

KEWIRAUSAHAAN BAGI MAHASISWA JURUSAN ILMU SOSIAL

Penulis
Diyah Utami, S.Sos., M.M.



Penerbit
Unesa University Press

Penulis
Diyah Utami, S.Sos., M.M.

KEWIRAUSAHAAN BAGI MAHASISWA JURUSAN ILMU SOSIAL

Diterbitkan Oleh

UNESA UNIVERSITY PRESS

Anggota IKAPI No. 060/JTI/97

Anggota APPTI No. 133/KTA/APPTI/X/2015

Kampus Unesa Ketintang

Gedung C-15 Surabaya

Telp. 031 – 8288598; 8280009 ext. 109

Fax. 031 – 8288598

Email : unipress@unesa.ac.id

unipressunesa@gmail.com

vi,110 hal., Illus, 15,5 x 23

ISBN : 978-602-449-480-3

copyright © 2020 Unesa University Press

All right reserved

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dengan cara apapun baik cetak, fotoprint, microfilm, dan sebagainya, tanpa izin tertulis dari penerbit

Kata Pengantar

Beberapakali saya bertanya pada mahasiswa saya di kelas tentang orientasi pekerjaan selepas lulus perguruan tinggi. Sebagian besar dari mereka memilih untuk menjadi karyawan perusahaan atau ASN. Jarang sekali ada menyatakan ingin menjadi wirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa minat mahasiswa untuk berwirausaha sangat minim. Wirausaha belum dianggap sebagai profesi yang favorit walaupun menawarkan berbagai kelebihan.

Buku ini merupakan salah satu 'ikhtiar' penulis untuk menggugah kesadaran mahasiswa agar lebih 'open minded' terhadap profesi kewirausahaan. Menjadi wirausaha bukan sesuatu yang tercela atau rendah. Menjadi wirausaha berarti membuka kesempatan kerja untuk masyarakat. "Sebaik- baiknya manusia adalah yang paling bermanfaat untuk sesamanya"

Rasa terimakasih penulis haturkan untuk Unesa dan rekan-rekan dosen Sosiologi atas bantuannya dalam penyusunan buku ajar ini.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
BAB 1 Entrepreneurship, studipreneur dan sosiopreneur	1
A. Definisi entrepreneurship.....	1
B. Studypreneur.....	10
C. Sociopreneur	15
Bab 2 Masalah-masalah Dalam Entreprenneurship	19
1. Modal	19
2. Pemasaran.....	27
3. Membuat paket produk.....	29
4. Hadiah dan iming-iming.....	29
5. Lakukan variasi dan pengembangan produk	30
6. Saling bertukar voucher dengan pengusaha lain	30
Bab 3 Tokoh-tokoh Entreprenneurship	34
1. Bella Mutiah	34
2. Lia Lestari.....	34
3. Sinta Permata Sari	35
4. Berbagai sikap yang dibutuhkan untuk menjadi entrepreneur sejak muda	38
Bab 4 Social Entrepreneurship	42
Bab 5 Analisis SWOT dalam Praktik Bisnis.....	57
1. Philip Kotler	57
2. Pearce dan Robinson	58
3. Yusanto dan Wijdajakusuma	58

4. Freddy Rangkuti	58
5. Rais.....	58
Bab 6 Isu-isu Kewirausahaan	62
A. Isu 1	
Lulusan Perguruan Tinggi dan Minat Kewirausahaan	62
B. Isu 2	
Gender dan Kewirausahaan	74
C. Isu 3	
Relevansi Pendidikan Kewirausahaan Di Perguruan Tinggi	76
D. Isu 4	
Pendidikan Kewirausahaan di Sekolah	97
E. Isu Ke 5	
SMK dan Pendidikan Kewirausahaan	105
Bab 6 Lika Liku UKM di Indonesia.....	108
A. Kuliner.....	108
B. Fashion	109
C. Pendidikan.....	109
D. Otomotif	109
E. Agribisnis	110
F. Produk Kreatif.....	110

BAB 1

Entrepreneurship, studipreneur dan sosiopreneur

A. Definisi entrepreneurship

Kewiraswastaan atau **Kewirausahaan** (entrepreneurship) adalah proses mengidentifikasi, mengembangkan, dan membawa visi ke dalam kehidupan. Visi tersebut bisa berupa ide inovatif, peluang, cara yang lebih baik dalam menjalankan sesuatu. Hasil akhir dari proses tersebut adalah penciptaan usaha baru yang dibentuk pada kondisi risiko atau ketidakpastian.

Kewirausahaan memiliki arti yang berbeda-beda antar para ahli atau sumber acuan karena berbeda-beda titik berat dan penekanannya. Richard Cantillon (1775), misalnya, mendefinisikan kewirausahaan sebagai bekerja sendiri (*self-employment*). Seorang wirausahawan membeli barang saat ini pada harga tertentu dan menjualnya pada masa yang akan datang dengan harga tidak menentu. Jadi definisi ini lebih menekankan pada bagaimana seseorang menghadapi risiko atau ketidakpastian.¹ Berbeda dengan para ahli lainnya, menurut Penrose (1963) kegiatan kewirausahaan mencakup indentifikasi peluang-peluang di dalam sistem ekonomi sedangkan menurut Harvey Leibenstein (1968, 1979) kewirausahaan mencakup kegiatan yang dibutuhkan untuk menciptakan atau melaksanakan perusahaan pada saat semua pasar belum terbentuk atau belum teridentifikasi dengan jelas, atau komponen fungsi produksinya belum diketahui sepenuhnya dan menurut Peter Drucker, kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda.

Orang yang melakukan kegiatan kewirausahaan disebut wirausahawan.¹Muncul pertanyaan mengapa seorang wirausahawan (*entrepreneur*) mempunyai cara berpikir yang berbeda dari manusia pada umumnya. Mereka mempunyai motivasi, panggilan jiwa, persepsi dan emosi yang sangat terkait dengan nilai nilai, sikap dan perilaku sebagai manusia unggul.

Kewirausahaan pertama kali muncul pada abad 18 diawali dengan penemuan-penemuan baru seperti mesin uap, mesin pemintal, dll. Tujuan utama mereka adalah pertumbuhan dan perluasan organisasi melalui inovasi dan kreativitas. Keuntungan dan kekayaan bukan tujuan utama. Secara sederhana arti wirausahawan (*entrepreneur*) adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan berjiwa berani mengambil resiko artinya bermental mandiri dan berani memulai usaha, tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti (Kasmir, 2007:18). Beberapa definisi tentang kewirausahaan tersebut diantaranya yaitu: 1) Richard Cantillon (1775): kewirausahaan didefinisikan sebagai bekerja sendiri (*self-employment*). Seorang wirausahawan membeli barang saat ini pada harga tertentu dan menjualnya pada masa yang akan datang dengan harga tidak menentu. Jadi definisi ini lebih menekankan pada bagaimana seseorang menghadapi resiko atau ketidakpastian. 2) Jean Baptista Say (1816): seorang wirausahawan adalah agen yang menyatukan berbagai alat-alat produksi dan menemukan nilai dari produksinya. 3) Zimmerer: kewirausahaan sebagai suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan. Kesimpulan yang bisa ditarik adalah bahwa kewirausahaan dipandang sebagai fungsi yang mencakup eksploitasi peluang-peluang yang muncul di

pasar. Eksploitasi tersebut sebagian besar berhubungan dengan pengarahannya dan atau kombinasi input yang produktif. Seorang wirausahawan selalu diharuskan menghadapi resiko atau peluang yang muncul, serta sering dikaitkan dengan tindakan yang kreatif dan inovatif. Wirausahawan adalah orang yang merubah nilai sumber daya, tenaga kerja, bahan dan faktor produksi lainnya menjadi lebih besar daripada sebelumnya dan juga orang yang melakukan perubahan, inovasi dan cara-cara baru. Istilah wirausaha muncul kemudian setelah dan sebagai padanan wiraswasta yang sejak awal sebagian orang masih kurang sesuai dengan kata swasta. Persepsi tentang wirausaha sama dengan wiraswasta sebagai padanan entrepreneur.

Perbedaannya adalah pada penekanan pada kemandirian (swasta) pada wiraswasta dan pada usaha (bisnis) pada wirausaha. Istilah wirausaha saat ini makin banyak digunakan orang terutama karena memang penekanan pada segi bisnisnya. Walaupun demikian mengingat tantangan yang dihadapi oleh generasi muda pada saat ini banyak pada bidang lapangan kerja, maka pendidikan wiraswasta mengarah untuk survival dan kemandirian seharusnya lebih ditonjolkan. Sedikit perbedaan persepsi wirausaha dan wiraswasta harus dipahami, terutama oleh para pengajar agar arah dan tujuan pendidikan yang diberikan tidak salah. Jika yang diharapkan dari pendidikan yang diberikan adalah sosok atau individu yang lebih bermental baja atau dengan kata lain lebih memiliki kecerdasan emosional (EQ) dan kecerdasan advirsity (AQ) yang berperan untuk menghadapi tantangan hidup dan kehidupan, maka pendidikan wiraswasta yang lebih tepat. Sebaliknya jika arah dan tujuan pendidikan adalah untuk menghasilkan sosok individu yang lebih lihai dalam bisnis, atau agar lebih memiliki kecerdasan finansial (FQ) maka yang lebih tepat adalah pendidikan

wirausaha. Karena kedua aspek itu sama pentingnya, maka pendidikan yang diberikan sekarang lebih cenderung kedua aspek itu dengan menggunakan kata wirausaha. Persepsi wirausaha kini mencakup baik aspek finansial maupun personal, sosial, dan profesional (Soesarsono, 2002: 48)

Untuk dapat mencapai tujuan yang diharapkan, maka setiap orang memerlukan ciri-ciri dan juga memiliki sifat-sifat dalam kewirausahaan. Ciri-ciri seorang wirausahawan adalah:

- Percaya diri
- Berorientasikan tugas dan hasil
- Berani mengambil risiko
- Kepemimpinan
- Keorisinilan
- Berorientasi ke masa depan
- Jujur dan tekun

Sifat-sifat seorang wirausahawan adalah:

- Memiliki sifat keyakinan, kemandirian, individualitas, optimisme.
- Selalu berusaha untuk berprestasi, berorientasi pada laba, memiliki ketekunan dan ketabahan, memiliki tekad yang kuat, suka bekerja keras, energik dan memiliki inisiatif.
- Memiliki kemampuan mengambil risiko dan suka pada tantangan.
- Bertingkah laku sebagai pemimpin, dapat bergaul dengan orang lain dan suka terhadap saran dan kritik yang membangun.
- Memiliki inovasi dan kreativitas tinggi, fleksibel, serba bisa dan memiliki jaringan bisnis apiyang luas.
- Memiliki persepsi dan cara pandang yang berorientasi pada masa depan.
- Memiliki keyakinan bahwa hidup itu sama dengan kerja keras.
- Menumbuhkan Mentalitas Kewirausahaan

Sampai saat ini Indonesia masih menghadaurapi persoalan ketenagakerjaan yang sangat berat. Keterbatasan kemampuan pemerintah dalam menyediakan lapangan kerja mengakibatkan jumlah pengangguran meningkat setiap tahunnya. Banyak kalangan yang menekankan pentingnya peran kewirausahaan (entrepreneurship) sebagai sarana yang tepat untuk mengatasi pengangguran. Sekalipun demikian, harus tetap diingat bahwa kewirausahaan itu sendiri dibutuhkan bukan hanya sebatas dalam kerangka pemecahan masalah ketenagakerjaan.

Pentingnya makna dan peran kewirausahaan lebih ditujukan pada upaya pencapaian kemajuan ekonomi masyarakat. Tumbuhnya wirausahawan yang menciptakan dan mengelola berbagai macam unit usaha dalam skala kecil- menengah sangat bearti sebagai kekuatan-kekuatan pembuka lapangan kerja dan kemajuan ekonomi.

Peranan kewirausahaan sangat menentukan kemajuan suatu negara yang ditempatkan pada posisi sentral dalam pembangunan. Di Amerika Serikat atau pengalaman di negara maju lainnya, wirausahawan dengan perusahaan berskala kecil memiliki kemampuan yang sangat tinggi dalam menguasai dinamika perekonomian. Semakin banyak anggota masyarakat yang bermentalitas menjadi wirausahawan sejati, akan dapat mengurangi beban pemerintah dalam memajukan perekonomian.

Berbagai hambatan dalam berwirausaha

a. Faktor Historis Budaya

Rendahnya mentalitas masyarakat Indonesia dalam berwirausaha sebenarnya bukan realita ahistoris. Masa penjajahan yang dialami bangsa Indonesia selama kurang lebih 350 tahun lamanya telah mewariskan suatu struktur perekonomian yang peran dan fungsi di dalamnya didominasi oleh pengusaha-pengusaha asing. Sangat sedikit dan bahkan nyaris tidak ada

peluang yang diberikan pemerintah kolonial kepada penduduk pribumi untuk merintis usaha.

Sejarah juga mencatat bahwa di tahun 1950an hanya ada 10 persen kekayaan swasta di luar sektor pertanian yang kepemilikannya berada di tangan orang Indonesia. Kala itu sebagian besar masyarakat cenderung menjadi aparat pamongpraja yang dikenal sebagai 'kaum priyayi' sementara kehidupan perekonomian dimainkan oleh sekelompok ras dan bangsa tertentu.

Politik kolonialisme seperti itu kemudian dikatakan oleh Benyamin Higgins mampu meniadakan semangat kewirausahaan di kalangan bangsa yang dijajah. Jadi dengan demikian, mentalitas kewirausahaan yang rendah di kalangan masyarakat yang hidup di suatu bangsa tertentu bukan disebabkan sebagai faktor genetis, tapi lebih ke historis.

Orang-orang yang berasal dari Bugis, Minang dan Madura serta tempat-tempat lain dikenal sebagai usahawan tangguh di Indonesia. Sedangkan pengusaha yang berasal dari Pulau Jawa umumnya terbatas dari kalangan tertentu saja. Kemungkinan terbesar hal ini disebabkan oleh budaya Jawa yang berada dalam genggamannya struktur kekuasaan Kraton, sehingga sebagian besar masyarakat mempersepsi bahwa profesi sebagai abdidalem adalah pilihan profesi yang tepat.

b. Faktor Sosial

Profesi wirausaha atau entrepreneurs bukan profesi idaman generasi muda di Indonesia. Generasi muda Indonesia lebih memilih menjadi PNS atau karyawan, dibandingkan berwirausaha. Keengganan menjadi wirausaha bukan tanpa sebab. Profesi PNS atau karyawan dianggap lebih prestise : bekerja di kantor, menggunakan seragam, mendapat gaji setiap bulan. Penghasilan seorang wirausaha

c. *Faktor kebijakan pemerintah*

Kurang adanya dukungan kewirausahaan dari pemerintah bisa dilihat dari beberapa hal berikut ini

i. Sulitnya mengurus bantuan modal berupa pinjaman dari bank.

Prosedur pengajuan pinjaman bank seringkali memakan waktu, prosesnya berbelit-belit dan syaratnya tidak mudah dipenuhi

Saat mengajukan pinjaman bank, banyak pelaku usaha kecil yang merasa prosesnya merepotkan. Prosedur pengajuan pinjaman bank bisa memakan waktu mingguan bahkan bulanan dan memenuhi seluruh persyaratannya tidak selalu mudah. Umumnya, bank mensyaratkan surat-surat usaha atau dokumentasi legal yang tidak dimiliki oleh banyak pemilik usaha informal.

ii. *Ada agunan*

Untuk mengurangi resiko kredit, bank biasanya meminta agunan dalam pengucuran kredit usaha kecil. Sayangnya, tidak banyak UMKM yang memiliki aset yang bisa dijadikan agunan untuk jumlah pinjaman yang mereka butuhkan.

iii. *Kurangnya informasi*

Tidak banyak bank yang memiliki kantor cabang di pedesaan, jadi tidaklah mudah bagi bank untuk menjangkau usaha-usaha kecil di pelosok daerah dan menyebarkan informasi mengenai layanan kredit mereka. Akibatnya, pelaku usaha kecil banyak yang tidak mengetahui prosedur maupun persyaratan pengajuan pinjaman bank.

d. *Tidak ada layanan kredit mikro*

Seringkali pemilik usaha kecil membutuhkan sedikit saja uang untuk membuat bisnisnya tetap berjalan, dan mungkin sumber daya dan

cashflow yang mereka miliki hanya cukup untuk membayar kembali pinjaman dalam jumlah kecil dan jangka waktu tertentu. Masalahnya, kebanyakan bank tidak melayani permohonan pinjaman di bawah Rp 25 juta — untuk usaha skala rumah tangga, jumlah ini bisa terasa sangat besar.

e. Bank biasanya meminta agunan.

Pemilik UKM pada umumnya tidak memiliki agunan berupa tanah, kendaraan atau bangunan. Hal ini dikarenakan belum berkembangnya bisnis mereka. Agunan dengan nilai-nilai nominal tinggi tentunya hanya dimiliki oleh para pengusaha besar.

f. Bank biasanya meminta IMB sebagai prasyarat. Hal ini juga bukan sesuatu yang mudah karena IMB membutuhkan biaya yang tidak sedikit, sementara pengusaha UKM pada umumnya juga belum memiliki bangunan ber IMB.

Tampaknya pemerintah mulai menyadari kelemahan-kelemahan tersebut, sehingga saat ini berusaha mendorong pertumbuhan iklim kewirausahaan melalui berbagai cara.

1. Program kegiatan Kementerian Koperasi dan UKM tahun ini disebut akan terus mendorong pertumbuhan dan perkembangan kewirausahaan di Indonesia melalui berbagai kegiatan. Pertama, pengembangan kewirausahaan bagi 8.790 calon wirausaha melalui pemyarakatan kewirausahaan, pelatihan kewirausahaan, pelatihan *technopreneur* dan kewirausahaan sosial. Kedua, peningkatan kualitas SDM UMKM bagi 3.500 pelaku UMKM melalui pelatihan vokasi. Ketiga, pengembangan SDM UKM bagi 500 pemuda melalui fasilitasi magang.

2. Pemerintah lewat Kementerian PAN-RB sedang berupaya meningkatkan kesejahteraan Aparatur Sipil Negara (ASN) alias PNS dengan menyiapkan sistem penggajian dan pensiun yang baru melalui Rancangan PermenpanRB sebagaimana amanah UUASN.

Di samping itu, pemerintah juga mendorong peluang kewirausahaan di kalangan ASN lewat workshop kewirausahaan. Langkah itu menjadi bagian dari upaya negara untuk menghadirkan kesejahteraan bagi para ASN dan pensiunan. Mereka dapat mengaktifkan sektor-sektor ekonomi di lingkungan sekitarnya. Bank Pemerintah maupun Swasta juga memberikan dukungannya terhadap program kewirausahaan bagi para ASN dan pensiunan, melalui pembiayaan yang kompetitif. Melalui workshop kewirausahaan diharapkan dapat mengembangkan jaringan atau *networking* usaha, serta menjadi sistem belajar yang cepat dan efektif tentang mengenali potensi usaha yang dapat digali dari diri masing-masing pribadi para ASN dan pensiunan.

3. Salah satu upaya Direktorat Jenderal Pembelajaran dan Kemahasiswaan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi dalam meningkatkan kualitas dan daya saing lulusan perguruan tinggi adalah melalui berbagai program kewirausahaan seperti Program Kreativitas Mahasiswa Kewirausahaan (PKM-K) telah dimunculkan sejak tahun 1998, dan Cooperative Education Program (Co- Op) di Industri. Kemudian, pada tahun 2003 program Cooperative Education Program (CoOp) dikembangkan di UMKM. Sedangkan program selanjutnya adalah Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) yang diluncurkan pada tahun 2009. Program ini memberikan bantuan modal untuk memulai berwirausaha bagi mahasiswa, agar mahasiswa dapat mempraktekkan

ilmu pengetahuan kewirausahaan yang telah diperoleh dari berbagai program yang telah ada seperti PKMK, PBBT UMKM, atau program lainnya yang ada di PT masing- masing. Selain itu kemenristekdikti jugamewajibkan setiap perguruan tinggi untuk menyertakan matakuliah kewirausahaan di setiap prodi. Matakuliah kewirausahaan tersebut tidak hanya sekedar pemberian teori, tetapi juga praktik nyata, sehingga hasil tugas kewirausahaan juga dapat dikembangkan menjadi proposal PKM.

4. Dukungan pemerintah berikutnya adanya kemudahan kredit bagi para pelaku UKM. Berbagai program terus digaungkan untuk mendukung UMKM di Indonesia. Salah satu program terbaru adalah memberikan Kredit Usaha Rakyat (KUR) untuk merchant Go- Food. Program ini dijalankan atas kerjasama antara penyedia layanan pembayaran elektronik Go-Pay dengan PT Bank Negara Indonesia (BNI). Kerjasama tersebut dijalankan untuk mempermudah para pengusaha UMKM terutama di bidang kuliner yang menjadi mitra Go-Food untuk mendapatkan KUR.

B. Studypreneur

Secara teori, tidak ada batasan umur mengenai usia berapa seseorang dapat memulai sebuah bisnis. Apakah usia belasan tahun, tiga puluhan tahun, atau mungkin malah empat puluhan tahun hingga lima puluhan tahun, asalkan mengerti teori dan dasar-dasar dalam berbisnis, niscaya mereka dapat segera memulai bisnis.

Ibarat orang memancing, siapa yang memulai terlebih dahulu dan diulang-ulang pasti akan terbiasa. Mereka yang sudah terbiasa tentunya dapat mengetahui bagaimana ikan akan langsung tertarik dengan umpan yang mereka lempar. Begitu pula dengan berbisnis, siapa yang memulai terlebih dahulu, lama kelamaan akan memiliki bisnis yang luas dan kuat.

Saat ini adalah jaman digital, dunia terhubung satu sama lain. Tidak hanya komputer ataupun laptop yang bisa mengakses internet, HP pun sudah terkoneksi internet. Alhasil internet semakin memasyarakat dan mudah diakses. Mereka yang masih sekolah juga tidak sedikit yang sudah mulai pintar mengakses internet.

Lalu, apa hubungannya internet dengan studentpreneur? Anak-anak muda kreatif harapan bangsa yang sudah melek internet pastinya dapat memanfaatkan fasilitas internet dalam menjalankan bisnis. Ya, internet telah memberikan peluang yang tidak terbatas bagi siapa saja untuk menjalankan bisnisnya. Karena itulah, anak-anak muda yang masih menyandang status sebagai pelajar dapat dengan leluasa membangun dan menjalankan bisnis. Maka dari itu, bukan hal yang aneh melihat anak sekolah yang merangkap menjadi seorang pengusaha. Bahkan, tidak mengherankan juga ketika mereka berhasil mendapatkan penghasilan yang lumayan untuk ukuran seorang pelajar. Tak sedikit pula yang berhasil membiayai sekolahnya sendiri ataupun membiayai kebutuhan keluarga. Bagaimanapun juga, menjadi pengusaha muda adalah alternatif karir yang dapat dimulai sejak sekolah sekalipun.

Bila dikaitkan dengan konteks sosial budaya, ada beberapa mitos yang dapat menghambat semangat berwirausaha. Mitos-mitos ini sebenarnya tak lebih dari paradigma yang terlanjur dipercaya khalayak ramai. Padahal mitos bukanlah sesuatu yang nyata-nyata mutlak kebenarannya, malahan sebaliknya. Terjebak dalam lingkungan mitos yang tidak menguntungkan sama sekali. Berikut adalah mitos-mitos yang terkait dengan jiwa kewirausahaan :

a. Bakat sejak lahir

Sepintas pernyataan itu benar. Seorang pengusaha harus memiliki bakat bawaan. Kalau tidak memiliki bakat bawaan tentunya tidak bisa berwirausaha. Kenyataannya tidak semua pengusaha mendapatkan kemampuan tersebut sejak lahir. Tidak mungkin bayi yang tiba-tiba lahir langsung bisa berdagang. Tentunya harus ada proses pembelajaran terlebih dahulu yang harus dilewati, dan proses tersebut juga tidak sebentar.

Proses pembelajaran itulah yang kadang tidak teramati dan hanya kesuksesanlah yang terlihat. Jadi tidak benar bila ada anggapan apabila pengusaha adalah orang luar biasa yang punya bakat super sejak lahir

b. Jenius dan berpendidikan tinggi

Tidak semua pengusaha jenius seperti Einstein, Thomas Alfa Edison atau Jimmi Neutron. Pengusaha hanya orang-orang biasa yang bekerja lebih efektif, efisien dan konsisten dalam membangun usahanya. Mereka juga pernah merasa kecewa ketika usahanya merugi. Perbedaannya, mereka tetap sabar dan bangkit lagi untuk meraih kesuksesan yang tertunda itu. Sikap mental seperti itu adalah modal penting yang menjadikan mereka seorang pengusaha.

