpinan, dan kemampuan manajerial. Selanjutnya faktor yang berasal dari organisasi adalah kelompok, struktur, budaya, dan strategi. Jadi kewirausahaan diawali dengan inovasi. Inovasi tersebut dipengaruhi oleh nilai-nilai pribadi, sosiologi, organisasi, dan lingkungan.

Seorang yang berhasil dalam berwirausaha adalah orang yang dapat menggabungkan nilai-nilai, sifat-sifat utama (pola sikap) dan perilaku dengan bekal pengetahuan, pengalaman dan keterampilan praktis (*knowledge and practice*). Jadi, pedoman-pedoman, pengharapan-pengharapan dan nilai-nilai, baik yang berasal dari pribadi maupun kelompok berpengaruh dalam membentuk perilaku kewirausahaan.

f. Ciri-ciri Penting Tahap Permulaan dan Pertumbuhan Kewirausahaan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 115 usaha kecil unggulan di Kabupaten Madiun yang dilakukan oleh penulis diperoleh kesimpulan bahwa pada umumnya proses pertumbuhan kewirausahaan pada usaha kecil tersebut memiliki tiga ciri penting, yaitu (1) tahap imitasi dan duplikasi (*imitating and duplicating*), (2)

tahap duplikasi dan pengembangan (*duplicating and devoloping*), (3) tahap menciptakan sendiri barang dan jasa baru yang berbeda (*creating new and different*).

Pada tahap pertama, yaitu proses imitasi dan duplikasi para wirausaha mulai meniru ide-ide orang lain, misalnya untuk memulai atau merintis usaha barunya diawali dengan meniru usaha orang lain, dalam menciptakan jenis barang yang akan dihasilkan meniru yang sudah ada. Teknik produksi, desain, pemrosesan, organisasi usaha, dan pola pemasarannya meniru yang sudah ada. Beberapa keterampilan tertentu diperoleh melalui magang atau pengalaman baik dari lingkungan keluarga maupun orang lain. Akan tetapi tidak sedikit pula wirausaha yang berhasil karena proses pengamatan.

Selanjutnya, pada tahap duplikasi dan pengembangan, para wirausaha mulai mengembangkan ide-ide barunya. Dalam tahap duplikasi produk misalnya, wirausaha mulai mengembangkan produknya melalui diversifikasi dan diferensiasi dengan didesain sendiri. Demikian pula dalam organisasi usaha dan pemasaran mulai dikembangkan model-model pemasaran sendiri. Meskipun pada tahap ini mengalami perkembangan yang lambat dan cenderung kurang dinamis, tetapi sudah ada sedikit perubahan. Misalnya desain dan teknik yang cenderung monoton, mungkin berubah tiga sampai lima tahun sekali, pemasaran cenderung dikuasai oleh bentuk-bentuk monopsoni oleh para pengumpul seperti usaha kecil pada umumnya.

Beberapa wirausaha di antaranya ada juga yang mengikuti model pemasaran dan cenderung berperan sebagai market follower dan beberapa perusahaan lagi mengikuti kehendak pedagang pengumpul. Setelah tahap duplikasi dan pengembangan, kemudian tahap menciptakan sendiri sesuatu yang baru dan berbeda melalui ide-ide sendiri sampai terus berkembang. Pada tahap ini wirausaha biasanya mulai bosan dengan proses produksi yang ada, keingintahuan, ketidakpuasan terhadap hasil yang sudah ada mulai timbul dan adanya keinginan untuk mencapai hasil yang lebih unggul secara mengebu-gebu. Pada tahap ini organisasi usaha mulai diperluas dengan skala yang luas pula, produk mulai diciptakan

sendiri berdasarkan pengamatan pasar dan berdasarkan kebutuhan konsumen, ada keinginan untuk menjadi penantang pasar (*market challenger*) bahkan pemimpin pasar (*market leader*). Produk-produk unik yang digerakkan oleh pasar (*market driven*) mulai diciptakan dan disesuaikan dengan perkembangan teknik yang ada. Beberapa industri kecil tertentu, misalnya industri kecil sepatu dan industri konveksi mulai menantang pasar (*market challenger*), sedangkan industri lainnya yang menggunakan teknik produksi tradisional dan semi modern masih menjadi pengikut pasar (*market follower*).

g. Langkah Menuju Keberhasilan Wirausaha

Untuk menjadi wirausaha sukses, pertama-tama harus memiliki ide atau visi bisnis (*business vision*) yang jelas, kemudian ada kemauan dan keberanian untuk menghadapi risiko baik waktu maupun uang. Apabila ada kesiapan dalam menghadapi risiko, langkah berikutnya adalah membuat perencanaan usaha, mengorganisasikan dan menjalankannya. Agar usahanya berhasil, selain harus kerja keras sesuai dengan urgensinya, wirausaha harus mampu mengembangkan hubungan baik dengan mitrausahanya maupun dengan semua pihak yang terkait dengan kepentingan perusahaan.

h. Faktor Penyebab Keberhasilan dan Kegagalan Wirausaha

Seperti telah dikemukakan sebelumnya, keberhasilan atau kegagalan wirausaha sangat tergantung pada kemampuan pribadi wirausaha. Zimmerer (2008) mengemukakan beberapa faktor-faktor yang menyebabkan wirausaha gagal dalam menjalankan usaha barunya.

1. Tidak kompeten dalam manajerial. Tidak kompeten atau tidak memiliki kemampuan dan pengetahuan mengelola usaha merupakan faktor penyebab utama yang membuat perusahaan kurang berhasil.
2. Kurang berpengalaman baik dalam kemampuan teknik, kemampuan memvisualisasikan usaha, kemampuan mengkoordinasikan, keterampilan mengelola sumber daya

manusia, maupun kemampuan mengintegrasikan operasi perusahaan.

3. Kurang dapat mengendalikan keuangan. Agar perusahaan dapat berhasil dengan baik faktor yang paling utama dalam keuangan adalah memelihara aliran kas. Mengatur pengeluaran dan penerimaan secara cermat. Kekeliruan dalam memelihara aliran kas akan menghambat operasional perusahaan dan mengakibatkan perusahaan tidak lancar.
4. Gagal dalam perencanaan. Perencanaan merupakan titik awal dari suatu kegiatan, sekali gagal dalam perencanaan maka akan mengalami kesulitan dalam pelaksanaan.
5. Lokasi yang kurang memadai. Lokasi usaha yang strategis merupakan faktor yang menentukan keberhasilan usaha. Lokasi yang tidak strategis merupakan faktor yang menentukan keberhasilan usaha. Lokasi yang tidak strategis dapat mengakibatkan perusahaan sukar beroperasi karena kurang efisien.
6. Kurangnya pengawasan peralatan. Pengawasan erat kaitannya dengan efisiensi dan efektivitas. Kurang pengawasan dapat mengakibatkan penggunaan alat tidak efisien dan tidak efektif.
7. Sikap yang kurang sungguh-sungguh dalam berusaha. Sikap yang setengah-setengah terhadap usaha akan mengakibatkan usaha yang dilakukan menjadi labil dan gagal. Dengan sikap setengah hati, kemungkinan gagal menjadi besar.
8. Ketidakmampuan dalam melakukan peralihan/transisi kewirausahaan. Wirausaha yang kurang siap menghadapi dan melakukan perubahan, tidak akan menjadi wirausaha yang berhasil. Keberhasilan dalam berwirausaha hanya bisa diperoleh apabila berani mengadakan perubahan dan mampu membuat peralihan setiap waktu.

Selain faktor-faktor yang membuat kegagalan kewirausahaan, Zimmerer (1996) mengemukakan beberapa potensi yang membuat seseorang mundur dari kewirausahaan, yaitu:

1. Pendapatan yang tidak menentu. Baik pada tahap awal maupun tahap pertumbuhan, dalam bisnis ada jaminan untuk memperoleh pendapatan yang berkesinambungan. Dalam kewirausahaan, sewaktu-waktu bisa rugi dan sewaktu-waktu juga bisa untung. Kondisi yang tidak menentu dapat membuat seseorang mundur dari kegiatan berwirausaha.
2. Kerugian akibat hilangnya modal investasi. Tingkat kegagalan bagi usaha baru sangatlah tinggi. Tingkat mortalitas/ kegagalan usaha kecil di Indonesia mencapai 78 persen. Kegagalan investasi mengakibatkan seseorang mundur dari kegiatan berwirausaha. Bagi seorang wirausaha, kegagalan sebaiknya dipandang sebagai pelajaran berharga.
3. Perlu kerja keras dan waktu yang lama. Wirausaha biasanya bekerja sendiri mulai dari pembelian, pengolahan, penjualan, dan pembukuan. Waktu yang lama dan keharusan bekerja keras dalam berwirausaha mengakibatkan orang yang ingin menjadi wirausaha menjadi mundur. Ia kurang terbiasa dalam menghadapi tantangan. Wirausaha yang berhasil pada umumnya menjadikan tantangan sebagai peluang yang harus dihadapi dan ditekuni.
4. Kualitas kehidupan yang rendah meskipun usahanya mantap. Kualitas kehidupan yang tidak segera meningkat dalam usaha, akan mengakibatkan seseorang mundur dari kegiatan berwirausaha. Misalnya, pedagang yang kualitas kehidupannya tidak meningkat, maka akan mundur dari usaha dagangannya dan masuk ke usaha lain.

a. Keuntungan dan Kerugian Berwirausaha

Keuntungan dan kerugian kewirausahaan identik dengan keuntungan dan kerugian pada usaha kecil milik sendiri. Hisrich dan Peters (1995) mengemukakan keuntungan dan kerugian kewirausahaan sebagai berikut:

- Keuntungan Kewirausahaan
 - 1) Otonomi. Pengelolaan yang bebas dan tidak terikat membuat wirausaha menjadi seorang “bos” yang penuh kepuasan.

- 2) Tantangan awal dan perasaan motif berprestasi. Tantangan awal atau perasaan bermotivasi yang tinggi merupakan hal menggembirakan. Peluang untuk mengembangkan konsep usaha yang dapat menghasilkan keuntungan sangat memotivasi wirausaha.
 - 3) Kontrol finansial. Bebas dalam mengelola keuangan, dan merasa kekayaan sebagai milik sendiri.
 - 4) Kerugian Kewirausahaan
- Di samping beberapa keuntungan seperti di atas, dengan berwirausaha juga memiliki beberapa kerugian, yaitu:
 - 1) Pengorbanan personal. Pada awalnya wirausaha harus bekerja dengan waktu yang lama dan sibuk. Sedikit waktu untuk kepentingan keluarga, rekreasi. Hampir semua waktu dihabiskan untuk kegiatan bisnis.
 - 2) Beban tanggung jawab. Wirausaha harus mengelola semua fungsi bisnis, baik pemasaran, keuangan, personil maupun pengadaan dan pelatihan.
 - 3) Kecilnya margin keuntungan dan kemungkinan gagal. Karena wirausaha menggunakan keuangan yang kecil dan keuangan milik sendiri, maka margin laba/keuntungan yang diperoleh akan relatif kecil dan kemungkinan gagal juga ada.

B. Sifat-Sifat yang Penting Dimiliki Wirausaha

1. Percaya Diri

Sifat-sifat utama di atas dimulai dari pribadi yang mantap, tidak mudah terombang-ambing oleh pendapat dan saran orang lain. Akan tetapi, saran orang lain jangan ditolak mentah-mentah, pakai itu sebagai masukan untuk dipertimbangkan, kemudian anda harus memutuskan segera. Anda harus optimis, orang optimis asal tidak ngawur, Insya Allah bisnisnya akan berhasil!.

