

---

## **BAB V**

# **EVALUASI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENUMBUHAN UNIT USAHA BARU DI INDONESIA**

Penumbuhan unit usaha ditentukan oleh kesempatan usaha yang ada, kemauan dan kemampuan masyarakat untuk berwirausaha, serta adanya dukungan keuangan dan non-keuangan. Kondisi kelima variabel tersebut dikaji untuk memahami kemungkinan efektivitas upaya penumbuhan unit usaha baru di Indonesia secara keseluruhan (makro), sedang untuk memahami aspek mikro dalam upaya penumbuhan unit usaha didekati dengan dengan memahami profil wirausaha yang menjadi responden kajian ini.

Penumbuhan unit usaha baru di Indonesia juga sangat dipengaruhi oleh kehidupan sosial budaya masyarakatnya. Sikap mental dan perilaku seorang wirausaha selalu berkait erat dengan sistem budaya, sosial, dan kepribadian masyarakatnya. Dalam bab ini dijelaskan faktor-faktor tersebut dalam kaitannya dengan upaya penumbuhan unit usaha baru secara efektif pada masa mendatang.

### **5.1. EVALUASI FAKTOR-FAKTOR PENDORONG PENUMBUHAN UNIT USAHA BARU DI INDONESIA**

Sesuai dengan kerangka pemikiran dalam kajian ini yang mengadopsi model Gnyawali dan Fogel, maka ada lima variabel penting yang perlu dievaluasi dalam menilai kemungkinan efektivitas upaya penumbuhan unit usaha baru di Indonesia pada masa mendatang. Kelima variabel tersebut, antara lain: kebijakan pemerintah yang berpengaruh terhadap kesempatan berusaha; kemauan berwirausaha yang berpengaruh terhadap kemungkinan seseorang untuk membuka usaha baru; kemampuan berwirausaha yang berpengaruh terhadap keberhasilan dalam pengelolaan dan pengembangan usahanya; serta faktor dukungan keuangan dan

non-keuangan berpengaruh untuk mewujudkan kemungkinan masyarakat untuk berwirausaha menjadi kenyataan dengan membuka unit usaha baru.

### **5.1.1. EVALUASI KESEMPATAN USAHA DAN KEBIJAKAN PEMERINTAH**

Kesempatan berwirausaha sangat dipengaruhi oleh kebijakan pemerintah, kejelian masyarakat melihat peluang usaha dan iklim usaha yang kondusif. Pemerintah perlu menciptakan iklim berwirausaha yang kondusif, dalam arti adanya mekanisme pasar yang efisien, informasi usaha yang memadai dan meningkatkan kemampuan masyarakat untuk melihat peluang-peluang usaha yang menguntungkan. Secara umum kesempatan usaha di Indonesia terbuka sangat luas, mengingat: (1) pulihnya perekonomian Indonesia dari krisis ekonomi, dan bahkan mulai menunjukkan prospek pertumbuhan ekonomi yang membaik, (2) masyarakat telah mampu menyesuaikan diri dengan berbagai bencana/ kejadian 'luar biasa', sehingga tidak mengganggu dunia usaha secara berlarut-larut, (3) jumlah penduduk yang sangat besar merupakan potensi pasar yang sangat luas bagi wirausaha Indonesia, (4) perubahan budaya masyarakat yang menginginkan hidup yang lebih mudah membuka banyak peluang berbagai usaha baru, dan (5) rentang segmentasi sosial ekonomi masyarakat Indonesia yang sangat besar, sehingga memberikan peluang berusaha bagi segala tingkatan usaha dari skala mikro, kecil, menengah dan besar; Produk usaha mikro cukup memadai untuk memenuhi kebutuhan masyarakat lapisan bawah, sedang produk usaha kecil dapat memenuhi kebutuhan lapisan bawah dan menengah, produk usaha menengah dan besar dapat memenuhi kebutuhan masyarakat kelas atas dan kebutuhan masyarakat yang bersifat massal.

Responden menilai pemerintah kurang konsisten dan kurang fokus dalam upaya menumbuhkan wirausaha baru secara berkelanjutan, sehingga pertumbuhan unit usaha umumnya adalah hasil dinamika ekonomi masyarakat secara alami. Pola ini mengakibatkan unit usaha baru yang tumbuh umumnya memiliki produktivitas yang rendah. Perlu upaya secara bersama-sama antara pemerintah, dunia usaha dan dunia pendidikan untuk menyiapkan wirausaha-wirausaha baru yang usaha berbasis pengetahuan dan teknologi dengan produktivitas yang tinggi, sebagaimana diamanatkan dalam inpres Nomor 4 tahun 1996 tentang GNMMK yang menginstruksikan lintas instansi untuk mengkampanyekan dan menumbuhkan wirausaha baru. Inpres tersebut dapat menjadi landasan hukum untuk memberdayakan upaya penumbuhan wirausaha baru di Indonesia yang bersifat lintas instansi

secara sinergis. Ironinya, Inpres tersebut seolah-olah terlupakan, dan tidak ada tindak lanjut yang berarti secara berkelanjutan. Fenomena ini yang dianggap oleh responden bahwa pemerintah tidak fokus dalam upaya menumbuhkan wirausaha baru yang berdaya saing tinggi.

Kementerian Koperasi dan UKM yang ditunjuk sebagai koordinator dalam gerakan nasional memasyarakatkan dan membudayakan kewirausahaan perlu merevitalisasi Inpres tersebut, dan mengupayakan agar GNMMK dapat menjadi program prioritas dalam pembangunan ekonomi nasional. Kondisi ini seharusnya dapat dilakukan menurut responden kajian, mengingat Wakil Presiden berasal dari wirausahawan, sehingga akan mudah menggelorakan kembali gerakan memasyarakatkan kewirausahaan, yang akan berdampak besar dalam upaya menumbuhkan unit usaha baru di Indonesia. Program pemerintah yang bersifat *hit and run* (timbul dan hilang secara cepat) menyulitkan masyarakat untuk dapat berperan aktif dalam upaya menumbuhkan wirausaha secara optimal dan berkelanjutan.

Sebagian responden wirausaha masih merasakan adanya hambatan yang bersumber dari pemerintah (usaha skala menengah dan besar), berupa sulitnya birokrasi dan perijinan dari pemerintah. Namun demikian, wirausaha menengah dan besar banyak yang merasa memperoleh perhatian dari pemerintah dalam bentuk akses pasar dan modal. Sebaliknya, responden usaha mikro dan kecil menyatakan ada hambatan dari pemerintah, terutama yang berkaitan dengan kepastian tempat berusaha, namun tidak dominan. Banyak usaha mikro dan kecil yang belum merasa diperhatikan oleh pemerintah. Temuan ini mengindikasikan pelaksanaan program pemberdayaan usaha mikro dan kecil perlu dikaji ulang agar lebih banyak dirasakan oleh pengusaha mikro dan kecil.