Sikap mental tersebut tidak selalu dipengaruhi oleh gelar pendidikan, walaupun ada banyak pengusaha dengan gelar pendidikan yang berhasil mengembangkan usahanya. Namun, jangan abaikan pula bahwa ada lebih banyak pengusaha sukses yang tidak memiliki gelar pendidikan sama sekali. Jadi, gelar pendidikan itu bukan segala-galanya untuk memulai bisnis.

c. Harus culas dan penuh kecurangan

Mitos di masyarakat meyakini bahwa pengusaha pasti penuh tipu muslihat, culas, suka menindas kaum yang lemah dan lain sebagainya. Karena termakan mitos tersebut, banyak yang tidak mau terjun menjadi

pengusaha. Padahal, masih banyak pengusaha di luar sana yang bekerja sepenuh hati, tulus, jujur dan menjauhi praktik-praktik terlarang yang tidak sejalan dengan nilai spritual dan hati nuraninya.

d. Butuh modal banyak

Mitos yang paling sering ditemui ketika seseorang ingin menjalankan bisnis, modal dalam arti uang. Uang biasanya menjadi faktor yang sering dikambinghitamkan. Padahal ada juga wirausahawan yang tidak memiliki modal besar ketika mulai merintis bisnis. Belum tentu juga ketika uang tersedia, bisnis bisa langsung berdiri sendiri. Kadang ketersediaan uang dapat menjadikan seseorang ragu untuk membuka bisnis, takut kalau uang tersebut tidak bisa digunakan semestinya. Mungkin juga uang yang sudah ada malah digunakan untuk keperluan lain yang dirasa lebih menarik dan mendesak.

Modal terbesar yang harus dimiliki pertamakali adalah niat. Setelah itu, baru tindakan. Apabila ada niat yang cukup besar untuk menjalankan, bisnis, niscaya akan muncul keinginan mencari solusi dalam menjalankan modal untuk memulai bisnis tersebut.

Jangan lupakan juga kekuatan internet, terutama media sosial. Media sosial bisa menjadi modal awal dalam memulai suatu bisnis. Ada berbagai kerjasama yang bisa dilakukan hanya dengan memanfaatkan media sosial, misal dengan menjadi reseller. Sedikit demi sedikit keuntungan yang didapat, bisa dijadikan modal untuk usaha sendiri.

e. Berbisnis menunggu masa pensiun saja

Kedengarannya agak ganjil, tapi hal ini terjadi pada masyarakat Indonesia. Berwirausaha bukan karena *passion*, tetapi lebih pada faktor 'keterpaksaan'. Ketika memasuki usia pensiun dan penghasilan tidak sebesar pada saat aktif bekerja, atau sesudah mendapatkan uang

pesangon dari perusahaan, maka wirausaha menjadi solusi. Padahal di rentang usia yang tidak lagi muda, energi dan daya kreatifitas tentu juga melemah. Usia muda adalah usia yang paling cocok untuk memulai berbisnis. Sayangnya, ketika usia masih tergolong muda, kebanyakan orang Indonesia lebih senang memulai karir sebagai pegawai atau karyawan. Jarang yang memiliki keinginan untuk berwirausaha sendiri.

f. Berbisnis hanya untuk mereka yang nilai akademis rendah

Wirausaha seolah-olah hanya cocok untuk mereka yang nilai akademis rendah, sehingga tidak memungkinkan masuk ke sektor kerja formal. Sektor kerja formal pada umumnya mensyaratkan batas nilai IPK tertentu. Mereka yang cerdas secara akademis atau menempuh jenjang pendidikan tinggi (magister) lebih memilih menjadi PNS atau karyawan kantor. Berbisnis seolah-olah diidentifikasi tidak memerlukan kecerdasan. Padahal, membangun dan mengembangkan bisnis tentunya membutuhkan tidak hanya semangat dan kekuatan fisik saja, tetapi juga kecerdasan untuk mengetahui peluang pasar, daya saing, strategi keuangan, rekrutmen tim kerja dan masih banyak lagi lainnya.

Kewirausahaan Untuk Lulusan Perguruan Tinggi

Lulusan berdaya saing, ditandai sejumlah kemampuan yang tinggi, baik hard skill dan softskill serta pengetahuan di bidang spiritual, emosional, maupun kreativitas. Perguruan tinggi juga menyadari bahwa dalam menghasilkan lulusan demikian dibutuhkan kurikulum pendidikan yang mengintegrasikan aspek afektif, kognitif, dan psikomotorik. Selaras dengan pernyataan di atas,Godsell(2005) menyatakan bahwa salah satu orientasi pendidikan adalah menjadikan pesertadidik (mahasiswa) mandiri dalam arti memiliki mental yang kuat untuk melakukan usaha sendiri,tidak lebih sebagai

pencari kerja (job seeker) akan tetapi sebagai pencipta lapangan pekerjaan (job creator)

Sebelum berbicara mengenai wirausaha, ada baiknya sebelum berbicara mengenai wirausaha, ada baiknya mahasiswa diperkenalkan dan disadarkan tentang pentingnya mereka memiliki tujuan hidup/impian. Hal ini sangat penting ditekankan diawal kuliah agar mahasiswa memiliki semangat untuk berprestasi dan bersungguh-sungguh meraih impiannya. Sangat disayangkan bila seorang mahasiswa baru menyadari untuk apa mereka sebenarnya kuliah, dan lain-lain setelah mereka lulus. Bahkanhal ini ditegaskan olehseorang pakar pendidikan Nasution(2009), yang menyatakan bahwa kebanyakan lulusan pendidikan menjadi pengangguran adalah akibat mereka tidak memilik iimpian dan tidak bersungguh-sungguh untuk meraihnya. Oleh karena itu kegiatan awal adalah mengenai urgensi impian dalam hidup

C. Sociopreneur

Endy J Kurniawan mengidentifikasi socioteenpreneur sebagai entrepreneur yang peduli terhadap social development dan menjadikan social assetnya sebagai aktivitas marketing produk., misal pemberdayaan komunitas atau CSR. Berfokus non profit, bisnis adalah bagian dari impact. Sedangkan menurut Rohmat Sastro Sugito (founder sotoji) sociopreneur adalah entrepreneur yang dalam bisnisnya mengedepankan aspek sosial atau bidang bisnisnya di bidang sosial.Aulia Rahcman menyebut sociopreneur sebagai entrepreneur yang punya jiwa sosial. Sedangkan Rommy Irawan mengidentifikasi sebagai wirausaha yang dapat memberdayakan masyarakat kelas bawah.

Posisi socioteenpreneur lebih mudah untuk dilihat dengan gambar berikut, tipologi yang dibuat oleh Alter dalam spektrumnya.

Tabel Hybrid Spectrum

Traditional Non profit	Nonprofit with income generating activities	Social Enterpris e	Social Enterprise	Socially Responsible Business	Corporation Practicing Social Responsibilit y	Traditional Profit
---------------------------	--	--------------------------	----------------------	-------------------------------------	---	-----------------------

Kegiatan paling kiri-tradisional non profit merupakan kegiatan yang full sosial. Aktivitas sosial seperti panti asuhan bisa dikategorikan di bagan paling kiri, sedangkan kegiatan non profit seperti volunter bisa dikategorikan di nonprofit income-generating activities. Semakin ke kanan semakin adanya profit dan semakin ke kiri semakin kegiatan sosial. Posisi socioteenpreneur dalam bagan ini terletak di tengah. Semakin dia ada di tengah, semakin baik untuk dikategorikan sebagai socioteenpreneur.

Supaya lebih mudah dimengerti, Alter membedakan apakah sebuah kegiatan itu termasuk sociopreneur atau kegiatan social murni atau bisnis profit murni dilihat dari tiga pendekatan :

Pertama : Tujuannya : Apakah bisnis itu tujuan utamanya untuk menciptakan keuntungan sosial atau keuntungan sosial diberikan setelah keuntungan itu didapat.

Kedua : Kepemilikannya : Sociopreneur dimiliki oleh sebuah komunitas. Semakin banyak yang memiliki saham, semakin baik

Ketiga : proses dan hasilnya : Keuntungan langsung diberikan kepada masyarakat atau sosial. Intinya wirausaha sosial adalah orang yang mengetahui atau memahami adanya masalah sosial di masyarakat. Selanjutnya dengan menggunakan prinsip-prinsip kewirausahaan, mereka mengorganisasi, mengkreasi dan mengelola potensi yang ada untuk membuat perubahan sosial.

Perkembangan wirausaha sosial yang cerah ini semakin menimbulkan keyakinan kita bahwa sociopreneur merupakan alternatif yang bagus dan efektif. Tidak saja untuk mengatasi masalah-masalah yang kita hadapi, tetapi juga mengoptimalkan potensi Indonesia, tanpa terlalu tergantung pada donatur.

Socioteenpreneur adalah agen perubahan, karena membuat perubahan sosial di lingkungannya. Melihat masalah di sekitarnya sebagai peluang untuk membuat sistem baru yang menciptakan solusi yang berkelanjutan. Socioteenpreneur mengejar profit dan memiliki social impact, yaitu membantu dan mengembangkan masyarakat sehingga menjadi masyarakat mandiri. Strategi yang diambil sociopreneur merupakan langkah *win-win*, setiap bagian yang terlibat mendapatkan manfaat. Keuntungan dan pertumbuhan yang didapat digunakan lagi untuk membantu lingkungannya secara lebih luas.

Tokoh Sociopreneur

Salah satu tokoh sociopreneur yang sukses adalah Muhammad Yunus, salah satu penerima Nobel Prize bidang ekonomi. Yunus menggagas Grameen Bank (GB) yang kini banyak diadopsi oleh program-program pemberdayaan masyarakat, termasuk PNPM (Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat) Mandiri Pedesaan dengan sedikit modifikasi,

Kepercayaan pada kemampuan dan kejujuran kaum perempuan membuat Grameen Bank (GB) sukses diaplikasikan di Bangladesh. Hal ini dibuktikan dalam laporan BBC di **britis council.com** bahwa perempuan (ibu-ibu) yang diutamakan menjadi nasabah Grameen Bank (GB). Inovasi Grameen Bank (GB) telah menginspirasi banyak orang di seluruh dunia termasuk di Indonesia.

Muhammad Yunus menggambarkan sociopreneur sebagai berikut :

- a. Tujuan bisnisnya adalah mengatasi kemiskinan atau masalah lain (misal : pendidikan, kesehatan, akses teknologi dan lingkungan) yang mengancam manusia dan masyarakat, bukan untuk memaksimalkan keuntungan
- b. Perusahaan akan berjalan secara berkelanjutan dalam hal finansial dan ekonomi
- c. Investor hanya akan mendapatkan kembali sejumlah uang sejumlah yang diinvestasikan. Tak ada dividen yang diberikan ketika investasi awal sudah kembali dan perusahaan terus menghasilkan keuntungan
- d. Ketika dana yang diinvestasikan dibayarkan kembali, laba tetap diambil oleh perusahaan untuk perluasan dan perbaikan.
- e. Perusahaan akan ramah terhadap lingkungan
- f. Angkatan kerja mendapat upah sesuai standar harga pasar, tetapi dengan kondisi kerja di atas standar
- g. Dikerjakan dengan senang hat

Bab 2

Masalah-masalah Dalam Entrepreneurship

Tidak selalu profesi entrepreneur berjalan tanpa hambatan. Justru profesi ini dianggap sebagai zona paling tidak nyaman dibandingkan profesi ASN atau karyawan. Banyak hal yang menjadi pertimbangan atau dianggap sebagai hambatan sebagai entrepreneur.

1. Modal

Sebenarnya modal bisa didapat dari berbagai sumber, seperti modal dari rekening sendiri atau dengan menggunakan uang orang lain. Jika Anda ingin menggunakan modal orang lain, Anda dapat memanfaatkan utang dari bank, utang dari kenalan Anda atau mencari investor. Berita baiknya untuk teman-teman pebisnis UMKM, sekarang sudah ada Kredit Usaha Rakyat.

Kendala selanjutnya yang dihadapi masyarakat yang ingin berwirausaha adalah Modal. Untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) masih dihadapkan dengan administrasi yang sulit serta nilai pinjaman yang terbatas. Bahkan sebagian dari UMKM masih belum tersentuh lembaga keuangan (bank), sehingga banyak juga dari UMKM mengambil jalan untuk memanfaatkan lembaga keuangan mikro walaupun dengan beban dan resiko yang cukup berat.

Pemerintah saat ini gencar menggaungkan usaha mikro kecil menengah (UMKM) menjadi tulang punggung perekonomian negara. Jutaan tenaga kerja terserap dari sektor UMKM ini. Pernyataan itu pun diyakini kebenarannya oleh sebagian masyarakat. Nyatanya sektor ini justru mengalami pertumbuhan cukup pesat.

Namun, yang menjadi persoalan dan ini sebenarnya menjadi permasalahan klasik yaitu akses permodalan UMKM. Saat ini masih ada pelaku UMKM yang kesulitan untuk mengakses permodalan. Tentu dengan segudang permasalahan yang ada di dalamnya.

Namun, permasalahan vital ini bukan tanpa solusi, beberapa UMKM yang tergabung dalam komunitas TDA (Tangan di Atas) menawarkan permodalan dengan sistem patungan bagi mereka yang beromset Rp.300 juta perbulan. Kemudian patungan dilakukan oleh UKM besar yang beromset kisaran Rp. 1 Miliar hingga Rp. 50 miliar, kemudian diterapkan sistem bagi hasil. Selain itu, sistem kreditnya pun mudah.

Sebagai gambaran masih banyaknya UMKM yang kesulitan mengakses permodalan yaitu dari sepuluh pelaku UMKM yang diwawancara *Solopos.com* di Madiun, Jawa Timur, hanya dua pelaku UMKM yang telah mendapatkan akses permodalan. Sedangkan yang lain belum mendapatkan permodalan, baik dari perbankan maupun lembaga lainnya.

Pemerintah sebenarnya juga telah menggelontorkan dana permodalan ini ke berbagai perbankan melalui permodalan kredit usaha rakyat (KUR). Dikutip dari website resmi kur.ekon.go.id, pada tahun 2018, pemerintah menyiapkan dana senilai Rp120 triliun untuk disalurkan kepada pelaku UMKM.

Selain itu, pemerintah juga menurunkan suku bunga KUR yang awalnya 9% menjadi 7%. Berkaca pada tahun sebelumnya pemerintah telah menggelontorkan dana KUR senilai Rp110 triliun namun realisasinya hanya 87,9% atau Rp96,72 trilliun. Berarti masih ada dana yang tidak berhasil diserap oleh pelaku UMKM.

Permodalan untuk pelaku usaha kecil sebenarnya tidak hanya diberikan oleh pemerintah pusat melalui program KUR saja. Tetapi, ada sebagian pemerintah daerah yang juga memberikan akses permodalan kepada UMKM. Salah satunya di Kota Madiun.

Sejak 2014, Pemerintah Kota Madiun menyediakan anggaran khusus bagi pelaku UMKM khusus di wilayah tersebut. Anggaran yang disediakan pun tidak main-main yaitu mencapai Rp12 miliar. Dana permodalan UMKM itu dipercayakan kepada Perusahaan Daerah BPR Bank Daerah Kota Madiun.

Kota Madiun yang menjadi pusat perusahaan manufaktur kereta api yaitu PT Industri Kereta Api (Inka) juga mendapatkan berkahnya. PT Inka setiap tahun menyalurkan bantuan permodalan kepada pelaku UMKM di wilayah Madiun dan sekitarnya dengan diberi nama Program Kemitraan dan Bina lingkungan (PKBL).

Permasalahan Teknis

Dana permodalan yang digulirkan PT Inka kepada pelaku UMKM setiap tahun antara Rp2 miliar sampai Rp3 miliar. Inka juga telah membuat tim khusus yang mengelola PKBL tersebut. Penyaluran bantuan permodalan dari Inka ini sudah ada sejak tahun 1993.

Dengan adanya “keroyokan” pemberian permodalan dari berbagai lembaga baik perbankan maupun non-perbankan itu. Seharusnya pelaku UMKM di Kota Madiun sudah tidak lagi kesulitan untuk mendapatkan permodalan sehingga usaha mereka bisa dikembangkan. Tapi, nyatanya masih banyak ditemukan pelaku UMKM yang kesulitan untuk mendapatkan permodalan, terlepas dari seluruh permasalahan teknis yang harus dihadapi.

Pemerintah Kota Madiun sebenarnya telah berinisiatif untuk menganggarkan dana khusus untuk permodalan UMKM. Namun, nyatanya yang memanfaatkan bantuan dana permodalan itu hanya sekitar 373 UMKM sejak program itu diluncurkan pada tahun 2014 silam.

Sejak diluncurkan hingga sekarang pun, dana sebesar Rp12 miliar itu pun belum terserap habis. Tercatat hingga November tahun ini masih ada dana permodalan UMKM yang belum terserap mencapai Rp2,2 miliar.

Direktur Utama PD BPR Bank Daerah Kota Madiun, Ahmadu Malik Dana Logistia, mengatakan UMKM yang telah memanfaatkan program permodalan ini sebanyak 373 dengan range pinjaman antara Rp5 juta hingga Rp15 juta. Dia mengklaim kalau UMKM yang telah pernah pinjam

Program ini diklaim menjadi permodalan yang ramah terhadap UMKM karena bunga yang ditawarkan sangat kompetitif yakni hanya 6% per tahun atau 0,5% per bulan. Untuk pengajuannya, calon peminjam harus menyertakan syarat-syarat administratif seperti fotokopi kartu identitas dan surat rekomendasi dari dinas terkait.

Selain menyertakan syarat-syarat administrasi itu, pengajuan kredit usaha itu juga harus menyertakan agunan atau jaminan. Meskipun, kata Ahmadu, agunan ini bukan menjadi satu-satunya syarat supaya pengajuan diterima. Pihak BPR juga akan meninjau tempat usaha yang bersangkutan untuk menilai kesesuaian nilai pinjaman dengan kondisi usaha.

Padahal, agunan ini biasanya yang menjadi momok bagi UMKM yang akan mengajukan kredit. Agunan untuk pinjaman ini wajib ada karena sudah menjadi peraturan dalam OJK. Baginya agunan penting dalam transaksi karena sebagai bentuk keseriusan peminjam.

Setelah mendapatkan kredit dari BPR Madiun, biasanya debitur atau pelaku UMKM juga akan mendapatkan pendampingan dalam sistem

pengelolaan keuangan. Pihaknya tidak berani melakukan pendampingan kepada UMKM terlalu dalam karena beralasan tidak punya SDM yang mumpuni dan jumlah karyawan yang terbatas.

Pinjaman permodalan bagi UMKM juga diberikan PT Inka yang berpusat di Kota Madiun. Industri manufaktur kereta api milik pemerintah itu sudah mulai memberikan kredit permodalan UMKM sejak 1993. Hingga kini aset permodalan yang ada di masyarakat mencapai Rp8,7 miliar.

PT Inka melalui PKBL ini melakukan penyaluran permodalan. Dalam program ini memang murni sebagai dana semi-CSR (*corporate social responsibility*), sehingga PT Inka tidak menjadikan program ini berorientasi pada keuntungan. Tetapi lebih ke bentuk tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat sekitar.

Makanya dalam program penyaluran modal UMKM ini, Inka berani memberikan bunga jauh lebih murah dibandingkan perbankan yaitu sebesar 3%. Meski tidak berorientasi pada keuntungan, program ini dikelola secara profesional oleh tim khusus.

Dalam pemberian modal ini, tim juga mensyaratkan supaya calon debitur untuk menyertakan fotokopi identitas, surat rekomendasi dari kelurahanmaupun dinas yang berkaitan dengan usahanya, dan juga agunan.

Meski ada syarat agunan, namun itu bukan menjadi sesuatu yang bersifat kaku. Syarat agunan memang harus ada karena dianggap sebagai keseriusan UMKM dalam meminjam modal. Dia menyatakan agunan tersebut bisa berupa BPKB kendaraan bermotor hingga surat berharga.

Setiap tahun, Inka mengeluarkan dana permodalan UMKM senilai Rp3 miliar. Dana permodalan ini diperoleh dari perputaran uang yang telah menjadi aset program PKBL dan tambahan modal yang diambil dari keuntungan PT Inka sekitar 4%. Hartono mengklaim dana permodalan yang

dikurcurkan Inka setiap tahun selalu habis 100%. Mitra UMKM yang dibina Inka melalui program tersebut mencapai 535 unit dari berbagai daerah seperti Kota Madiun, Kabupaten Madiun, Ngawi, Magetan, Ponorogo, Tulungagung, hingga Blitar.

Pendampingan Pengelolaan Usaha

Dalam memberikan modal itu, Inka juga akan melihat prospek usahanya untuk dikembangkan. Untuk itu, saat ada UMKM yang prospek usahanya cerah namun kesulitan untuk memenuhi agunan maka aturan itu akan lebih dipermudah. Dengan catatan harus ada komitmen untuk mengembalikan modal yang dipinjam. Perputaran uang selama enam bulan usaha tersebut juga akan diteliti sebagai pertimbangan.

Setelah mendapatkan permodalan dari Inka, pelaku UMKM itu juga akan mendapatkan sederet manfaat yang diberikan. Pada awal-awal pinjaman, tim akan melakukan pendampingan dalam pengelolaan keuangan usaha. Jadi, pelaku UMKM diajari dalam membuat pembukuan keuangan supaya jelas uang masuk, uang keluar, dan keuntungan yang didapat.

Tidak hanya itu, PT Inka juga tidak segan-segan akan membiayai UMKM yang produknya layak jual untuk ikut pameran di luar negeri secara gratis. Inka yang memiliki jaringan distribusi luar negeri memberikan tempat bagi UMKM supaya lebih dikenal masyarakat internasional.

Tamu-tamu dari dalam negeri maupun luar negeri juga kerap diajak mengunjungi ke tempat-tempat UMKM saat hendak membeli oleh-oleh khas. Seperti di Kota Madiun, biasanya para tamu diajak untuk mengunjungi Butik Batik Murni. Saat ada tamu dari luar biasanya juga diberikan souvenir produk UMKM. Begitu juga saat karyawan INKA pergi keluar negeri juga membawa produk UMKM untuk souvenir

Dengan beragam kemudahan dan keuntungan yang didapat UMKM itu, ternyata PKBL mudah diterima masyarakat. Promosi program selama ini juga hanya melalui mulut ke mulut. Saat ada yang tertarik, biasanya langsung mengajukan. Selain mengandalkan fungsi jaringan itu, timnya juga menawarkan langsung kepada pelaku UMKM yang dinilai layak mendapatkan modal. Untuk pembayaran cicilan bulanan setiap mitra binaan Inka akan diberi satu account di Bank BRI. Sehingga mitra binaan hanya membayar cicilan di bank

Financial Technology

Masyarakat belum terlalu terbuka terhadap pinjaman-pinjaman modal yang dilakukan oleh perusahaan teknologi seperti perusahaan fintech atau financial technology, sehingga proses peminjaman modal melalui bank-bank konvensional masih menjadi hal yang mainstream.

Meski belum banyak dikenal di masyarakat Madiun, BRI saat ini sudah mulai merancang untuk berbagai bisnis finansial masa depan. Yakni dengan memperbanyak sistem seperti e-banking dan e-channel. Persiapan yang dilakukan ini supaya saat fintech mulai banyak dikenal, BRI sudah siap dengan masa depan sehingga bisnis perbankan tidak ditinggal oleh masyarakat.

Setiap pelaku UMKM pertanian hendak mengajukan kredit di perbankan atau lembaga lainnya harus menyertakan surat rekomendasi dari dinas. Rekomendasi dari dinas ini yang akan digunakan pihak perbankan untuk mempertimbangkan suatu usaha layak atau tidak mendapatkan kredit.

Cara pemberian bantuan kredit bagi UMKM yang dilakukan oleh perbankan memang sudah usang. Meskipun, skema yang diterapkan dalam

pembiayaan itu dianggap paling aman untuk perbankan karena ada unsur jaminan dalam setiap transaksi. Namun, ternyata dunia telah berubah. Pola-pola lama khususnya dalam pengajuan kredit usaha kini pun lama kelamaan akan ditinggal oleh masyarakat.

Kemunculan *financial technology* (fintech) di era sekarang menjadi salah satu indikasi akan adanya revolusi industri keuangan. Saat ini fintech mulai bermunculan dan secara perlahan kan memakan nasabah- nasabah perbankan konvensional.

Data yang dikutip dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) per Oktober 2018 menyebutkan perusahaan fintech yang terdaftar dan berizin di OJK ada sebanyak 72 unit. Diyakini, fintech yang belum berizin telah mulai tumbuh subur bak jamur di musim hujan.

Salah satu fintech yang sudah terdaftar di OJK, Kredit Pintar misalnya, aplikasi pinjaman ini bisa diunduh di Play Store. Dalam penjelasan di aplikasi ini disebutkan bahwa persyaratan untuk mendapatkan kredit di aplikasi ini tidak ribet. Bahkan untuk mengajukan kredit tidak membutuhkan agunan atau jaminan.

Skema Pembiayaan

Meskipun bunga yang diharus dibayar nasabah memang jauh lebih besar yaitu 14% per tahun, dibandingkan bunga KUR yang hanya 7% per tahun. Itulah yang harus dibayar dengan pengajuan kredit yang cepat tanpa agunan, bunga yang ditawarkan juga tinggi.

Seharusnya, dengan semakin berkembangnya teknologi juga berdampak pula pada perubahan skema pembiayaan kredit UMKM. Jangan sampai permasalahan klasik yaitu terkendalanya akses penyaluran modal ini hanya kalah dengan syarat administrasi yang seharusnya bisa disiasati. Ketua

Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (Hipmi) Kota Madiun, Andro Rohmana, mengatakan di era canggih zaman sekarang berbagai jenis usaha dengan memanfaatkan teknologi mulai bermunculan. Ada yang namanya penjualan online, toko online, drop shipping, hingga bisnis endorse di sosial media.

Namun, tampaknya jenis-jenis usaha tipe baru ini belum mendapatkan perhatian dari perbankan. Padahal omzet mereka pun beragam mulai ratusan ribu rupiah hingga belasan juta rupiah dari bisnis yang dikelola melalui gadget mereka. Biasanya pelaku-pelaku usaha ini didominasi kalangan muda. Sehingga wajar kalau mereka belum punya aset untuk dijadikan agunan saat hendak mengambil pinjaman di bank.