Orang yang tinggi percaya dirinya adalah orang yang sudah matang jasmani dan rohaninya. Pribadi semacam ini adalah pribadi yang independen dan sudah mencapai tingkat *maturity* (lihat

uraian pada bab tentang Kepribadian). Karakteristik kematangan seseorang adalah ia tidak tergantung pada orang lain, dia memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi, obyektif, dan kritis. Dia tidak begitu saja menyerap pendapat atau opini orang lain, tetapi dia mempertimbangkan secara kritis. Emosionalnya boleh dikatakan sudah stabil, tidak gampang tersinggung dan naik pitam. Juga tingkat sosialnya tinggi, mau menolong orang lain, dan yang paling tinggi lagi ialah kedekatannya dengan khaliq sang peneipta, Allah Swt. Diharapkan wirausahawan seperti ini betul-betul dapat menjalankan usahanya secara mandiri, jujur, dan disenangi oleh semua relasinya.

2. Berorientasi Pada Tugas dan Hasil

Orang ini tidak mengutamakan *prestise* dulu, prestasi kemudian. Akan tetapi, ia gandrung pada prestasi baru kemudian setelah berhasil prestisenya akan naik. Anak muda yang selalu memikirkan *prestise* lebih dulu dan prestasi kemudian, tidak akan mengalami kemajuan. Pernah ada seorang mahasiswa' yang mengikuti praktik perniagaan di suatu perguruan, ia malu menjinjing barang belanjanya ke atas angkot. Dia menjaga gengsinya dengan menearter mobil taksi. Kebanyakan anak remaja tidak mau berbelanja ke pasar menemani ibunya karena gengsi. Padahal dengan ikut menemani ibu" dan melihat suasana pasar, banyak pengalaman bisa diperoleh. Berbagai motivasi akan muneul dalam bisnis jika kita berusaha menyingkirkan *prestise*. Kita akan mampu bekerja keras, enerjik, tanpa malu dilihat ternan, asal yang kita kerjakan itu pekerjaan hala!.

3. Pengambilan Resiko

Anak muda sering dikatakan selalu menyenangkan tantangan. Mereka tidak takut mati. Inilah salah satu faktor pendorong anak muda menyenangkan, olah raga yang penuh dengan resiko dan tantangan, seperti balap motor di jalan raya, kebut-kebutan, balap mobil milik orang tuanya, tetapi contoh-contoh tersebut dalam arti negatif. Olahraga beresiko yang positif ialah panjat tebing, mendaki gunung, arung jeram, motor cross, karate atau olah raga bela diri, dan sebagainya.

Ciri-ciri dan watak seperti ini dibawa ke dalam wirausaha yang juga penuh dengan resiko dan tantangan, seperti persaingan, harga turun naik, barang tidak laku, dan sebagainya. Namun semua tantangan ini harus dihadapi dengan penuh perhitungan. Jika perhitungan sudah matang, membuat pertimbangan dari segala maeam segi, maka berjalanlah terus dengan tidak lupa berlingdung kepada-Nya.

4. Kepemimpinan

Sifat kepemimpinan memang ada dalam diri masing-masing individu. Namun sekarang ini, sifat kepemimpinan sudah banyak dipelajari dan dilatih. Ini tergantung kepada masing-masing individu dalam menyesuaikan diri dengan organisasi atau orang yang ia pimpin. Ada pemimpin yang disenangi oleh bawahan, mudah memimpin sekelompok orang, ia diikuti, dipercaya oleh bawahannya. Namun adapula pemimpin yang tidak disenangi bawahan, atau ia tidak senang kepada bawahannya, ia banyak curiga kepada bawahannya, ia mau mengawasi bawahannya tetapi tidak ada waktu untuk itu. Menanam kecurigaan kepadaorang lain. pada suatu ketika kelak akan berakibat tidak baik pada usaha yang sedang dijalankan. Pemimpin yang baik harus mau menerima kritik dari bawahan, ia harus bersifat responsif.

5. Keorisinilan

Sifat orisinil ini tentu tidak selalu ada pada diri seseorang. Yang dimaksud orisinil disini ialah ia tidak hanya mengekor pada orang lain, tetapi memiliki pendapat sendiri, ada ide yang orisinil, ada kemampuan untuk melaksanakan sesuatu.

Orisinil tidak berarti baru sama sekali, tetapi produk tersebut mencerminkan hasil kombinasi baru at au reintegrasi dari komponenkomponen yang sudah ada, sehingga melahirkan sesuatu yang barn. Bobot kreativitas orisinil suatu produk akan tampak sejauh manakah ia berbeda dari apa yang sudah ada sebelumnya.

6. Berorientasi ke Masa Depan

Seorang wirausaha haruslah perspektif, mempunyai visi ke depan, apa yang hendak ia lakukan, apa yang ingin ia capai? Sebab sebuah usaha bukan didirikan untuk sementara, tetapi untuk selamanya. Oleh sebab itu, faktor kontinuitasnya harus dijaga dan pandangan harus ditujukan jauh ke depan. Untuk menghadapi pandangan jauh ke depan, seorang wirausaha akan menyusun perencanaan dan strategi yang matang, agar jelas langkah-langkah yang akan dilaksanakan.

Ada tujuh ciri yang merupakan identitas yang melekat pada diri seorang wirausaha.

Pertama, Kepemimpinan. Ini adalah faktor kunci bagi seorang wirausaha. Dengan keunggulan di bidang kepemimpinan, maka seorang wirausaha akan sangat memperhatikan orientasi pada sasaran, hubungan kerja / personal dan efektivitas. Pemimpin yang berorientasi pada ketiga faktor di atas, senantiasa tampil hangat, mendorong pengembangan karir stafnya, disenangi bawahan, dan selalu ingat pada sasaran yang hendak dicapai.

Kedua, Inovasi. Inovasi selalu membawa perkembangan dan perubahan ekonomi, demikian dikatakan oleh Joseph Schumpeter. Teori Schumpeter merangsang seseorang untuk berinovasi. Inovasi yang dimaksud hanyalah suatu temuan yang luar biasa, tetapi suatu temuan yang menyebabkan berdayagunanya sumber ekonomi ke arah yang lebih produktif. Seorang wirausahawan, sebagai inovator harus merasakan gerakan ekonomi di masyarakat. Persoalan-persoalan yang muncul dari gerakan ekonomi tersebut selalu diantisipasi dengan penggunaan inovasi.

Ketiga, Cara Pengambilan Keputusan. Menurut ahli kedokteran mutakhir terdapat perbedaan signifikan antara fungsi otak kiri dan otak kanan. Otak kiri berfungsi menganalisis atau menjawab pertanyaan-pertanyaan apa, mengapa, dan bagaimana. Otak kanan berfungsi melakukan pemikiran kreatif tanpa didahului suatu argumentasi. Otak kiri dan otak kanan senantiasa digunakan secara

bersama-sama. Setiap orang akan berbeda tekanan pemakaian kedua otak itu. Ada yang cenderung didominasi otak kiri dan sebaliknya ada orang yang didominasi oleh otak kanan. Pandangan ini diungkapkan oleh Roger Sperry pada tahun 1981, dia mendapat hadiah Nobel atas pembuktiannya tentang teori otak terpisah ini. Secara umum dari 95% orang yang menggunakan tangan kanan (tidak kidal), bagian kiri otak tidak hanya mengendalikan bagian kanan tubuhnya tetapi juga melakukan pemikiran yang analitis, linier, verbal, dan rasional. Fungsi otak kirilah yang bekerja apabila anda membuat neraca pembukuan, mengingat nama dan tanggal, atau penyusunan tujuan dan sasaran. Bagian otak kanan mengendalikan bagian kiri tubuh manusia dan bersifat holistik, imajinatif, non verbal, dan artistik. Apabila anda mengingat kembali wajah orang, perasaan indahnya musik, atau membayangkan sesuatu, berarti anda memfungsikan otak sebelah kanan. Proses yang terjadi pada otak sebelah kanan kurang mendapat pengembangan dalam dunia pendidikan.

Orang-orang yang dapat memecahkan masalah secara kreatif sadar bahwa kedua Hemisphere otak kedua-duanya melakukan proses pemikiran. Misalnya otak kiri secara logika menentukan permasalahan dan otak kanan menggerakkan kemungkinan-kemungkinan kreatif dan jalan keluar. Dalam fase penggerakan gagasan maka fungsi otak bagian kanan menjadi sangat berguna. Pernahkah anda ditantang untuk memecahkan masalah dan mendapatkan jawaban yang tiba-tiba, sedangkan anda baru bangun tidur. Ini terjadi karena pemikiran ini dikeluarkan dari otak kiri dan beralih kepemahaman otak kanan.

Seorang wirausahawan adalah mereka yang cenderung didominasi oleh otak kanan. Itulah yang mendorong bekerjanya intuisi dan inisiatif seorang wirasusaha yang seakan-akan memiliki indera ke enam.

Keempat. Sikap Tanggap Terhadap Perubahan. Sikap tanggap wirausahawan terhadap perubahan relatif lebih tinggi dibandingkan dengan orang lain. Setiap perubahan oleh seorang wirausahawan dianggap mengandung peluang yang merupakan masukan dan rujukan terhadap pengambilan keputusan.

Kelima. Bekerja Ekonomis dan Efisien. Seorang wirausaha melakukan kegiatannya dengan gaya yang smart (cerdas, pintar, bijak) bukan bergaya seorang mandor. Ia bekerja keras, ekonomis dan efisien, guna mencapai hasil maksimal.

Keenam. Visi Masa Depan. Visi ibarat benang merah yang tidak terlihat yang ditarik sejak awal hingga keadaan yang terakhir. Visi pada hakekatnya merupakan pencerminan komitmen-kompetensi-konsistensi.

Ketujuh. Sikap Terhadap Resiko. Seorang wirausahawan adalah penentu resiko dan bukan sebagai penanggung resiko. Sebagaimana dinyatakan Drucker, mereka yang ketika menetapkan sebuah keputusan, telah memahami secara sadar resiko yang bakal dihadapi, dalam arti resiko itu sudah dibatasi dan terukur. Kemudian kemungkinan munculnya resiko itu diperkecil. Dalam hal ini penerapan inovasi merupakan usaha yang kreatif untuk memperkecil kemungkinan terjadinya resiko.

7. Kreativitas

Sifat keorisinilan seorang wirausaha menuntut adanya kreativitas dalam pelaksanaan tugasnya. Apa yang dikatakan kreatif? Carol Kinsey Goman menulis:

Beberapa tahun silam, dalam kolom percaya atau tidak dari koran Ripiey, muncul pernyataan; Selembar lempengan baja harganya 5 dolar. Jika baja ini dibuat sepatu kuda, harganya meningkat menjadi 10 dolar. Jika baja ini dibuat jarum jahit harganya akan menjadi 3.285 dolar, dan jika dibuat per arloji nilainya akan meningkat menjadi 250.000 dolar. Perbedaan harga 5 dolar dan 250.000 dolar terletak pada kreativitas. Jadi kreativitas ialah menghadirkan suatu gagasan baru bagi anda. Inovasi adalah penerapan secara praktis gagasan yang kreatif..

Kreativitas diartikan sebagai kemampuan untuk menciptakan suatu produk baru. Produk baru artinya tidak perlu seluruhnya baru, tapi dapat merupakan bagian-bagian produk saja.