Menurut persepsi masyarakat, usaha penumbuhan unit usaha baru di daerah dalam jumlah besar akan dapat dicapai, jika pemerintah dapat menciptakan iklim berwirausaha yang kondusif. Upaya penciptaan iklim usaha tersebut seharusnya dimulai dengan cara meningkatkan kesadaran masyarakat untuk berwirausaha, selanjutnya diikuti dengan mengubah sistem pendidikan nasional, merevitalisasi lembaga pelatihan kewirausahaan dan ketrampilan teknis, meningkatkan apresiasi masyarakat terhadap profesi wirausaha dengan menggalakkan kampanye penumbuhan wirausaha baru, dan mengembangkan sentra-sentra usaha untuk UMKM yang mampu merangsang tumbuhnya usaha baru.

Responden juga berpendapat upaya pengembangan iklim berwirausaha sebaiknya dilakukan secara bertahap sesuai dengan dinamika perekonomian masyarakat secara konsisten.

Pemerintah berperan besar dalam meningkatkan kesempatan usaha bagi masyarakat. Upaya pemerintah tersebut dapat berwujud: (1) menumbuhkan jiwa kewirausahaan dan tingkat pemahaman masyarakat, (2) memudahkan prosedur perijinan dan meneruskan kebijakan pemberdayaan masyarakat serta keberpihakan pada usaha mikro dan kecil, (3) penyederhanaan prosedur pinjaman usaha dan meningkatkan akses modal, (4) sosialisasi, pendampingan, mentoring, pendidikan dan pelatihan kewirausahaan, serta usaha meningkatkan citra sosial dari para wirausaha, (5) memberikan informasi dan akses pasar untuk menciptakan peluang usaha, dan (6) menstimulan dan mengembangkan sistem insentif untuk mendorong terjadinya kemitraan usaha menengah dan besar (termasuk BUMN) dengan usaha mikro dan kecil, melalui kebijakan fiskal dan perdagangan yang pro UMKM. Sebagai langkah awal perlu dilakukan temu usaha atau forum-forum bisnis yang melibatkan pengusaha sukses dengan UMKM, sehingga UMKM dan masyarakat (calon wirausaha) belajar cara memanfaatkan peluang usaha, serta menumbuhkan keinginan untuk berwirausaha. Hal ini didasarkan pada kondisi masyarakat Indonesia yang sangat kental unsur "patron" dan budaya paternalistik.

Kebijakan pemberdayaan masyarakat dan kebijakan keberpihakan pada usaha mikro dan kecil akan merangsang masyarakat untuk berwirausaha, karena ada rasa terayomi oleh kebijakan pemerintah. Kebijakan ini seyogyanya diiringi dengan penyederhanaan prosedur perijinan dan pengalokasian tempat berusaha bagi UMKM dan calon wirausaha baru, sehingga kemauan untuk berwirausaha tidak padam karena frustrasi mengurus perijinan.

### **5.1.2. EVALUASI KEMAUAN BERWIRAUSAHA MASYARAKAT**

Kemauan masyarakat untuk menggeluti wirausaha sebagai penopang utama kehidupannya ditentukan oleh pemahaman masyarakat mengenai kewirausahaan, faktor sosial-ekonomi, budaya masyarakat, dan terbukanya kesempatan usaha. Hasil kajian mengindikasikan sebagian besar responden obyek penumbuhan wirausaha ingin menjadi wirausaha, namun adanya pemahaman yang kurang 'pas' terhadap kewirausahaan menghambat mereka untuk mewujudkannya. Faktor penyebab ketidakinginan masyarakat menjadi wirausaha adalah merasa tidak mempunyai modal, merasa tidak berbakat, dan risiko bisnis terlalu besar. Upaya menyadarkan masyarakat (khususnya kelompok sasaran potensial, seperti: mahasiswa, generasi muda) perlu terus dilakukan, terutama mengenai: (1) modal bukan satu-satunya kunci

sukses wirausaha, (2) kesuksesan wirausaha lebih ditentukan oleh kejelian dan keuletan wirausaha daripada bakatnya, dan (3) risiko usaha dapat diminimalisasi dengan cara membuat perencanaan bisnis yang baik.

Tingkat pemahaman masyarakat mengenai kewirausahaan relatif baik, namun perlu terus diupayakan peningkatan pemahamannya mengenai konsepsi kewirausahaan, peranan wirausaha dalam masyarakat dan beberapa mitos yang menghambat kewirausahaan. Pendidikan, pelatihan, penyuluhan dan temu wirausaha merupakan upaya awal yang baik untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai kewirausahaan. Pemahaman yang benar mengenai kewirausahaan akan merangsang masyarakat untuk terjun ke dunia wirausaha.

Upaya memasukkan kewirausahaan ke dalam kurikulum pendidikan nasional merupakan langkah strategis untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai kewirausahaan. Pemahaman masyarakat yang baik akan meningkatkan citra sosial wirausaha, yang pada gilirannya akan memotivasi masyarakat untuk berwirausaha. Pemasukan kewirausahaan dalam kurikulum pendidikan perlu disertai upaya meningkatkan pemahaman kelompok sasaran media (guru-dosen-tokoh masyarakat) terlebih dahulu. Hasil survei mengindikasikan tingkat pemahaman kelompok ini belum memiliki pemahaman yang baik mengenai pentingnya upaya menumbuhkan unit usaha baru.

Kedudukan sosial wirausaha akan berpengaruh terhadap kemauan masyarakat terjun ke dunia bisnis. Pada saat ini, masyarakat Indonesia baru pada tingkat menghargai profesi wirausaha, tapi belum menempatkan wirausaha sebagai pilihan profesi pertama. Hal ini mengindikasikan kondisi sosial belum mampu mendorong masyarakat untuk menjadikan wirausaha sebagai pilihan hidup. Kemauan masyarakat menjadi wirausaha dapat ditingkatkan dengan upaya meningkatkan citra atau kedudukan sosial wirausaha. Upaya tersebut dapat berupa penyajian profil wirausaha yang sukses, temu wirausaha, dan sosialisasi mengenai peranan wirausaha dalam masyarakat.

Perkembangan ekonomi dan persaingan pasar yang sehat akan mendorong kemauan masyarakat untuk berwirausaha. Kebijakan pemerintah yang berpihak pada yang lemah (program kemitraan, Keluarga pra-sejahtera,) akan meningkatkan kesempatan usaha yang pada akhirnya akan mendorong lahirnya wirausaha-wirausaha baru.

Kesempatan usaha yang terbuka merangsang masyarakat untuk berwirausaha, untuk itu pemerintah perlu secara terus menerus menginformasikan peluang-peluang usaha yang ada kepada masyarakat. Pemberian informasi usaha ini penting, karena temperamen masyarakat Indonesia yang cenderung meniru (duplikasi).