Sebenarnya banyak pelaku usaha baru yang hendak meminjam permodalan di perbankan. Tapi, karena memang harus menyertakan agunan. Mereka mundur teratur ujar dia saat berbincang . Untuk mengatasi persoalan ini, Hipmi Kota Madiun akan menjalin kerja sama dengan perbankan dalam program bapak angkat bagi UMKM. Program ini untuk menjembatani pelaku UMKM yang kesulitan mengakses permodalan dengan perbankan. Konsep yang ditawarkan dalam program ini yaitu pelaku UMKM bisa meminjam permodalan di bank dengan jaminan Hipmi sebagai bapak angkat. Namun, saat modal yang dipinjam telah cair ada sebagian dana yang ditahan oleh pengurus dan akan diberikan saat kredit sudah lunas.

2. Pemasaran

Ada permasalahan-permasalahan terkait pemasaran bagi pengusaha pemula

- a. Kebanyakan pengusaha mikro dan kecil berorientasi pada produk bukan pada konsumen. kebanyakan mereka lebih suka membuat produk produk sesuai dengan selera sendiri dan sudah cukup puas dengan produk yang

dihasilkan tanpa ada perubahan-perubahan yang disesuaikan dengan selera konsumen.

- b. Rientasi usaha yang hanya sebatas mencukupi keuangan keluarga menyebabkan pengusaha-pengusaha mikro tidak mampu naik kelas atau menjadi pengusaha kecil dan melangkah menjadi pengusaha menengah sehingga mereka sudah cukup puas dengan penghasilan yang pas-pasan dan tidak ada keinginan untuk memperbesar bisnisnya.
- c. Banyak pengusaha mikro memandang pemasaran sebagai sesuatu yang mewah sehingga banyak produk tersebut tidak mendapat sentuhan pemasaran baik dari segi bentuk/model maupun kemasan dan kemudian promosi.
- d. Adanya salah kaprah dalam memahami pemasaran dalam setiap level usaha dimana sebenarnya pada usaha mikro tidak semua aspek pemasaran diterapkan seperti merek belum menjadi perhatian utama pada usaha mikro tapi lebih kepada pengenalan produk.
- e. Pengetahuan tentang pemasaran juga masih kurang sehingga para pengusaha mikro dan kecil hanya menjalankan metode penjualan secara tradisional saja.
- f. Banyak toko-toko yang digunakan untuk penitipan kurang mau menerima produk usaha mikro karena dianggap tidak laku jadi hanya memenuhi tempat usaha saja. Terkait dengan masalah-masalah pemasaran,

Berikut solusi-solusi yang bisa ditawarkan

- a. Perjelas segmentasi
Kenali produk anda dengan baik, lalu pilihlah segmentasi pasar yang diinginkan. Menentukan segmen pasar ini banyak caranya, dan

tergantung pada produknya juga. Dengan memperjelas segmen pasar yang akan dibidik, kita akan lebih mudah menentukan strategi harga, cara beriklan, bahasa iklan, dan kepada siapa kita harus bersinergi.

b. promosi efektif dan terukur

Kalau sudah menentukan target pasar dengan jelas, akan lebih mudah untuk kita merencanakan model promosi dan strategi perencanaan pemasaran yang kita lakukan. Pilihlah beberapa dari aneka model promosi yang ada. Lalu rencanakan priodenya, besaran anggaran yang akan dikeluarkan, media apa yang akan digunakan. lalu catatlah hasilnya dengan lengkap. Mengukur efektifitas promosi misalnya dapat dilakukan dengan memberi kuisisioner pada setiap pelanggan yang datang, dari manakah dia tau informasi mengenai usaha kita. Beri hadiah kecil bagi yang bersedia mengisi kuisisioner dengfan lengkap. Data-data yang diperoleh akan memudahkan lagi untuk menentukan jenis dan model promosi yang akan kita lakukan di masa yang akan datang.

3. Membuat paket produk

Membuat paket-paket produk membuat calon konsumen mempunyai lebih banyak pilihan. Selain itu juga mampu 'memaksa' konsumen untuk membeli produk dalam jumlah yang banyak. Paket produk ini bertujuan agar konsumen membeli produk kita lebih dari satu produk, misalnya saja paket *bundling*, paket hemat, paket premium ataupun paket-paket saat periode tertentu (hari besar, hari istimewa dan sebagainya).

4. Hadiah dan iming-iming

Sering-seringlah melakukan promo dengan memberikan hadiah, paket promosi atau apa saja bentuk insentif untuk konsumen anda. Misalnya, ada

diskon khusus atau hadiah khusus jika konsumen tersebut melakukan pembelian berulang atau pembelian dalam jumlah tertentu. Pada dasarnya konsumen senang jika diberi insentif sehingga akan memotivasi untuk melakukan pembelian lebih. Insentif bisa berupa potongan harga, *gimmick* hadiah, tambahan bonus, voucher dll.

5. Lakukan variasi dan pengembangan produk

Luangkan waktu untuk melakukan pengembangan produk (*product development*). Pengembangan produk ini bisa kita lakukan dengan cara membuat varian produk/jasa yang lebih variatif. Hal yang penting dari strategi ini adalah kita peka terhadap kebutuhan konsumen. Varian produk ini bisa dalam hal ukuran yang berbeda, fitur yang berbeda, jenis produk, tipe serta variasi lainnya.

6. Saling bertukar voucher dengan pengusaha lain

Bekerja sama dengan pemilik usaha lain perlu dilakukan. Bisa dalam bentuk bundling produk, jika produk anda dapat disatukan dalam sebuah paket dengan produk atau jasa milik tetangga anda. Misalnya, anda punya produk sabun mandi, maka coba bundling produk anda dengan produk pelengkap mandi milik tetangga anda seperti lulur atau shampoo. Atau anda bisa juga bertukar voucher dengan orang lain, misalnya dengan pembelian tertentu di toko anda akan memperoleh voucher belanja 100rb di toko teman anda yang menjual produk berbeda dengan yang anda jual. Imbalannya, teman anda pun melakukan hal yang sama untuk toko anda. Ini sinergi saling menguntungkan anda juga pelanggan anda.

Jika dari sisi produksi sudah tidak lagi menjadi kendala, demikian pula dalam pemasarannya di era yang serba canggih. Era perdagangan bebas menjadikan para pelaku UKM ikut tertantang untuk memperkenalkan

produknya di dunia internasional. Ada banyak cara pemasaran UKM berbasis *online* ini, salah satunya dengan memanfaatkan *marketplace*. Platform penjualan menggunakan *marketplace* yang tersedia di dalam dan luar negeri memberikan jangkauan pemasaran yang lebih besar lagi. Beberapa *marketplace* dengan *scoop* lokal tersebut antara lain: Tokopedia, Buka Lapak, Lazada, Shopee, JD, OLX, dan beberapa lainnya. Sedangkan yang menjangkau pasar internasional dapat kita temukan di *marketplace* seperti: Alibabagroup (Alibaba dan Ali Express), eBay, Amazon, Taobao, Tmall, Flipkart, SnapDeal, Walmart, Bestbuy, Jabong, dan masih banyak lagi.

Pemasaran UKM berbasis *online* ini, bekerja sama dengan kurir atau ekspedisi yang memiliki kompetensi tinggi untuk memberikan pelayanan terbaik kepada *customer*. Tidak terkecuali soal layanan purna jual yang menjadi harga mati dalam pola pemasaran UKM berbasis *online*. Pelayanan terbaik inilah yang akan mengangkat citra pola pemasaran berbasis *online* menjadi satu-satunya alternatif terbaik di masa kini. Karena melalui pemasaran UKM berbasis *online*, jangkauannya menjadi lebih luas dan tidak terbatas. Konsumen dapat menemukan produk kita dimana pun mereka berada selama terdapat internet untuk mengaksesnya. Apalagi UKM berbasis *online* memberikan banyak kemudahan bagi konsumen untuk berbelanja, diantaranya adalah dalam hal memilih barang, pembayaran, dan pelanggan tidak perlu jauh- jauh untuk datang ke toko. Pelanggan cukup duduk manis di rumah bersama *gadget* dan akses internetnya untuk mengakses toko virtual UKM.

Bagi para pelaku UKM yang tidak ingin repot-repot mengakses *marketplace*, dapat menempuh beberapa cara seperti di bawah ini:

1. Memiliki Toko online (WEBSITE)

Website menjadi satu kebutuhan yang tidak terelakkan. Bagi UKM yang

ingin memperluas jaringannya hendaknya memiliki website sebagai tempat untuk mendisplay hasil produksi serta menjadi wadah komunikasi antara pelaku UKM dengan calon konsumen. Pelaku UKM juga dapat menjalankan teknik- teknik optimasi untuk mendatangkan banyak pengunjung ke websitenya. Hal ini juga akan mempengaruhi tingkat kepercayaan calon pelanggan serta memperbesar peluang untuk terjadi transaksi jual beli.

2. Media Sosial Sebagai Jendela Branding Dan Iklan

Para pelaku UKM dapat menggunakan berbagai media sosial untuk melakukan branding agar lebih dikenal di masyarakat luas. Selain itu media sosial juga menjadi tempat untuk beriklan gratis, tapi harus sesuai dengan patron yang ditetapkan.

Anda bisa menggunakan Facebook, Instagram, Twitter, Line, dan sebagainya. Ini merupakan peluang besar bagi pelaku UKM untuk mengiklankan usaha secara *covert selling* atau *soft selling*, namun fungsi utamanya masih sebagai media branding dan memperluas jangkauan

3. Packaging Yang Menarik Untuk Iklan

Hal ini berkenaan dengan penampilan yang “layak” jual. Selain agar tampilannya menarik pengemasan juga berfungsi untuk menjaga kesegaran produk. Gunakan bahan kemasan yang sesuai dengan jenis produk dan memenuhi syarat kesehatan (untuk makanan dan kosmetik).

4. Email marketing

Untuk strategi pemasaran online yang selanjutnya kamu bisa menjalankan email marketing. Gunakan Strategi pemasaran online

UKM dengan penawaran-penawaran menarik seperti konten copy writing. Menggunakan email marketing ini masih mendapat banyak respon baik dari calon konsumen

5. Gunakan situs penyedia iklan

Untuk metode pemasaran online UKM yang kelima, kamu bisa memasang iklan melalui situs penyedia iklan seperti, Google adwords, Facebook Ads, InstagramAds, dan masih banyak lagi. Dengan menggunakan platform iklan ini, pengiklanan produk UKM akan semakin luas dan optimal. Mereka akan membantu traffic pengunjung ke toko online menjadi semakin tinggi.

Bab 3

Tokoh-tokoh Entrepreneurship

TOKOH-TOKOH STUDENPRENEUR

Berikut adalah profil tokoh-tokoh studentpreneur di Indonesia

1. Bella Mutiah

Bisnis Rental Kamera

Bella tertarik terjun ke dunia bisnis karena ia tidak ingin merasakan kesusahan di hari tuanya kelak, apalagi menyusahkan orang lain. Ia yakin bahwa ia harus membangun impiannya sejak muda agar apa yang diinginkannya dapat tercapai. Dengan menjadi pengusaha, ia memiliki penghasilan sendiri yang dapat digunakannya untuk jajan, biaya sekolah, mentraktir adiknya, memberikan uang kepada orangtua, hingga berbagi dengan yang membutuhkan.

Omzet yang dimiliki Bella pun tidak bida dikatakan main-main. Kurang lebih Rp 9 juta berhasil ia dapatkan per bulannya. Bahkan di hari-hari spesial lainnya seperti bulan puasa, lebaran dan sebagainya, omsetnya dapat mencapai angka Rp.11 Juta per bulan.

2. Lia Lestarikat

Keinginan menjadi entrepreneur muncul ketika Lia terlibat dalam suatu proyek dengan misi mengangkat industri UKM di daerah Jombang, Jawa Timur. Di sana Lia merasakan atmosfer bisnis di lingkungan para perajin dan mulai tertarik untuk memiliki bisnis sendiri, meskipun pada saat itu impiannya masih sebatas UKM.

3. Sinta Permata Sari

Sinta mulai berpikir menjual barang impor karena peluang pasar tersebut masih terbuka lebar. Terlebih produk-produk yang ia jual lebih disukai customernya. Melalui jejaring sosial, Sinta bergerilya mempromosikan produk-produknya. Selain minim biaya promosi, jejaring sosial dirasa lebih efektif dalam menyasar target customer.

Membangun bisnis membutuhkan waktu dan pengorbanan. Sinta tidak bisa memiliki banyak waktu bercengkrama dengan teman-temannya. Meskipun terkadang ia bersama teman-temannya sesungguhnya pikirannya terbagi. Konsekuensi seperti itu memang harus dijalani Sinta. Setidaknya saat ini Sinta sudah merdeka secara finansial

Ada juga para entrepreneur muda yang saat ini sudah memiliki bisnis dengan omset ratusan juta rupiah. Berikut tokoh-tokohnya

1. IQBAL AZHARI

Lahir pada 11 Juli 1994 di Surabaya. Selain sebagai mahasiswa, ia juga seorang pengusaha bahkan di usianya yang masih muda, 21 tahun, ia sudah menjadi founder serta CEO PT. Kampung Properti Group. Dari modal nol, hingga ia mampu membangun perusahaan yang bergerak di bidang properti.

2. HAMZAH IZZULHAQ

Lahir pada 26 April 1993 di Jakarta. Ia adalah sosok sukses yang memiliki lembaga bimbingan belajar dengan nama Bintang Solusi Mandiri. Saat ini, sudah ada 3 cabang dan setiap cabang paling tidak memiliki 200 orang murid pada setiap pesertanya. Ia mampu mendapatkan omset hingga 360 juta rupiah perbulan dengan keuntungan bersih mencapai 180 juta rupiah. Selain itu, ia juga mendirikan bisnis baru bernama sofabed dengan keuntungan mencapai 100 juta rupiah perbulan.

3. *BONG CHANDRA*

Ia terkenal dengan karakternya dan prestasinya sebagai motivator termuda pada tahun 2010. Awalnya, ia hanya berdiri di depan mic sebagai motivator kelas abal-abal. Namun, ia kemudian mendirikan event organizer dimana event ini fokus pada pelatihan untuk motivasi. Bisnisnya kian membesar dan kemampuan serta kecerdasan termasuk gaya komunikasinya telah menghipnotis banyak orang.

4. *YASA SINGGIH*

Lahir pada 23 April 1995 di Bekasi. Ia adalah pengusaha sukses yang masih muda dan hanya berjualan dengan toko onlinenya. Ia menjual kaos-kaos untuk pria. Omset yang ia raih tiap bulannya mencapai 30 juta rupiah. Gaya komunikasinya juga disukai banyak orang. Wajar jika ia sering diberi kesempatan untuk berbagai di seminar, workshop juga mengisi training.

5. *ELANG GUMILANG*

Lahir pada 6 April 1985. Ia telah lulus dari ITB di jurusan pertanian. Namun, kini ia telah sukses menjadi pengusaha di bidang developer perumahan. Kesuksesannya berawal dari membangun rumah di Bogor dengan modal 300 juta. Kemudian, ia mendapatkan untung hingga 17 milyar. Ia juga sering menyabet gelar penghargaan seperti Wirausaha Muda Mandiri Terbaik pada tahun 2007 dan lainnya.

6. *DEA VALENCIA BUDIARTO*

Siapa yang tidak mengenal namanya. Penemu Batik Kultur dari Semarang ini telah membuat heboh dunia bisnis karena dengan ide unik dan kreatifnya, di umur yang masih sangat belia yakni belum mencapai 20 tahun atau saat usianya masih 19 tahun, ia sudah menjadi pengusaha sukses bidang fashion. Saat ini, sudah lebih 800 potong Batik Kultur yang ia pasarkan dalam satu bulan. Keuntungan yang didapat hingga 3,5 M per tahun atau sama dengan 300 juta per bulan.

7. *ANDREW DARWIS*

Lahir pada 20 Juli 1979 di Jakarta. Ia adalah salah satu pendiri Kaskus yang bergerak di bidang forum atau komunitas online. Dengan member lebih dari 3 juta orang di Indonesia, Kaskus yang mulai didirikan pada tahun 1999 saat ia bersama rekannya berada di Amerika, komunitas ini telah menjelma menjadi perusahaan yang memiliki keuntungan yang besar. Berbagai penghargaan bergengsi juga telah diraihinya.

8. *NADIEM MAKARIM*

Siapa yang tidak kenal dengan bos pasukan hijau ini? Ya, dia adalah penemu sekaligus CEO dari Go-Jek, layanan transportasi ojek berbasis aplikasi. Kini, Go-Jek bukan hanya ada di Jakarta melainkan sudah menyebar di hampir seluruh kota besar di Indonesia. Jangan bertanya omsetnya berapa jika para driver Go-Jek sendiri bisa mengantongi banyak penghasilan per bulannya dari mulai 3 juta sampai puluhan juta.

9. *ACHMAD ZAKY*

Tidak perlu bertanya tentang siapa Achmad Zaky ini. Dia lah sosok dibalik layar Bukalapak. Ia adalah CEO Bukalapak, sebuah marketplace online terbesar di Indonesia. Berawal dari impiannya membangun marketplace di garasinya, kini Bukalapak sudah tidak asing lagi di tengah masyarakat. Hampir semua jenis usaha UKM ada di Bukalapak.

10. *WILLIAM TANUWIJAYA*

Lahir pada tanggal 18 November 1981. Ia adalah pendiri sekaligus pemilik Tokopedia. Tokopedia mungkin bisa dikatakan saingan terberat Bukalapak di bisnis marketplace di Indonesia. Ini bisa dilihat dari sering munculnya iklan mereka di layar kaca.

4. Berbagai sikap yang dibutuhkan untuk menjadi entrepreneur sejak muda

1. Menekuni passion dan talenta

Hampir tidak mungkin seorang *entrepreneur* muda bisa sukses dan dengan hati yang senang bisa mengerjakan hal yang tidak disukai. Jauh sebelum menjadi *entrepreneur* muda di satu bidang, perlu lebih dulu diketahui dulu apa yang disukai dan talenta di bidang tersebut. Untuk jadi pengusaha di bidang kuliner, tidak harus suka memasak, tapi setidaknya suka menikmati makanan yang punya cita rasa nikmat.

Tidak harus menguasai seluruh detail di bidang yang kamu suka, tapi rasa tertarik dan kesenangan untuk bekerja di bidang itulah yang harus ada sebelum kamu memutuskan "*nyemplung*" dan mengucurkan modal Anda untuk berbisnis. Sebagai *entrepreneur* muda yang masih penuh dengan tenaga dan semangat, menemukan *passion* dan menekuninya akan membuat kamu lebih cepat berhasil.

2. Membuat target

Target yang dimaksud bukan cuma target jangka panjang yang baru bisa tercapai dalam hitungan bulan atau tahun. Sebagai *entrepreneur* muda, tentu perlu jeli melihat perkembangan usaha setiap harinya. Berbeda dengan pengusaha yang sudah puluhan tahun menjajal bidangnya, *entrepreneur* muda harus lebih giat untuk melihat target bisnis yang bisa berkembang setiap harinya.

3. Pentingnya Team building

Bekerja dengan staf yang masih belum terlalu banyak seharusnya bisa dimanfaatkan para *entrepreneur* muda untuk membentuk tim yang solid. Terlebih lagi kalau anggota tim masih berusia muda, butuh pendekatan dan supervisi yang seimbang supaya pekerjaan tetap bisa dilaksanakan dengan baik tanpa membuat tim

ada dalam kondisi tertekan. *Entrepreneur* muda, lepas dari faktor usia, harus punya jiwa kepemimpinan yang bisa membawa timnya ke level kesuksesan. Bukan berarti karena bosnya masih muda lalu tidak punya wibawa di depan anak buahnya..

4. *Mendedikasikan waktu untuk bisnis*

Namanya berwirausaha, butuh konsentrasi dan fokus yang penuh untuk bisa membuat bisnis yang dibangun berkembang sesuai rencana. Tidak jarang *entrepreneur* muda yang akhirnya meninggalkan posisinya di kantor atau perusahaan besar karena memang harus sepenuhnya mengurus bisnis.

5. *Tidak takut dengan pengalaman atau tantangan baru*

Keputusan untuk bekerja sebagai *entrepreneur* muda adalah satu langkah berani yang akan diikuti dengan langkah-langkah penuh keyakinan lainnya. Untuk membangun bisnis, *entrepreneur* muda memang seharusnya punya keberanian lebih dan tidak ragu mencoba, asalkan didukung dengan analisis risiko dan *teamwork* yang tangguh untuk terus maju walaupun ada kerikil kecil di tengah perjalanan membangun bisnis.

6. *Menyelesaikan masalah yang berat lebih*

Menunda pekerjaan dan menumpuk masalah bukanlah kebiasaan *entrepreneur* muda yang sukses. Jika memang harus bertemu dengan salah satu investor atau rekan bisnis, meskipun tidak suka dengan pertemuan tersebut, tapi harus tetap dijalankan. Menunda pertemuan hanya menambah banyak jadwal yang tetap harus dilakukan juga nantinya.

7. Merefleksikan progres bisnis

Kebiasaan lain yang dilakukan *entrepreneur* muda adalah mengevaluasi hasil kerja. Setelah melalui *trial and error* tentu berharap ada kemajuan dan semakin dekat dengan metode atau pendekatan bisnis yang paling sesuai dengan kebutuhan target pasar. Supaya bisa tahu hasilnya, *entrepreneur* muda butuh proses menganalisis kembali progres yang sudah dicapai. Butuh kejujuran terhadap diri sendiri juga agar bisa menilai seberapa jauh kemajuan atau malah ada hal yang belum sesuai dengan tujuan mendirikan bisnis tersebut.

8. Mau terima kritik dan masukan

Jiwa muda yang penuh semangat kadang tidak disertai dengan keinginan untuk mendengar, baik itu saran atau kritik. Menjadi *entrepreneur* muda harus selalu mau terima saran dan kritik karena dari situ bisa mendapat masukan untuk mengembangkan lagi produk atau jasa di bisnis yang didirikan. Ide yang *muktahir*, belum tentu mengena di hati *customer*. Jangan ragu untuk membangun komunikasi dengan pelanggan agar tahu selera dan kebutuhan pasar yang bisa dipenuhi oleh bisnis .

9. Kreatif

Belakangan ini pisang goreng bahkan jadi barang dagangan favorit para *entrepreneur* muda karena bahan dasarnya yang sederhana, tapi bisa mendatangkan banyak keuntungan. Apa yang membedakan penjual pisang goreng di *supermarket* dengan *entrepreneur* muda yang membuat usaha pisang goreng *nuggetrumahan*? Jawabannya ada pada kreativitas para *entrepreneur* muda dalam menyajikan berbagai jenis makanan/kudapan sehari-hari menjadi lebih menarik untuk dibeli orang.

Begitu juga dengan banyaknya anak muda yang berani berbisnis dan memulainya dari menjual aksesoris yang dibuat sendiri alias *handcraft*. Terus menemukan hal baru dan kreatif memodifikasi adalah kebiasaan baik *entrepreneur* muda yang bisa ditiru untuk membangun bisnis.

10. Mengambil waktu istirahat atau cuti

Kebiasaan *entrepreneur* muda untuk bekerja keras sampai lupa waktu bukan lagi isu baru. Tapi, kebiasaan ini harus kamu hindari supaya tidak jadi *entrepreneur* muda yang stres. Berlibur adalah salah satu cara untuk rehat sejenak dari rutinitas bisnis yang tidak kenal waktu. Kamu juga bisa mendapat inspirasi baru saat berlibur ke tempat yang belum pernah didatangi sebelumnya.