Contoh-contoh kegiatan kreativitas:

- Pencipta sepatu roda
- Gabungan antara sepatu dengan roda.
- Anak-anak menyusun permainan balok-balok, ia bisa berkreasi membuat berbagai bentuk susunan balok, yang tadinya belum ia kenal.
- Seorang ibu membuat kejutan, masakan atau kue dengan resep baru, sebagai hasil eksperimennya.
- Di laboratorium, seorang siswa mencoba berbagai eksperimen.
- Seorang murid membuat karangan dalam Bahasa Indonesia .
- Seorang wirausaha membuat berbagai kreasi dalam kegiatan usahanya, seperti susunan barang, pengaturan rak pajangan, menyebarkan brosur promosi, dan sebagainya.

Jadi kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru atau melihat hubungan-hubungan baru antara unsur, data, variabel yang sudah ada sebelumnya.

Karakteristik anak berbakat intelektual antara lain unggul atau menonjol dalam:

- kesiagaan mental;
- kemampuan pengamatan (observasi);
- keinginan untuk belajar;
- daya konsentrasi;
- daya nalar;
- kemampuan membaca;
- ungkapan verbal;
- kemampuan menulis; dan
- kemampuan mengajukan pertanyaan yang baik.

Di samping itu ia:

- menunjukkan minat yang luas;
- berambisi untuk mencapai prestasi yang lebih tinggi;

- mandiri dalam memberikan pertimbangan;
- dapat memberi jawaban tepat dan langsung ke sasaran (*to-the-point*);
- mempunyai rasa humor yang tinggi;
- melibatkan diri sepenuhnya dan ulet menghadapi tugas yang diminati.

Berdasarkan uraian di atas, definisi kreativitas dapat dibedakan ke dalam dimensi person, proses, produk, dan press.

Definisi yang menekankan pada person menyatakan: *Creativity refers to the abilities that are characteristic of creative people.*

Definisi yang menekankan pada proses menyatakan: *Creativity is a process that manifests itself in fluency, in flexibility as well in originality of thinking.*

Definisi yang menekankan pada produk menyatakan: *The ability to bring something new into existence.*

Definisi yang menekankan pada press menyatakan: *Creativity can be regarded as the quality of products or responses judged to be creative by appropriate observers.*

Berdasarkan analisis faktor, Guilford menemukan bahwa ada lima sifat yang menjadi ciri kemampuan berfikir kreatif, yaitu kelancaran (*fluency*), keluwesan (*flexibility*), keaslian (*originality*), penguraian (*elaboration*), dan perumusan kembali (*redefinition*). Kelancaran adalah kemampuan untuk menghasilkan banyak gagasan. Keluwesan adalah kemampuan untuk mengemukakan bermacam-macam pemecahan atau pendekatan terhadap masalah. Orisinalitas adalah kemampuan untuk mencetuskan gagasan dengan cara-cara yang asli, tidak klise. Elaborasi adalah kemampuan untuk menguraikan sesuatu secara terinci. Redefinisi adalah kemampuan untuk meninjau suatu persoalan berdasarkan perspektif yang berbeda dengan apa yang sudah diketahui oleh banyak orang.

Masih ada puluhan definisi mengenai kreativitas. Namun pada intinya ada persamaan antara definisi-definisi tersebut, yaitu

kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata, yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya.

Hubungan kreativitas dengan intelegensi

Kreativitas dan intelegensi mempunyai perbedaan. Orang yang kreatif belum tentu intelegensinya tinggi, dan sebaliknya. Para peneliti membuat empat variasi hubungan kreativitas dengan intelegensi, yaitu:

1. Kreativitas rendah, intelegensi rendah
2. Kreativitas tinggi, intelegensi tinggi
3. Kreativitas rendah, intelegensi tinggi
4. Kreativitas tinggi, intelegensi rendah

Bagi kalangan wirausaha, tingkat kreativitas ini akan sangat menunjang kemajuan bisnisnya. Fenomena ini dapat dilihat pada masyarakat Jepang. Orang Jepang sangat terkenal dengan keuletan mereka, sehingga mereka mengalami kemajuan luar biasa setelah Perang Dunia II. Apa sebenarnya rahasia orang Jepang tersebut? Bila kreativitas diartikan sebagai kemampuan dalam menciptakan kombinasi-kombinasi baru dari hal-hal yang sudah ada, sehingga menghasilkan sesuatu yang baru, maka orang Jepang itulah ahlinya. Juga kemampuan memberi makna terhadap sesuatu yang kurang berarti sehingga menjadi lebih berarti. Sukses Jepang yang luar biasa sehingga dapat mendominasi dunia perdagangan Amerika Serikat banyak mengundang pertanyaan. Apakah rahasianya? Apa yang membuat mereka begitu kreatif, inovatif, dan produktif? Rahasianya ialah mereka adalah tipe orang pekerja keras. Uang dan keuntungan materi bagi mereka sangat penting, tetapi tidak lebih penting dari usaha kerja keras. Orang Jepang dinilai gila kerja (*work alcoholic*). Hal ini ditunjang oleh budaya mereka yang gandrung bekerja. Perilaku positif orang Jepang sangat menunjang keberhasilan usaha bisnis mereka, antara lain:

1. Orang Jepang selalu bertindak ekonomis, bahkan kadang-kadang terkesan pelit.

2. Daya tahan dan kegigihan orang Jepang dalam bekerja sehingga mereka mampu berprestasi maksimal.
3. Tidak cepat puas dengan hasil kerjanya.
4. Mereka sanggup bekerja lama dan keras, tidak ingin cepat-cepat menduduki jabatan empuk. Hal ini ditunjang oleh teori Z dalam manajemen gaya Jepang.
5. Orang Jepang inemiliki orientasi futuristik yang kuat. Pandangan mereka jauh ke depan, sehingga semua dapat direncanakan sejak dini, tidak terburu-buru. Mereka bekerja terencana, gigih, tabah, dan percaya diri. Melalui kerja keras, mereka yakin dapat mencapai apa yang dimaksud "Satori" yaitu tingkat berfikir tertinggi pada orang Jepang. Satori adalah lintasan tilikan yang datang tiba-tiba, menemukan pemecahan masalah tiba-tiba. Satori terjadi tatkala berfikir logis, imajinatif, dan intuitif. Hal ini dapat dicapai dengan bekerja keras.

Ada satu konsep lagi yang populer di Jepang, yaitu Konsep KAIZEN yang berarti *unending improvement*. Mereka selalu kerja keras membuat perbaikan-perbaikan. Dari waktu ke waktu selalu ada perbaikan.

Di dalam ajaran agama kita dan di tengah masyarakat kita dikenal "Bahwa hari ini harus lebih baik dari hari kemarin, dan hari esok harus lebih baik dari hari ini". Akan tetapi, ini hanya tinggal semboyan saja, tidak aplikatif di masyarakat. Sementara orang Jepang dengan berbagai kegiatan. produksi dan distribusinya mengalami kemajuan pesat dari dulu sampai sekarang, dan untuk masa yang akan datang. Ini perlu kita tiru, dengan berbagai bentuk usaha memacu kreativitas.

C. 8 Konsep 10 D Dari Bygrave

Beberapa karakteristik dari wirausahaan yang berhasil memiliki sifat-sifat yang dikenal dengan istilah 10 D (Bygrave, 1994;5).

1. *Dream I* Seorang wirausaha mempunyai visi bagaimana keinginannya terhadap masa depan pribadi dan bisnisnya dan

yang paling penting adalah dia mempunyai kemampuan untuk mewujudkan impiannya tersebut.

2. *Decisiveness* Seorang wirausaha adalah orang yang tidak bekerja lambat. Mereka membuat keputusan secara cepat dengan penuh perhitungan. Kecepatan dan ketepatan dalam mengambil keputusan adalah merupakan faktor kunci (key factor) dalam kesuksesan bisnisnya.
3. *Doers* / Begitu seorang wirausaha membuat keputusan maka dia langsung menindak lanjutinya. Mereka melaksanakan kegiatannya secepat mungkin yang dia sanggup artinya seorang wirausaha tidak mau menunda-nunda kesempatan yang dapat dimanfaatkan
4. *Determination* / Seorang wirausaha melaksanakan kegiatannya dengan penuh perhatian. Rasa tanggung jawabnya tinggi dan tidak mau menyerah, walaupun dia dihadapkan pada halangan atau rintangan yang tidak mungkin diatasi
5. *Dedication* / Dedikasi seorang wirausaha terhadap bisnisnya sangat tinggi, kadang-kadang dia mengorbankan hubungan kekeluargaan, melupakan hubungan dengan keluarganya untuk sementara. Mereka bekerja tidak mengenal lelah, 12 jam sehari atau 7 hari dalam seminggu. Semua perhatian dan kegiatannya dipusatkan semata-mata untuk kegiatan bisnisnya.
6. *Devotion* / *Devotion* berarti kegemaran atau kegila-gilaan. Demikian seorang wirausaha mencintai pekerjaan bisnisnya dia mencintai pekerjaan dan produk yang dihasilkannya. Hal inilah yang mendorong dia mencapai keberhasilan yang sangat efektif untuk menjual produk yang ditawarkannya
7. *Details* / Seorang wirausaha sangat memperhatikan faktor-faktor kritis secara rinci. Dia tidak mau mengabaikan faktor-faktor kecil tertentu yang dapat menghambat kegiatan usahanya
8. *Destiny* / Seorang wirausaha bertanggung jawab terhadap nasib dan tujuan yang hendak dicapainya. Dia merupakan orang yang bebas dan tidak mau tergantung kepada orang lain

9. *I Dollars* / Wirausahaan tidak sangat mengutamakan mencapai kekayaan. Motivasinya bukan memperoleh uang. Akan tetapi uang dianggap sebagai ukuran kesuksesan bisnisnya. Mereka berasumsi jika mereka sukses berbisnis maka mereka pantas mendapat laba / bonus/hadiah.
10. *I Distribute* / Seorang wirausaha bersedia mendistribusikan kepemilikan bisnisnya terhadap orang-orang kepercayaannya. Orang-orang kepercayaan ini adalah orang-orang yang kritis dan mau diajak untuk mencapai sukses dalam bidang bisnis.

D. Beberapa Kelemahan Wirausaha Indonesia

Sifat-sifat kelemahan orang kita bersumber pada kehidupan penuh raga, dan kehidupan tanpa pedoman, dan tanpa orientasi yang tegas.

Lebih rinei kelemahan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Sifat mentalitet yang meremehkan mutu.
2. Sifat mentalitet yang suka menerabas.
3. Sifat tak percaya kepada diri sendiri.
4. Sifat tak berdisiplin mumi.
5. Sifat mentalitet yang suka mengabaikan tanggung-jawab yang kokoh.

Sifat mentalitet seperti yang diungkapkan di atas sudah banyak kita saksikan dalam praktik pembangunan di negara ini. SD inpres yang roboh sebelum waktunya, jalan dan jembatan yang kembali rusak hanya dalam beberapa waktu sesudah diperbaiki, barang-barang yang kurang berfungsi dan sebagainya adalah cennin sifat meremehkan mutu. Korupsi dan main pungli yang masih dipraktikkan meskipun sudah ada aparat pengawasan adalah pengejawantahan dari sikap suka menerabas. Sikap ikut-ikutan dalam berinvestasi sehingga dalam waktu yang relatif singkat suatu obyek akan sudah jenuh sehingga semuanya akan menderita rugi, hal ini merupakan petunjuk betapa para kaum usahawan kurang mampu menemukan dirinya sendiri dan lebih suka mengekor pendapat orang lain.

Disiplin yang mumijuga sukar ditegakkan, kita ambil saja contoh pada waktu ada kontrol semuanya berusaha baik, berusaha disiplin, tetapi sesudah tidak dikontrol semuanya berjalan berantakan lagi, tidak ada disiplin lagi. tidak ada ketertiban lagi. Akhirnya. banyak hal-hal yang berjalan secara tersendat-sendat hanya karena tidak ada kesinambungan dalam penggarapannya yang disebabkan para pelaksana memiliki pekerjaan yang berangkap-rangkap, ini adalah cermin sikap tidak bertanggung-jawab yang masih banyak menghinggap bangsa kita.