### 5.1.3. EVALUASI KEMAMPUAN BERWIRAUSAHA MASYARAKAT

Kemampuan teknik dan kemampuan bisnis yang dimiliki masyarakat akan mampu mengubah peluang usaha menjadi usaha baru yang menguntungkan. Menurut persepsi responden, faktor yang harus dimiliki untuk menjadi wirausaha adalah pengalaman dibidangnya, modal yang kuat dan bakat bawaan. Sebagian besar responden telah memiliki persepsi yang benar, bahwa pengalaman (teknis dan bisnis) merupakan faktor utama untuk menjadi wirausaha.

Penguasaan kemampuan teknik akan mendorong wirausaha untuk melakukan inovasi dan bekerja secara efisien. Pemberian informasi mengenai arah perkembangan produk, perkembangan teknologi produksi dan proses adopsi teknologi akan membantu meningkatkan kemampuan teknik dari wirausaha Indonesia. Upaya mengangkat, mentransformasikan dan memasyarakatkan teknologi pedesaan secara tepat akan sangat membantu kemampuan masyarakat pedesaan untuk berproduksi secara efisien dengan menggunakan peralatan yang sederhana, dan sekaligus akan merangsang daya inovatifnya.

Kemampuan bisnis wirausaha Indonesia relatif masih rendah, yaitu setara dengan kemampuan bisnis wirausaha Amerika yang belum mapan dan tidak punya rencana (Agung, 1996; ACG, 2004, Carland, 2004). Peningkatan kemampuan bisnis wirausaha Indonesia harus terus ditingkatkan, terutama untuk bidang perencanaan bisnis, pengembangan produk, pemasaran, manajerial, keuangan dan akuntansi.

Upaya meningkatkan kemampuan berwirausaha seyogyanya dilakukan oleh masyarakat sendiri dengan dukungan pemerintah. Sosialisasi dan kampanye peran wirausaha, pendidikan, pelatihan, magang dan penyebaran informasi bisnis merupakan media yang baik untuk meningkatkan kemampuan berwirausaha dari masyarakat Indonesia pada saat ini. Sistem pendidikan nasional yang masih berorientasi pada *knowledge bases* relatif tidak mendukung upaya menumbuhkan wirausaha baru. Untuk itu, perlu dilakukan perubahan sistem pendidikan nasional yang berbasis kompetensi dan memberikan pengalaman berbisnis

secara memadai kepada peserta didik dinilai sangat strategis untuk mendukung upaya penumbuhan wirausaha baru pada masa mendatang.

#### **5.1.4. EVALUASI DUKUNGAN PERKUATAN DAN KEMUNGKINAN MASYARAKAT BERWIRAUSAHA**

Kemungkinan berusaha dipengaruhi oleh kesempatan usaha yang ada, kemauan dan kemampuan berwirausaha. Adanya kemungkinan berusaha dan faktor pendorong berupa dukungan keuangan dan non-keuangan akan mendorong lahirnya usaha baru. Hasil studi mengindikasikan kemungkinan berusaha di Indonesia menurut persepsi responden sangat besar, karena: (1) kesempatan usaha sangat terbuka, (2) keinginan menjadi wirausaha relatif besar, dan (3) kemampuan berwirausaha cukup memadai. Dengan demikian, faktor penentu kemungkinan masyarakat menjadi wirausaha adalah dukungan keuangan dan dukungan non-keuangan, berupa: akses pasar, informasi bisnis, akses teknologi dan ketrampilan, serta jaringan distribusi untuk bahan baku dan produk yang dihasilkan.

Hambatan utama masyarakat untuk menjadi wirausaha adalah rasa tidak memiliki modal. Pemberian informasi dan kemudahan akses ke sumber modal dapat menghilangkan hambatan ini. Responden menyadari tingkat bunga yang tinggi tidak menjadi masalah, sepanjang prosedur pemberian pinjaman sederhana dan cepat. Beberapa responden wirausaha mikro dan kecil menyatakan sumber modalnya berasal dari pinjaman dengan tingkat bunga 2% - 10% per bulan yang berasal dari koperasi, BMT, BPR dan para pelepas uang, namun tetap menguntungkan. Penyederhanaan prosedur pinjaman merupakan awal yang baik untuk meningkatkan kesempatan usaha. Pola bantuan pinjaman lunak dari BUMN (program kemitraan dan bina lingkungan) perlu ada pembenahan lebih lanjut, agar lebih tepat sasaran, tepat guna, dan mempercepat akselerasi pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah.

Dukungan non-keuangan yang diperlukan untuk lahirnya wirausaha baru dapat berwujud kemudahan prosedur perijinan, pemberian informasi peluang-peluang usaha, tersedianya jasa konsultasi, penelitian dan pelatihan bisnis yang memadai, keringanan pajak bagi wirausaha pemula, dan sikap masyarakat yang menilai tinggi profesi wirausaha. Ada responden yang berkeinginan menutup usahanya, karena urusan pajak yang rumit dan dirasakan tidak adil;

karena melaporkan kelebihan pajak berdampak pada ia diperiksa pajak dan harus membayar kekurangan pajak yang cukup signifikan untuk skala usahanya.

Dukungan keuangan dan non-keuangan akan mendorong kemungkinan berusaha dari masyarakat, yang pada akhirnya akan merangsang terciptanya berbagai usaha baru. Tugas pemerintah adalah mengatur sinergi kelima faktor yang berpengaruh terhadap perkembangan kewirausahaan tersebut, yaitu: (1) kebijakan pemerintah yang meningkatkan kesempatan berusaha, (2) upaya peningkatan kemampuan teknis dan bisnis dari masyarakat/wirausaha, (3) upaya peningkatan pemahaman masyarakat mengenai kewirausahaan dan menyiapkan kondisi sosial-ekonomi yang kondusif terhadap perkembangan wirausaha, (4) memberikan dukungan keuangan bagi wirausaha mikro, kecil, menengah dan calon wirausaha, dan (5) memberikan dukungan non-keuangan yang merangsang perkembangan usaha.

Kesempatan berusaha sangat terbuka luas di Indonesia karena didukung oleh kebijaksanaan pemerintah yang secara konsisten dan terus menerus menciptakan iklim usaha yang kondusif. Tekad pemerintah yang berpihak pada usaha mikro dan kecil telah mendorong kesempatan usaha bagi wirausaha mikro dan kecil semakin terbuka luas, meskipun masih banyak yang perlu ditingkatkan pada masa mendatang.

Kadar kewirausahaan - wirausaha Indonesia yang diukur dengan indeks AEI dan CEI termasuk kategori cukup memadai (ACG, 2004; Agung NF, 1996). Kekurangan wirausaha Indonesia terletak pada visi dan perencanaan bisnis yang kurang jelas, tingkat keberanian melakukan inovasi yang rendah, dan cenderung hanya sekedar mempertahankan kelangsungan bisnisnya, sehingga banyak berorientasi pada pelaksanaan pekerjaan yang sifatnya rutin. Pemerintah telah berupaya meningkatkan kemampuan berwirausaha bagi (calon) wirausaha dengan menyelenggarakan berbagai pelatihan kewirausahaan dan revitalisasi program penumbuhan sarjana wirausaha melalui program Prospek Mandiri.