Bab 4

Social Entrepreneurship

Istilah social entrepreneurship menjadi topik menarik dalam perbincangan di kalangan akademisi dan praktisi pada beberapa dekade terakhir. Secara umum istilah ini dipahami sebagai aktivitas mengenal masalah sosial dan menjadikan prinsip-prinsip entrepreneurship untuk mengorganisasi, menciptakan dan melakukan suatu usaha (yang berisiko) untuk mencapai perubahan masyarakat yang diharapkan. Jadi tujuannya adalah untuk kepentingan sosial, budaya serta lingkungan, dan biasanya memiliki keterkaitan dengan kerelawanan dan sektor non-profit. Mair dan Marti menguraikan pengertian social entrepreneurship dengan, pertama: merupakan proses menciptakan nilai dengan cara menggabungkan sumber daya dengan cara baru. Kedua: gabungan sumber daya ini terutama dimaksudkan untuk menelusuri dan memanfaatkan peluang-peluang untuk menciptakan nilai sosial dengan mendorong perubahan sosial atau memenuhi kebutuhan masyarakat. Ketiga, dilihat sebagai proses, social entrepreneurship menawarkan jasa dan produk, tapi bisa juga mengarah pada terbangunnya organisasi baru (Mair dan Marti, 2006: 37) Perbincangan tentang social entrepreneurship juga sering dikomparasikan dengan commercial (business) entrepreneurship. Dunia membutuhkan keduanya, karena itu salah satunya tidak bisa dianggap lebih hebat dari yang lainnya. Namun keduanya memiliki perbedaan, yang terletak pada aspek tujuan atau apa yang berusaha dimaksimalkan untuk dicapai, (Bornstein, David & Susan Davis, 2010: 30); (Winardi, J, 2008: 4). Jika jenis yang pertama lebih dinilai dari segi manfaat yang dirasakan masyarakat,

maka yang kedua diukur dari keuntungan finansial yang diperoleh. (Setyanto P. Santosa, 2007). Dari sisi istilah, social entrepreneurship relatif baru dikenal, namun praktiknya dalam sejarah sudah terjadi sejak ratusan tahun silam, yaitu saat didirikannya beberapa yayasan/lembaga sosial antara lain: gerakan koperasi (the cooperative movement) oleh Robert Owen; sekolah perawat modern pertama oleh Florence Nightingale (Inggris); lembaga pendidikan anak usia dini oleh Maria Montessori (Italy); lembaga perlindungan dan Konservasi Taman Nasional (the National Park System) oleh John Muir (Amerika);Pembudidayaan lagi penggunaan gerabah peninggalan Mesir kuno, untuk penyimpanan makanan segar pada saat cuaca yang “panas” oleh Mohammed Bah 47 Jurnal Bisnis, Manajemen & Perbankan Vol. 2 No. 1 2016 : 31-48 P. ISSN 2338-4409 E. ISSN 2528-4649 Abba (Nigeria); Organisasi Al-Manarah, untuk menghentikan diskriminasi terhadap kaum orang-orang cacat di negaranya oleh Abbass Abbass tahun 2005 (Israel); Membantu pemuda Amerika dalam menyiapkan skill setelah lulus SMA melalui on job training olehRafael Alvarez. (http://www.ashoka.org/social_entrepreneur. 2014) Akan tetapi dari segi terminologis, istilah social entrepreneur (pelakunya) and social entrepreneurship (kegiatannya) baru pertama kali digunakan dalam literatur tentang social change tahun 1960-an dan 1970-an. Kemudian berkembang pada tahun 1980an, dengan diawali munculnya tokoh-tokoh Barat, seperti Rosabeth Moss Kanter, Bill Drayton, Charles Leadbeater dan Prof. Daniel Bell dari Universitas Harvard yang berhasil membentuk 60 (enam puluh) organisasi di seluruh dunia dengan kegiatan social entrepreneurship. (Setyanto P. Santosa, 2007) Seiring bergulirnya waktu, penggunaan istilah social entrepreneurship terus mengalami perkembangan dan tidak ditemukan kesatuan pemahaman karena sangat

bergantung pada konteksnya. Seymour mencontohkan pemahaman tersebut dari tokoh-tokoh negara maju saat ini, yaitu: Presiden Obama mengekspresikannya dengan harapan untuk mendukung organisasi-organisasi mikro non-profit (nirlaba); Cheryl Kernot (Direktur sebuah Social Enterprise di Australia) menghubungkannya dengan pusat kepedulian anak yang didanai pemerintah; sementara David Cameron (Ketua Partai Oposisi Conservative Inggris) menggunakan istilah tersebut dengan menyebut bisnis besar yang berfokus pada kualitas dan komunitas. (Seymour, Richard G. (Editor), 2012: x). Secara umum kegiatan social entrepreneurship terbagi dalam dua kategori: sektor profit dan non-profit yang mengarah pada kepentingan sosial, dengan karakteristik utama: memiliki beragam kegiatan dan proses, menciptakan nilai sosial yang berkelanjutan, menggunakan pendekatan entrepreneurial, menampilkan inovasi dan perubahan, serta ada dorongan kuat dari lingkungan eksternal. (Alain Fayolle – Harry Matlay, 2010: 46-50) Dalam perkembangannya, organisasi yang bergerak dalam bidang social entrepreneurship tidak seharusnya mengenyampingkan faktor profit. Keuntungan yang diperolehnya dimaksudkan untuk membangun kemandirian dana dalam rangka keberlangsungan visi dan misi yang diemban, yaitu mengedepankan aspek nilai dan manfaatnya bagi pemberdayaan masyarakat. (Zaim Saidi, 2005: v). Tentu perspektif ini dianggap lebih baik daripada organisasi sosial yang hanya bergantung pada donatur

48 Jurnal Bisnis, Manajemen & Perbankan Vol. 2 No. 1 2016 : 31-48 P. ISSN 2338-4409 E. ISSN 2528-4649 perorangan atau lembaga donor tertentu. Dalam konteks ini istilah social business menjadi relevan sebagai kegiatan social entrepreneurship. Dilihat dalam perspektif di atas, salah satu contoh social entrepreneur dari kalangan Muslim yang fenomenal di era kontemporer adalah Muhammad Yunus, pendiri dan manajer Grameen

Bank yang memperoleh penghargaan bergengsi tingkat dunia, Nobel Peace Prize pada tahun 2006, atas prestasinya mengembangkan usaha yang berorientasi sosial sekaligus bisnis, dengan melibatkan dan memberdayakan sekitar enam juta wanita miskin. (http://en.wikipedia.org/wiki/Social_entrepreneurship. 2014). Bagi Yunus, menjadi social business entrepreneur adalah solusi bagi masalah kemiskinan, dengan perspektif baru dalam memahami kapitalisme. (Nicholls Alex (ed.), 2006: 39-41). Atas keberhasilan usahanya tersebut, sebagaimana diakui dalam buku autobiografinya, saat itu (tahun 1991) sistem kredit mikro yang dikembangkan Grameen Bank telah dipraktikkan di sekitar enam puluh negara, (Muhammad Yunus & Alan Jolis, BookFi.org, Pdf: 1) termasuk di Indonesia.

Tentang Muhammad Yunus

Apalah arti pendidikan jika ilmunya tidak dapat dimanfaatkan untuk membantu menyelesaikan masalah yang nyata-nyata diderita masyarakat banyak? Kurang lebih pertanyaan itulah yang terngiang-ngiang di benak seorang Muhammad Yunus ketika ia baru kembali ke negaranya, Bangladesh, setelah mengantongi gelar doktor (*Doctor of Philosophy* atau Ph.D.) di bidang ilmu ekonomi dari Vanderbilt University di Tennessee, Amerika Serikat. Tidak hanya itu, ia juga sudah memiliki pengalaman sebagai asisten profesor di Middle Tennessee State University.

Perang saudara antara Pakistan Barat dan Pakistan Timur yang berujung pada kemerdekaan wilayah Pakistan Timur dan lahirnya negara baru bernama Bangladesh pada tahun 1971 adalah peristiwa yang memanggil seorang Yunus untuk kembali ke tanah kelahirannya. Sewaktu

masih di Amerika Serikat ia juga aktif menggalang dukungan untuk kemerdekaan Bangladesh sebagai negara baru.

Pada tahun 1974 Yunus yang saat itu berusia 34 tahun memutuskan pulang. Ia membawa ilmu ekonomi tingkat tinggi yang mengandung banyak filosofi dan teori dilengkapi dengan bahasa matematika yang tidak mudah pula. Yang lebih penting, ia pulang dengan membawa semangat untuk turut aktif membangun bangsa dan negaranya. Semangat itulah yang memberinya energi untuk berpikir keras mencari solusi bagi bangsanya yang pada saat itu masih didera masalah kelaparan. Wajah kemiskinan yang sangat nyata dan akut tersebut sangat mengganggu hati nuraninya. Dalam prosesnya mencari solusi, ia berakhir pada kesimpulan bahwa hampir semua teori ekonomi kompleks yang ia pelajari bertahun-tahun tidak dapat digunakan untuk mengatasi masalah kemiskinan akut tersebut. Akhirnya, Yunus memulai kembali proses belajarnya. Ia mencoba memahami masalah kemiskinan melalui observasi dan turun langsung ke lapangan. Bersama mahasiswanya ia mewawancarai masyarakat miskin di Desa Jobra, dekat Universitas Chittagong tempat ia mengajar dan menjabat sebagai Kepala Departemen Ilmu Ekonomi Perdesaan. Kaum perempuan yang dalam budaya Bangladesh saat itu kurang memiliki suara dalam proses pengambilan keputusan ekonomi rumah tangga pun turut diwawancarai.

Melalui observasi lapangan tersebut, Yunus menemukan bahwa bahwa mayoritas masyarakat miskin, termasuk ibu-ibu pembuat kerajinan bambu yang ia temui, memiliki pinjaman kepada lintah darat lokal yang dapat memberikan pinjaman dengan bunga sekitar 10% per minggu atau 520% per tahun. Yunus spontan berpikir, jika saja masyarakat miskin tersebut memiliki akses terhadap pinjaman yang menawarkan suku

bunga lebih wajar tentu mereka dapat mengalokasikan pendapatan untuk keperluan lain yang lebih baik bagi kesejahteraan rumah tangga mereka. Berangkat dari temuan awal tersebut, Yunus pun melanjutkan proses belajarnya dengan mengajak mahasiswanya membuat daftar anggota masyarakat miskin yang sedang terjerat utang kepada lintah darat. Akhirnya, didapat 42 orang. Jika dijumlahkan, total utang mereka hanya sekitar US\$2

"Ternyata jumlah uang yang membuat masyarakat miskin di sini selamanya terjerat utang amatlah kecil," ujar Yunus dalam hati. Tak perlu berpikir panjang, ia segera membantu mereka agar bebas dari jeratan utang. Berhubung total utang mereka hanya US\$27, Yunus dengan gampang merogoh kantongnya sendiri untuk membebaskan orang tersebut dari utang.

Setelah peristiwa itu, masyarakat setempat mulai memandang Yunus secara berbeda. Yunus dipandang bak malaikat yang dikirim dari langit. Mengamati fenomena tersebut, Yunus kembali berpikir, "jika untuk menjadi malaikat hanya dibutuhkan uang US\$27 tentu akan menyenangkan jika bisa membantu lebih banyak lagi. Mungkin kita bisa menjadi malaikat super."

Namun, sebagai seorang profesor Yunus tidak ingin membantu dengan cara menderma seperti yang baru saja ia lakukan. Ia lantas meneruskan proses berpikirnya untuk mendapatkan solusi yang lebih holistik dan sistematis. Solusi untuk menyediakan kredit atau pinjaman bagi orang miskin pun terlintas di kepalanya. Dengan semangat dan optimisme bahwa ide "brilian" tersebut akan disambut positif, ia menemui beberapa kolega bankirnya dan mengajak mereka menyalurkan kredit untuk masyarakat miskin.

Di luar dugaan ide yang dipikirkannya jenius itu ternyata dipandang tidak masuk akal, bahkan gila, oleh semua bankir yang ia temui. "Orang miskin itu tidak *creditworthy*, tidak layak mendapatkan kredit perbankan karena tidak akan mampu memenuhi salah satu syarat utama, yaitu memiliki aset berharga untuk dijadikan jaminan," itulah keyakinan para bankir saat itu. Orang miskin tidak memiliki jaminan sehingga dianggap berisiko tinggi dan tidak layak memperoleh kredit.

Yunus tidak puas. Ia merasa sistem yang ada saat itu tidak adil dan perlu diperbaiki. Yunus membawa ide yang sama ke tataran pengelola bank yang lebih tinggi, dari manajer sampai ke level direksi. Namun, jawaban yang ia terima selalu sama: orang miskin terlalu berisiko sehingga tidak layak mendapatkan kredit perbankan.

Setelah menjalani berbagai perdebatan yang berakhir pada penolakan idenya, Yunus akhirnya bersedia mengalah dan menyesuaikan dengan sistem perbankan yang ada. Ia menawarkan dirinya yang merupakan seorang profesor perguruan tinggi dan memiliki gaji bulanan cukup besar sebagai penjamin. Kasarnya, Yunus yang mengajukan pinjaman kepada bank dalam jumlah besar, kemudian dana tersebut ia salurkan kepada masyarakat miskin dalam bentuk produk keuangan yang disebut kredit mikro. Skenario tersebut akhirnya dapat diterima oleh bank. Yunus pun bisa mulai merealisasikan ide yang ia yakini akan dapat membantu orang miskin dalam menolong diri mereka sendiri (*helps the poor to help themselves*).

Menyadari bahwa masyarakat miskin tidak memiliki jaminan serta mayoritas tidak bisa membaca dan menulis, Yunus mengawasi langkahnya dengan keyakinan bahwa sesungguhnya setiap orang dilahirkan dengan potensi yang sama besarnya, hanya saja berada di lingkungan pendukung yang berbeda. Akibatnya, tidak semua orang dapat mengaktualisasikan potensi diri

mereka yang sesungguhnya. Ia yakin si miskin pun pasti memiliki bakat atau keterampilan yang berpotensi ekonomi.

"Everybody is born with the same potential, but not everybody lives in environment that enables them to unleash their true potential," ujarnya dengan yakin.

Yunus juga menganalogikan bahwa orang miskin itu ibarat pohon bonsai yang sebenarnya merupakan pohon besar, tetapi sengaja dikerdilkan dengan cara memaksa bibit pohon untuk tumbuh di pot yang kecil. Kurang lebih selama tiga tahun (1976–1979) Yunus mencoba dan mengevaluasi idenya melalui sebuah proyek kredit mikro untuk orang miskin (*banking for the poor*). Ternyata hasilnya benar-benar dapat mematahkan pesimisme para bankir yang pada awalnya mencemooh idenya. Memang benar orang miskin tidak memiliki jaminan, namun ternyata orang miskin di pedesaan memiliki modal sosial berupa rasa solidaritas yang tinggi. Modal sosial tersebutlah yang oleh Yunus digunakan sebagai jaminan di dalam metode penyaluran kredit mikronya.

Yunus merancang agar setiap pemohon pinjaman terlebih dulu membentuk kelompok yang terdiri dari lima orang. Anggota-anggota kelompok tidak dapat meminjam secara bersamaan, tetapi harus secara bergiliran. Anggota lain hanya bisa meminjam jika anggota yang meminjam lebih dulu telah dapat membuktikan kedisiplinan dan kejujurannya dalam membayar cicilan. Selain itu, ada pula mekanisme tanggung renteng. Dalam mekanisme ini, jika seorang anggota kelompok sedang dalam kondisi tidak bisa membayar cicilan, anggota lainnya akan patungan untuk membayarkan cicilan si anggota yang sedang mengalami kesulitan tersebut. Setiap pinjaman pertama hanya boleh dipergunakan untuk tujuan produktif atau mendukung usaha.

Dalam penyaluran kredit, Yunus merancang agar proyeknya juga memiliki preferensi kepada perempuan. Hal ini adalah praktik tidak umum di

Bangladesh yang secara sosial masih mengalami ketimpangan gender. Ketimpangan ini tercermin pada penyaluran kredit perbankan untuk perempuan yang kurang dari 1% total pinjaman bank. Dengan cakupan program 500 orang, hasil percobaannya menunjukkan tingkat pengembalian yang tinggi, yaitu sekitar 99%. Angka ini lebih tinggi daripada tingkat pengembalian pinjaman komersial perbankan pada umumnya.

Pada tahun 1981 Yunus ingin memperbesar skala proyeknya. Selain untuk memperluas manfaat, ia juga ingin menguji apakah model yang ia ciptakan itu dapat tetap efektif jika skalanya diperbesar (*scalable model*). Gajinya sebagai profesor tentu terbatas. Jika mengandalkan kekuatan dirinya sendiri, ia tidak akan dapat meminjam dana ke bank dalam jumlah yang jauh lebih besar. Akhirnya, ia menggalang dana dari beberapa lembaga donor besar, salah satunya adalah Ford Foundation yang pada 1981 memberikan bantuan sebesar US\$770.000 yang peruntukannya adalah sebagai dana jaminan pinjaman (*loan guarantee fund*). Yunus pun kemudian dapat dengan gagah kembali datang ke bank untuk mendapatkan pinjaman karena sudah memiliki komitmen dana dari Ford Foundation yang bisa dijadikan jaminan. Dengan tambahan dana yang ada, Yunus dapat menjangkau lebih dari 10.000 peserta. Tingkat pengembalian kredit mikro yang disalurkan pun terbukti konsisten sangat tinggi, yaitu sekitar 99%.

Setelah berhasil membuktikan bahwa metode penyaluran kreditnya efektif, aman (tidak berisiko tinggi seperti yang diyakini para bankir), dan dapat diperbesar skalanya (*scalable*), Yunus ingin memformalkan proyeknya menjadi suatu lembaga perbankan yang legal. Ia lantas mengadvokasi pemerintah agar mengeluarkan peraturan khusus untuk menjadi landasan berdirinya sebuah bank yang bertujuan memberdayakan masyarakat miskin yang ia beri nama Grameen Bank.

Hal ini diperlukan karena praktik operasi bank yang akan didirikannya bertolak belakang dengan praktik perbankan pada umumnya. Jika tidak ada landasan hukum baru, operasi Grameen Bank sudah hampir pasti akan melanggar banyak peraturan perbankan yang sudah ada.

Kebanyakan bank beroperasi di kota, Grameen Bank di desa. Semua bank mengharuskan ada jaminan sebelum meminjam, Grameen Bank tidak. Semua bank lebih menyukai nasabah yang kaya, Grameen Bank lebih menyukai nasabah yang miskin, malah semakin miskin semakin ingin diberdayakan oleh Grameen Bank. Mayoritas bank menysasar segmen laki-laki, Grameen Bank menysasar segmen perempuan. Semua kondisi tersebut menunjukkan bahwa praktik Grameen Bank benar-benar berbeda sehingga membutuhkan dasar hukum sendiri.

Perjuangannya membuahkan hasil. Pada tahun 1983 pemerintah Bangladesh mengeluarkan semacam undang-undang khusus yang mendasari berdirinya Grameen Bank. Di dalamnya diatur skema kepemilikan, sekitar 94% dimiliki oleh anggota atau pemanfaat Grameen Bank dan 6% dimiliki oleh pemerintah Bangladesh. Dengan adanya landasan hukum yang mendasari pendirian Grameen Bank secara legal, proyek kredit mikro yang digagas oleh Muhammad Yunus telah bertransformasi menjadi sebuah organisasi usaha legal bonafide yang memiliki misi sosial. Sejak itu, jalan Grameen Bank untuk menjalin kerja sama menjadi lebih lancar karena berbagai pihak menjadi lebih yakin bahwa Grameen Bank bukanlah sebuah organisasi abal-abal.

Sejak awal pendirian sampai awal tahun 1990-an, Grameen Bank banyak didukung oleh kerja sama pendanaan berbasis hibah atau pinjaman rendah yang suku bunganya di bawah harga pasar. Setelah berhasil

menunjukkan rekam jejak yang baik selama lebih dari 10 tahun, Grameen Bank mulai menggalang dana ekspansi usaha melalui penjualan obligasi yang secara implisit disubsidi oleh pemerintah berupa fasilitas penjaminan.

Jadi, Pemerintah Bangladesh tidak memberikan dana agar suku bunga obligasi Grameen Bank dapat dijual lebih murah, melainkan menyediakan "dana siaga" yang siap digunakan jika Grameen Bank mengalami kebangkrutan. Fasilitas penjaminan semacam ini sangat membantu Grameen Bank dalam meyakinkan banyak pihak untuk membeli obligasi perusahaannya.

Setelah pengeluaran obligasi tersebut, sumber dana Grameen Bank yang berasal dari dana-dana sosial (hibah atau pinjaman lunak) pelan-pelan menghilang dan semakin didominasi oleh sumber dana komersial. Hal ini karena perputaran usaha Grameen Bank sudah mumpuni. Begitu pula dengan kepemilikan asetnya yang kian besar sehingga memiliki cukup kekayaan yang bisa diagunkan.

Grameen Bank juga mulai memiliki anak-anak perusahaan yang mendukung penghidupan anggotanya, seperti Grameen Telecom yang menyediakan produk telekomunikasi berharga terjangkau, dan Grameen Shakti yang menyediakan fasilitas listrik, kompor, biogas, dan pupuk organik untuk meningkatkan kualitas hidup dan usaha jutaan anggotanya.

Dengan bermodalkan semangat, keyakinan, kesabaran, dan konsistensi, pada tahun 2013 Grameen Bank sudah memiliki 2.914 cabang, hampir 22.000 orang karyawan, 8,54 juta anggota, dan total aset sekitar US\$2,3 miliar. Tingkat pengembalian kreditnya pun dapat terus dijaga di atas 95%. Melihat perjuangan dan pencapaiannya, sungguh wajar jika Komite Nobel Perdamaian Dunia menganugerahkan Nobel Perdamaian 2006 padanya. Pengakuan tersebut sangat membantu penyebaran lembaga keuangan mikro

seperti Grameen Bank ke seluruh penjuru dunia. Terakhir terpantau Grameen Bank sudah memiliki 168 replikan di 44 negara, termasuk Amerika Serikat dan Kanada.

Kisah Grameen Bank ini adalah contoh nyata bahwa negara berkembang tidak selalu menyerap ilmu dan inovasi dari negara maju. Metode yang diciptakan Muhammad Yunus melalui Grameen Bank adalah bukti bahwa negara berkembang juga bisa membantu negara maju melalui inovasinya. Saat ini Muhammad Yunus sudah berusia 74 tahun. Ia masih terus bersemangat mempromosikan kewirausahaan sosial dan penanggulangan kemiskinan. Ia percaya bahwa yang dilakukannya adalah suatu proses membantu orang lain untuk mencapai kebahagiaan hidup yang lebih baik. "*Making money is happiness but making other people happier, is super happiness,*" ujar Muhammad Yunus dalam sebuah konferensi kewirausahaan sosial yang diselenggarakan oleh Sinergi Indonesia di Cibubur, pada 2014 lalu.

Mungkin itu sebabnya Muhammad Yunus tidak tampak bertambah tua sejak 10 atau 20 tahun lalu walau kegiatannya sungguh banyak dan pasti melelahkan. Ia selalu bahagia karena mencintai apa yang ia kerjakan. Ia juga selalu bersemangat karena yakin melalui keuangan mikro yang ia perjuangkan, kemiskinan absolut dapat dijadikan sejarah. "*Poverty does not belong in a civilized human society. It belongs in museums,*" demikian ucapnya di berbagai forum dengan penuh keyakinan.

Bank Graameen

Bank Grameen adalah sebuah organisasi **kredit mikro** yang dimulai di **Bangladesh** yang memberikan pinjaman kecil Dan kepada orang yang kurang mampu tanpa membutuhkan *collateral*. Sistem ini berdasarkan ide bahwa orang miskin memiliki kemampuan yang kurang digunakan. Yang berbeda dari

kredit ini adalah pinjaman diberikan kepada kelompok perempuan produktif yang masih berada dalam status sosial miskin. Pola Grameen bank ini telah diadopsi oleh hampir 130 negara didunia (kebanyakan dinegara Asia dan Afrika). Jika diterapkan dengan konsisten, pola Grameen Bank ini dapat mencapai tujuan untuk membantu perekonomian masyarakat miskin melalui perempuan. Bank ini terpilih sebagai penerima [Penghargaan Perdamaian Nobel](#) (bersama dengan Muhammad Yunus) pada tahun 2006.

Model Grameen Bank sebenarnya sudah dikenal dan diterapkan di Indonesia pada awal tahun 90an. Dua lembaga yang tergolong sebagai perintis penerapan model Grameen Bank di Indonesia adalah Bank Indonesia melalui Yayasan Pengembangan Perbankan Indonesia (YPPI) dengan proyek rintisan di Nanggung-Bogor dan LPPM-Universitas Brawijaya melalui sebuah tim yang dipimpin oleh Prof. Dr. Djumilah dengan proyek rintisan di Tangkil-Blitar pada tahun 1993. Sejak itu implementasi model Grameen Bank merebak di beberapa kawasan di tanah air baik dalam bentuk program penanggulangan kemiskinan dibawah kendali pemerintah maupun aktivitas pemberdayaan ekonomi rumah tangga miskin yang diselenggarakan oleh lembaga swadaya masyarakat. Tim Universitas Brawijaya yang kemudian menjadi Yayasan Mitra Karya memperoleh kepercayaan dari beberapa pihak (termasuk Grameen Trust dan Grameen Foundation) untuk membantu penanggulangan kemiskinan dengan model Grameen Bank di beberapa kawasan di Jawa Timur, Jawa

Program-program penanggulangan kemiskinan yang diselenggarakan oleh pemerintah Indonesia sebagian besar telah menerapkan beberapa elemen dari sistem Grameen Bank seperti pembentukan kelompok nasabah dan kredit tanpa agunan. Pihak masyarakat dan perbankan swasta juga sudah banyak yang mengadopsi model Grameen Bank dengan badan hukum berupa BPR, Koperasi dan Lembaga pembiayaan lainnya (Modal Ventura). Dengan

ketersediaan jumlah dana yang besar dan jaringan institusi yang tersebar di seluruh kawasan tanah air, pemerintah merupakan pelaku aplikasi model Grameen Bank yang paling luas wilayah kerjanya. Namun demikian, karakteristik program-program pemerintah lebih mendekati konsep Welfarists yang keberlangsungannya amat tergantung pada ketersediaan dana hibah. Program pemerintah pada umumnya hanya menerapkan model Grameen Bank secara parsial, tidak menerapkan seluruh sistem secara utuh. Salah satu alasan yang mereka kemukakan mengapa model Grameen bank tidak diterapkan dengan lengkap adalah adanya anggapan bahwa budaya masyarakat di Indonesia berbeda dengan budaya masyarakat Bangladesh.