Di zaman orde baru sering diadakan lomba kebersihan antar kota. memperebutkan Prasamya Nugraha. Tapi setelah orde baru jatuh tak ada lagi lomba-lomba, maka kita lihat kota besar di Indonesia, mulai semrawut, kumuh, sampah bertebaran dimana-mana. Pak Walikota diam, tak ada motivasi lagi, nama jalan banyak yang hilang tak diganti dengan yang baru, sungai-sungai dalam kota penuh sampah, jika hujan got tersumbat banjir dan sebagainya. Ini mental apa namanya?

Kelemahan bangsa kita banyak dibicarakan oleh para pakar, yaitu terletak pada supersutrukturnya. Di dalam ekonomi Pembangunan, ada 3 elemen penting yang menunjang pembangunan yaitu Infra struktur, Struktur ekonomi, Superstruktur. Ada suatu penelitian terhadap pengusaha pribumi dan non pribumi mengenai 6 item yang menyangkut motivasi, hasilnya sebagai berikut:

No.	Kondisi PNsoiknoloPgribs/uMmoitivasi/Need	
Pribumi	Non Pribumi	
1.	Untuk berpartestasi	42
2.	Mengikuti pendapat orang lain	44
3.	Melakukan sesuatu secara rapi	43
4.	Menonjolkan diri	39
5.	Untukberdiri sendiri	47
6.	Bekerjasama dengan orang lain	41
7.	Memahami tingkah laku orang lain	35

8. Meminta pertolongan kepada orang lain	32
9. Menguasai orang lain	62
10. Untuk mawas diri	62
11. berbuat baik kepada orang lain	51
12. 12. mencari sesuatu yang baru	46
13. Untuk bertahan pada satu pekerjaan	64
14. mendekati lawan jenis	58
15. mengkritik orang lain	51
16. berpegang teguh pada pendiriannya	54

Nilai normal diatas angka 50, di bawah 50 berarti tidak normal.

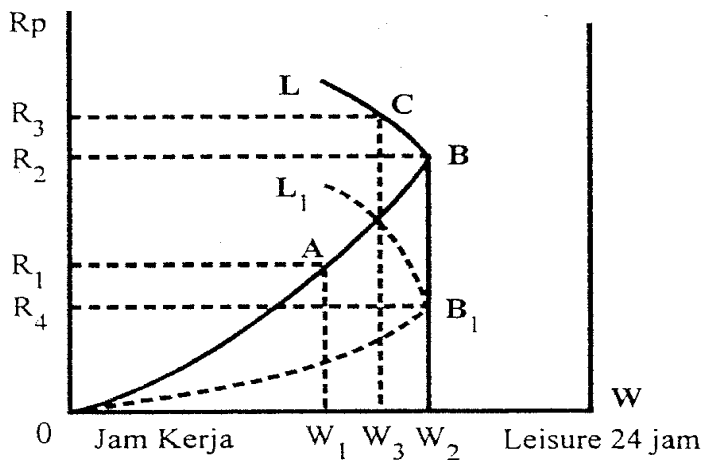
Infra struktur adalah prasarana yang tersedia. jalan, jembatan, pelabuhan. irigasi. alat transportasi, telepon dan sebagainya.

Struktur ekonomi adalah tersedianya faktor produksi dalam masyarakat, serta tenaga manajemen yang berpandangan luas, kemampuan mengadaptasi teknologi dan juga tersedia pasar produksi.

Superstruktur atau struktur atas adalah faktor mental masyarakat, semangat kerja ulet, tak kenal putus asa, tekun, jujur, bertanggung jawab, dapat dipercaya.

Bangsa Jepang dan Jerman berhasil dalam membangun negaranya setelah Perang Dunia II, adalah karena mereka unggul dalam superstruktur ini. Bandingkan dengan negara kita dengan segala kelemahannya, kurang bertanggung jawab, ingin cepat kaya, mencuri, memalsukan dokumendokumen, cuci tangan, cepat puas, ingin santai. Demikian pula bangsa kita, apabila sudah memperoleh uang/gaji lumayan, mereka cenderung memperbanyak waktu santai.

Menggambarakan dalam sebuah kurva, bagaimana perubahan upah berpengaruh pada waktu santai



Sumbu vertikal menggambarkan pendapatan atau roti ekonomi (*economic pie*) dan absis menggambarkan penggunaan tenaga kerja dalam waktu sehari (24 jam). Pada waktu pendapatan rendah jumlah jam kerja yang digunakan hanya sebesar OW1 jam kerja dengan mendapatkan roti ekonomi OR1. Dengan meningkatnya pembangunan jumlah jam kerja yang digunakan menjadi OW2 dengan mendapatkan pendapatan OR2, di mana leisure time hanya tinggal W2W (katakan 7 jam). Dengan meningkatnya pendapatan (upah makin tinggi) maka orang cenderung mengurangi jam kerjanya yaitu dimana pendapatan setinggi OR3 maka jam kerja yang digunakan hanya OW3 dan waktu istirahat yang dinikmati sekarang menjadi W3W yang berarti ada pertambahan sebesar W3 W2. Kecenderungan demikian adalah bersifat universal atau bersifat 'human'. Perbedaan bagi setiap bangsa terletak pada penawaran yang berbelok ke kiri tersebut (antara BL dalam kurva OL). Bagi bangsa Indonesia (khususnya Jawa) yang dikatakan 'mudah puas' lamban dan lain-lain misalnya dapat ditunjukkan dengan kurva penawaran tenaga kerja OLI. Dengan hanya mendapatkan upah OR4, kurva sudah berbelok ke kiri yaitu dimulai dari titik B I.

Masyarakat kita begitu cepat ingin menikmati waktu santai, walaupun penghasilannya belum begitu tinggi. Lihatlah pada hari mulai libur Jumat sore, Sabtu, Minggu jalan-jalan ke daerah

tujuan wisata macet total. Kebiasaan lain yang kurang baik yaitu, memanfaatkan hari-hari 'terjepit' untuk bolos, minta ijin tidak masuk kantor. Perilaku ini semua akan menurunkan prestasi kerja. Sebaiknya waktu istirahat atau leisure dapat dimanfaatkan untuk pendidikan mental dan keterampilan peningkatan kebudayaan bangsa, meningkatkan kesejahteraan, dan lain-lain.

Bagi para mahasiswa, hari-hari libur dan waktu senggang dapat dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan, seperti membersihkan kamar, membongkar tumpukan buku dan menyusunnya kembali, membersihkan rumah, menyapu halaman depan dan belakang rumah, memperbaiki atap yang bocor. Bagi wanita dapat mencoba resep-resep makanan baru, belajar menjahit, dan sebagainya. Kegiatan kreatif ini menjadi kebiasaan positif kelak kemudian hari dan akan berpengaruh baik terhadap semangat kerja, dimanapun anda bekerja.

BAB VIII

MEWUJUDKAN IDE DAN PELUANG DALAM KEWIRAUSAHAAN

A. Peran dan Fungsi Kreatifitas Ide dalam Menciptakan Inovasi Berwirausaha

1. Kreatifitas Ide dalam Berwirausaha

Kreativitas merupakan pemikiran tentang sesuatu. Kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya. Kreativitas bukan hanya milik orang jenius/pintar saja, karena merupakan suatu proses yang dapat dikembangkan dan ditingkatkan. Kreativitas dapat dikembangkan melalui peningkatan jumlah dan ragam masukan keotak, terutama tentang hal baru. Dengan memanfaatkan daya ingat, daya khayal dan daya serap otak, akan dapat ditumbuhkan berbagai gagasan baru (kreatifitas) Tipe kreatif : (1) Menciptakan (betul-betul baru), (2) Mengkombinasikan (sintesis) dan (3) Modifikasi (fungsi/penggunaan baru)

Zimmerer and Scarborough (1996) menjelaskan bahwa sukses kewirausahaan akan tercapai apabila berpikir dan melakukan sesuatu yang baru atau sesuatu yang lama dengan cara-cara baru (*thinking and doing new things or old thing in new way*). Kreatif dan inovatif adalah karakteristik personal yang terpatrit kuat dalam diri seorang wirausaha sejati, disamping karakteristik (sifat-sifat lainnya).

Bisnis yang tidak dilandasi upaya kreatif dan inovatif dari seorang wirausaha biasanya tidak dapat berkembang secara lestari (sustained). Hali ini disebabkan karena lingkungan bisnis yang begitu dinamis menuntut wirausaha untuk selalu adaptif dan mencari terobosan terbaru. Pasar bisa cepat berubah (perilaku konsumen, persyaratan mutu, persaingan, kondisi ekonomi dsb). Dalam lingkungan bisnis gobal seperti dewasa ini, perubahan terjadi

begitu cepat. Maka diperlukan SDM perusahaan atau wirausaha yang kreatif, yaitu yang dapat mengantisipasi dan memberi respon yang cepat terhadap perubahan yang tersebut.

Karakter cepat berpuas diri dan cenderung stagnan sama saja membawa bisnis ke arah kematian (perlu penerapan manajemen perubahan berbasis inovasi - (*innovative changes*) Dengan demikian, kreativitas diperlukan baik dalam memulai usaha maupun pada saat mengimplementasikan usaha. Istilah kreatifitas dengan inovasi sering rancu dan saling dipertukarkan. Menurut Zimmerer and Scarborough (2008), kreatifitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru, untuk menemukan cara-cara baru berkaitan dengan pemecahan masalah dan penilaian/pemanfaatan peluang. Inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan solusi kreatif terhadap masalah dan peluang untuk meningkatkan atau untuk memperkaya kehidupan (kinerja usaha).

Kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan cara-cara baru dalam pemecahan masalah dan menemukan peluang (*thinking new thing*). Sedangkan inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka pemecahan masalah dan menemukan peluang (*doing new thing*).

Menurut Ted Levitt (dalam Zimmerer and Scarborough, 2008), kreatifitas memikirkan hal-hal baru dan inovasi mengerjakan hal-hal baru. Jadi kreatif adalah sifat yang selalu mencari cara-cara baru dan inovatif adalah sifat yang menerapkan solusi kreatif. Kreatif tapi tidak inovatif adalah mubazir karena ide hanya sebatas pemikiran tanpa ada realisasi. Inovasi merupakan penerapan secara praktis gagasan kreatif. Inovasi tercipta karena adanya kreativitas yang tinggi.

George dan Zhou (2009) menjelaskan bahwa kreativitas dan inovasi berada pada wilayah domain yang sama tapi mmiliki batas yang tegas Kreativitas merupakan langkah awal menuju inovasi yang terdiri atas beberapa tahap Kreativitas berkaitan dengan menghasilkan sesuatu yang baru dan gagasan yang bermanfaat Inovasi berkaitan dengan menghasilkan/adopsi gagasan bermanfaat dan implementasi-nya.

Edward (1970) mengemukakan proses pemikiran kreatif terdiri dari: (1) Akumulasi Pengetahuan, (2) Proses Inkubasi, (3) Melahirkan Gagasan, dan (4) Evaluasi dan Implementasi.