Keinginan masyarakat Indonesia menjadi wirausaha relatif besar, namun kondisi sosial-budaya dan ekonomi serta tingkat keberanian menanggung risiko usaha belum cukup besar mendorong masyarakat merealisasikan keinginannya. Jadi keinginan menjadi wirausaha hanya berhenti sampai keinginan saja, belum menjadi kemauan berwirausaha. Faktor yang berpengaruh terhadap kemauan berwirausaha di Indonesia ada empat faktor, yaitu:

- a. Kesempatan usaha yang relatif terbuka luas di Indonesia.



Pemerintah telah berupaya memberikan dukungan keuangan bagi wirausaha mikro dan kecil dalam bentuk bantuan perkuatan keuangan (seperti, perkuatan dana bergulir, MAP, program bina lingkungan BUMN, dan penjaminan). Pola pemberian bantuan seyogyanya dikaitkan dengan program pelatihan dan kinerja usahanya, sehingga merangsang kemauan masyarakat untuk selalu mengembangkan diri. Upaya pemerintah memberikan dukungan keuangan dan non-keuangan perlu terus dilanjutkan dan juga selalu harus dikaji pola bantuan yang sebaiknya diberikan sesuai dengan dinamika sosial ekonomi masyarakat.

Dengan mempertimbangkan kondisi penumbuhan unit usaha baru di Indonesia (gambar 5.1), maka faktor kemauan masyarakat berwirausaha paling mendesak untuk ditingkatkan, selanjutnya faktor kemampuan berwirausaha, serta mekanisme pemberdayaan untuk penumbuhan wirausaha baru. Untuk itu, faktor sosial-budaya dan ekonomi serta berbagai pelatihan ketrampilan bisnis dan kewirausahaan perlu untuk selalu ditingkatkan agar sesuai dengan persyaratan pengembangan kewirausahaan. Program pemberdayaan dengan penjenjangan dukungan perkuatan yang jelas, fokus, konsisten, berkesinambungan akan memudahkan masyarakat untuk berperan serta dalam upaya menumbuhkan unit usaha baru yang produktif di Indonesia.

## **5.2. EVALUASI KEDUDUKAN SOSIAL WIRAUSAHA**

Lingkungan sosial diduga berpengaruh sangat kuat terhadap motivasi seseorang untuk berwirausaha. Lingkungan sosial wirausaha dimaksud berkaitan dengan respon masyarakat terhadap profesi wirausaha. Sebagai acuan pembahasan adalah anggapan wirausaha tentang pendapat masyarakat di sekitar mereka yang memberi respon terhadap sikap mental dan perilakunya.

Secara umum, wirausaha merasa profesinya dihargai oleh masyarakat. Wirausaha menilai bahwa masyarakat ikut merasa bangga ketika melihat seseorang berhasil berwirausaha. Rasa bangga tersebut menyebabkan mereka ingin meniru keberhasilan tersebut dengan terjun ke dunia usaha.

Pada awal berwirausaha, kebanyakan wirausaha tidak ditentang oleh lingkungan. Mereka memasuki dunia wirausaha sangat dipengaruhi oleh keluarga yang berprofesi sebagai

wirausaha juga, dan menginginkan anaknya juga menjadi wirausaha. Sedangkan yang ditentang keluarga dan lingkungan, umumnya mereka berasal bukan dari keluarga wirausaha dan mempunyai tingkat pendidikan yang tinggi. Ada hubungan antara mitos pendidikan dengan realitas dunia kewirausahaan. Dunia kewirausahaan merupakan dunia yang penuh dengan ketidakpastian, yaitu di antara kaya jika berhasil atau jatuh miskin karena bangkrut<sup>1</sup>. Dunia wirausaha seolah-olah terlarang bagi orang yang berpendidikan tinggi karena ketidakpastiannya itu.

Dari sudut pandang wirausaha, kedudukan sosial wirausaha dalam masyarakat belum menempati posisi tertinggi. Mereka menganggap bahwa karyawan swasta merupakan profesi yang mempunyai kedudukan tertinggi dibandingkan dengan profesi-profesi lainnya. Setelah karyawan swasta, profesi yang menjadi pilihan selanjutnya adalah dosen/guru dan TNI/POLRI. Hal ini berarti bahwa profesi wirausaha masih menempati posisi peringkat kedudukan sosial yang terendah. Indikasi tersebut menunjukkan bahwa wirausaha bukan merupakan alternatif utama dalam pemilihan pekerjaan. Mereka terpaksa terjun ke dunia wirausaha karena tidak ada pekerjaan lain yang bisa mereka dapatkan. Hasil kajian mengindikasikan belum adanya perubahan persepsi di kalangan masyarakat mengenai kedudukan sosial wirausaha dalam 10 tahun terakhir, jika dibandingkan dengan studi yang dilakukan oleh PAU-UGM (1995), Agung NF (1996), dan ACG (2004, 2005).

**Tabel 5.1**  
**Distribusi Frekuensi Persepsi Masyarakat Mengenai**  
**Kedudukan Sosial Profesi wirausaha**  
(dalam %)

URUTAN	PEG. NEGERI	TNI / POLRI	SWASTA	DOSEN	WIRAUSAHA	TOTAL
Rangking 1	14,3	22,1	27,1	22,6	13,9	100
Rangking 2	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100
Rangking 3	75,0	16,7	0,0	0,0	8,3	100
Rangking 4	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100
Rangking 5	51,7	18,3	11,7	18,3	0,0	100
Total	19,8	21,3	24,9	21,3	12,6	100

Sumber : Data Primer (diolah)

<sup>1</sup> Lihat tulisan Geertz tentang wirausaha Jawa dalam *Penjaja dan Raja* (1992).

Kedudukan sosial dan penghargaan terhadap profesi wirausaha terkait erat dengan aspek norma dalam kehidupan sosial budaya masyarakat. Berdasarkan kelompok wirausaha, tidak terdapat perbedaan yang berarti antar kelompok responden wirausaha dalam memandang bahwa norma masyarakat merupakan faktor yang dapat menunjang sekaligus menghambat kewirausahaan. Satu sisi, kedudukan sosial wirausaha dapat berperan sebagai faktor penghambat. Terbukti ada responden yang berpersepsi buruk terhadap profesi wirausaha. Di sisi lain, kedudukan sosial juga bisa menjadi faktor pendorong, yaitu apabila profesi tersebut mendapat penghargaan masyarakat sebagai profesi yang tinggi. Akan tetapi, ada kasus lain lagi yang berbeda dengan kedua kasus tersebut, yaitu faktor penghormatan terhadap senioritas dan kedudukan (baik dalam hal status ataupun kekayaan) kepada orang-orang yang mempunyai hubungan dekat, yang membuat wirausaha enggan “melebihi” apa yang sudah dimiliki orang terdekat.