Kekuatan model GB pada hakekatnya terletak pada kemampuan membangun modal sosial dan kedisiplinan kelompok nasabah untuk mentaati seluruh prosedur. Untuk mencapai kondisi ideal GB diperlukan kedisiplinan yang tinggi dari pihak petugas pelaksana dalam membentuk dan membina kelompok nasabah yang antara lain diwujudkan dalam seleksi yang ketat pada rumah tangga miskin yang dianggap layak untuk menjadi anggota kelompok binaan, urutan tempat duduk anggota yang tidak boleh berubah pada setiap pertemuan, pengucapan janji/ikrar nasabah setiap pertemuan kelompok dan sebagainya. Keengganan menerapkan sistem Grameen bank secara utuh khususnya menjaga kedisiplinan anggota binaan dan petugas lapang berimplikasi pada meningkatnya jumlah kasus kredit macet dan penyimpangan prosedur yang dilakukan oleh petugas lapang. Kondisi ini pada gilirannya akan memperlemah posisi keuangan lembaga dan kemudian akan diikuti oleh tersendatnya kegiatan operasional lembaga. Dalam hal ini faktor kepemimpinan dari pelaksana program sangat menentukan sejauh mana prosedur dari sistem GB bisa diimplementasikan dengan tepat dan utuh.

Salah satu lembaga keuangan mikro di Indonesia yang konsisten menerapkan model Grameen Bank secara utuh adalah PT. Mitra Bisnis Keluarga (PT.MBK), sebuah lembaga pembiayaan yang dirintis oleh Dr. Syafiq Dhanani pada tahun 2003. Lembaga yang awalnya berupa sebuah yayasan swadaya pemberi pinjaman modal pada beberapa orang wanita miskin di Tangerang ini sekarang mampu memberi pinjaman kepada ratusan ribu wanita miskin di pulau Jawa. Dari laporan bulanan PT. MBK, sampai dengan bulan Maret 2015 jumlah nasabah PT. MBK mencapai 532.724 orang yang dilayani oleh 2.269 karyawan di 290 kantor cabang yang tersebar mulai dari Tangerang sampai Banyuwangi. Dengan total aset lebih dari Rp 1 triliun pada akhir Maret 2015, PT. MBK mampu melayani kebutuhan nasabahnya dengan tingkat kemacetan kredit hanya 0,01% untuk pinjaman rata-rata sebesar Rp 1,6 juta p. Angka-angka prestasi diatas mungkin diragukan oleh beberapa kalangan yang kurang percaya. Namun penghargaan dan kepercayaan dari lembaga donor yang diterima oleh PT. MBK dari dalam maupun luar negeri merupakan bukti nyata keberhasilan lembaga ini. Lembaga donor dalam negeri yang ikut membantu pembiayaan PT. MBK antara lain : BNI, Bank Syariah Mandiri, Bank Muamalat, sedangkan lembaga donor dari luar negeri antara lain berasal dari Belanda, Belgia, Switzerland, Perancis dan International Finance Cooperation dari Bank Dunia (Dhanani, 2015).

Bab 5

Analisis SWOT dalam Praktik Bisnis

Apa yang dimaksud dengan analisis SWOT? Pengertian **Analisis SWOT** adalah suatu metode perencanaan strategis untuk mengevaluasi faktor-faktor yang berpengaruh dalam usaha mencapai tujuan, yaitu kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*), baik itu tujuan jangka pendek maupun jangka panjang.

Istilah analisis SWOT seringkali kita temukan dalam ruang lingkup ekonomi dan bisnis. Metode analisis ini tujuannya adalah untuk menggambarkan situasi dan kondisi yang sedang dihadapi dan bukan merupakan alat analisis yang dapat memberikan solusi terhadap masalah yang tengah dihadapi.

Analisis SWOT berperan penting dalam bisnis karena tujuannya untuk membuat kerangka situasi dan kondisi dalam suatu perusahaan dari sudut pandang SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Dalam artikel ini akan dibahas secara lengkap tentang pengertian analisis SWOT dan manfaatnya dalam bisnis

Pengertian Analisis SWOT Menurut Para Ahli

Agar lebih memahami apa itu analisis SWOT, maka kita dapat merujuk pada pendapat beberapa ahli berikut ini;

1. Philip Kotler

Menurut Philip Kotler, pengertian analisis SWOT adalah evaluasi terhadap semua kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, yang terdapat pada individu atau organisasi

2. Pearce dan Robinson

Menurut Pearce dan Robinson, pengertian analisis SWOT adalah bagian dari proses manajemen strategik perusahaan yang bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan utama perusahaan.

Kelemahan dan kekuatan utama tersebut dibandingkan dengan peluang dan ancaman ekstern sebagai landasan untuk menghasilkan berbagai alternatif strategi.

3. Yusanto dan Wijdajakusuma

Menurut Yusanto dan Wijdajakusuma, pengertian analisis SWOT adalah instrumen internal dan eksternal perusahaan yang bertumpu pada basis data tahunan dengan pola 3-1-5

Penjelasan mengenai pola ini adalah data yang ada diupayakan mencakup data perkembangan perusahaan pada tiga tahun sebelum analisis, apa yang diinginkan pada tahun saat dilakukan analisis, dan kecenderungan perusahaan pada lima tahun pasca analisis.

4. Freddy Rangkuti

Menurut Rangkuti, definisi analisis SWOT adalah usaha yang dilakukan berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, dan pada saat yang sama dapat meminimalisir kelemahan dan ancamana. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan.

5. Rais

Menurut Rais, pengertian analisis SWOT adalah metode analisis yang paling mendasar yang berguna untuk mengetahui topik dan permasalahan dari empat sisi yang berbeda. Hasil akhir dari analisis ini adalah arahan atau rekomendasi untuk mempertahankan atau

meningkatkan kekuatan dan peluang yang ada, serta mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman.

Unsur-Unsur Analisis SWOT

SWOT merupakan sebuah metode yang digunakan untuk membuat evaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam bisnis. Umumnya SWOT digambarkan dengan tabel pada ukuran kertas yang besar untuk memudahkan analisis hubungan antar aspeknya. Pembuatan analisis SWOT melibatkan tujuan bisnis yang spesifik dan identifikasi faktor internal-eksternal untuk mencapai tujuan tersebut.

Seperti yang sudah disinggung diatas, analisis SWOT melibatkan empat unsur utamanya, yaitu *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang) dan *Threats* (ancaman). Berikut penjelasan dari masing-masing unsur tersebut:

Manfaat Analisis SWOT

Banyak sumber yang mengatakan bahwa analisis SWOT adalah metode analisis yang paling dasar. Analisis ini bermanfaat untuk mengetahui suatu permasalahan dari empat sisi yang berbeda, yaitu kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, yang dimiliki oleh sebuah perusahaan.

Hasil dari analisis ini dapat memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kekuatan dan mempertahankan peluang, serta pada saat yang bersamaan mengurangi kelemahan dan menghindari potensi ancaman.

Analisis SWOT juga berperan sebagai instrumen yang bermanfaat dalam aktivitas analisis strategis. Dengan analisis ini, **organisasi** dapat meminimalisir kelemahan dan menekan dampak ancaman yang harus dihadapi.

Jadi, secara umum manfaat analisis SWOT adalah sebagai berikut:

- Perusahaan menjadi lebih memahami kekuatannya dan memberikan rekomendasi untuk meningkatkannya.
- Perusahaan dapat melihat suatu peluang dan dapat mempertahankan peluang.
- Perusahaan mengetahui kelemahan serta mencari solusi untuk mengurangi kelemahan tersebut.
- Perusahaan mengetahui potensi ancaman serta mencari solusi untuk menghindari ancaman tersebut.

Analisis terhadap unsur kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan. Misalnya saja menganalisis tentang kelebihan apa saja yang dimiliki perusahaan seperti dari segi teknologi, kualitas hasil produksi, lokasi strategis, atau unsur kekuatan lainnya yang lebih menekankan pada keunggulan perusahaan. Biasanya dalam analisis SWOT perusahaan cenderung akan membuat sebanyak mungkin daftar kekuatan sebagai upaya kompetisi.

Selain melihat unsur kekuatan perusahaan, sangat penting untuk mengetahui apa kelemahan yang dimiliki perusahaan. Untuk mengetahui kelemahan perusahaan bisa dengan melakukan perbandingan dengan pesaing seperti apa yang dimiliki perusahaan lain namun tidak dimiliki perusahaan Anda. Jika ingin membuat daftar kelemahan perusahaan secara lebih obyektif bisa dengan testimoni konsumen yang umumnya lebih mengetahui apa yang kurang dari sebuah perusahaan

1. Kelemahan (*Weakness*)

Selain melihat unsur kekuatan perusahaan, sangat penting untuk mengetahui apa kelemahan yang dimiliki perusahaan. Untuk

mengetahui kelemahan perusahaan bisa dengan melakukan perbandingan dengan pesaing seperti apa yang dimiliki perusahaan lain namun tidak dimiliki perusahaan Anda. Jika ingin membuat daftar kelemahan perusahaan secara lebih obyektif bisa dengan testimoni konsumen yang umumnya lebih mengetahui apa yang kurang dari sebuah perusahaan

2. Peluang (*Opportunity*)

Unsur peluang biasanya dibuat pada saat awal membangun bisnis. Ini karena bisnis dibentuk berdasarkan peluang atau kesempatan untuk menghasilkan keuntungan. Unsur peluang termasuk daftar apa saja yang memungkinkan bisnis mampu bertahan dan diterima di masyarakat, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

3. Ancaman (*Threats*)

Analisis terhadap unsur ancaman sangat penting karena menentukan apakah bisnis dapat bertahan atau tidak di masa depan. Beberapa hal yang termasuk unsur ancaman misalnya banyaknya pesaing, ketersediaan sumber daya, jangka waktu minat konsumen, dan lain sebagainya. Membuat daftar ancaman perusahaan bisa untuk jangka pendek maupun jangka panjang serta bisa sewaktu-waktu bertambah atau berkurang.

Bab 6

Isu-isu Kewirausahaan

A. Isu 1

Lulusan Perguruan Tinggi dan Minat Kewirausahaan

Salah satu indikator kemajuan negara dapat dilihat dari jumlah penduduk yang menekuni bidang entrepreneurship. Semakin maju suatu negara, semakin banyak penduduk yang bekerja menjadi entrepreneur. Hal ini merupakan sesuatu yang logis. Menjadi entrepreneur sama saja artinya menyediakan lapangan pekerjaan untuk masyarakat, yang pada akhirnya berdampak pada pengurangan angka pengangguran. Hal ini sejalan dengan yang diuraikan oleh Schumpeter yang mengatakan bahwa entrepreneur sebagai katalis utama dalam apa yang dinamakan sebagai 'destruksi kreatif' sistem pasar.[1] The Global Entrepreneurship and Development Index (GEDI) 2015 merilis 10 negara dengan jumlah entrepreneur terbanyak [2]. Negara yang masuk dalam ranking tersebut saat ini digolongkan sebagai negara-negara maju.

Sebagai suatu negara yang tergolong bukan negara maju, maka bisa diperkirakan jumlah penduduk yang bekerja sebagai entrepreneur. GEDI pada tahun 2017 kembali merilis daftar perangkingan negara-negara berdasarkan iklim entrepreneurshipnya. Ada 137 negara dan Indonesia hanya menempati posisi ke 90.[3] Hal ini menunjukkan masih lemahnya semangat entrepreneurship masyarakat.

Sedikitnya jumlah entrepreneur di Indonesia dapat dijelaskan berdasarkan dua faktor, yakni : faktor budaya dan struktural. Faktor budaya terkait dengan lemahnya mental entrepreneurship masyarakat di Indonesia. Hal ini bukan sesuatu yang aneh. Sejak jaman penjajahan Belanda,

masyarakat sudah dikotak-kotakkan berdasarkan keinginan penjajah. Tingkat pertama atau lapisan sosial paling atas ditempati golongan bangsa penjajah sendiri. Lapisan kedua adalah etnis asing non Belanda : China dan Arab. Mereka pada umumnya berprofesi sebagai pedagang atau pengusaha. Lapisan berikutnya adalah masyarakat Indonesia yang bekerja sebagai pamong desa. Lapisan terakhir adalah masyarakat Indonesia yang bekerja sebagai petani. Pamong desa atau sekarang dikenal sebagai pegawai pemerintahan (PNS) adalah profesi yang lebih terhormat dibandingkan petani. Padahal, pegawai pemerintahan pada saat itu fungsinya hanya bekerja di kantor pemerintahan Belanda atau sebagai bawahan penjajah Belanda. Belanda. Pemerintah Belanda sengaja menutup akses atau kesempatan masyarakat Indonesia menjadi pengusaha atau pedagang. Tindakan tersebut bukannya tanpa alasan. Dengan tidak adanya masyarakat pribumi yang bekerja sebagai pengusaha atau pedagang, maka jantung perekonomian negara Indonesia sepenuhnya dikuasai asing. Pengetahuan masyarakat Indonesia hanya berkutat tentang pekerjaan administrasi atau pertanian. Kesimpulannya, usaha penjajah untuk melakukan pembodohan kepada masyarakat Indonesia dilakukan secara sistematis dan terorganisir. Ditambah lagi sesudah tahun 1945, fokus pemerintah Indonesia lebih fokus pada politik dibandingkan ekonomi. ([4]). Hal itu menjelaskan faktor penyebab lemahnya budaya entrepreneurship masyarakat Indonesia. Kondisi itu diperburuk dengan minimnya dukungan pemerintah terhadap sektor entrepreneurship. Bantuan berupa pinjaman modal dari pemerintah melalui lembaga bank dianggap memiliki prosedur yang terlalu rumit. Ditambah lagi nilai bunga pinjaman yang tidak ramah bagi kalangan entrepreneurship. Legalisasi usaha juga terkendala biaya yang tidak murah.

Entrepreneurship tampaknya menjadi pilihan terakhir bagi sebagian besar generasi muda Indonesia. Para lulusan Perguruan Tinggi lebih tertarik menjadi karyawan swasta dan PNS. Penyebabnya tentu adalah faktor kepastian penghasilan dan prestise sosial. Profesi sebagai PNS atau karyawan swasta mendapat gaji rutin perbulan. Penghasilan entrepreneur terutama para pemula tidak bisa dipastikan, bahkan cenderung mengalami kerugian. Kesuksesan entrepreneur tidak bisa diraih dalam waktu satu atau dua bulan. Butuh kerja keras selama bertahun-tahun untuk meraih kesuksesan. Tidak cukup hanya kerja keras tapi juga kesabaran, ketelatenan, kegigihan dan juga inovasi. Prestise pun hanya didapatkan oleh entrepreneur yang telah sukses.

Profesi entrepreneur hanya dilirik oleh para pensiunan karyawan swasta atau PNS. Keputusan untuk menjadi entrepreneur di masa senja ini didasari oleh ketiadaan penghasilan tetap lagi, walaupun ada hanya sebatas uang pensiun yang tidak terlalu besar. Pada masa tua tentunya energi tentu sudah tidak sebanyak seperti saat masih muda. Padahal untuk menjadi seorang entrepreneur dibutuhkan kreatififitas, inovasi ataupun energi yang tentunya lebih banyak dimiliki orang-orang muda. Bukan keputusan yang salah, tetapi tentunya tergolong terlambat ketika memutuskan menjadi entrepreneur di masa tua.

Untungnya, lemahnya budaya entrepreneur masyarakat Indonesia ini kemudian disadari oleh pemerintah. Berbagai program berusaha digagas dalam rangka menarik minat masyarakat berentrepreneurship. Kementrian Koperasi dan UKM kembali mencanangkan Gerakan Kewirausahaan Nasional tahun 2018. Pengembangan Kewirausahaan dengan fokus kegiatan, diantaranya melalui pemasyarakatan kewirausahaan, pelatihan kewirausahaan bagi masyarakat dan wirausaha pemula, permodalan dan juga dana bergulir bagi

wirusaha pemula. Yang lain adalah fasilitas promosi dan pameran serta fasilitas Hak Cipta, Hak Merk, IUMK bagi wirusaha pemula. (Lihat : <https://www.antaraneews.com/berita/669592/kemenkop-galakkan-program-gerakan-kewirusahaan-nasional>).

Lembaga-lembaga pendidikan juga tidak mau kalah, mulai dari tingkat Sekolah Dasar sampai Sekolah Menengah Atas berusaha mengadakan program-program kewirusahaan walaupun sifatnya sederhana. DIKTI dan Perguruan Tinggi memiliki program Kompetisi Bisnis Mahasiswa Indonesia (KBMI) 2017. Program ini bertujuan untuk menumbuhkan karakter bisnis; membangun keterampilan wirusaha; dan menumbuhkembangkan wirusaha baru. (Lihat : <https://www.ut.ac.id/pengumuman/2017/05/program-kompetisi-bisnis-mahasiswa-indonesia-2017>)

Proposal kewirusahaan yang lolos kompetisi akan diberikan modal sampai puluhan juta untuk mempraktekkan bisnisnya. Ditambah lagi kewajiban bagi setiap prodi untuk menyelenggarakan mata kuliah Kewirusahaan. Sekolah atau universitas berwawasan kewirusahaan pun mulai bermunculan di Indonesia. Sebut saja Universitas Ciputra yang menawarkan beberapa program studi yang semuanya diarahkan pada pengembangan jiwa entrepreneurship. (Lihat: <https://www.ciputra.com/en/portfolio/universitas-ciputra-surabaya/>)

Walaupun program-program kewirusahaan tersebut sudah berusaha digalakkan, geliat munculnya para wirusaha muda masih terlihat minim. Tidak banyak lulusan perguruan tinggi yang bersedia menjadi entrepreneur. Berdasarkan fenomena tersebut, maka penelitian ini ingin melihat: pertama, karakteristik sosial ekonomi lulusan PT yang memilih menjadi entrepreneur. Kedua, yang ingin dikaji adalah tentang rasionalitas para entrepreneur. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori tindakan Weber. Weber

menggunakan klasifikasi dari empat tindakan, yang dibedakan dalam konteks motif para pelakunya, yakni : tradisional, afektif, rasionalitas nilai dan rasionalitas instrumental Ada dua sub tema yang ingin dibahas dalam penelitian ini,yakni karakteristik sosial ekonomi dan rasionalitas subyek penelitian

A. Karakteristik Sosial Ekonomi Subyek Penelitian

Sebelum menganalisis jenis tindakan yang dilakukan, berikut adalah karakteristik sosial subyek dalam penelitian ini. Berdasarkan tabel di atas, subyek penelitian yang meneruskan bisnis orangtua ada tiga orang, yakni di bidang peternakan ayam, owner toko bangunan dan owner warung. Lainnya adalah usaha yang sedang dirintis sendiri. Ada dua model kewirausahaan berdasarkan asal kepemilikan awal usaha, yakni berwirausaha dengan cara meneruskan usaha milik orangtua atau berwirausaha mengawali dari nol (bukan usaha milik orangtua). Orangtua yang berprofesi menjadi entrepreneur pada umumnya menginginkan si anak meneruskan usaha yang sudah dirintis orangtua atau setidaknya tidak menginginkan si anak menjadi karyawan. Sebaliknya, orangtua yang tidak memiliki profesi sebagai karyawan, adakalanya tidak setuju dengan pilihan yang diambil oleh si anak. Orientasi anak-anak yang orangtuanya berprofesi sebagai entrepreneur juga bervariasi :

- Bersedia meneruskan usaha orangtua atas dasar kemauan sendiri
- Bersedia meneruskan usaha orangtua atas dasar keterpaksaan
- Tidak bersedia meneruskan usaha orangtua.

Para subyek penelitian yang bersedia meneruskan usaha orangtua atas dasar kemauan sendiri akan terus belajar tentang cara mengembangkan usaha dalam rangka meningkatkan omset usaha. Bahkan,

salah satu subyek penelitian mengatakan bahwa tujuan menempuh pendidikan tinggi adalah untuk memperluas jaringan pemasaran.

Tabel Linearitas Profesi dengan Pendidikan dan Pekerjaan Orangtua

No	Nama	Pendidikan	Pekerjaan Orangtua	Profesi
1	Tamsir (37 tahun)	D2 IAIN PGSD S1 Sastra Indonesia IAIN	Petani	Owner Percetakan, fotocopi dan foto
2	Muhammad Dzulkipli (25 tahun)	S1 Sosiologi	Warung	Warung
3	Heranadya Dwi Evellyna (25 tahun)	S1 Manajemen Keuangan	Karyawan swasta perbankan	Owner Online Shop (beauty care, pa dan action figure)
4	Hadrean Renanda (33 tahun)	S1 Ilmu komunikasi S2 Management of Finance	Pensiunan PT Semen Gresik	Owner Event organizer dan kafe
5	Widodo Basuki (25 tahun)	S1 Siosilog	Penggemukan sapi kurban, kuliner ayam bakar dan jual beli ayam online	Penggemukan sapi kurban, kuliner ay ayam online
6	Rahmawati (25 tahun)	D3 Kebidanan D4 Kebidanan	Pengusaha toko material dan bangunan	Owner toko material dan bangunan
7	Nur Fathimah (27 tahun)	Manajemen	Pedagang ayam dan sayur	Owner percetakan undangan, souvenir d
8	Nita Dwi Retno 38 tahun)	Akuntansi	Mantri puskesmas	Owner toko pakaian
9	Endang Triwahyuni	D3 Sekretaris	Angkatan Laut	Owner fotocopy, print dan percetakan

Tabel di atas menunjukkan bahwa ada tiga subyek penelitian yang bidang usahanya relevan dengan latar belakang pendidikan, yakni : owner EO dan kafe, owner online shop dan owner percetakan undangan. Lainnya menunjukkan latar belakang keilmuan yang berbeda dengan bidang entrepreneurship yang ditekuni saat ini. Selain itu, berdasarkan tabel di atas dapat dilihat juga jenis latar belakang pendidikannya bersifat murni atau vokasional . Subyek penelitian dengan pendidikan vokasional hanya tiga, yakni : PGSD, kebidanan dan sekretaris. Namun, bidang entrepreneur yang ditekuni tidak sama dengan bidang ilmu vokasional yang ditempuh di perguruan tinggi.

Latar belakang keilmuan yang relevan dengan pekerjaan tentu mempermudah subyek penelitian dalam menekuni profesi entrepreneur. Hal ini bisa dilihat pada dua orang subyek penelitian yang berprofesi sebagai owner EO dan owner bisnis online. Ilmu komunikasi erat kaitannya dengan media, maka sesuai dengan profesi subyek penelitian sebagai owner EO. Sedangkan subyek penelitian yang berprofesi sebagai owner bisnis online menjelaskan usahanya sekarang awalnya adalah hanya untuk memenuhi tugas perkuliahan. Dua subyek yang lain dengan latar belakang keilmuan murni (S1 Sosiologi) dipermudah oleh bisnis yang sudah dirintis oleh orangtuanya. Untuk keilmuan sosial murni seperti sosiologi tentunya tidak banyak bidang entrepreneurship yang relevan dengan perkuliahan.

Berdasarkan tabel di bawah ini, dapat dilihat ada beberapa motivasi subyek menjadi entrepreneurship, tapi yang paling umum adalah fleksibilitas waktu dan tidak senang diperintah orang lain. Beberapa subyek penelitian memiliki pengalaman bekerja pada orang lain dan mereka merasa tidak nyaman. Rasa tidak nyaman tersebut dikarenakan harus mematuhi perintah atasan, beban kerja yang terlalu berat dan gaji yang tidak berkembang. Bahkan seorang subyek penelitian menjelaskan walaupun laba usaha yang ditekuninya tidak sebesar gaji karyawan, subyek tetap memilih mengembangkan usahanya sendiri.

Tabel Motivasi dan Hambatan/Tantangan Entrepreneur

No	Nama	Motivasi	Hambatan/ Tantangan
1	Tamsir	Menata kehidupan lebih mapan Tidak terikat instansi lain	Modal Promosi masih sederhana Persaingan usaha
2	Muhammad Dzulkifli	Kepercayaan dari orangtua Tidak berkembang bila menjadi karyawan Tidak ada jaminan hari tua bila menjadi karyawan Tidak terikat waktu Sulit mencari pekerjaan sebagai PNS	Orangtua susah diajak mengembangkan usaha Kurang tenaga Tingkat penjualan menurun
3	Heranadya	Mencari penghasilan sendiri saat kuliah Fleksibel dalam soal waktu	Tidak ada support dari ortu Awal tidak tahu apa-apa tentang olshop Belum mengetahui harga pasaran barang on keseluruhan Susah mencari supplier offline Susah mencari supplier online yang murah
4	Hadrean Renanda	Sesuai dengan bidang ilmunan Fleksibel dalam soal waktu Tidak tertarik menjadi karyawan	Bisnis EO kurang laku di Surabaya
5	Widodo Basuki	Meneruskan usaha ortu Cita-cita sebelum masuk kuliah	Penyakit yang menyerang ayam atau sapi
6	Rahmawati	Tidak suka bekerja ikut orang Pilihan jurusan perkuliahan ditentukan ortu, sehingga tidak tertarik dengan bidang tersebut	Tidak sesuai dengan jurusan perkuliahan
7	Nur Fathimah	Tidak suka bekerja ikut orang Lebih bebas Orangtua menyarankan punya usaha sendiri	Belum ada pengalaman membuka usaha sendiri
8	Nita Dwi Retno	Memperbaiki ekonomi Bekerja pada orang lain lebih berat dan banyak	Resiko kerugian Minimnya pengetahuan pemasaran
9	Endang Triwahyuni	Penyaluran hobi Kerja lebih santai Bisa sambil mengurus anak	Minim modal Resiko kerugian

Selain itu berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui beberapa kendala yang dihadapi oleh subyek penelitian. Kendala yang paling umum adalah masalah modal dan kurangnya pengetahuan terkait usaha yang ditekuni. Sebagian besar subyek penelitian mengaku modal awal berusaha adalah uang sendiri, bukan pinjaman dari bank. Setiap bank, baik negeri maupun swasta, memang memiliki program penyaluran kredit untuk

entrepreneur. Tetapi, fakta di lapangan, tidak banyak pengusaha skala mikro yang memanfaatkan program tersebut. Hal tersebut bisa dikarenakan faktor ketidaktahuan, rumitnya prosedur bank atau pun bunga pinjaman yang terlalu besar. Terkait dengan pengetahuan entrepreneurship yang biasanya menjadi kendala awal, para subyek penelitian terus berupaya belajar, baik melalui pengalaman ataupun browsing dari dunia internet. Media online tampaknya banyak berperan dalam kesuksesan entrepreneur saat ini, baik dalam hal mempromosikan produk, mencari supplier, berkomunikasi dengan customer dan juga terkait pengetahuan tentang entrepreneur yang banyak dimuat di website atau blog

B. Rasionalitas Menjadi Entrepreneur

Bila dikaji berdasarkan rasionalitas Weber, maka ada beberapa klasifikasi model motif para subyek penelitian memilih menekuni usaha entrepreneurship.