- a. Akumulasi pengetahuan > Membaca > Berbicra dengan orang lain > Berdiskusi > Menghadiri seminar dan lokakarya > Browsing internet.
- b. Proses inkubasi > Waktu yang dibutuhkan alam bawah sadar untuk merefleksi informasi yang dikumpulkan.
- c. Melahirkan gagasan > Munculnya gagasan (solusi) secara spontan > Bisa terjadi pada saat tidak sedang memikirkan masalah dan secara tiba-tiba > Perlu respon cepat untuk menangkap dan memformulasikan/mencatat.
- d. Evaluasi dan implementasi > Gagasan yang muncul pada butir 3. belum sempurna, perlu verifikasi, modifikasi, evaluasi manfaat/akurasi, uji coba, simulasi dsb > Mulai mengubah ide menjadi kenyataan.

Adam and Ebert (2000) menjelaskan bahwa mengembangkan sikap kreatif dapat ditentukan oleh: (1) Mengenali (mengevaluasi) hubungan (hubungan yang baru/berbeda antara objek, proses, bahan, teknologi dan orang), (2) Mengembangkan perspektif fungsional (memperluas fungsi suatu benda atau orang), (3) Menggunakan akal (melatih dan mengembangkan fungsi kedua otak kiri dan otak kanan), dan (4) Menghapus keraguan (menghilangkan hambatan mental meningkatkan rasa percaya diri).

2. Inovasi dalam Berwirausaha

Inovasi adalah proses menemukan atau mengimplementasikan sesuatu yang baru kedalam situasi yang baru Konsep "kebaruan" tersebut berbeda bagi setiap orang. Sesuatu yang dianggap baru oleh seseorang atau pada suatu konteks (situasi), bisa jadi merupakan sesuatu "yang lama" bagi orang lain atau dalam konteks (situasi) lain. Inovasi merupakan suatu proses mengubah peluang menjadi gagasan-gagasan dan ide-ide yang dapat dijual Dalam

prosesnya, penerapan kemampuan berinovasi terdiri atas 4 jenis (Penemuan, Pengembangan, Penggandaan dan Sintesis).

Dalam prakteknya di dunia bisnis, sebagian besar gagasan inovasi muncul lewat metodologi analisis terhadap peluang-peluang yang ada. Peluang tersebut al. dapat berupa peristiwa-peristiwa yang tidak diha-rapkan atau kegagalan, kebutuhan konsumen, perubahan pasar, perubahan demografis, perkembangan pengetahuan dan teknologi baru. Dalam suatu organisasi/perusahaan, beberapa faktor pendukung pengembangan inovasi adalah: (1) Visi dan penciptaan iklim inovasi, (2) Orientasi kepada pasar (yang cepat berubah), (3) Organisasi yang fleksibel/organik, dan (4) Kepemimpinan yang kuat.

Untuk menghasilkan hasil inovasi, dibutuhkan proses sebagai berikut.

- a. Adanya masalah/tantangan dalam kehidupan yang dihadapi oleh manusia.
- b. Berpikir menciptakan sesuatu yang baru untuk mengatasi masalah/tantangan yang ada.
- c. Melakukan uji coba dan hasil pemikiran tersebut.
- d. Menyempurnakan hasil uji coba.
- e. Mewujudkan hasil inovasi
- f. Memperbanyak hasil inovasi.

Peranan Inovasi dan Kreativitas dalam Pengembangan Produk dan Jasa Inovasi memegang peranan penting dalam mengembangkan produk dan jasa dalam bisnis. Berbagai kesuksesan wirausaha di dunia disebabkan oleh kreativitas dalam mengembangkan produk. Persaingan yang ketat dalam berwirausaha mendorong wirausaha untuk memiliki kreativitas yang tinggi. Daya kreativitas tersebut harus dilandasi cara berpikir yang maju, gagasan-gagasan baru yang berbeda dibandingkan produk-produk yang telah ada. Berbagai gagasan-gagasan yang kreatif umumnya tidak dapat dibatasi oleh ruang, bentuk ataupun waktu dan memberikan terobosan-terobosan baru dalam dunia usaha.

B. Ide Kewirausahaan

Suatu ide usaha/bisnis yang bagus adalah penting, atau bahkan merupakan persyaratan untuk usaha/bisnis yang sukses. Namun demikian ide bisnis yang bagus biasanya tidak langsung datang kepada pengusaha, tetapi merupakan hasil dari kerja keras dan upaya dari pengusaha untuk membangkitkan, mengidentifikasi dan mengevaluasi peluang.

Ide usaha (bisnis) adalah respon seseorang, banyak orang, atau suatu organisasi untuk memecahkan masalah yang teridentifikasi atau untuk memenuhi kebutuhan di suatu lingkungan (pasar, masyarakat). Mencari sebuah ide bisnis yang bagus adalah langkah awal untuk mengubah keinginan dan kreatifitas pengusaha menjadi peluang usaha/bisnis.

Menurut Zimmerer and Scarborough (1996) ide-ide yang berasal dari wirausaha dapat menciptakan peluang untuk memenuhi kebutuhan riil di pasar. Ide-ide itu menciptakan nilai potensial di pasar sekaligus menjadi peluang usaha. Dalam mengevaluasi ide untuk menciptakan nilai-nilai potensial (peluang usaha), wirausaha perlu mengidentifikasi dan mengevaluasi semua risiko yang mungkin terjadi. Ada tiga risiko yang dapat dievaluasi, yaitu ;

1. Risiko Pasar Atau Risiko Persaingan
Risiko pasar terjadi akibat adanya ketidakpastian pasar.
2. Risiko Finansial
Risiko finansial terjadi akibat rendahnya hasil penjual dan tingginya biaya.
3. Risiko Teknik
Risiko teknik terjadi akibat adanya kegagalan teknik.

Hasil dari ide-ide secara keseluruhan adalah perubahan dalam bentuk arahan atau petunjuk atau kreasi baru tentang barang yang dihasilkan. Banyak wirausaha yang bukan atas ide sendiri tetapi hasil pengamatan dan penerapan ide-ide orang lain dan bisa menjadi peluang. Memulai wirausaha diawali dengan ide-ide yang kreatif dan inovatif untuk menghasilkan produk atau jasa yang

baru. Beberapa penelitian telah berusaha mencoba menemukan tempat bermulanya ide penderian wirauhaan. Salah satu penelitian yang dilakukan oleh National Federtion of Independent Business Faoundation, yang menemukan bahwa ide-ide baru dalam berwirausaha dapat diperoleh melalui:

1. Pengalaman Pribadi

Dasar utama ide awal adalah pengalaman pribadi, baik saat bekerja maupun di rumah. Pengetahuan yang didapatkan dari pekerjaan yang terakhir maupun sekarang seringkali membuat seseorang untuk melihat kemungkinan untuk memodifikasi produk yang telah ada, memperbaiki pelayanan, menduplikasi konsep dalam lokasi berbeda. Contohnya : Seseorang bekerja di jualan Bakso, setelah Dia bekerja beberapa Tahun dia melihat bahwanya pengalaman bekerja pada saat bekerja tersebut membuka peluang usaha ditempat/lokasi yang lain.

2. Minat

Kadangkala minat tumbuh di luar statusnya sebagai minat dan menjadi usaha. Contohnya: Seorang mahasiswa yang suka berolahraga ski mungkin dapat memulai usaha penyewaan alat-alat ski. Dengan demikian, ia mendapatkan penghasilan dari kegiatan yang dia senangi.

3. Penemuan Secara Tidak Sengaja

Sumber ide awal baru lainnya adalah penemuan secara tidak sengaja, melibatkan sesuatu yang disebut serendipitas (kemampuan menemukan sesuatu) atau sejenis kemampuan untuk membuat penemuan yang diinginkan secara tidak sengaja.

4. Pencarian Ide dengan Penuh Pertimbangan

Sebuah ide awal dapat muncul dari percobaan yang dilakukan oleh wirausahaan untuk menemukan ide baru. Usaha pencarian yang sedemikian rupa dapat berguna, karena hal tersebut merangsang kesiapan pikiran.

5. Waralaba

Waralaba adalah pengaturan dimana produsen atau distributor tunggal dari suatu merk dagang, produk atau jasa memberi hak eksklusif untuk distribusi lokal kepada pengencer mandiri/bebas sebagai ganti dari pembayaran royalti dan pemenuhan prosedur operasi standar. Bisnis waralaba dapat mengambil beberapa bentuk, tetapi satu bentuk menarik adalah jenis yang menawarkan nama, citra, cara untuk melakukan bisnis dan prosedur operasional bisnis.

Di tahun 1980 dan awal 1990 waralaba mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, dan menjadi metode yang banyak digunakan untuk memasuki bisnis bagi jutaan bisnis yang didirikan di AS dan Eropa. Di AS, terdapat lebih dari 2000 tipe bisnis waralaba, yang membukukan penghasilan lebih dari 300 milyar USD dari penjualan tahunan dan sekitar sepertiga dari semua penjualan retail. Selain membeli bisnis waralaba, seseorang juga bisa mengembangkan dan menjual konsep bisnis waralaba. Terdapat banyak buku direktori dan buku pegangan serta asosiasi waralaba, termasuk The International Franchise Association, yang dapat memberikan banyak informasi.

6. Media Massa

Media massa merupakan sumber informasi, ide bahkan peluang yang besar. Surat kabar, majalah, televisi, dan dewasa ini internet, adalah contoh dari media massa. Misalnya, jika Anda benar-benar memperhatikan, di iklan komersial pada surat kabar atau majalah Anda mungkin terdapat informasi mengenai bisnis yang dijual. Satu cara untuk menjadi pengusaha adalah untuk merespon tawaran seperti itu.

Artikel yang terdapat di media cetak atau internet, atau film dokumenter di TV banyak melaporkan perubahan dalam gaya hidup atau kebutuhan konsumen. Misalnya, Anda mungkin pernah membaca atau mendengar bahwa sekarang banyak orang yang tertarik pada makanan kesehatan atau kebugaran fisik. Anda juga bisa menemukan iklan yang mencari penyediaan jasa tertentu berdasarkan keterampilan, misalnya akuntansi, katering atau

keamanan. Atau Anda mungkin bisa menemukan konsep baru yang membutuhkan investor, seperti waralaba.

7. Pameran

Jalan lain untuk menemukan ide dari suatu bisnis adalah dengan menghadiri pameran dan pameran perdagangan. Pameran ini biasanya diiklankan di radio atau disurat kabar. Dengan menghadiri pameran secara teratur, Anda tidak hanya menemukan produk dan jasa baru, tetapi Anda juga bisa bertemu dengan para penjual, pabrik, pedagang grosir, distributor, dan pelaku bisnis waralaba. Mereka merupakan sumber ide dan informasi bisnis yang bagus dan membantu kita untuk memulai suatu bisnis. Beberapa dari mereka mungkin pula mencari seseorang seperti Anda.

8. Survei

Inti dari suatu ide bisnis baru seharusnya adalah pelanggan. Kebutuhan dan keinginan dari pelanggan, alasan pemilihan produk atau jasa oleh pelanggan, dapat kita pastikan melalui suatu survey. Survei dapat kita lakukan secara formal atau tidak formal melalui percakapan dengan orang-orang dengan menggunakan kuisioner, wawancara atau melalui observasi.

Anda juga bisa memulainya dengan berbicara kepada keluarga dan teman-teman untuk mencari tahu apa yang dibutuhkan atau yang diinginkan yang belum tersedia. Kemudian Anda bisa melanjutkan dan berbicara dengan orang yang merupakan bagian dari rantai distributor, seperti pabrik, pedagang, distributor, agent grosir atau penjual retail. Sangat berguna jika anda mempersiapkan pertanyaan terlebih dahulu untuk dicantumkan pada kuisioner atau digunakan dalam wawancara. Dengan kontak yang dekat dengan pelanggan, anggota jaringan memiliki pengertian dari apa yang dibutuhkan dan apa yang tidak dapat dijual. Anda harus banyak bertanya kepada banyak pelanggan, baik pelanggan tetap atau pelanggan tidak tetap. Semakin banyak informasi yang Anda dapatkan akan semakin baik.