Apabila dilihat dari sudut agama/religi, terlihat bahwa agama menjadi faktor pendorong proses berwirausaha. Dalam ajaran agama ada tuntunan yang menyatakan bahwa “orang beriman yang kaya harta dan kuat jiwa adalah lebih utama”, dan “bekerja dan berusaha memenuhi kebutuhan hidup adalah ibadah”.

Satu hal yang masih sering ditemukan adalah kebiasaan yang mengharuskan seorang wanita untuk tinggal di rumah mengurus rumah tangga. Kebiasaan ini menghambat wirausaha wanita untuk mengembangkan kewirausahaan. Upaya memberdayakan wanita dalam berwirausaha terbukti dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, sebagaimana kasus Grameen Bank di Bangladesh. Sedangkan falsafah hidup yang dapat mendorong bertumbuhkembangnya kewirausahaan berupa keyakinan bahwa bekerja sendiri (mandiri) lebih baik daripada tergantung pada orang lain, serta mencari harta sebagai bekal di hari depan. Salah satu falsafah hidup yang merupakan pendorong untuk berwirausaha dapat ditemukan pada beberapa suku yang menyatakan “akan malu seseorang yang pulang tanpa hasil”.

Kebiasaan dan sikap hidup gigih dalam berusaha dan tertanamnya jiwa perantau serta motivasi untuk maju dan mandiri bisa menjadi faktor pendorong kewirausahaan. Sebaliknya sikap malas, pasrah terhadap takdir adalah pemahaman yang salah, serta pola pikir masyarakat yang tradisional lebih merupakan faktor yang menghambat kewirausahaan.

Uraian tentang norma/falsafah hidup masyarakat seperti telah dijelaskan di atas menunjukkan adanya dampak ganda dari norma terhadap kewirausahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa

terdapat variasi norma-norma yang diyakini masyarakat dan berpengaruh terhadap iklim berwirusaha. Keyakinan ini biasanya berbeda menurut daerah asal, sebagai akibat dari kekentalan adat istiadat pada masing-masing daerah.

Dalam konteks norma atau falsafah yang diyakini ini, secara umum responden mempunyai persepsi bahwa “berdagang adalah pekerjaan yang halal” merupakan faktor yang mendorong semangat untuk menekuni profesi tersebut. Adapun “mengambil keuntungan adalah wajar” dan “mencari kekayaan adalah wajar” menempati prioritas pilihan kedua dan ketiga. Hal ini mengindikasikan bahwa persepsi responden lebih dilandasi oleh nilai-nilai agama yang dipahaminya. Kelompok responden Wirusaha Kecil dan Mikro cenderung mempunyai pandangan seperti ini.

**Tabel.5.2**  
**Distribusi Frekuensi Persepsi Norma Pendorong Berwirusaha**  
(dalam %)

Kelompok Responden	Mengambil untung adalah wajar	Mencari kekayaan adalah wajar	Berdagang adalah halal	Lain-lain	Total
<b>Wirusaha Menengah</b>	<b>36,4</b>	<b>-</b>	<b>18,2</b>	<b>45,5</b>	100
<b>Wirusaha Kecil</b>	<b>16,9</b>	<b>9,2</b>	<b>43,1</b>	<b>30,8</b>	100
<b>Wirusaha Mikro</b>	<b>19,6</b>	<b>3,6</b>	<b>39,3</b>	<b>37,5</b>	100
<b>Total</b>	20,0	5,9	38,5	35,6	100

Sumber : Data Primer (diolah)

Kondisi ini menunjukkan lingkungan yang dapat menumbuhkan kewirusahaan adalah keteladanan dari seseorang yang telah berhasil dalam berwirusaha. Kelompok masyarakat yang potensial menjadi wirusaha adalah mereka yang berpendidikan menengah ke bawah yang berasal dari keluarga wirusaha. Aspek budaya merupakan faktor yang dapat mendorong, tetapi juga dapat menjadi faktor penghambat dalam proses berwirusaha.

### **5.3. EVALUASI POLA PIKIR DAN PERILAKU WIRUSAHA**

Pertumbuhan dan perkembangan kewirusahaan terbentuk oleh pola pikir yang melatarbelakangi, kemudian diterjemahkan dalam perilaku berwirusahanya. Pola pikir berkaitan dengan motivasi dan alasan menekuni wirusaha serta visi berwirusaha.

Sedangkan perilaku wirausaha tercermin pada inovasi yang dikembangkan, keberanian mengambil resiko, dan kemampuan menghadapi stres pada saat berwirausaha.

### 5.3.1. MOTIVASI BERWIRAUSAHA

Motivasi berwirausaha berkaitan dengan faktor pendorong yang berasal dari individu dalam merespon keadaan sekitar pada saat memulai berwirausaha. Keadaan yang dimaksud adalah tuntutan masyarakat pada seseorang yang sudah dewasa untuk bekerja, sehingga dapat dikatakan motivasi berwirausaha sangat dipengaruhi oleh budaya.

Pada saat memulai usaha sebagian besar responden terdorong oleh motivasi ingin memiliki kebebasan dalam menentukan nasib sendiri. Hal tersebut didukung oleh kenyataan yang dilihat di sekitarnya. Keberhasilan teman atau orang lain serta keberhasilan keluarga sebagai wirausaha mempengaruhi motivasi mereka memasuki dunia wirausaha. Hampir semua daerah yang dijadikan sampel penelitian menunjukkan kecenderungan seperti ini.

**Tabel 5.3**  
**Distribusi Frekuensi Motivasi Responden Terjun ke Dunia Wirausaha**  
**Berdasarkan Asal Daerah**  
(dalam %)

ASAL DAERAH	Tidak tertarik bekerja kpd orang lain	Ingin hidup penuh tantangan	Ingin cepat kaya	Bebas menentukan nasib sendiri	Lainnya	TOTAL
Kepulauan Riau	21,7	13,3	3,3	46,7	15,0	100
DI Yogyakarta	-	25,0	-	25,0	50,0	100
Jawa Timur	8,6	8,6	-	57,1	25,7	100
NTB	10,5	5,3	-	68,4	15,8	100
Kal-Bar	66,7	-	-	33,3	-	100
Gorontalo	14,3	7,1	-	25,0	53,6	100
Total	15,7	10,5	1,3	46,4	26,1	100

Sumber : Data Primer

Tabel 5.4 menunjukkan faktor pendorong berwirausaha yang utama bagi Wirausaha yang berasal dari Kep. Riau, Gorontalo dan Jawa Timur adalah teman atau melihat orang lain yang sukses berwirausaha. Sedang wirausaha yang berasal dari Nusa Tenggara Barat dan Kalimantan Barat keinginan berwirausaha timbul dari meniru orang tua atau saudara. Hal ini

mengindikasikan faktor kekerabatan di daerah tersebut masih sangat tinggi, dan berdagang cenderung merupakan tradisi. Wirausaha yang terjun ke dunia bisnis karena tuntunan agama relatif banyak ditemui di Jawa Timur (17,1%) dan Gorontalo (17,9%). Hal ini menunjukkan masyarakat Jawa Timur dan Gorontalo relatif masih sangat ketat/kuat keagamaannya sebagai dasar bersikap dan bertindak laku. Hampir di seluruh daerah penelitian ditemukan wirausaha yang terjun ke dunia bisnis akibat sulitnya memperoleh pekerjaan di profesi lainnya.