1. Tindakan afektif

Motif tindakan afektif “ Apa boleh buat saya lakukan” Bila dilihat dari konteks penelitian ini, subyek penelitian merasa tidak ada pilihan pekerjaan lain selain menjadi entrepreneur. Hal ini bisa dilihat dari subyek penelitian yang bernama Rahmawati (disingkat R). Walaupun latar belakang keilmuannya bersifat vokasional (kebidanan), R tidak tertarik untuk membuka praktik sendiri sebagai bidan. Jurusan kebidanan yang sudah ditempuh oleh R sebenarnya adalah pilihan orangtuanya. R memilih meneruskan usaha orangtua dibandingkan bekerja sebagai karyawan. Alasannya karena R tidak senang ikut bekerja pada orang lain. R sebenarnya pun tidak dilatih oleh orangtuanya untuk menjadi wirausaha. Usaha orangtua sebenarnya akan diserahkan pada kakaknya. R pun merasa

mengalami kesulitan dalam mengelola usaha milik orangtuanya tersebut dikarenakan tidak sesuai bidang keilmuan yang selama ini ditempuhnya. Dengan kata lain, R sebenarnya mengalami disorientasi pekerjaan.

2. Tindakan Berorientasi Nilai atau Rasionalitas Nilai

Motif tindakan rasionalitas nilai “ Yang saya tahu hanya melakukan ini” Setiap individu tentu memiliki nilai atau norma yang berfungsi sebagai pedoman hidup. Nilai atau norma ini yang kemudian dijadikan panduan terkait keputusan subyek untuk menekuni entrepreneurship. Nilai-nilai tersebut adalah :

- Nilai kebebasan individu : Lebih baik memiliki usaha sendiri daripada menjadi karyawan
- Nilai keintiman dengan keluarga :Memiliki kebebasan waktu untuk merawat anak-anak, melaksanakan kepercayaan yang didapat dari orangtua
- Nilai kebermanfaatn sosial : Membuka lapangan pekerjaan untuk orang lain

3. Tindakan berorientasi tujuan atau rasionalitas instrumental

Motif tindakan rasionalitas tujuan : “ Tindakan ini paling efisien untuk mencapai tujuan ini, dan inilah cara terbaik untuk mencapainya”

Semua subyek penelitian memiliki rasionalitas instrumental. Menurut para subyek, entrepreneurship dengan segala hambatan atau tantangannya adalah pilihan pekerjaan yang paling baik. Hal ini tampak pada usaha para subyek untuk belajar mengembangkan usaha dan keberanian untuk mengambil resiko. Hanya saja tingkatan rasionalitas instrumental tiap subyek tentu berbeda. Para subyek penelitian dengan

tingkatan rasional instrumental yang tinggi memperhitungkan setiap langkah yang diambilnya. Hal ini bisa dilihat dari strategi-strategi yang dilakukan oleh subyek penelitian :

- Membangun jaringan ketika masih duduk di bangku perkuliahan. Jaringan sosial memegang peranan penting untuk membangun sebuah bisnis [6]
- Menekuni bidang entrepreneurship yang relevan dengan jurusan perkuliahan
- Menggali pengetahuan dari internet tentang bidang yang ditekuninya. Kewirausahaan merupakan sesuatu yang bisa dipelajari. [7]

Pada dasarnya tindakan yang dilakukan oleh para entrepreneur ini tidak hanya mengandung satu motif saja. Berikut tabel yang menunjukkan jenis-jenis rasionalitas yang dimiliki oleh setiap subyek peneliti

Tabel Jenis Rasionalitas Menjadi Entrepreneur

No	Nama	Profesi	Jenis rasionalitas
1	Tamsir	Owner Percetakan, Fotocopi dan foto	Instrumental
2	Muhammad Dzulkifli	Warung	Nilai Instrumental
3	Heranadya	Owner <i>Online Shop</i> (beauty care, pakaian pria, hijab printing dan action figure)	Instrumental
4	Hadrean Renanda	Owner Event organizer dan kafe	Nilai - Instrumental

5	Widodo	Penggemukan sapi kurban, kuliner ayam bakar dan jual beli ayam online	Instrumental
6	Rahmawati	Owner toko material dan bangunan	Afektif Instrumental
7	Nur Fathimah	Owner percetakan undangan, souvenir dan hantaran	Nilai Instrumental
8	Nita Dwi Retno	Owner toko pakaian	Instrumental
9	Endang Triwahyuni	Owner fotocopy, print dan percetakan	Nilai Instrumental

Saat ini, profesi sebagai PNS atau karyawan swasta masih menarik minat sebagian besar lulusan perguruan tinggi, baik jurusan ilmu murni maupun vokasional. Tetapi, hal tersebut tidak menghalangi niat para entrepreneur muda tersebut untuk terus berusaha mengembangkan usahanya. Hal ini tidak lepas dari motif rasionalitas instrumental yang dimilikinya. Motif ini adalah motif paling 'cerdas' dibandingkan dengan kategori motif yang lain dikarenakan orang bertindak bukan karena sekedar tradisi, afektif atau nilai, melainkan pertimbangan matang secara logika dan keilmuan.

Saran yang dihasilkan dari penelitian ini adalah semakin perlunya perguruan tinggi menumbuhkan mental entrepreneurship di kalangan mahasiswa. Bagi prodi-prodi yang bersifat vokasional, hal ini tentu lebih mudah. Prodi hanya perlu melakukan lebih banyak sosialisasi tentang kompetisi program kewirausahaan yang diadakan secara internal maupun eksternal oleh PT. Program kewirausahaan pada umumnya kurang menarik

minat mahasiswa dari prodi ilmu murni karena adanya kebingungan tentang linearitas ilmu yang selama ini dipelajari. Prodi ilmu murni perlu melakukan semacam kajian tentang bidang-bidang entrepreneurship yang relevan dengan ilmu yang selama ini dipelajari oleh mahasiswa.

B. Isu 2

Gender dan Kewirausahaan

Penelitian yang didukung oleh Joanne Cohoon of the National Council of Women in Technology (NCWIT) ini membuktikan, ternyata hampir tidak ada perbedaan nyata antara laki-laki dan perempuan dalam berwirausaha. Dengan kata lain, jenis kelamin tidak menentukan kemampuan wirausaha seseorang. Selain itu, penelitian ini juga membuktikan bahwa laki-laki dan perempuan memiliki banyak kesamaan, antara lain:

1. Sama-sama memiliki gairah atau keinginan yang sama kuat untuk memiliki kekayaan.
2. Keduanya memulai bisnis mereka untuk merealisasikan ide bisnis mereka.
3. Mereka sama-sama menikmati budaya *start-up* atau merintis usaha dari bawah.
4. Laki-laki dan perempuan yang membangun bisnis biasanya berawal dari kelelahan atau kejenuhan bekerja untuk orang lain yang menjadi bos

Tetapi, walaupun memiliki passion yang sama, perempuan tampaknya memiliki hambatan atau tantangan yang lebih besar dalam memulai bisnis. Baru-baru ini Dell mengumumkan hasil survei *Global Women Entrepreneur Leaders Scorecard* dalam acara pertemuan tahunan keenam *Dell Women's Entrepreneur Network*. Survei ini memaparkan

bagaimana perbedaan berbasis *gender* yang memengaruhi bisnis wirausaha perempuan di 31 negara. *Scorecard* ini khusus meneliti berbagai tantangan dan kesempatan bagi wirausaha perempuan untuk mendirikan, mengembangkan, menciptakan lapangan kerja, dan membuat terobosan-terobosan di industri mereka. Melanjutkan penelitian yang disponsori Dell tahun 2013 dan 2014, *Scorecard* 2015 ini mengevaluasi lima kategori besar di 31 negara: lingkungan bisnis, akses sumber daya, kepemimpinan dan hak, kesempatan bagi wirausaha perempuan, dan potensi pertumbuhan tinggi untuk bisnis yang dimiliki perempuan. Lebih dari 70% dari 31 negara yang diteliti memiliki skor kurang dari 50% dalam hal kesenjangan pertumbuhan signifikan antara bisnis yang dimiliki pengusaha laki-laki dan perempuan di seluruh dunia (riset ini meneliti 76% dari GDP global). Meski Amerika Serikat menempati peringkat pertama *scorecard* karena lingkungan bisnis yang secara umum mendukung, negara ini hanya mencatat skor 71% untuk seluruh kategori.

Hasil *scorecard* menyebutkan, perempuan membutuhkan kesetaraan akses terhadap sumber daya. Masih terdapat kesenjangan besar antar negara dalam hal akses ke sumber daya penting, seperti pendidikan, Internet, kepemilikan rekening di bank, dan program-program pelatihan untuk Usaha Kecil dan menengah (UKM). Inggris menunjukkan akses yang nyaris setara di beberapa kategori dengan 87% wanita memiliki akses internet dan hampir 100% memiliki rekening di bank. Sebaliknya, di Pakistan, negara dengan skor terendah di kategori ini, hanya 10% wanita memiliki akses internet dan hanya 3% memiliki rekening di bank.

Hasil lain menunjukkan akses terhadap pertumbuhan modal dan lingkungan yang mendukung inovasi masih menjadi tantangan bagi wirausaha perempuan, bahkan di lingkungan bisnis modern. Lalu, peran

pemimpin masih didominasi pria. Dan, perbedaan berbasis *gender* masih mengekang para wirausaha. Berdasarkan hasil survey di 31 negara, perempuan memiliki kemungkinan sangat kecil untuk mengenal seorang wirausaha. Ini artinya perempuan sulit menemukan panutan dan jaringan ke komunitas wirausaha sehingga berdampak pada inisiatif mereka untuk memulai usaha. 68% perempuan di negara-negara tersebut melihat sangat terbatasnya kesempatan mereka untuk memulai usaha dibandingkan laki-laki. Tapi, hampir di semua negara tersebut para perempuan percaya mereka memiliki kemampuan yang sama dengan rekan laki-laki mereka untuk mendirikan usaha.

C. Isu 3

Relevansi Pendidikan Kewirausahaan Di Perguruan Tinggi

Pendidikan kewirausahaan atau *entrepreneurship* akan semakin digalakkan di perguruan tinggi agar lulusan perguruan tinggi mampu mandiri. Pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi diharapkan bisa menyiapkan mahasiswa untuk berani mandiri, tidak lagi terfokus menjadi pencari kerja. Apalagi data pengangguran terdidik di Indonesia menunjukkan, semakin tinggi pendidikan seseorang, semakin rendah kemandirian dan semangat kewirausahaannya.

Tahun 2008, Indonesia mendapat ranking 1 di Asia dalam jumlah pengangguran tertinggi. Hal ini dianggap mengancam stabilitas kawasan Asia mengingat secara keseluruhan jumlah penduduk Indonesia lebih besar daripada negara-negara tetangga. Meskipun ditengarai turun sekitar 9% dari tahun 2007, tapi secara umum angka ini tetap saja dianggap yang tertinggi di Asia. Lalu bagaimana prediksi tahun 2009 ini?

Berdasarkan hasil survei tenaga kerja Badan Pusat Statistik bulan Februari dan Agustus 2009 memprediksi akan naiknya angka pengangguran di Indonesia sekitar 9%. Sementara angka pengangguran terbuka di Indonesia per Agustus 2008 mencapai 9,39 juta jiwa atau 8,39 persen dari total angkatan kerja. Dari jumlah tersebut, pengangguran dengan gelar sarjana sekitar 12,59%. Dari data di atas, sudah sangat jelas Indonesia mempunyai permasalahan yang tidak ringan dalam mengatasi pengangguran, utamanya yang bergelar sarjana. Sudah kuliah bayar mahal, ujung-ujungnya menganggur juga.

Bila tidak segera diatasi, angka ini bukannya semakin turun tapi akan melonjak naik. Apalagi bila mengingat tiap tahun ada dua gelombang wisuda di tiap Perguruan Tinggi (PT), maka tinggal mengalikan saja jumlah tersebut dengan jumlah PT di Indonesia. (Kompas 23 Desember 2009)

Bagi sarjana yang sudah mendapat pekerjaan pun, nasib mereka masih terancam juga dengan PHK mengingat kondisi perekonomian Indonesia yang masih saja belum bangkit dari keterpurukan. Krisis global yang menginduk kepada Kapitalisme berimbas juga pada semakin tingginya angka pengangguran. Bila sudah begini, ke mana lagi akan mencari solusi atas tingginya pengangguran sarjana ini?

Berapa persen minimal wirausahawan di sebuah negara? Untuk menjadi negara maju, sebuah negara paling tidak harus memiliki dua persen dari jumlah penduduk. Di Amerika, misalnya, terdapat sekitar 11 persen wirausahawan dari jumlah penduduk, Singapura sekitar 7 persen, dan di Indonesia baru sekitar 0,18 persen. Pola menciptakan lapangan kerja di dunia sudah berubah. Dulu pembukaan lapangan kerja menjadi tanggung jawab pemerintah. Sekarang semua pihak baik pemerintah, pengusaha, dan lembaga pendidikan bertanggung jawab menciptakan lapangan kerja.

Pendidikan kewirausahaan mesti berjalan secara berkesinambungan dan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari seluruh proses pendidikan di perguruan tinggi. Upaya tersebut perlu dilakukan untuk mengatasi pengangguran terdidik yang terus meningkat dengan menyiapkan lulusan perguruan tinggi yang tidak hanya berorientasi sebagai pencari kerja, tetapi juga sebagai pencipta lapangan kerja. Sampai saat ini, sebanyak 82,2 persen lulusan perguruan tinggi bekerja sebagai pegawai. Adapun masa tunggu lulusan perguruan tinggi untuk mendapatkan pekerjaan selama enam bulan hingga tiga tahun.

Tingginya jumlah pengangguran berpendidikan tinggi menunjukkan, proses pendidikan di perguruan tinggi kurang menyentuh persoalan-persoalan nyata di dalam masyarakat. Perguruan tinggi belum bisa menghasilkan lulusan yang mampu berkreasi di dalam keterbatasan dan berdaya juang di dalam tekanan.

Dengan gencarnya pendidikan kewirausahaan, baik yang diintegrasikan dalam kurikulum maupun kegiatan kemahasiswaan, pada 2014 ditargetkan sebanyak 20 persen lulusan perguruan tinggi berhasil menjadi usahawan. Penciptaan komunitas usahawan dari kalangan dosen dan lulusan perguruan tinggi ini ditargetkan bisa mempercepat penambahan jumlah usahawan Indonesia yang saat ini baru berjumlah 0,18 persen dari ideal 2 persen yang dibutuhkan untuk menggerakkan pertumbuhan ekonomi bangsa.

Perguruan Tinggi sejak awal telah menyertakan pendidikan kewirausahaan dalam kurikulumnya. Diharapkan dengan adanya pendidikan kewirausahaan tersebut, mahasiswa dapat mengembangkan jiwa usaha yang ditunjang dengan kemampuan berbahasa asing serta kemampuan dalam keilmuan komputer. Sehingga ketika lulus nanti mahasiswa dapat secara langsung menerapkan keilmuannya di masyarakat.

Peran Pendidikan Tinggi Dalam Memotivasi Mahasiswa Menjadi Wirausahawan

Tingginya angka pengangguran yang ditamatkan pendidikan tinggi di Indonesia mengalihkan perhatian kita untuk memburu model pendidikan macam apa yang cocok saat ini diterapkan di perguruan tinggi. Untuk menjawab persoalan tersebut di setiap perguruan tinggi saat ini sudah mulai mirintis program pendidikan kewirausahaan.

Program Pengembangan Kewirausahaan dilaksanakan untuk menumbuhkembangkan jiwa kewirausahaan pada para mahasiswa dan juga staf pengajar serta diharapkan menjadi wahana pengintegrasian secara sinergi antara penguasaan sains dan teknologi dengan jiwa kewirausahaan. Selain itu diharapkan pula hasil-hasil penelitian dan pengembangan tidak hanya bernilai akademis saja, namun mempunyai nilai tambah bagi kemandirian perekonomian bangsa. Kewirausahaan, dapat didefinisikan sebagai kemampuan melihat dan menilai kesempatan-kesempatan (peluang) bisnis serta kemampuan mengoptimalkan sumberdaya dan mengambil tindakan serta bermotivasi tinggi dalam mengambil resiko dalam rangka mensukseskan bisnisnya.

Peranan perguruan tinggi dalam memotivasi mahasiswa menjadi seorang wirausahawan muda sangat penting dalam menumbuhkan jumlah wirausahawan. Dengan meningkatnya wirausahawan dari kalangan sarjana akan mengurangi pertambahan jumlah pengangguran bahkan menambah jumlah lapangan pekerjaan. Pertanyaannya adalah bagaimana pihak perguruan tinggi dapat mencetak wirausahawan muda. Pendidikan kewirausahaan di Indonesia masih kurang memperoleh perhatian yang cukup memadai, baik oleh dunia pendidikan maupun masyarakat. Banyak pendidik yang kurang memperhatikan penumbuhan sikap dan perilaku

kewirausahaan sasaran didik, baik di sekolah-sekolah menengah, maupun di pendidikan tinggi. Orientasi mereka, pada umumnya hanya pada menyiapkan tenaga kerja.

Selain itu pula, secara historis masyarakat kita memiliki sikap feodal yang diwarisi dari penjajah Belanda, ikut mewarnai orientasi pendidikan kita. Sebagian besar anggota masyarakat mengharapkan output pendidikan sebagai pekerja, sebab dalam pandangan mereka bahwa pekerja (terutama pegawai negeri) adalah priyayi yang memiliki status sosial cukup tinggi dan disegani oleh warga masyarakat. Lengkaplah sudah, baik pendidik, institusi pendidikan, maupun masyarakat, memiliki persepsi yang sama terhadap harapan output pendidikan.

Berbeda dengan di negara maju, misalkan Amerika Serikat. Di Amerika Serikat sejak 1983 telah merasakan pentingnya pendidikan kejuruan. Di mana Pendidikan kewirausahaan yang dikembangkan diarahkan pada usaha memperbaiki posisi Amerika dalam persaingan ekonomi dan militer. Pendidikan kewirausahaan khususnya yang berkenaan dengan pendidikan bisnis, dikatakan bahwa dapat dilakukan pada setiap level pendidikan, baik pada level Sekolah Dasar, Sekolah Menengah, maupun di perguruan tinggi.

Sebagai negara sedang berkembang, Indonesia termasuk masih kekurangan wirausahawan. Hal ini dapat dipahami, kerana kondisi pendidikan di Indonesia masih belum menunjang kebutuhan pembangunan sektor ekonomi. Perhatikan, hampir seluruh sekolah/PT masih didominasi oleh pelaksanaan pendidikan dan pembelajaran yang konvensional. Mengapa hal itu dapat terjadi? Di satu sisi institusi pendidikan dan masyarakat kurang mendukung pertumbuhan wirausahawan. Di sisi lain, banyak kebijakan pemerintah yang tidak dapat mendorong semangat kerja

masyarakat, misalkan kebijakan harga maksimum beras, maupun subsidi yang berlebihan yang tidak mendidik perilaku ekonomi masyarakat.

Sebagian besar pendorong perubahan, inovasi dan kemajuan suatu negara adalah para wirausahawan. Wirausahawan adalah seorang yang menciptakan sebuah bisnis yang berhadapan dengan resiko dan ketidakpastian bertujuan memperoleh profit dan mengalami pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi kesempatan dan memanfaatkan sumber daya yang diperlukan.

Dewasa ini banyak kesempatan untuk berwirausaha bagi setiap orang yang jeli melihat peluang bisnis tersebut. Karier kewirausahaan dapat mendukung kesejahteraan masyarakat serta memberikan banyak pilihan barang dan jasa bagi konsumen, baik dalam maupun luar negeri. Meskipun perusahaan raksasa lebih menarik perhatian publik dan sering kali menghiasi berita utama, bisnis kecil tidak kalah penting perannya bagi kehidupan sosial dan pertumbuhan ekonomi suatu negara.

Oleh karena itu pemerintah mengharapkan para mahasiswa mempunyai kemampuan dan keberanian untuk mendirikan bisnis baru meskipun secara ukuran bisnis termasuk kecil, tetapi membuka kesempatan pekerjaan bagi banyak orang. Pihak perguruan tinggi bertanggung jawab dalam mendidik dan memberikan kemampuan dalam melihat peluang bisnis serta mengelola bisnis tersebut serta memberikan motivasi untuk mempunyai keberanian menghadapi resiko bisnis. Peranan perguruan tinggi dalam memotivasi para mahasiswanya menjadi *young entrepreneurs* merupakan bagian dari salah satu faktor pendorong pertumbuhan kewirausahaan. Menurut Thomas Zimmerer dalam Kirschheimer, DW, ada 8 faktor pendorong pertumbuhan kewirausahaan antara lain sebagai berikut:

1. *Wirausahawan Sebagai Pahlawan.*

Faktor di atas sangat mendorong setiap orang untuk mencoba mempunyai usaha sendiri karena adanya sikap masyarakat bahwa seorang wirausaha dianggap sebagai pahlawan serta sebagai model untuk diikuti. Sehingga status inilah yang mendorong seseorang memulai usaha sendiri.

2. *Pendidikan Kewirausahaan.*

Pendidikan kewirausahaan sangat populer di banyak akademi dan universitas di Amerika. Banyak mahasiswa semakin takut dengan berkurangnya kesempatan kerja yang tersedia sehingga mendorong untuk belajar kewirausahaan dengan tujuan setelah selesai kuliah dapat membuka usaha sendiri.

3. *Faktor ekonomi dan Kependudukan.*

Dari segi demografi sebagian besar entrepreneur memulai bisnis antara umur 25 tahun sampai dengan 39 tahun. Hal ini didukung oleh komposisi jumlah penduduk di suatu negara, sebagian besar pada kisaran umur diatas. Lebih lagi, banyak orang menyadari bahwa dalam kewirausahaan tidak ada pembatasan baik dalam hal umur, jenis kelamin, ras, latar belakang ekonomi atau apapun juga dalam mencapai sukses dengan memiliki bisnis sendiri.

4. *Pergeseran ke Ekonomi Jasa*

Di Amerika pada tahun 2000 sektor jasa menghasilkan 92% pekerjaan dan 85% GDP negara tersebut. Karena sektor jasa relatif rendah investasi awalnya sehingga untuk menjadi populer di kalangan para wirausaha dan mendorong wirausaha untuk mencoba memulai usaha sendiri di bidang jasa.

5. *Kemajuan Teknologi.*

Dengan bantuan mesin bisnis modern seperti komputer, laptop, notebook, mesin fax, printer laser, printer color, mesin penjawab telpon, seseorang dapat bekerja dirumah seperti layaknya bisnis besar. Pada zaman dulu, tingginya biaya teknologi membuat bisnis kecil tidak mungkin bersaing dengan bisnis besar yang mampu membeli alat- alat tersebut. Sekarang komputer dan alat komunikasi tersebut harganya berada dalam jangkauan bisnis kecil.

6. *Gaya Hidup Bebas.*

Kewirausahaan sesuai dengan keinginan gaya hidup orang Amerika yang menyukai kebebasan dan kemandirian yaitu ingin bebas memilih tempat mereka tinggal dan jam kerja yang mereka sukai. Meskipun keamanan keuangan tetap merupakan sasaran penting bagi hampir semua wirausahawan, tetapi banyak prioritas lain seperti lebih banyak waktu untuk keluarga dan teman, lebih banyak waktu senggang dan lebih besar kemampuan mengendalikan stress hubungan dengan kerja. Dalam penelitian yang telah dilakukan bahwa 77% orang dewasa yang diteliti, menetapkan penggunaan lebih banyak waktu dengan keluarga dan teman sebagai prioritas pertama. Menghasilkan uang berada pada urutan kelima dan membelanjakan uang untuk membeli barang berada pada urutan terakhir.

7. *E-Commerce dan The World-Wide-Web*

Perdagangan on-line tumbuh cepat sekali, sehingga menciptakan perdagangan banyak kesempatan bagi wirausahawan berbasis internet atau website. Data menunjukkan bahwa 47% bisnis kecil melakukan akses internet sedangkan 35% sudah mempunyai website sendiri. Faktor ini juga mendorong pertumbuhan wirausahawan di beberapa negara

8. *Peluang Internasional.*

Dalam mencari pelanggan, bisnis kecil kini tidak lagi dibatasi dalam ruang lingkup Negara sendiri. Pergeseran dalam ekonomi global yang dramatis telah membuka pintu ke peluang bisnis yang luar biasa bagi para wirausahawan yang bersedia menggapai seluruh dunia. Kejadian dunia seperti runtuhnya tembok Berlin, revolusi di negara-negara baltik Uni Soviet dan hilangnya hambatan perdagangan sebagai hasil perjanjian Masyarakat Ekonomi Eropa, telah membuka sebagian besar pasar dunia bagi para wirausahawan. Peluang Internasional akan terus berlanjut dan tumbuh dengan cepat pada abad ke 21.