9. Keluhan

Keluhan dan kekecewaan dari pelanggan telah banyak menghasilkan produk dan jasa baru. Bilamana pemakai atau pelanggan mengeluh tentang produk atau jasa, Anda mempunyai potensi untuk menghasilkan ide bisnis. Ide bisa berupa mendirikan perusahaan tandingan yang menghasilkan produk atau jasa yang lebih baik, atau membuat produk atau jasa yang bisa dijual ke perusahaan tersebut atau perusahaan lain.

10. Brainstorming

Brainstorming adalah suatu teknik pemecahan masalah yang kreatif selain untuk menghasilkan ide. Tujuannya adalah untuk mendapatkan sebanyak mungkin ide. Hal ini biasanya mulai dengan suatu pertanyaan atau pernyataan masalah. Sebagai contoh, Anda dapat bertanya "Produk dan jasa apa sekarang dibutuhkan di rumah tetapi belum tersedia. Setiap ide dapat menghasilkan suatu tambahan ide atau lebih, yang jumlahnya akan lumayan banyak. Ketika Anda menggunakan metode ini, harus mengikuti empat aturan berikut :

1. Jangan mengkritik atau menghakimi ide orang lain
2. Berikan ide dilontarkan secara bebas dan ide yang tampaknya liar dan tidak masuk akal agar diterima baik.
3. Kuantitas diharapkan semakin banyak ide, semakin baik
4. Gabungkan dan kembangkan ide-ide dari oprang lain.
5. Selanjutnya semua ide walaupun tidak logis atau tidak masuk akal harus dicatat.

C. Sumber-Sumber Potensial Peluang

Peluang Usaha/Bisnis dapat dijelaskan sebagai ide investasi atau usulan usaha menarik yang kemungkinan untuk memberikan hasil atau keuntungan bagi seseorang yang memiliki resiko. Peluang seperti itu digambarkan oleh persyaratan dan mengarah ke penyediaan suatu usaha produk atau usaha jasa yang dibuat atau ditambahkan nilainya untuk keperluan pembeli atau pengguna akhir.

Bagaimanapun juga, suatu ide yang bagus belum tentu merupakan peluang usaha atau bisnis yang baik. Sebagai contoh, Anda menciptakan suatu produk yang bagus dari segi teknis namun pasar belum siap untuk produk itu. Atau ide itu tidak masuk akal, tetapi tingkat persaingan dan sumber daya yang dibutuhkan sedemikian rupa sehingga tidak layak untuk dilanjutkan. Kadang-kadang bahkan ada pasar yang siap untuk ide itu, tetapi pengembalian investasi tidak dapat diterima. Untuk lebih lanjut, pertimbangkan fakta bahwa lebih dari 80 % semua produk baru gagal. Memang, bagi para investor atau penanam modal, ide itu kelihatan bagus, namun jelas tidak tahan uji terhadap pasar. Jadi, apa yang mengubah suatu ide menjadi peluang usaha? jawaban sederhana adalah bila pendapatan melebihi biaya disebut laba. Dalam praktek, secara menyeluruh Anda harus memeriksa faktor-faktor yang menyebabkannya.

Agar ide-ide yang masih potensial menjadi peluang bisnis yang riil, maka wirausaha harus bersedia melakukan evaluasi terhadap peluang secara terus menerus. Proses penjarangan ide (skrining) merupakan suatu cara terbaik untuk menuangkan ide potensial menjadi produk dan jasa riil. Adapun langkah dalam penjarangan ide dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut.

1. Menciptakan Produk Baru dan Berbeda

Ketika ide dimunculkan secara riil atau nyata, misalnya dalam bentuk barang dan jasa baru, maka produk dan jasa tersebut harus berbeda dengan produk dan jasa yang ada di pasar. Ada dua unsur pasar yang harus menjadi perhatian, yaitu ;

- a. Permintaan terhadap barang dan jasa yang dihasilkan
- b. Waktu penyerahan dan waktu permintaan barang dan jasa.

2. Mengamati Pintu Peluang

Wirausaha harus mengamati potensi-potensi yang dimiliki pesaing, misalnya kemungkinan pesaing mengembangkan produk baru, pengalaman keberhasilan dalam mengembangkan produk baru, dukungan keuangan, dan keunggulan-keunggulan yang dimiliki pesaing di pasar.

3. Analisis Produk dan Proses Produksi

Analisis ini sangat penting untuk menjamin apakah jumlah dan kualitas produk yang dihasilkan memadai atau tidak. Berapa biaya yang dikeluarkan untuk membuat produk tersebut? Apakah biaya yang dikeluarkan lebih efisien daripada biaya yang dikeluarkan oleh pesaing?

4. Menaksir Biaya Awal

Berapa biaya awal yang diperlukan oleh usaha baru, dari mana sumbernya, untuk apa digunakan, berapa biaya yang diperlukan untuk operasi, untuk perluasan, dan untuk biaya lainnya ?

5. Memperhitungkan Risiko

Memperhitungkan risiko yang mungkin terjadi, baik risiko teknik, risiko finansial, dan risiko pesaing.

a. Risiko Pesaing

Kemampuan dan kesediaan pesaing untuk mempertahankan posisinya di pasar, risiko pesaing meliputi pertanyaan ;

- 1) Kemungkinan kesamaan dan keunggulan produk apa yang dikembangkan pesaing ?
- 2) Tingkat keberhasilan apa yang telah dicapai oleh pesaing dalam pengembangan produknya ?
- 3) Seberapa jauh dukungan keuangan pesaing bagi pengembangan produk baru dan produk yang diperkenalkannya ?
- 4) Apakah perusahaan baru cukup kuat untuk mengatasi serangan-serangan pesaing ?

b. Risiko Teknik

Risiko teknik berhubungan dengan proses pengembangan produk yang cocok dengan yang diharapkan atau menyangkut suatu obyek penentu apakah ide secara aktual dapat ditransformasi menjadi produk yang siap dipasarkan dengan kapabilitas dan karakteristiknya.

c. Risiko Finansial

Risiko yang timbul sebagai akibat ketidakcukupan finansial baik dalam phase pengembangan produk baru maupun dalam menciptakan dan mempertahankan perusahaan dalam memberikan dukungan biaya produk baru. Analisis kelemahan, kekuatan, peluang, dan ancaman atau swot (*strenght, weaks, opportunity, and threat*) sangat penting dalam menciptakan keberhasilan perusahaan baru.

Ide dan Peluang harus disaring dan dinilai untuk kelayakannya setelah ide dan peluang diidentifikasi atau dihasilkan. Ini bukan tugas yang mudah dan juga sangat penting. Hal ini dapat membedakan antara berhasil dan gagal, antara membuat kaya atau menyenyapkan apapun yang anda miliki.

Mengidentifikasi dan menilai peluang usaha pada intinya menentukan resiko dan hasil/imbalan yang menggambarkan beberap factor seperti di bawah ini:

1. Kondisi industri dan pasar
2. Lamanya masa peluang produk
3. Tujuan pengusaha dan kompetensi yang dimiliki pengusaha
4. Pengelola tim
5. Persaingan
6. Modal, Teknologi dan Sumberdaya
7. Kondisi Lingkungan (politik, ekonomi, hokum, kebijakan pemerintah.

D. Bekal Pengetahuan dan Kompetensi Kewirausahaan

Hasil survei yang dilakukan oleh Shafritz dan Steven (1987) bahwa kebanyakan responden yang menjadi wirausaha berasal dari pengalaman sehingga ia memiliki jiwa dan watak kewirausahaan. Jadi, untuk menjadi wirausaha yang berhasil, persyaratan utama yang harus dimiliki adalah memiliki jiwa dan watak kewirausahaan. Jiwa dan watak kewirausahaan tersebut dipengaruhi oleh

keterampilan, kemampuan, atau kompetensi. Kompetensi itu sendiri ditentukan oleh pengetahuan dan pengalaman usaha.

Seseorang wirausaha adalah seseorang yang memiliki jiwa dan kemampuan tertentu dalam berkreasi dan berinovasi. Ia adalah seseorang yang memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*ability to create the new and different*) atau kemampuan kreatif dan inovatif. Kemampuan kreatif dan inovatif tersebut secara riil tercermin dalam kemampuan dan kemauan untuk memulai usaha (*start-up*), kemampuan untuk mengerjakan sesuatu yang baru (*creative*), kemauan dan kemampuan untuk mencari peluang (*opportunity*), kemampuan dan keberanian untuk menanggung risiko (*risk bearing*) dan kemampuan untuk mengembangkan ide dan meramu sumber daya. Kemampuan dan kemampuan-kemampuan tersebut diperlukan terutama untuk:

1. Menghasilkan produk atau jasa baru (*the new product or new service*).
2. Menghasilkan nilai tambah baru (*the new value added*).
3. Merintis usaha baru (*new business*).
4. Melakukan proses/ teknik baru (*the new technic*).
5. Mengembangkan organisasi baru (*the new organization*).

Wirausaha berfungsi sebagai perencana (*planner*) sekaligus sebagai pelaksana usaha (*businessman*). Sebagai perencana (*planner*), wirausaha berperan:

1. Merancang perusahaan (*corporate plan*).
2. Mengatur strategi perusahaan (*corperate strategy*).
3. Pemrakarsa ide-ide perusahaan (*corperate image*).
4. Pemegang visi untuk memimpin (*visioner leader*).

Sedangkan sebagai pelaksana usaha (*businessman*), wirausaha berperan:

1. Menentukan, menciptakan, dan menerapkan ide baru yang berbeda (*create the new and different*).
2. Meniru dan menduplikasi (*imitating and duplicating*).

3. Meniru dan memodifikasi (*imitating and modifying*).
4. Mengembangkan (*develop*) produk baru, teknologi baru, citra baru, dan organisasi baru.

Karena wirausaha identik dengan pengusaha kecil yang berperan sebagai pemilik dan manajer, maka wirausahalah yang memodali, mengatur, mengawasi, menikmati, dan menanggung risiko. Seperti telah dibahas pada bab 4 bahwa untuk menjadi wirausaha pertama-tama yang harus dimiliki adalah modal dasar berupa ide atau visi yang jelas, kemampuan dan komitmen yang kuat, kecukupan modal baik uang maupun waktu, kecukupan tenaga dan pikiran. Modal-modal tersebut sebenarnya tidak cukup apabila tidak dilengkapi dengan beberapa kemampuan (*ability*). Menurut Casson (1982), yang dikutip Wirasmita (1993) ada beberapa kemampuan yang harus dimiliki, yaitu:

1. *Self knowledge*, yaitu memiliki pengetahuan tentang usaha yang akan dilakukannya atau ditekuninya.
2. *Imagination*, yaitu memiliki imajinasi, ide dan perspektif serta tidak mengandalkan pada sukses di masa lalu.
3. *Practical knowledge*, yaitu memiliki pengetahuan praktis misalnya pengetahuan teknik, desain, pemrosesan, pembukuan, administrasi, dan pemasaran.
4. *Search skill*, yaitu kemampuan untuk menemukan, berkreasi, dan berimajinasi.
5. *Foresight*, yaitu berpandangan jauh ke depan.
6. *Computation skill*, yaitu kemampuan berhitung dan kemampuan memprediksi keadaan masa yang akan datang.
7. *Communication skill*, yaitu kemampuan untuk berkomunikasi, bergaul, dan berhubungan dengan orang lain.