**Tabel 5.4**  
**Faktor penyebab timbulnya keinginan responden untuk berwirausaha**  
**Berdasarkan Asal daerah**  
**(dalam %)**

Asal Daerah	Meniru orang tua atau saudara	Melihat teman atau orang lain	Dorongan dan nasehat keluarga atau teman	Tuntunan agama	Lainnya	Total
Kepulauan Riau	21,1	28,1	10,5	8,8	31,6	100
DI Yogyakarta	-	25,0	12,5	-	62,5	100
Jawa Timur	14,3	37,1	14,3	17,1	17,1	100
NTB	38,9	11,1	5,6	11,1	33,3	100
Kal-Bar	50,0	25,0	25,0	-	-	100
Gorontalo	21,4	39,3	3,6	17,9	17,9	100
<b>Total</b>	<b>21,3</b>	<b>30,0</b>	<b>10,0</b>	<b>12,0</b>	<b>26,7</b>	<b>100</b>

Sumber : Data Primer

Wirausaha Nusa Tenggara Barat termotivasi memasuki dunia wirausaha karena ingin bebas menentukan nasib sendiri. Hal ini cenderung disebabkan karena melihat pengalaman keluarga yang telah sukses. Dengan melihat latar belakang kehidupan tradisi keluarga di Nusa Tenggara Barat yang masih kental, menyebabkan mereka ingin mencontoh keberhasilan orang tuanya berwirausaha.

Wirausaha seharusnya mengenal kekuatan dan kelemahan dirinya agar timbul kesadaran bahwa berbagai hal yang telah dicapai sebenarnya akibat dari perilakunya memanfaatkan kekuatan dan kelemahan yang ada pada dirinya. Kekuatan dan kelemahan tersebut diyakini sebagai faktor-faktor yang dapat mendorong pencapaian cita-cita dan tujuan. Dorongan untuk memanfaatkan kekuatan untuk mencapai cita-cita inilah yang disebut motivasi. Motivasi akan mencerminkan cara berfikir dan berperilaku seseorang dalam pencapaian aspirasi dan prestasi.

**Tabel 5.5**  
**Distribusi Frekuensi Persepsi Wirausaha Mengenai Motivasi Berwirausaha**  
 (dalam %)

Kelompok Wirausaha	Tidak tertarik bekerja pada orang lain	Ingin hidup penuh tantangan	Ingin cepat kaya	Bebas menentukan nasib sendiri	Faktor lainnya	Total
Wirausaha Menengah	27,3	18,2	-	54,5	-	100
Wirausaha Kecil	18,2	12,1	1,5	45,5	22,7	100
Wirausaha Mikro	10,3	5,2	1,7	55,2	27,6	100
Pengurus Koperasi	20,0	20,0	-	6,7	53,3	100
Total	16,0	10,7	1,3	46,0	26,0	100

Sumber: Data Primer Penelitian (diolah)

Wirausaha Menengah adalah kelompok responden yang paling banyak termotivasi terjun ke dunia wirausaha karena ingin memiliki kebebasan dalam menentukan nasib sendiri (54,5%), sebaliknya Pengurus Koperasi memiliki motivasi kemandirian yang terendah. Hal ini dapat dipahami mengingat wirausaha dituntut lebih memiliki keberanian menanggung resiko dan menentukan nasib sendiri daripada Pengurus Koperasi.

Motivasi utama Wirausaha Menengah dan Wirausaha Kecil terjun ke dunia bisnis akibat meniru orang tua/saudara yang berbisnis. Faktor yang mendorong Wirausaha Mikro terjun ke dunia bisnis karena melihat teman atau orang lain sukses berbisnis, dan faktor lainnya berupa kesulitan memperoleh pekerjaan. Dengan mempertimbangkan motivasi wirausaha Indonesia terjun ke dunia bisnis karena proses meniru, maka acara temu wirausaha dan penayangan profil wirausaha sukses akan merangsang masyarakat untuk berwirausaha.

**Tabel 5.6**  
**Distribusi Frekuensi Persepsi Wirausaha Mengenai**  
**Faktor Penyebab Timbulnya Keinginan untuk Berwirausaha**  
 (dalam %)

Wirausaha	Meniru orang tua atau saudara	Melihat teman atau orang lain	Dorongan dan nasehat keluarga atau teman	Tuntutan agama	Lainnya	Total
Wirausaha Mikro	14,0	40,4	7,0	14,0	24,6	100
Wirausaha Kecil	28,1	26,6	15,6	3,1	26,6	100
Wirausaha Menengah	45,5	18,2	9,1	18,2	9,1	100
Pengurus Koperasi	6,7	6,7	-	40,0	46,7	100
Total	21,8	29,3	10,2	12,2	26,5	100

Sumber: Data Primer Penelitian (diolah)

Bila dilihat lebih rinci lagi, kelompok responden Wirausaha Menengah dan Kecil yang terdorong terjun ke dunia wirausaha didasari oleh keinginan memiliki kebebasan dalam menentukan nasib sendiri dengan alasan ingin meniru kesuksesan orang tua. Sedangkan Wirausaha Mikro cenderung ingin cepat kaya dengan alasan ingin seperti teman atau orang lain yang berhasil berwirausaha.

Perbedaan motivasi dan alasan memasuki dunia wirausaha berdasarkan kelompok wirausaha berkaitan dengan pemaknaan resiko dan kondisi masing-masing kelompok tersebut. Wirausaha Menengah dan Kecil cenderung berani mengambil resiko karena mereka secara ekonomi lebih mapan. Di samping itu, kebanyakan dari mereka meneruskan usaha orang tuanya. Secara ekonomis, mereka lebih mempunyai keberanian mengambil resiko. Sedangkan kelompok Wirausaha Mikro masih berorientasi pada terjaganya subsistensi keluarga sehingga mereka cenderung termotivasi untuk mencari kekayaan seperti teman-temannya yang telah sukses berwirausaha.

Secara Umum wirausaha Indonesia dalam melaksanakan dan mengembangkan usaha didasarkan pada motto-motto berwirausaha merupakan sarana untuk mengaktualisasikan potensi diri dan sikap "pasrah" kepada Tuhan Yang Maha Esa. Sikap pasrah ini tercermin dari motto wirausaha seperti: bekerja merupakan ibadah, rejeki datangnya dari Tuhan, dan berdagang adalah halal. Wirausaha sebagai sarana aktualisasi diri dapat diartikan bahwa wirausaha merupakan bentuk status pekerjaan. Sebagai seorang wirausaha berarti mereka mendapat hak sosial di masyarakat. Seperti dalam konsep orang Jawa misalnya, orang '*njawani*' adalah orang yang sudah mampu memproduksi secara ekonomis maupun sosial<sup>2</sup>. Dengan mereka berstatus wirausaha mereka dianggap sudah mampu memproduksi dan dianggap sudah dewasa. Memasuki dunia wirausaha sebagai upaya aktualisasi diri tersebut membawa implikasi ke motivasi berwirausaha.