Faktor yang mendukung pembahasan ini adalah faktor Pendidikan Kewirausahaan. Di luar negeri banyak universitas mempunyai suatu program khusus dalam mempelajari bidang kewirausahaan, sehingga ada suatu embrio *young entrepreneurs*. Peranan perguruan tinggi hanya sekedar menjadi fasilitator dalam memotivasi, mengarahkan dan penyedia sarana prasarana dalam mempersiapkan sarjana yang mempunyai motivasi kuat, keberanian, kemampuan serta karakter pendukung dalam mendirikan bisnis baru.

Peranan perguruan tinggi dalam memotivasi mahasiswanya menjadi wirausahawan muda sangatlah penting. Hal ini dilihat dari beberapa pembahasan bidang kewirausahaan yang telah dikemukakan diatas. Masalahnya adalah bagaimana pihak perguruan tinggi mampu melakukan peranannya dengan benar dan mampu menghasilkan sarjana yang siap berwirausaha. Peranan pihak perguruan tinggi dalam menyediakan suatu wadah yang memberikan kesempatan memulai usaha sejak masa kuliah sangatlah penting, sesuai dengan pendapat Thomas Zimmerer bahwa memulai bisnis, bisa pada saat masa kuliah berjalan, akan tetapi yang lebih penting adalah bagaimana peranan perguruan tinggi dalam hal memotivasi

mahasiswanya untuk tergabung dalam wadah tersebut. Karena tanpa memberikan gambaran secara jelas apa saja manfaat berwirausaha, maka besar kemungkinan para mahasiswa tidak ada yang termotivasi untuk memperdalam keterampilan berbisnisnya.

Oleh karena itu, pihak perguruan tinggi juga perlu mengetahui faktor yang paling dominan memotivasi mahasiswa dalam berwirausaha. Hasil penelitian mengatakan bahwa ada 3 faktor paling dominan dalam memotivasi sarjana menjadi wirausahawan yaitu ***faktor kesempatan, faktor kebebasan, faktor kepuasan hidup***. Ketiga faktor itulah yang membuat mereka menjadi wirausahawan.

Motivasi yang semakin besar, ada pada mahasiswa menyebabkan wadah yang disiapkan oleh pihak perguruan tinggi tidak sia-sia, melainkan akan melahirkan wirausahawan muda yang handal. Dengan semakin banyaknya mahasiswa memulai usaha sejak masa kuliah, maka besar kemungkinan setelah lulus akan melanjutkan usaha yang sudah dirintisnya. Sehingga semakin berkurangnya jumlah pengangguran di negara kita, akan tetapi sebaliknya semakin bertambahnya jumlah lapangan pekerjaan yang dibuka.

C. Arah Pendidikan Kewirausahaan

Pertumbuhan ekonomi dengan mengandalkan permintaan ekspor dan efisiensi industri telah banyak didiskusikan. Potensi yang belum tergarap adalah kekuatan internal kewirausahaan dan inovasi yang dilandasi iptek. Inovasi diibaratkan bahan bakar, sementara kewirausahaan adalah mesin. Keduanya menjadi sumber kesempatan kerja, pendapatan dan kesejahteraan.

Kewirausahaan akhir-akhir ini banyak dibicarakan. Semua bersumber dari fakta rendahnya jumlah entrepreneur dan kesulitan melahirkan

entrepreneur. Kebutuhan pendidikan kewirausahaan makin relevan dengan perubahan lingkungan global yang menuntut adanya keunggulan, pemerataan, dan persaingan. Peranan perguruan tinggi dalam melaksanakan pembelajaran kewirausahaan menjadi sangat penting.

Dahulu, pola pembelajaran kewirausahaan tidak secara formal dilembagakan. Bekal motivasi dan sikap mental entrepreneur terbangun secara alamiah, lahir dari keterbatasan dan semangat survival disertai keteladanan kerja keras dari dosen atau model contoh. Mahasiswa yang terlatih tempaan secara fisik dan mental melalui pembiasaan dalam kehidupan sehari-hari, akan menjadi tangguh untuk mengambil keputusan dan memecahkan masalah. Peribahasa berakit-rakit ke hulu berenang ke tepian, dijiwai benar. Mahasiswa menjadi terlatih melihat sisi positif suatu sumberdaya dan ditransformasikan menjadi manfaat yang nyata. Namun, pola pengembangan kewirausahaan masa lalu itu dianggap tidak sistematis menghasilkan entrepreneur. Entrepreneur lebih ditentukan oleh bakat atau karakter individu, atau bawaan lahir, tidak atas proses yang direncanakan.

Fenomena sekarang menunjukkan bahwa kewirausahaan adalah suatu disiplin ilmu yang dapat dipelajari dan diajarkan. Menurut Ciputra, kompetensi kewirausahaan bukanlah ilmu magic. Pendidikan tinggi, perlu mengajarkan tiga kompetensi kepada mahasiswanya, yakni menciptakan kesempatan (*opportunity creator*), menciptakan ide-ide baru yang orisinal (inovator) dan berani mengambil resiko dan mampu menghitungnya (*calculated risk taker*). Peran yang dilakukan perguruan tinggi adalah: (i) internalisasi nilai- nilai kewirausahaan, (ii) peningkatan ketrampilan (*transfer knowledge*) dalam aspek pemasaran, finansial, dan teknologi; dan (iii) dukungan berwirausaha (*business setup*) (Vallini and Simoni, 2007).

Menurut ASHE Higher Education Report (2007), keberhasilan studi mahasiswa ditentukan oleh dua ukuran, yakni (i) jumlah waktu dan upaya mahasiswa terlibat dalam proses pembelajaran dan (ii) kemampuan perguruan tinggi menyediakan layanan sumberdaya, kurikulum, fasilitas dan program aktivitas yang menarik partisipasi mahasiswa untuk meningkatkan aktualisasi, kepuasan dan ketrampilan. Dalam konteks pendidikan kewirausahaan, nampaknya partisipasi mahasiswa dan kemampuan perguruan tinggi perlu disinergikan, agar menyediakan layanan sebaik-baiknya agar melahirkan student entrepreneur. Dengan demikian, melalui pendidikan dapat direncanakan kebutuhan jumlah maupun kualitas entrepreneur.

Karakter keilmuan kewirausahaan didisain untuk mengetahui (*to know*), melakukan (*to do*), dan menjadi (*to be*) entrepreneur. Tujuan pendidikan *to know* dan *to do* terintegrasi di dalam kurikulum program studi, terdistribusi di dalam mata-mata kuliah keilmuan. Integrasi dimaksudkan untuk internalisasi nilai-nilai kewirausahaan. Dalam tahapan ini, perguruan tinggi menyediakan matakuliah kewirausahaan yang ditujukan untuk bekal motivasi dan pembentukan sikap mental entrepreneur. Sementara itu tujuan *to be* entrepreneur diberikan dalam pelatihan ketrampilan bisnis praktis. Mahasiswa dilatih merealisasikan inovasi teknologi ke dalam praktek bisnis.

Program penguatan untuk mendorong aktivitas berwirausaha dan percepatan pertumbuhan wirausaha baru telah dicanangkan pemerintah. Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi telah mengembangkan beragam program kewirausahaan. Pada tahun 2009, telah dikenalkan Program Mahasiswa Wirausaha atau PMW (Student Entrepreneur Program) untuk menjembatani para mahasiswa memasuki dunia bisnis riil melalui fasilitasi start-up business.

Di lain sisi, aktivitas ekstra kurikuler mahasiswa yang sistematis juga dapat membangun motivasi dan sikap mental entrepreneur. Pembinaan mahasiswa dalam berbagai kegiatan minat dan bakat, keilmuan, kesejahteraan atau keorganisasian lainnya mampu memberikan ketrampilan untuk berwirausaha, dalam pengertian wirausaha bisnis, wirausaha sosial maupun wirausaha *corporate* (atau intrapreneur). Sebagian para tokoh politik, CEO atau komisaris perusahaan besar bukankah dulunya para aktivis mahasiswa. Mahasiswa yang aktif dalam unit pers (atau koran kampus) juga sukses menjadi wirausaha dalam industri penerbitan. Mahasiswa tim robotika menjadi tim kreatif jasa industri permesinan. Mahasiswa teknik informatika menjadi wirausaha *software house*. Mahasiswa dalam forum kajian agama menjadi pendakwah. Mahasiswa pecinta alam menjadi wirausaha jasa outbound.

Pengembangan kewirausahaan di Universitas memberikan program ekstra kurikuler kompetensi kewirausahaan kepada mahasiswa. Tujuan program kompetensi mencakup *to know*, *to do*, dan *to be entrepreneur*. Di mana mahasiswa memperoleh materi pelatihan, magang hingga penyediaan modal untuk praktek bisnis.

Secara nasional, untuk mendukung kebijakan peningkatan akses dan pemerataan pada pendidikan tinggi, semakin bertambah program yang ditawarkan. Perguruan tinggi mendirikan program vokasional yang memberikan ketrampilan wirausaha, setara diploma atau kursus. Ada pula program ekstensi yang memberi peluang para wirausaha untuk kuliah. Yang terakhir ini adalah entrepreneur student, yang sudah masuk ranah psikomotorik kewirausahaan. Menurut Robinson, Huefner dan Hunt (1991), mereka ini memiliki karakter yang tinggi dalam inovasi, praktek bisnis, kepercayaan diri dan pengendalian. Mereka adalah pelaku bisnis, yang juga ingin meningkatkan kemampuan berwirausaha.

Sungguh menarik melihat kemauan pemerintah yang akan menyediakan dana sebesar Rp 110 miliar pada tahun 2009 untuk mengembangkan pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi. Dengan pendidikan kewirausahaan tersebut, diharapkan para lulusan perguruan tinggi tidak hanya mencari kerja, tetapi bisa sebagai pencipta lapangan kerja.

Memang ironis menyaksikan dunia ketenagakerjaan di Indonesia. Banyak lulusan pendidikan tinggi menenteng ijazahnya ke sana-ke mari melamar pekerjaan, tetapi mengalami kesulitan mencari pekerjaan. Sebaliknya bisa disaksikan seseorang yang dengan pendidikan formal minim, tetapi bisa sukses luar biasa dalam pekerjaannya. Ambil contoh Andre Wongso, yang mengaku SDTT (sekolah dasar tidak tamat), sekarang sukses sebagai pakar motivasi yang andal dan ternama di Indonesia. Begitu juga Bob Sadino yang pendidikan formalnya terbatas, tetapi sukses dalam usaha agrobisnisnya.

Lalu, mengapa begitu banyak pengangguran di negara yang kaya sumber daya alam dan keramahan iklim ini? Adakah yang salah dengan pendidikan formal kita? Atau bahkan, seperti dinyatakan Ivan Illich dalam bukunya *Deschooling Society* (1972), pendidikan formal terlalu banyak menyerap biaya, hasilnya kurang optimal, dan lebih parah lagi banyak menghasilkan tenaga pemalas yang tidak terampil dan hanya menjurus kepada pekerjaan formal, tanpa mau tahu dengan kondisi riil di lapangan.

Mestinya pendidikan seperti dinyatakan Paulo Freire dalam bukunya *Pedagogy of the Oppressed* (1972) merupakan ajang pembebasan kesadaran atau dialogika yang memancing mereka untuk berdialog, membiarkan mereka mengucapkan sendiri per-kataannya, mendorong mereka untuk menamai dan dengan demikian untuk merubah dunia.

Konsep pendidikan yang ada pada kita sekarang ini cenderung berbentuk institusi bank menurut konsep Freire, di mana pihak pendidik secara searah memberikan pengetahuannya kepada peserta didik sehingga bisa terkumpul segepok ilmu. Bercermin dari kenyataan itu, tentu ada yang salah dengan pendidikan kita sekarang ini. Pendidikan formal yang diberikan di bangku sekolah maupun perguruan tinggi hanya terpaku pada penguasaan hard skills. Bahkan sangatlah kurang dengan mengkaitkan kenyataan yang terjadi di dunia realitas.

Penelitian menunjukkan, keberhasilan seseorang bukan ditentukan oleh kepandaian yang dipunyai, tetapi oleh faktor lainnya yang sangat penting. Tingkat kecerdasan cuma menyumbang sekitar 20-30 persen keberhasilan, selebihnya ditentukan soft skills. Penelitian National Association of Colleges and Employers (NACE) pada tahun 2005 menunjukkan hal itu, di mana pengguna tenaga kerja membutuhkan keahlian kerja berupa 82 persen soft skills dan 18 persen hard skills.

Soft skills, menurut Berthall (dalam Diknas, 2008), adalah tingkah laku personal dan interpersonal yang dapat mengembangkan dan memaksimalkan kinerja seseorang manusia (misal pelatihan, pengembangan kerja sama tim, inisiatif, pengambilan keputusan, dan lain-lain). Dengan demikian, kemampuan soft skills tercermin dalam perilaku seseorang yang memiliki kepribadian, sikap, dan perilaku yang dapat diterima dalam kehidupan bermasyarakat.

Selaras dengan kemampuan soft skills, maka para peserta didik perlu dibekali dengan pendidikan kemampuan kewirausahaan (entrepreneurship) yang andal. Dengan dibekali pengetahuan kewirausahaan yang memadai, disertai segi-segi praktisnya, para lulusan mempunyai kemauan dan kemampuan yang memadai, sehingga tidak merasa kebingungan ketika harus memasuki pasaran kerja.

Joseph Schumpeter sebagai pakar ekonomi kelembagaan berpendapat, kewirausahaan sangat penting dalam menentukan kemajuan perekonomian suatu negara. Pemikirannya bertumpu pada ekonomi jangka panjang yang terlihat dalam analisisnya, baik mengenai terjadinya invensi dan inovasi penemuan- penemuan baru yang dapat menentukan pertumbuhan ekonomi yang tinggi.

Dukungan Maksimal

Freire menekankan, dalam pendidikan perlu dipakai prinsip konsientisasi yang merujuk pada penguasaan problem diri sendiri dan situasi di mana peserta didik hidup serta tumbuh kesadaran dalam menentukan kedudukan, nilai-nilai dan harapan hidup peserta didik terhadap relasinya dengan dan bersama dunia. Tujuan penerapan prinsip konsientisasi adalah agar peserta didik tidak menjadi manusia yang terasing dan terkucilkan dari diri sekaligus lingkungan hidupnya. Berdasarkan pemikiran Freire tersebut, maka agar pendidikan bisa lekat dengan masyarakat dan lingkungannya, dapat mempersiapkan seseorang menuju dunia kerja yang makin sulit, keras, serta membutuhkan berbagai keahlian yang mendukung, perlu diberikan pendidikan kewirausahaan.

Mata pelajaran atau mata kuliah kewirausahaan perlu diberikan kepada semua peserta didik dari TK sampai perguruan tinggi. Pelajaran kewirausahaan harus disajikan secara sistematis dan terstruktur, serta disesuaikan dengan tingkatan pendidikan dan usia peserta didik. Kemasan pelajaran haruslah dapat menarik minat peserta didik, dan bukan sekadar hafalan yang diperlukan untuk menentukan kenaikan kelas atau kelulusan. Undanglah para wirausahawan untuk menerangkan dan menceritakan kiat-kiat sukses usahanya, yang tentunya memerlukan perjuangan dan

pengorbanan sangat besar. Semangat kerja dan kegigihan dalam meraih sukses, tentunya merupakan teladan untuk memacu kerja keras dan mengeliminasi budaya santai yang masih lekat menghinggapi mayoritas masyarakat.

Kegiatan magang kerja di suatu usaha sangatlah penting untuk mengerti dunia riil wiraswasta. Para peserta didik bisa melihat langsung bagaimana praksis dari teori-teori yang telah diperolehnya (mulai aspek produksi, akuntansi, pemasaran, hingga sumber daya manusia) bisa diterapkan dalam kegiatan riil. Deviasi antara teori dan praksis tentunya merupakan kekayaan yang tidak ternilai, dalam kaitannya untuk pengembangan intelektual dan kematangan memasuki dunia kerja. Alangkah menariknya jika pendidikan kewirausahaan ditindaklanjuti dengan praksis di tempat menuntut ilmu.

Berbagai gerai perlu didirikan seperti penjual makanan, simpan pinjam, jasa tiket transportasi, perbankan, kursus bahasa asing dan sebagainya. Para peserta didik secara bergantian mendapat tugas berpraksis di situ, dengan target-target yang telah ditentukan. Belum lagi, dengan adanya klinik kewirausahaan, para peserta didik bisa melihat permasalahan yang muncul dan solusi pemecahannya yang tepat.

Pendidikan kewirausahaan dengan model konsientiasi yang bergerak dari tataran teoritis dan praksis, tentunya membutuhkan dana yang relatif besar, juga membutuhkan peran serta para stakeholders. Tentunya sudah waktunya pihak pemerintah, swasta, dan dunia perbankan turut serta memajukan dunia pendidikan di Indonesia, agar masyarakat makin cerdas. Yang lebih penting, bisa mempersiapkan peserta didik memasuki dunia kerja dengan kualitas yang prima.

Penyebab Kegagalan Pendidikan Kewirausahaan

Sebuah pelatihan kewirausahaan yang diadakan oleh Yayasan Ciputra Entrepreneur dan Pascasarjana Universitas Gadjah Mada--yang akan berlangsung selama tiga bulan--dibuka dengan kuliah umum antara lain oleh pengusaha Ciputra, akhir Oktober lalu, di Kota Yogyakarta. Kegiatan itu tentu saja sebuah eksperimen yang menarik dalam ikut mencoba melahirkan wirausaha dari lingkungan mahasiswa. Menarik karena pelatihan itu melibatkan dua lembaga dari kultur yang berbeda, Ciputra mewakili praktisi, sedangkan UGM mewakili akademisi. Kalau pelatihan ini berhasil, tentu bisa menjadi proyek percontohan untuk pendidikan kewirausahaan berikutnya.

Proyek percontohan semacam ini penting karena pemerintah, yang diharapkan mampu menggerakkan dunia kewirausahaan sebagai salah satu upaya melawan kemiskinan dan pengangguran, selama ini belum berhasil sepenuhnya. Seperti diketahui, gerakan kewirausahaan sudah dilakukan pemerintah sejak 12 tahun lalu. Pemerintah melalui Instruksi Presiden Nomor 4 Tahun 1995 mencanangkan Gerakan Nasional Memasyarakatkan dan Membudayakan Kewirausahaan. Tujuannya untuk menumbuhkan budaya kreatif, inovatif, di masyarakat, baik di kalangan dunia usaha, pendidikan, maupun aparatur pemerintah.

Namun, dalam perjalanannya, gerakan tersebut kurang mendapat dukungan. Program yang dijalankan pemerintah dalam mengimplementasikan inpres tersebut malah salah arah. Contohnya program Sarjana Penggerak Pembangunan Pedesaan (SP3) dari Departemen Pendidikan Nasional; serta Tenaga Kerja Pemuda Mandiri Profesional (TKPMP) dari Departemen Tenaga Kerja dan Transmigrasi. Banyak sarjana peserta program TKPMP ataupun SP3 yang, setelah proyek selesai, tidak

menjadi wiraswasta tapi kembali menjadi pencari kerja. Walaupun data tertulis untuk itu belum ada, secara umum data Badan Pusat Statistik pada 2004 menunjukkan mayoritas alumni universitas bekerja sebagai karyawan (83,1 persen), sedangkan yang berwiraswasta tanpa dibantu hanya 5,8 persen.

Berdasarkan pengalaman program TKPMP dan SP3, setidaknya terdapat tiga hal yang menurut penulis menghambat perkembangan minat lulusan perguruan tinggi untuk berwirausaha. **Pertama**, persoalan *mindset* (pola pikir). Banyak sarjana yang masih berpikir sebagai pencari kerja, bukan pencipta kerja. **Kedua**, persoalan kurikulum kewirausahaan yang belum memadai secara kuantitas dan kualitas. Hal tersebut terlihat dari kurang banyaknya perguruan tinggi yang menyelenggarakan pembelajaran kewirausahaan. Jika ada, kurikulumnya belum terintegrasi dengan baik.

Kurikulum yang kurang terintegrasi misalnya bisa dilihat dari kurikulum yang lebih menonjolkan aspek pengetahuan (*cognitive*) daripada sikap maupun keterampilan berwirausaha (*attitude*). Kondisi yang demikian mengakibatkan lulusan perguruan tinggi hanya mengerti usaha pada tataran teori. Kurangnya *integrated link* antara penyelenggara perguruan tinggi dan lembaga pembiayaan serta pemasaran menjadikan pengembangan semangat serta kemampuan berwirausaha lebih sulit.

Lebih ironis lagi, sekolah bisnis di Indonesia belum berorientasi mencetak wirausaha baru atau membuka usaha sendiri. Sekolah bisnis yang ada di Indonesia, terlebih pada tingkat S-2, lebih mengarah pada *intrapreneurship* daripada *entrepreneurship*. Hal ini dapat dilihat misalnya mayoritas mahasiswa sekolah bisnis berasal dari karyawan perusahaan besar. Artinya, target pasar sekolah bisnis masih pada karyawan perusahaan besar dan bukan individu yang ingin menjadi pengusaha. *Mindset* pengelola

penyelenggara pendidikan yang demikian tentu tidak sejalan dengan semangat penumbuhan kewirausahaan.

Jika dibandingkan, kurikulum kewirausahaan di perguruan tinggi Indonesia jauh tertinggal dibandingkan dengan universitas-universitas terkemuka di Kanada, Amerika, dan Jepang. Di Jepang, misalnya, hasil kreasi mahasiswa tentang suatu produk dikembangkan dan didorong oleh penyelenggara perguruan tinggi dengan menghubungkannya pada lembaga keuangan (modal ventura) serta pasar yang akan menerima produk tersebut. Di Indonesia sebetulnya banyak mahasiswa yang menghasilkan inovasi baru, tapi sayangnya inovasi tersebut tidak berlanjut menjadi suatu produk atau jasa yang dapat dipasarkan dengan baik. Ini suatu indikasi belum adanya *integrated link* serta belum adanya jiwa dan semangat *entrepreneurship* pada penyelenggara perguruan tinggi.

Faktor **ketiga** yang menghambat perkembangan minat lulusan perguruan tinggi untuk berwirausaha adalah kurangnya kesungguhan dari pemerintah baik pusat maupun daerah dalam menciptakan pewirausaha dari kalangan mahasiswa. Hal ini terlihat dari tidak adanya dorongan bagi sarjana agar berwirausaha, serta tidak adanya dukungan permodalan dan peluang pasar bagi pewirausaha baru. Pemerintah belum menggunakan "kekuasaannya" untuk menggerakkan lembaga keuangan (modal ventura) untuk berorientasi pada produk yang berbasis ilmu pengetahuan. Lihat saja, lembaga modal ventura masih berfungsi seperti bank yang mensyaratkan pewirausaha baru untuk telah memiliki usaha selama dua tahun sebagai syarat minimal.

Sebetulnya pemerintah juga dapat berfungsi sebagai fasilitator dalam membuat *link* atau sinergi antara perguruan tinggi dan perusahaan besar. Dulu pernah ada program anak-bapak angkat, di mana perusahaan

besar mengangkat anak dari kalangan pewirausaha baru. Namun, sayang program itu gagal karena pemerintah tidak bertindak sebagai fasilitator yang aktif.

Salah satu program yang layak dijadikan proyek percontohan dalam upaya pengembangan kewirausahaan di kalangan kampus adalah Pusat Inkubator Institut Teknologi Bandung (PI-ITB). Strategi mereka antara lain pengisuan (*sounding*) kewirausahaan melalui seminar, lalu kunjungan lapangan, diskusi, tatap muka dengan pengusaha yang berpengalaman, dan penerbitan majalah *Entrepreneur Indonesia*. Selain itu, dilakukan strategi pendampingan calon pewirausaha dalam bentuk penyediaan fasilitas usaha, konsultasi manajerial dan operasional, pelatihan-pelatihan, dan lain sebagainya. Pusat Inkubator ITB adalah contoh yang baik. Namun, karena PI-ITB kurang memiliki jaringan (*network*) dengan pasar dan lembaga pembiayaan, mereka kurang optimal dalam mempersiapkan lulusan perguruan tinggi menjadi wirausaha.

Penutup

Jiwa wirausaha diharapkan menjadi kerangka berpikir (*mind set*) generasi muda di tengah keterbatasan pemerintah dalam penyediaan lapangan kerja saat ini. Belajar kewirausahaan menekankan pembentukan cara berpikir. Para generasi muda yang sekarang sedang bersekolah atau kuliah kelak mempunyai cara pandang baru dan membawa perubahan dalam menghadapi suatu kehidupan, pengaturan keuangan, dasar manajemen, hingga rencana bisnis.

Pendidikan kewirausahaan juga tidak terbatas pada mata kuliah tertentu saja. Setiap mata kuliah pada dasarnya dapat diintegrasikan ke berbagai bidang lainnya. Setiap bidang kehidupan dapat dikombinasikan

dengan kewirausahaan. Dengan demikian, peserta didik mempunyai banyak pilihan dan tidak sekadar menjadi pekerja. Oleh karena itu salah satu kebijakan pemerintah provinsi ke depan ialah menjadikan perguruan tinggi di Yogyakarta sebagai *Ecoentrepreneurial Campus*. *Ecoentrepreneurial Campus* adalah sebuah istilah untuk mengembangkan peluang pembangunan *ecoentrepreneurial campus* di Yogyakarta. Secara ideal, kampus harus menunjukkan keramahan lingkungan yang dilengkapi dengan prasarana bersifat kewirausahaan.