Dengan beberapa keterampilan dasar di atas, maka seseorang akan memiliki kemampuan (*kompetensi*) dalam kewirausahaan. Menurut Dun and Bradstreet (1993), ada 10 kompetensi yang harus dimiliki wirausaha, yaitu:

1. *Knowing your business*, yaitu harus mengetahui usaha apa yang akan dilakukan. Dengan kata lain, seseorang wirausaha harus mengetahui segala sesuatu yang ada hubungannya dengan usaha atau bisnis yang akan dilakukan. Misalnya, seorang yang akan melakukan bisnis perhotelan maka ia harus memiliki pengetahuan tentang perhotelan. Untuk bisnis pemasaran komputer, ia harus memiliki pengetahuan tentang cara memasarkan komputer.
2. *Knowing the basic business management*, yaitu mengetahui dasar-dasar pengelolaan bisnis, misalnya cara merancang usaha, mengorganisasikan dan mengendalikan perusahaan termasuk dapat memperhitungkan, memprediksi, mengadministrasikan dan membukukan kegiatan-kegiatan usaha. Mengetahui manajemen bisnis berarti memahami kiat, cara, proses, dan pengelolaan semua sumber daya perusahaan secara efektif dan efisien.
3. *Having the proper attitude*, yaitu memiliki sikap yang benar terhadap usaha yang dilakukannya. Ia harus bersikap sebagai pedagang, industriawan, pengusaha, eksekutif yang sungguh-sungguh, dan tidak setengah hati.
4. *Having adequate capital*, yaitu memiliki modal yang cukup. Modal tidak hanya berbentuk materi, tetapi juga moril. Kepercayaan dan keteguhan hati merupakan modal utama dalam usaha. Oleh karena itu, harus cukup uang, tenaga, tempat, dan mental.
5. *Managing finances effectively*, yaitu memiliki kemampuan mengatur/mengelola keuangan secara efektif dan efisien, mencari sumber dana dan menggunakannya secara tepat, serta mengendalikannya secara akurat.
6. *Managing time efficiently*, yaitu kemampuan mengatur waktu seefisien mungkin. Mengatur, menghitung, dan menepati waktu sesuai dengan kebutuhannya.
7. *Managing people*, yaitu kemampuan merencanakan, mengatur, mengarahkan, menggerakkan (memotivasi), dan mengendalikan orang-orang dalam menjalankan perusahaan.

8. *Satisfying customer by providing high quality product*, yaitu memberi kepuasan kepada pelanggan dengan cara menyediakan barang dan jasa yang bermutu, bermanfaat, dan memuaskan.
9. *Knowing how to compete*, yaitu mengetahui strategi/cara bersaing. Wirausaha, harus dapat mengungkapkan kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) dirinya dan pesaing. Ia harus menggunakan analisis SWOT baik terhadap dirinya maupun terhadap pesaing.
10. *Copying with regulations and poperwork*, yaitu membuat aturan/ pedoman yang jelas (tersurat, tidak tersirat).

Di samping keterampilan dan kemampuan, wirausaha juga harus memiliki pengalaman yang seimbang. Menurut Longenecker, Moore dan Petty (2000) ada empat kemampuan utama yang diperlukan untuk mencapai pengalaman yang seimbang agar kewirausahaan berhasil, di antaranya:

1. *Techninical competence*, yaitu memiliki kompetensi dalam bidang rancang bangun (*know-how*) sesuai dengan bentuk usaha yang akan dipilih. misalnya, kemampuan dalam bidang teknik produksi dan desain produksi. Ia harus betul-betul mengetahui bagaimana barang dan jasa itu dihasilkan dan disajikan.
2. *Marketing competence*, yaitu memiliki kompetensi dalam menemukan pasar yang cocok, mengidentifikasi pelanggan dan menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Ia harus mengetahui bagaimana menemukan peluang pasar yang spesifik, misalnya pelanggan dan harga khusus yang belum dikelola pesaing.
3. *Financial competence*, yaitu memiliki kompetensi dalam bidang keuangan, mengatur pembelian, penjualan, pembukuan, dan perhitungan laba/ rugi. Ia harus mengetahui bagaimana mendapatkan dana dan menggunakannya.
4. *Human relation competence*, yaitu kompetensi dalam mengembangkan hubungan personal, seperti kemampuan berelasi dan menjalin kemitraan antar-perusahaan. Ia harus mengetahui hubungan inter-personal secara sehat.

Sedangkan menurut Zimmer and Scarborough (1996), kompetensi kewirausahaan yang diperlukan sebagai syarat-syarat bisnis tersebut, meliputi:

1. Proaktif, yaitu selalu ada inisiatif dan tegas dalam melaksanakan tugas.
2. Berorientasi pada prestasi/ kemajuan, cirinya:
 - a. Selalu mencari peluang.
 - b. Berorientasi pada efisiensi.
 - c. Konsentrasi untuk kerja keras.
 - d. Perencanaan yang sistematis.
 - e. Selalu memonitor (*check and recheck*).
3. Komitmen terhadap perusahaan atau orang lain, cirinya:
 - a. Selalu penuh komitmen dalam mengadakan kontrak kerja.
 - b. Mengenali pentingnya hubungan bisnis.

Umumnya, wirausaha yang memiliki kompetensi-kompetensi tersebut, cenderung berhasil dalam berwirausaha. Oleh karena itu, bekal kewirausahaan yang berupa pengetahuan dan bekal keterampilan kewirausahaan perlu dimiliki. Beberapa bekal pengetahuan yang perlu dimiliki misalnya:

1. Bekal pengetahuan bidang usaha yang dimasuki dan lingkungan usaha yang ada disekitarnya.
2. Bekal pengetahuan tentang peran dan tanggung jawab.
3. Pengetahuan tentang kepribadian dan kemampuan diri.
4. Pengetahuan tentang manajemen dan organisasi bisnis.

Dalam lingkungan usaha yang semakin kompetitif, pengetahuan keahlian dalam bidang perusahaan yang dilakukan mutlak diperlukan bagi seorang wirausaha. Pengetahuan keahlian dalam bidang perusahaan itu di antaranya pengetahuan tentang pasar dan strategi pemasarannya, pengetahuan tentang konsumen (pelanggan), pengetahuan tentang pesaing, baik yang baru masuk maupun yang sudah ada, pengetahuan tentang pemasok, pengetahuan tentang cara mendistribusikan barang dan jasa yang

dihasilkan, termasuk kemampuan menganalisis dan mendiagnosis pelanggan, mengidentifikasi segmentasi, dan motivasinya. Di samping itu, sangat penting pengetahuan spesifik seperti pengetahuan tentang prinsip-prinsip akuntansi dan pembukuan, jadwal produksi, manajemen personalia, manajemen keuangan, pemasaran, dan perencanaan.

Bekal pengetahuan saja tidaklah cukup jika tidak dilengkapi dengan bekal keterampilan. Beberapa hasil penelitian terhadap usaha kecil menunjukkan bahwa sebagian besar wirausaha yang berhasil cenderung memiliki tingkat keterampilan khusus yang cukup. Beberapa keterampilan yang perlu dimiliki itu di antaranya:

1. Keterampilan konseptual dalam mengatur strategi dan mempertimbangkan risiko.
2. Keterampilan kreatif dalam menciptakan nilai tambah.
3. Keterampilan dalam memimpin dan mengelola.
4. Keterampilan berkomunikasi dan berinteraksi.
5. Keterampilan teknik dalam bidang usaha yang dilakukan.

Pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan kewirausahaan itulah yang membentuk kepribadian wirausaha. Menurut Dun Bradsteet (1993), pengusaha kecil harus memiliki kepribadian khusus yaitu penuh pendirian, realistis, penuh harapan, dan penuh komitmen. Modal yang cukup, bisa diperoleh apabila perusahaan mampu mengembangkan hubungan baik dengan lembaga-lembaga keuangan, karena dengan hubungan baik itulah akan menambah kepercayaan dari penyandang dana. Penggunaan dana tersebut harus efektif agar memperoleh kepercayaan yang terus-menerus. Menurut Dzisi (2008) bahwa efektifitas manajer perusahaan tergantung pada keterampilan dan kemampuan. Keterampilan dasar manajemen (*Basic Manajemen Skill*) tersebut meliputi:

1. *Technical skill*
2. *Human relation skill*
3. *Conceptual skill*

4. *Decision making skill*
5. *Time manajemen skill*

Kemampuan menguasai persaingan, merupakan hal yang tidak kalah pentingnya dalam bisnis. Wirausaha harus mengetahui kelemahan dan kekuatan sendiri, dan kekuatan serta kelemahan yang dimiliki pesaing. Seperti dikemukakan Dun and Bradstreet (1993) : "*My best advice for competing successfully is to find your own distinctive niche in the marketplace*". Seorang wirausaha harus memiliki keunggulan yang merupakan kekuatan bagi dirinya dan harus memperbaiki kelemahan agar menghasilkan keunggulan. Kelemahan dan kekuatan yang kita miliki atau kekuatan dan kelemahan yang dimiliki pesaing merupakan peluang yang harus digali. Kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan tersebut biasanya tampak dalam berbagai hal, misalnya dalam pelayanan, harga barang, kualitas barang, distribusi, promosi, dan lain-lain. Variabel-variabel dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) secara strategis pada umumnya bisa dijadikan peluang. Semua informasi tentang kekuatan dan kelemahan perusahaan dapat diperoleh dari berbagai sumber, misalnya dari pelanggan, karyawan, lingkungan sekitar, distributor, laporan rutin, periklanan, dan pameran dagang.

Jelaslah bahwa kemampuan tertentu mutlak diperlukan bagi seorang wirausaha. Seperti telah dikemukakan dalam *Small Busines Development Centre* (5-6) bahwa wirausaha yang berhasil memiliki lima kompetensi yang merupakan fungsi dari kapasitas yang diperlukan, yaitu *technical, marketing, financial, personnel, and management*. Wirausaha sebagai manajer dan sekaligus sebagai pemilik perusahaan dalam mencapai keberhasilan usahanya harus memiliki pengetahuan, keterampilan dan sikap, tujuan, pandai mencari peluang, dan adaptif dalam menghadapi perubahan. Menurut *Small Busines Development Centre*, untuk mencapai keberhasilan usaha yang dimiliki sendiri, sangatlah tergantung pada:

1. *Individual skill and attitudes*, yaitu keterampilan dan sikap individual.

2. *Knowlegde of business*, yaitu pengetahuan tentang usaha yang akan dilakukan.
3. *Establishment of goal*, yaitu kemantapan dalam menentukan tujuan perusahaan.
4. *Take advantages of the apportunities*, yaitu keunggulan dalam mencari peluang-peluang.
5. *Adapt to the changes*, yaitu kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan.
6. *Minimize the threats to business*, yaitu kemampuan untuk meminimalkan ancaman terhadap perusahaan.