### 5.3.2. VISI KEWIRAUSAHAAN

Visi dalam kewirausahaan diartikan sebagai harapan-harapan yang ingin dicapai oleh seseorang dengan berwirausaha. Visi tersebut tercermin dari rencana setelah sukses

---

<sup>2</sup> B. Ertanto (1992) menjelaskan dengan detail proses menjadi Jawa berdasarkan konsep orang Jawa dalam penelitiannya yang berjudul *Ritus untuk Menjadi Jawa*.

menjalankan usaha, faktor kegagalan dan kesuksesan menjalankan usaha, dan keinginan wirausaha agar anaknya berwirausaha.

Responden yang menginginkan anaknya menjadi wirausaha terdapat pada semua daerah yang diteliti, terutama yang berasal dari Gorontalo dan Jawa Timur. Pada propinsi lain cenderung merata. Data tersebut dapat diartikan bahwa sebagian besar responden cenderung mengharapkan anaknya untuk bisa meneruskan usahanya. Dengan demikian mereka menganggap sektor wirausaha menjanjikan kehidupan yang baik bagi masa depan anaknya.

Sebagian besar dari mereka yang tidak menginginkan anaknya menjadi wirausaha, beralasan ingin ada profesi lain di luar wirausaha dalam keluarganya dan menganggap resiko terjun ke dunia usaha terlalu besar. Alasan ini terutama dikemukakan responden yang berasal dari propinsi DI. Yogyakarta

Keberhasilan dalam berwirausaha disebabkan faktor kemampuan manajemen yang memadai. Semua daerah yang diteliti memiliki kecenderungan tersebut. Persentase terendah yang menjawab manajemen yang memadai sebagai faktor terpenting pendukung keberhasilan berwirausaha adalah Kalimantan Barat. Di propinsi ini, modal dianggap menjadi faktor pendukung utama keberhasilan wirausaha.

**Tabel 5.7**  
**Faktor Pendukung Kesuksesan Kewirausahaan Menurut Responden**  
(dalam %)

Propinsi	Faktor Pendukung Kesuksesan (%)					Total
	Modal	Manajemen	Koneksi	Teknologi	Lain-lain	
Kepulauan Riau	26,7	50,0	5,0	6,7	11,7	100
DIY	25,0	75,0	-	-	-	100
Jawa Timur	14,7	70,6	-	2,9	11,8	100
NTB	5,3	73,7	-	10,5	10,5	100
Kal-Bar	50,0	25,0	-	-	25,0	100
Gorontalo	29,6	51,9	18,5	-	-	100
<b>Total</b>	<b>22,4</b>	<b>58,6</b>	<b>5,3</b>	<b>4,6</b>	<b>9,2</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer Penelitian (diolah)

Ukuran kesuksesan dalam usaha bisa dilihat dari berbagai hal. Hampir seluruh responden menyatakan bahwa ukuran kesuksesan berwirausaha adalah omzet penjualan dan nilai-nilai materi terutama untuk wirausaha yang berasal dari Kep. Riau. DI. Yogyakarta, Nusa Tenggara Barat dan Kalimantan Barat Sedangkan yang menganggap jumlah pegawai juga merupakan

ukuran keberhasilan terdapat pada propinsi Jawa Timur dan Gorontalo. Fenomena ini mengindikasikan wirausaha yang ada lebih mengutamakan kesuksesan individual daripada kepedulian terhadap lingkungan masyarakat (penumbuhan lapangan kerja).

Faktor penyebab kegagalan berwirausaha, menurut sebagian besar responden, adalah keterbatasan modal, terdoda untuk bertindak konsumtif dan manajemen usaha yang tradisional. Sebagian besar responden yang berasal dari Nusa Tenggara Barat menyatakan bahwa terdoda bertindak konsumtif merupakan penyebab utama kegagalan berwirausaha.

Responden berpendapat bahwa faktor utama penyebab kesuksesan wirausaha adalah profesionalisme pengelolaan bisnis (manajemen). Faktor yang lain berturut-turut adalah (1) permodalan; (2) koneksi dengan pejabat pemerintah dan pengusaha lainnya; dan (3) penguasaan teknologi.

**Tabel 5.8**  
**Distribusi Frekuensi Persepsi Wirausaha Indonesia**  
**Mengenai Faktor Pendukung Kesuksesan Wirausaha**  
(dalam %)

KELOMPOK WIRAUSAHA	MODAL	MANAJEMEN	KONEKSI	TEKNOLOGI	LAIN	TOTAL
Wirausaha Menengah	-	81,8	9,1	-	9,1	100
Wirausaha Kecil	24,2	59,1	3,0	6,1	7,6	100
Wirausaha Mikro	24,6	47,4	8,8	5,3	14,0	100
Pengurus Koperasi	26,7	73,3	-	-	-	100
Total	22,8	57,7	5,4	4,7	9,4	100

Sumber: Data Primer Penelitian (diolah)

**Tabel 5.9**  
**Distribusi Frekuensi Persepsi Wirausaha Mengenai Faktor Kegagalan Berwirausaha**  
(dalam %)

KELOMPOK RESPONDEN	MODAL	MANAJEMEN	KONSUMTIF	TEKNOLOGI	LAIN	TOTAL
Wirausaha Menengah	18,2	36,4	36,4	9,1	-	100
Wirausaha Kecil	24,2	28,8	37,9	3,0	6,1	100
Wirausaha Mikro	39,3	17,9	28,6	5,4	8,9	100
Pengurus Koperasi	73,3	26,7	-	-	-	100
Total	34,5	25,0	30,4	4,1	6,1	100

Sumber: Data Primer Penelitian (diolah)

Adapun faktor utama penyebab kegagalan berwirausaha, berturut-turut adalah keterbatasan modal, terdoda menggunakan uang hasil usaha untuk kepentingan konsumtif, dan manajemen usaha yang masih tradisional. Faktor tersebut berkorelasi secara signifikan terhadap sosialisasi dan pengembangan kewirausahaan. Setelah sukses menjalankan usaha, Wirausaha Menengah pada umumnya merencanakan untuk mengembangkan usaha baru. Wirausaha Kecil dan Koperasi rencana utamanya adalah membina saudara dan tetangga, sedangkan Wirausaha Mikro merasa telah cukup dengan bisnis yang telah ada.