Kampus *ecoentrepreneurial* itu dapat dipadukan dengan permainan yang melatih keberanian untuk mengambil keputusan, khususnya dalam animasi mencapai jenjang wirausaha. Dalam konsep *ecoentrepreneurial campus*, kampus tersebut diharapkan bisa tumbuh tanpa harus memiliki ketergantungan. Misalnya, ketergantungan tenaga listrik yang kini semakin sulit diperoleh harus bisa diganti dengan sumber-sumber tenaga lain. Kampus secara idealis akan berisi para wirausahawan yang sungguh mampu menciptakan lapangan kerja. Hal itu dilatarbelakangi oleh pendidikan formal yang terlampau sibuk membekali siswa dengan berbagai ilmu pengetahuan, tetapi melupakan aplikasinya. Jembatan antara pembekalan ilmu pengetahuan dan aplikasi inilah yang harus diisi, bukan hanya oleh pemerintah tetapi juga perusahaan swasta.

D. Isu 4

Pendidikan Kewirausahaan di Sekolah

Pendidikan kewirausahaan bertujuan untuk membentuk manusia secara utuh (*holistik*), sebagai insan yang memiliki karakter, pemahaman dan ketrampilan sebagai wirausaha. Pada dasarnya, pendidikan kewirausahaan dapat diimplementasikan secara terpadu dengan kegiatan-

kegiatan pendidikan di sekolah. Pelaksanaan pendidikan kewirausahaan dilakukan oleh kepala sekolah, guru, tenaga kependidikan (konselor), peserta didik secara bersama-sama sebagai suatu komunitas pendidikan. Pendidikan kewirausahaan diterapkan ke dalam kurikulum dengan cara mengidentifikasi jenis-jenis kegiatan di sekolah yang dapat merealisasikan pendidikan kewirausahaan dan direalisasikan peserta didik dalam kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini, program pendidikan kewirausahaan di sekolah dapat diinternalisasikan melalui berbagai aspek.

1. Pendidikan Kewirausahaan Terintegrasi Dalam Seluruh Mata Pelajaran

Yang dimaksud dengan pendidikan kewirausahaan terintegrasi di dalam proses pembelajaran adalah penginternalisasian nilai-nilai kewirausahaan ke dalam pembelajaran sehingga hasilnya diperolehnya kesadaran akan pentingnya nilai-nilai, terbentuknya karakter wirausaha dan pembiasaan nilai-nilai kewirausahaan ke dalam tingkah laku peserta didik sehari-hari melalui proses pembelajaran baik yang berlangsung di dalam maupun di luar kelas pada semua mata pelajaran. Pada dasarnya kegiatan pembelajaran, selain untuk menjadikan peserta didik menguasai kompetensi (materi) yang ditargetkan, juga dirancang dan dilakukan untuk menjadikan peserta didik mengenal, menyadari/peduli, dan menginternalisasi nilai-nilai kewirausahaan dan menjadikannya perilaku. Langkah ini dilakukan dengan cara mengintegrasikan nilai-nilai kewirausahaan ke dalam pembelajaran di seluruh mata pelajaran yang ada di sekolah. Langkah pengintegrasian ini bisa dilakukan pada saat menyampaikan materi, melalui metode pembelajaran maupun melalui sistem penilaian.

Dalam pengintegrasian nilai-nilai kewirausahaan ada banyak nilai yang dapat ditanamkan pada peserta didik. Apabila semua nilai-nilai

kewirausahaan tersebut harus ditanamkan dengan intensitas yang sama pada semua mata pelajaran, maka penanaman nilai tersebut menjadi sangat berat. Oleh karena itu penanaman nilai nilai kewirausahaan dilakukan secara bertahap dengan cara memilih sejumlah nilai pokok sebagai pangkal tolak bagi penanaman nilai-nilai lainnya. Selanjutnya nilai-nilai pokok tersebut diintegrasikan pada semua mata pelajaran. Dengan demikian setiap mata pelajaran memfokuskan pada penanaman nilai-nilai pokok tertentu yang paling dekat dengan karakteristik mata pelajaran yang bersangkutan. Nilai-nilai pokok kewirausahaan yang diintegrasikan ke semua mata pelajaran pada langkah awal ada 6 (enam) nilai pokok yaitu: mandiri, kreatif pengambil resiko, kepemimpinan, orientasi pada tindakan dan kerja keras.

Integrasi pendidikan kewirausahaan di dalam mata pelajaran dilaksanakan mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi pembelajaran pada semua mata pelajaran. Pada tahap perencanaan, silabus dan RPP dirancang agar muatan maupun kegiatan pembelajarannya memfasilitasi untuk mengintegrasikan nilai-nilai kewirausahaan. Cara menyusun silabus yang terintegrasi nilai-nilai kewirausahaan dilakukan dengan mengadaptasi silabus yang telah ada dengan menambahkan satu kolom dalam silabus untuk mewadahi nilai-nilai kewirausahaan yang akan diintegrasikan. Sedangkan cara menyusun RPP yang terintegrasi dengan nilai-nilai kewirausahaan dilakukan dengan cara mengadaptasi RPP yang sudah ada dengan menambahkan pada materi, langkah-langkah pembelajaran atau penilaian dengan nilai-nilai kewirausahaan.

Prinsip pembelajaran yang digunakan dalam pengembangan pendidikan kewirausahaan mengusahakan agar peserta didik mengenal

dan menerima nilai-nilai kewirausahaan sebagai milik mereka dan bertanggung jawab atas keputusan yang diambilnya melalui tahapan mengenal pilihan, menilai pilihan, menentukan pendirian, dan selanjutnya menjadikan suatu nilai sesuai dengan keyakinan diri. Dengan prinsip ini, peserta didik belajar melalui proses berpikir, bersikap, dan berbuat. Ketiga proses ini dimaksudkan untuk mengembangkan kemampuan peserta didik dalam melakukan kegiatan yang terkait dengan nilai-nilai kewirausahaan.

Pengintegrasian nilai-nilai kewirausahaan dalam silabus dan RPP dapat dilakukan melalui langkah-langkah berikut:

- Mengkaji SK dan KD untuk menentukan apakah nilai-nilai kewirausahaan sudah tercakup didalamnya.
- Mencantumkan nilai-nilai kewirausahaan yang sudah tercantum di dalam SK dan KD ke dalam silabus.
- Mengembangkan langkah pembelajaran peserta didik aktif yang memungkinkan peserta didik memiliki kesempatan melakukan integrasi nilai dan menunjukkannya dalam perilaku.
- Memasukkan langkah pembelajaran aktif yang terintegrasi nilai-nilai kewirausahaan ke dalam RPP.

2. Pendidikan Kewirausahaan yang Terpadu Dalam Kegiatan *Ekstra Kurikuler*

Kegiatan Ekstra Kurikuler adalah kegiatan pendidikan di luar mata pelajaran dan pelayanan konseling untuk membantu pengembangan peserta didik sesuai dengan kebutuhan, potensi, bakat, dan minat mereka melalui kegiatan yang secara khusus diselenggarakan oleh pendidik dan atau tenaga kependidikan yang berkemampuan dan

berkewenangan di sekolah/madrasah. Visi kegiatan ekstra kurikuler adalah berkembangnya potensi, bakat dan minat secara optimal, serta tumbuhnya kemandirian dan kebahagiaan peserta didik yang berguna untuk diri sendiri, keluarga dan masyarakat. Misi ekstra kurikuler adalah (1) menyediakan sejumlah kegiatan yang dapat dipilih oleh peserta didik sesuai dengan kebutuhan, potensi, bakat, dan minat mereka; (2) menyelenggarakan kegiatan yang memberikan kesempatan peserta didik mengespresikan diri secara bebas melalui kegiatan mandiri dan atau kelompok.

3. Pendidikan Kewirausahaan Melalui Pengembangan Diri Pengembangan diri merupakan kegiatan pendidikan di luar mata pelajaran sebagai bagian integral dari kurikulum sekolah/madrasah. Kegiatan pengembangan diri merupakan upaya pembentukan karakter termasuk karakter wirausaha dan kepribadian peserta didik yang dilakukan melalui kegiatan pelayanan konseling berkenaan dengan masalah pribadi dan kehidupan sosial, kegiatan belajar, dan pengembangan karir, serta kegiatan ekstra kurikuler.

Pengembangan diri yang dilakukan dalam bentuk kegiatan pengembangan kompetensi dan kebiasaan dalam kehidupan sehari-hari peserta didik. Pengembangan diri bertujuan memberikan kesempatan kepada peserta didik untuk mengembangkan dan mengekspresikan diri sesuai dengan kebutuhan, potensi, bakat, minat, kondisi dan perkembangan peserta didik, dengan memperhatikan kondisi sekolah/madrasah.

Pengembangan diri secara khusus bertujuan menunjang pendidikan peserta didik dalam mengembangkan: bakat, minat, kreativitas, kompetensi, dan kebiasaan dalam kehidupan, kemampuan kehidupan

keagamaan, kemampuan sosial, kemampuan belajar, wawasan dan perencanaan karir, kemampuan pemecahan masalah, dan kemandirian. Pengembangan diri meliputi kegiatan terprogram dan tidak terprogram. Kegiatan terprogram direncanakan secara khusus dan diikuti oleh peserta didik sesuai dengan kebutuhan dan kondisi pribadinya. Kegiatan tidak terprogram dilaksanakan secara langsung oleh pendidik dan tenaga kependidikan di sekolah/madrasah yang diikuti oleh semua peserta didik. Dalam program pengembangan diri, perencanaan dan pelaksanaan pendidikan kewirausahaan dapat dilakukan melalui pengintegrasian kedalam kegiatan sehari-hari sekolah misalnya kegiatan *'business day'* (bazar, karya peserta didik, dll)

4. Perubahan Pelaksanaan Pembelajaran Kewirausahaan dari Teori ke Praktik

Dengan cara ini, pembelajaran kewirausahaan diarahkan pada pencapaian tiga kompetensi yang meliputi penanaman karakter wirausaha, pemahaman konsep dan skill, dengan bobot yang lebih besar pada pencapaian kompetensi jiwa dan skill dibandingkan dengan pemahaman konsep. Dalam struktur kurikulum SMA, pada mata pelajaran ekonomi ada beberapa Kompetensi Dasar yang terkait langsung dengan pengembangan pendidikan kewirausahaan. Mata pelajaran tersebut merupakan mata pelajaran yang secara langsung (eksplisit) mengenalkan nilai-nilai kewirausahaan, dan sampai taraf tertentu menjadikan peserta didik peduli dan menginternalisasi nilai-nilai tersebut. Salah satu contoh model pembelajaran kewirausahaan yang mampu menumbuhkan karakter dan perilaku wirausaha dapat dilakukan dengan cara mendirikan kantin kejujuran dan sebagainya.

5. Pengintegrasian Pendidikan Kewirausahaan ke dalam Bahan/Buku Ajar

Bahan/buku ajar merupakan komponen pembelajaran yang paling berpengaruh terhadap apa yang sesungguhnya terjadi pada proses pembelajaran. Banyak guru yang mengajar dengan semata-mata mengikuti urutan penyajian dan kegiatan-kegiatan pembelajaran (*task*) yang telah dirancang oleh penulis buku ajar, tanpa melakukan adaptasi yang berarti. Penginternalisasian nilai-nilai kewirausahaan dapat dilakukan ke dalam bahan ajar baik dalam pemaparan materi, tugas maupun evaluasi.

6. Pengintegrasian Pendidikan Kewirausahaan melalui Kutur Sekolah

Budaya/kultur sekolah adalah suasana kehidupan sekolah dimana peserta didik berinteraksi dengan sesamanya, guru dengan guru, konselor dengan sesamanya, pegawai administrasi dengan sesamanya, dan antar anggota kelompok masyarakat sekolah.

Pengembangan nilai-nilai dalam pendidikan kewirausahaan dalam budaya sekolah mencakup kegiatan-kegiatan yang dilakukan kepala sekolah, guru, konselor, tenaga administrasi ketika berkomunikasi dengan peserta didik dan menggunakan fasilitas sekolah, seperti kejujuran, tanggung jawab, disiplin, komitmen dan budaya berwirausaha di lingkungan sekolah (seluruh warga sekolah melakukan aktivitas berwirausaha di lingkungan sekolah).

7. Pengintegrasian Pendidikan Kewirausahaan melalui Muatan Lokal

Mata pelajaran ini memberikan peluang kepada peserta didik untuk mengembangkan kemampuannya yang dianggap perlu oleh daerah yang bersangkutan. Oleh karena itu mata pelajaran muatan lokal harus memuat karakteristik budaya lokal, keterampilan, nilai-nilai luhur budaya setempat dan mengangkat permasalahan sosial dan lingkungan

yang pada akhirnya mampu membekali peserta didik dengan keterampilan dasar (life skill) sebagai bekal dalam kehidupan sehingga dapat menciptakan lapangan pekerjaan. Contoh anak yang berada di lingkungan sekitar pantai, harus bisa menangkap potensi lokal sebagai peluang untuk mengelola menjadi produk yang memiliki nilai tambah, yang kemudian diharapkan anak mampu menjual dalam rangka untuk memperoleh pendapatan.

Integrasi pendidikan kewirausahaan di dalam mulok, hampir sama dengan integrasi pendidikan kewirausahaan terintegrasi di dalam mata pelajaran dilaksanakan mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi pembelajaran pada semua mata pelajaran. Pada tahap perencanaan ini, RPP dirancang agar muatan maupun kegiatan pembelajarannya MULOK memfasilitasi untuk mengintegrasikan nilai-nilai kewirausahaan. Cara menyusun RPP MULOK yang terintegrasi dengan nilai-nilai kewirausahaan dilakukan dengan cara mengadaptasi RPP MULOK yang sudah ada dengan menambahkan pada materi, langkah-langkah pembelajaran atau penilaian dengan nilai-nilai kewirausahaan. Prinsip pembelajaran yang digunakan dalam pengembangan pendidikan kewirausahaan mengusahakan agar peserta didik mengenal dan menerima nilai-nilai kewirausahaan sebagai milik mereka dan bertanggung jawab atas keputusan yang diambilnya melalui tahapan mengenal pilihan, menilai pilihan, menentukan pendirian, dan selanjutnya menjadikan suatu nilai sesuai dengan keyakinan diri. Dengan prinsip ini peserta didik belajar melalui proses berpikir, bersikap, dan berbuat. Ketiga proses ini dimaksudkan untuk mengembangkan kemampuan peserta didik dalam melakukan kegiatan yang terkait dengan nilai-nilai kewirausahaan.

Isu Ke 5

SMK dan Pendidikan Kewirausahaan

Di era reformasi ada sejumlah kebijakan yang berubah, meskipun sebenarnya pada masa pemerintahan Orde Baru telah mencoba untuk memulainya. Perubahan itu berkaitan dengan kebijakan pembangunan. Bila semula menerapkan prinsip *top-down* (dari atas ke bawah), artinya mengawali kebijakan dimulai dari pemerintah pusat, mulai dari perencanaan tujuan pembangunan hingga perencanaan pendanaan, dan kemudian berlanjut di tingkat regional hingga lokal, maka kebijakan pembangunan dewasa ini dimulai dari bawah ke atas. Perubahan paradigma ini dimulai dari perubahan undang-undang tentang pemerintahan di mana memberikan kewenangan pemerintahan daerah yang lebih besar dalam berbagai sektor (lihat UU No. 22 tahun 1999 dan UU No. 25 tahun 1999, begitu pula UU No. 32 tahun 2004).

Melalui perubahan paradigma ini, pembangunan diharapkan berkembang di daerah. Hal itu sebenarnya juga telah dirintis oleh pemerintah Orde Baru dalam program desentralisasi tahun 1990-an, meskipun hanya pada sektor-sektor yang kurang menguntungkan. Persoalan yang muncul adalah sumber daya manusia. Hal itu merupakan konsekuensi dari kebijakan paradigma lama. Ketika mengalami pemusatan dalam pembangunan, maka terjadi aliran sumber daya manusia yang berkualitas dari daerah ke pusat dalam bentuk migrasi dari daerah ke DKI Jakarta dan ibukota-ibukota propinsi. Hal itu tidak terlepas dari peningkatan jumlah perusahaan dan kantor pemerintah di ibukota negara dan propinsi.

Problematis ini terjadi pada seluruh wilayah pemerintahan daerah di Indonesia. Secara faktual, hampir sebagian besar wilayah di Indonesia memiliki kekayaan alam yang belum dimanfaatkan secara maksimal di satu

sisi, namun sumber daya manusia yang berkualitas tentang hal tersebut kurang dimiliki. Oleh karenanya, sejumlah pemerintahan daerah (Kota dan Kabupaten) mengambil kebijakan mengembangkan pendidikan kejuruan. Kebijakan pendidikan kejuruan atau dikenal dengan *vocational education* dilakukan agar dapat mencetak tenaga terdidik yang berkeahlian. Ada 2 (dua) strategi dalam kebijakan tersebut, pertama mendirikan sekolah-sekolah menengah kejuruan. Hal itu ditandai dengan penambahan jumlah sekolah kejuruan yang meningkat di sejumlah daerah, bahkan untuk pemerintah Kota Surabaya misalnya memberikan dana BOPDA untuk sekolah kejuruan. Mereka yang mengikuti sekolah tersebut tidak dikenakan biaya atau singkatnya di-*gratis*-kan. Kedua, mendirikan dan memperkuat balai latihan kerja. Pendidikan kejuruan di balai latihan kerja bisa berlangsung singkat, yaitu: 1 (satu) semester, bisa pula berlangsung satu tahun bahkan 3 (tiga) tahun setara dengan program diploma. Strategi kedua ini digunakan untuk menampung lulusan SMA (Umum) yang tidak melanjutkan ke perguruan tinggi.

Tabel Jumlah Sekolah Menengah di Jawa Timur

No.	Jenis	Jumlah	Siswa
1.	SMA	1.240	435.796
2.	MA	1.168	210.166
3.	SMK	1.214	506.183
4.	SMA + MA	2.408	645.962
5.	SMA + SMK	2.454	941.979
6.	SMA + MA + SMK	3.622	1.152.145
7.	RASIO SMA :SMK	53,74% : 46:36%	43,93% : 56,07%

Sumber: Pusat Data Dindik Jatim ([www. http://pusatdata.dindikjatim.net](http://pusatdata.dindikjatim.net))

Sebagaimana menjadi kebijakan Dinas Pendidikan Jawa Timur (2010), bahwa dengan pencapaian rasio 55,78 : 44,22, apabila setiap tahunnya dapat dicapai kenaikan 2 % maka target rasio jumlah siswa SMK : jumlah siswa SMA sebesar 60 : 40 akan dicapai pada tahun 2012, dan diperkirakan akan mencapai 65 : 35 pada tahun 2014, sehingga kondisi ideal 70 : 30 diperkirakan akan dapat dicapai lebih cepat dari target nasional, yaitu 60:40 pada tahun 2014. Peningkatan rasio itu dilandasi oleh pemikiran bahwa (1) SMK merupakan bagian integral dari sektor-sektor ekonomi yang ikut mendorong pertumbuhan ekonomi nasional sehingga perlu terus menerus dikembangkan kualitas dan kuantitasnya; (2) Kualitas SMK akan merefleksikan kualitas tenaga kerja Indonesia yang perlu terus dibangun untuk meningkatkan keunggulan kompetitif ekonomi Indonesia. (3) SMK akan memainkan peran penting dalam menekan angka pengangguran di Indonesia. (4) SMK merupakan faktor pendorong dan pendukung pertumbuhan industri di Indonesia. (5) SMK perlu terus mengaktualkan kemampuan SDM dan peralatannya agar selaras dengan pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Bab 6

Lika Liku UKM di Indonesia

Bisnis UKM merupakan salah satu bisnis yang banyak peminatnya di Indonesia, karena dari segi modal yang dikeluarkan tidak terlalu banyak dan risiko kerugian yang minim. UKM di Indonesia ini menyumbang sekitar 60% dari PDB (*Product Domestic Bruto*) dan bisa memberikan lapangan kerja baru kepada masyarakat sekitar. Tidak heran bila perkembangan UKM di Indonesia berkembang semakin pesat, apalagi dengan dukungan pemerintah pusat yang semakin gencar membuat bisnis UKM semakin maju.

Namun tidak sedikit dari kita yang masih bingung dalam memilih usaha UKM yang menjanjikan untuk dijalankan. Alasannya beragam, dari tidak adanya modal, kurangnya pengalaman bisnis, tidak tahu teknik pemasaran, dan kendala yang menghambat lainnya. Tentu saja namanya kendala untuk memulai setiap bisnis itu ada, walaupun bisnis UKM sekalipun. Nah berikut ini ada pembahasan mengenai 10 ide bisnis UKM yang menjanjikan di Indonesia.

A. Kuliner

Usaha di bidang kuliner merupakan salah satu bisnis UKM yang memiliki banyak peminat. Selain karena modalnya yang tidak terlalu besar, usaha di bidang kuliner ini tidak akan pernah sepi, karena makanan merupakan salah satu kebutuhan manusia. Sukses tidaknya dalam berbisnis di bidang kuliner ini tergantung dari kualitas rasa makanan yang di jual, pelayanan, dan strategi pemasaran yang dilakukan oleh pemilik bisnis. Bagi Anda yang akan mencoba di bisnis ini, Anda bisa memulai bisnis ini dengan bergabung dengan orang yang telah sukses di bidang kuliner atau bisa membeli *franchise*, kemudian pelajari seluk beluk sistem bisnisnya, jika sudah yakin, Anda bisa mendirikan bisnis sendiri.

B. Fashion

Sama halnya dengan bisnis kuliner, *fashion* (busana) adalah bisnis yang menjanjikan dan potensial mendatangkan keuntungan yang besar. Alasannya sederhana, karena *fashion* menjadi kebutuhan sekunder pada manusia. Apalagi saat momen-momen hari besar, *fashion* mengalami peningkatan permintaan yang signifikan. Selain itu, dengan banyaknya *mode* yang berganti-ganti setiap waktu, menjadikan bisnis *fashion* patut untuk di coba. Jika Anda belum memiliki modal dan *skill* dalam dunia *fashion*, Anda bisa menjadi *reseller* atau *dropship* dari *brand-brand fashion* ternama dahulu. Sambil berbisnis, Anda bisa melakukan *upgrade* kemampuan bisnis yang Anda miliki dan mengumpulkan modal untuk memulai usaha sendiri.

C. Pendidikan

Sektor pendidikan juga tidak kalah menggiurkan, kita lihat saja di sekitar kita banyak sekali anak-anak sekolah mulai dari jenjang TK sampai SMA banyak kita jumpai. Mereka semua setiap hari berangkat sekolah dengan tujuan untuk mencari ilmu, tetapi tidak semua ilmu yang diajarkan saat di sekolah bisa terserap dengan baik. Sehingga memaksa para orang tua untuk menambah jam belajar anaknya dengan mendaftarkan ke bimbingan belajar atau les *private* yang berada di sekitar rumah. Apalagi saat mendekati Ujian Nasional, biasanya bimbingan belajar dan les *private* banyak sekali peminatnya. Ini menjadi kesempatan untuk Anda memulai membuka bisnis UKM dalam bidang pendidikan, tidak perlu modal banyak, asal Anda memiliki kemampuan mengajar sudah bisa menjalankan bisnis ini.

D. Otomotif

Perkembangan dunia otomotif di Indonesia baik roda dua maupun roda empat sangat pesat sekali. Lihat saja di kota-kota besar, saat jam sibuk pagi dan sore biasanya terjadi kemacetan yang panjang. Bahkan dalam satu

keluarga saja bisa dipastikan memiliki lebih dari satu kendaraan, baik roda dua maupun roda empat. Tentunya ini menjadi peluang bisnis UKM yang bisa Anda manfaatkan. Ada banyak bisnis UKM bidang otomotif yang menggiurkan seperti bengkel otomotif, jual beli *spare part*, jasa cuci kendaraan, rental mobil atau motor, dan masih banyak lainnya. Tinggal Anda memilih mau membuka bisnis yang mana, lebih baik *survey* dahulu kebutuhan di sekitar tempat Anda agar nantinya tidak salah target pasarnya.

E. Agribisnis

Agribisnis adalah bisnis yang bergerak dalam bidang pertanian dan peternakan, mulai dari sektor hulu sampai hilir. Peluang agribisnis di Indonesia masih terbuka lebar. Kebanyakan para pemain di sektor ini masih didominasi oleh orang tua, dan masih sedikit anak muda yang mau berbisnis pada sektor agribisnis. Padahal kebutuhan bahan pangan baik nabati maupun hewani menjadi kebutuhan pokok bagi setiap orang. Jadi masalah keuntungan, bisa dipastikan sangat menjanjikan untuk di geluti. Beberapa contoh usaha agribisnis yang bisa Anda lakukan adalah menjual sayur organik, budidaya tanaman rempah, bibit tanaman unggul, ternak ayam potong, ternak ayam petelur, ternak sapi, dan masih banyak lainnya.

F. Produk Kreatif

Kemajuan dalam bidang Internet juga berdampak besar pada pengrajin produk kreatif. Bagaimana tidak? Yang dulunya hanya bisa menitipkan produk di toko-toko terdekat untuk memasarkan produknya hanya bisa dititipkan di toko-toko terdekat, kini sudah bisa menggunakan Internet untuk promosinya. Sehingga, produk yang dijual sudah bisa menyebar ke seluruh dunia berkat Internet. Dampak positifnya selain produk semakin dikenal adalah meningkatnya keuntungan dari penjualan.