Di samping bekal pengetahuan dan keterampilan di atas, pada akhirnya seorang wiausaha harus memiliki perencanaan strategis, yaitu suatu proses penentuan tujuan, menetapkan langkah-langkah yang harus diambil untuk mengidentifikasi sumber-sumber daya perusahaan, misalnya fasilitas, pasar, produk/ jasa, dana, dan karyawan. Strategi tersebut sangat penting agar para wirausaha dapat menggunakan sumber daya seoptimal mungkin. Dengan lebih proaktif dalam menghadapi perubahan, dan selalu memotivasi karyawan maka peluang untuk mencapai keberhasilan lebih mudah diwujudkan. Menurut Buchari (2000) untuk mencapai keberhasilan dalam wirausaha khususnya perusahaan kecil, ada beberapa klasifikasi strategi yang harus dimiliki, meliputi:

1. *Craft; firms are prepared by people who are technical specialist.*
2. *Promotion; promotion are typically dominated by their leader and are designed to exploit some kind of innovative advantages.*
3. *Administrative; administrative firm have formal management and are built around neccesary business function.*

Menurut Baban (2003), perusahaan kecil tergantung pada lingkungan setempat, maka perusahaan tersebut akan berhasil bila lingkungan stabil. Jadi asumsinya lingkungan harus stabil. Oleh sebab itu, pada umumnya perusahaan kecil menggunakan kecakapan khusus atau *human skill*. *Human skill* adalah kemampuan untuk bekerja, memahami, dan kemampuan untuk memotivasi

orang-orang, baik sebagai individu maupun kelompok. Selanjutnya, *conceptual skill* merupakan *mental ability* untuk menganalisis dan mendiagnosis situasi yang kompleks. Jadi, *ability* diartikan sebagai kapasitas seseorang untuk melakukan berbagai tugas dalam suatu perusahaan. Dalam rumusan yang lebih sederhana, kemampuan berwirausaha bisa dilihat dari keterampilan manajerial. Robert Katz yang dikutip oleh Robbins (1994) mengemukakan tentang *management skill*, yang meliputi kemampuan *technical*, *human*, dan *conceptual*. *Technical skill* adalah kemampuan untuk menerapkan pengetahuan dan "*craft firm*". *Human skill* adalah kemampuan bersosialisasi, bergaul dan berkomunikasi, dan *conceptual skill* adalah kemampuan merencanakan, merumuskan, meramalkan, atau memprediksikan.

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa untuk menjadi wirausaha yang berhasil seseorang harus memiliki bekal pengetahuan kewirausahaan dan bekal keterampilan kewirausahaan. Bekal pengetahuan yang terpenting adalah bekal pengetahuan bidang usaha yang dimasuki dan lingkungan usaha, pengetahuan tentang peran dan tanggung jawab, pengetahuan tentang kepribadian dan kemampuan diri, pengetahuan tentang manajemen dan organisasi bisnis. Sedangkan bekal keterampilan yang perlu dimiliki meliputi keterampilan konseptual dalam mengatur strategi dan memperhitungkan risiko, keterampilan kreatif dalam menciptakan nilai tambah, keterampilan dalam memimpin dan mengelola, keterampilan berkomunikasi dan berinteraksi, serta keterampilan teknis bidang usaha (Wijandi, 1988).

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, E. and Ebert, R.J. 2000. *Production Operations Management*. Fifth Edition. Prentice Hall, New Jersey.
- Anoraga, Pandji. 1992. *Koperasi, Kewirausahaan dan Usaha Kecil*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Baban, S. 2003. *Great Spirit for Success*. Elex Media Computindo, Jakarta.
- Buchari, A. 2000. *Kewirausahaan Panduan Perkuliahan*. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Buchari, A. 2000. *Kewirausahaan Panduan Perkuliahan*. Salemba Empat, Jakarta.
- Buchari, A. 2005. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Budiharjo, A. 2011. *Organisasi: Menuju Pencapaian Kinerja Optimal*. Jakarta: Prasetya Mulya Publishing.
- Bygrave, W. 1996. *Entrepreneurship*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- D'Aveni, R.A. and Gunther, R. 1994. *Hypercompetition: Managing the Dynamics of Strategic Maneuvering*. Free Press.
- Drucker, P. 1985. *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. New York: William Heinemann Ltd.
- Drucker, P. 1996. *Inovasi dan Kewirausahaan Praktek dan Dasar-dasar*. Jakarta: Erlangga.
- Dun and Bradstreet. 1993. *Strategy plan and business plan*. New York: Prentice Hall Inc.
- Dun and Bradstreet. 1993. *Strategy plan and business plan*. New York: Prentice Hall Inc.
- Dzisi. 2008. Entrepreneurial Activities of Indigenous African Women: a case of Ghana. *Journal of Enterprising Communities*. Vol 2, No. 3. 24-264.
- Ebert, Ronald J. And Giffinm Risky W. 2000. *Business Essentials*. New Jersey : Prentice Hall Inc
- Edward, D.B. 1970. *Revolusi Berpikir: mengajari Anak anda Berpikir Canggih dan Kreatif dalam Memecahkan Masalah dan Memantik Ide-ide Baru*, PT. Mizan Pustaka.

- George, J. M., & Zhou, J. 2001. When openness to experience and conscientiousness are related to creative behavior: An interactional approach. *Journal of Applied Psychology*, 86: 513–524.
- Gibson, 1990. *Organisasi dan Manajemen*. Jakarta: Erlangga
- Herzberg F. 2000. *Frederick Herzberg's Motivation And Hygiene Factors*. <http://businessballs.com/herzberg.htm> [12 September 2017].
- Hisrich, R. D. & Peters, M. P. 1995. *Entrepreneurship. Starting, Developing, and Managing A New Enterprise*. New York: Richcard D. Irwin. Inc.
- Kamus Bahasa Indonesia. 2008. Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional.
- Karen, B. 2009. Social Entrepreneurship: Perspectives on an Academic Discipline. *Theory in Action*, 2 (2).
- Kasali, R., Nasution, A. H., & Purnomo, B. R. 2010. Modul Kewirausahaan untuk Program Strata 1. Jakarta: Penerbit Hikmah.
- Kasmir. 2006. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Kiyosaki, R.T. 2011. *Cashflow quadrant Guide to Financial Freedom*. USA: Plata Publishing, LLC.
- Lambing, Peggy and Khuel, Charles, R. 2000, *Enterpreneurship*. New Jersey: Prentice Hal Inc.
- Longenecker, Justin G. Moore Carlon W dan Petty, William J. 2001. *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Longenecker, Moore dan Petty. 2000. *Kewirausahaan Manajemen usaha Kecil*. Salemba Empat, Jakarta.
- Mahoney, J. T., dan Pandian, J. R. 1992. The Resource-Based View Within the Conversation of Strategic Management. *Strategic Management Journal*, Vol 13, No. 5 (June 1992): 363-380. John Wiley & Sons.
- Martin, R.L. & Osberg, S. 2007. Social Entrepreneurship: The Case For Definition. *Stanford Social Innovation Review Jr. University*, 3 - 4.
- Maslow A. 1956. *Maslow's Hierarchy of Needs motivational model*. <http://businessballs.com/maslow.htm> [12 September 2017].
- McClelland CD. 1961. *David C McClelland's Motivational Needs Theory*. <http://businessballs.com/davidmcclelland.htm> [12 September 2017].
- Meredith dan Geoffrey G. 2000. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Pustaka Binaman Pressindo.

- Mintzberg', H. 1990. *The Structuring of Organizations*, Prentice-Hall, New York.
- Nasution dan Darma Putra. 2001. *Pengembangan Wirausaha Baru*. Yayasan Humaniora & Asian Community Trust (ACT), Medan.
- Porter, M.E 1990. *Why are firms successful*. Paper presented at the Fundamental Issues in Strategy Conference, Napa, CA.
- Porter, M.E. 1980. *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*, The Free Press.
- Robbins PS. 1996. *Perilaku Organisasi*. Edisi bahasa Indonesia Jilid 1. Jakarta: Prenhallindo.
- Robbins, S.P. 1994. *Teori Organisasi : Struktur, Desain, dan Aplikasi*, Edisi Ketiga, Alih Bahasa Jusuf Udaya, Arcan, Jakarta.
- Sedarmayanti. 2007 *Good Governance dan Good Corporate Governace*, Mandar Maju Bandung
- Shafritz, Jay M dan J. Steven Ott. 1987. *Classics of Organization Theory*, Brooks/Cole Publishing Company Pacific Grove, California.
- Soemahamidjaja, S. 1997. *Membina Sikap Mental Wirausaha*. Gunung Jati. Jakarta
- Suryana, 2003, *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Susanto, A.B. 2009. *Leadpreneurship, Pendekatan Strategic Management dalam PT Kewirausahaan*. Jakarta: Esensi Erlangga Group.
- Wernerfelt, B. 1984. A Resource-Based View of the Firm. *Strategic Management Journal*, [e-journal] 5(2).
- Wijandi, S. 1988. *Pengantar Kewiraswastaan*. Bandung. Sinar Baru.
- Wirasasmita, Y. 1993. *Kewirausahaan* : Buku Pegangan Jatinangor: UPT-Penerbitan IKOPIN.
- Yose Rizal, SM. 1981. *Sikap dan Mental Wiraswasta*. Indah Surabaya.
- Zimmerer, W. T. & Scarborough, N. M. 2008. *Essentials of Entrepreneurship and Small business Management*. New Jersey: Prentice-Hall .
- Zimmerer, W. T. and Scarborough, N. M. 1996. *Entrepreneurship and The New Venture Formation*. New Jersey: Prentice Hall Inc.



Prof. Dr. Abdul Rahmat, S.Sos.I., M.Pd. NIDN 0005037806. Lahir di Sukabumi, 05 Maret 1978. Ia menyelesaikan program strata satu (S1) pada tahun 2002 di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Tahun 2004 ia memperoleh gelar Magister Pendidikan pada Universitas Negeri Yogyakarta. Pada tahun 2012, ia memperoleh gelar Doktor (S3) di Universitas Negeri Jakarta Program Studi Manajemen Pendidikan.

Sejak tahun 2008, ia mengabdikan pada Universitas Negeri Gorontalo, baik sebagai dosen pengasuh mata kuliah ilmu pendidikan dan manajemen, maupun sebagai pengelola, pembimbing, dan pengembang kreativitas wirausaha mahasiswa. Tahun 2013 - 2018 menjabat sebagai Kepala Pusat Pengembangan Karakter dan Program Pengalaman Lapangan (PK-PPL) Mahasiswa Universitas Negeri Gorontalo. Tahun 2019 sampai sekarang menjabat Ketua Program Studi S2 Magister Pendidikan Nonformal Pascasarjana Universitas Negeri Gorontalo. Sebagai akademisi, ia aktif melakukan berbagai kegiatan keilmuan di tingkat regional, nasional, dan internasional. Dia telah banyak menghadiri seminar di berbagai kampus dan provinsi, baik karyanya telah dimuat di jurnal nasional, buku, dan media cetak. Sampai saat ini, berbagai jenis buku telah ia tulis, mulai dari buku populer, referensi, dan buku ajar. Saat ini bersama istri (Mira) dan kedua anak (Dzilfis dan Wisjal) tinggal di Gorontalo. Untuk korespondensi melalui abdurahmat@ung.ac.id.



Mira Mirnawati, M.Pd. adalah alumni D-3 Editing Universitas Padjajaran Bandung tahun 1997. Setelah menikah, beliau melanjutkan studinya di Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas Negeri Gorontalo hingga S-2. Saat ini beliau sedang menyelesaikan studinya di S-3 Linguistik Terapan di universitas yang sama ketika S-1 dan S-2.

Keseharian beliau selain mengajar di almamater tercinta Universitas Negeri Gorontalo, juga mengajar di Universitas Bina Taruna Gorontalo. Selain mengajar, beliau juga mengelola perusahaan yang dirintisnya sejak tahun 2010. Perusahaannya di bawah naungan CV Komunitas Ide. Komunitas Ide memiliki tiga ruang lingkup usaha, yaitu penerbitan buku, penerbitan jurnal ilmiah, dan percetakan. Dengan dasar keilmuan editing dan pendidikan bahasa dan sastra Indonesia, tidak heran jika beliau pun terjun langsung menangani usahanya terutama menangani perihal penyuntingan naskah.



✉ zahirpublishing@gmail.com
🌐 www.zahirpublishing.com