### 5.3.3. PROSES INOVASI

Drucker (1985) mengatakan bahwa inovasi merupakan fungsi khusus dari wirausaha, yaitu bahwa wirausaha harus mampu menciptakan sumber daya kemakmuran yang baru atau mengubah sumber daya yang ada menjadi sumber daya yang lebih berguna dalam menciptakan kemakmuran. Menurut Howel dan Higgins (1990) inovasi adalah proses yang dilakukan oleh seorang wirausaha dalam mengubah peluang menjadi ide-ide yang dapat dikomersialkan. Arti dari pengertian itu adalah wirausaha dituntut menjadi 'katalis' dalam proses inovasi.

Hasil survey menunjukkan bahwa ada perbedaan di antara responden yang berasal dari propinsi yang satu dengan propinsi lainnya. Secara umum, sebagian besar wirausaha lebih banyak melakukan duplikasi dan sedikit sekali yang melakukan invensi. Banyaknya yang melakukan duplikasi produk yang ada dapat dimaklumi karena alasan mereka berwirausaha disebabkan oleh melihat keberhasilan orang lain, baik teman maupun keluarganya. Fakta tersebut diperkuat oleh fakta lain yang menyatakan bahwa sebagian besar wirausaha pernah bekerja pada orang lain sebelum mereka berwirausaha sendiri. Setelah mereka mengetahui seluk beluk bidang wirausaha tersebut dan memiliki modal, mereka mencoba mendirikan usaha sendiri<sup>3</sup>. Produk yang dihasilnya pun sama. Sehingga dapat dikatakan bahwa proses duplikasi terjadi karena sejarah wirausaha sebelum mempunyai usaha sendiri telah bekerja pada orang lain.

---

<sup>3</sup> Penelitian Suhatmini Hardyastuti dan Bambang Hidayana (1991:30) tentang 'Pekerja Wanita pada Industri Rumah Tangga Sandang di Propinsi DIY' menyebutkan bahwa umumnya wirausaha sandang di DIY, terutama industri tenun dan bordir, mulai meniti kariernya berawal dari pekerja.

Wirausaha yang berasal dari Yogyakarta lebih banyak melakukan sintesis. Mereka melakukan inovasi yang bersifat sintesis karena mungkin pengaruh dari banyaknya pendatang yang ingin belajar di daerah ini. Proses akulturasi terjadi antara penduduk setempat dengan para pendatang. Disamping itu, banyaknya pendatang menyebabkan masyarakat Yogyakarta cenderung dinamis. Sebagai contoh keramik kasongan dulunya berbentuk hewan atau guci-guci yang sangat sederhana. Pada perkembangan berikutnya model dan bentuknya lebih bervariasi. Hal yang sama terjadi pada patung asmat. Patung asmat yang di daerah asalnya terbuat dari kayu di Yogyakarta dikembangkan dengan keramik. Setelah model patung asmat yang hanya berwarna hitam saja populer dan banyak diduplikasi kemudian ada yang mengembangkan dengan pewarnaan yang lebih dari satu warna. Proses seperti itu terus berkembang sesuai dengan trend pasar.

Hasil ujian chi square juga menunjukkan bahwa antara wirausaha lokal dan pendatang menunjukkan tidak ada perbedaan yang nyata dalam inovasinya. Kenyataan ini dapat diartikan inovasi yang dilakukan oleh wirausaha disesuaikan oleh keadaan dimana mereka berada atau mereka yang menyesuaikan diri dengan apa yang dikehendaki pasar. Sehingga dapat dikatakan wirausaha Indonesia cenderung *adaptatif*.

Tingkat pendidikan di antara wirausaha juga tidak mempengaruhi bentuk inovasi. Pendidikan formal yang cenderung kurang memberi porsi mengajarkan hal yang berkaitan inovasi, sehingga pengaruh pendidikan tidak terlihat dalam bentuk inovasi wirausaha. Hal tersebut menjadi semakin jelas bahwa inovasi yang dilakukan wirausaha sangat dipengaruhi pasar. Permintaan pasarlah yang menjadi acuan mereka melakukan inovasi.

**Tabel 5.10**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Inovasi yang Dilakukan**  
(dalam %)

Asal Propinsi	Proses Inovasi				Total
	Duplikasi	Ekstensi	Sintesis	Invensi	
Kepulauan Riau	47,5	21,9	20,7	9,9	100
DIY	33,3	16,7	50,0	-	100
Jawa Timur	44,1	17,6	23,5	14,7	100
NTB	50,0	18,8	25,0	6,3	100
Kal-Bar	20,0	40,0	20,0	20,0	100
Gorontalo	71,1	8,9	13,0	6,7	100
<b>Total</b>	44,3	20,7	25,4	9,6	100

Sumber : Data Primer (diolah)

Wirausaha Indonesia cenderung berada pada tahap inovasi duplikasi produk. 44,3% responden wirausaha menyatakan memproduksi produk atau jasa yang sifatnya sama dengan produk yang sudah ada sebelumnya (duplikasi), 25,4% responden melakukan proses sintesis, 20,7% melakukan proses ekstensi, dan hanya 9,6% responden yang melakukan proses invensi. Proses duplikasi banyak dipilih karena biasanya produk yang diduplikasi tersebut telah sukses di pasaran namun permintaan terhadap produk tersebut masih banyak yang belum terpenuhi. Faktor pendukung dipilihnya proses duplikasi yang lain adalah bahwa usaha yang dilakukan oleh responden merupakan usaha men"contoh" kegiatan bisnis temannya, anggota keluarga, atau orang lain. Hal ini dapat dilihat dari adanya anggota keluarga/temannya yang juga menjadi wirausaha, terutama untuk Wirausaha Kecil dan Menengah.

Pengalaman bekerja kepada orang lain juga memungkinkan munculnya proses duplikasi produk. Ketrampilan dan pengetahuan yang diperoleh seseorang selama bekerja dengan orang lain berguna untuk merintis usaha sendiri. Sebanyak 65% responden menyatakan pernah bekerja kepada orang lain dan sekarang telah berhenti untuk mendirikan usaha sendiri, 7,5% responden menyatakan masih tetap bekerja pada orang lain walaupun sekarang telah memiliki usaha sendiri, dan 27,5% responden menyatakan sama sekali tidak pernah bekerja pada orang lain.

**Tabel 5.11**  
**Proses Inovasi Wirausaha Indonesia**  
(dalam %)

KETERANGAN	DUPLIKASI	EKSTENSI	SINTESIS	INVENSI	TOTAL
Wirausaha Menengah	34,3	20,0	25,7	20,2	100,0
Wirausaha Kecil	51,9	23,4	17,7	7,0	100,0
Wirausaha Mikro	39,7	20,5	25,8	13,9	100,0
<b>Total</b>	44,8	21,8	21,1	11,3	100,0

Sumber: Data Primer Penelitian (diolah)

Wirausaha Kecil cenderung memproduksi barang-barang atau jasa yang sifatnya duplikasi dan atau ekstensi (pengembangan dari produk yang telah ada). Kecenderungan duplikasi atau ekstensi produk disebabkan produk duplikasi atau ekstensi biasanya telah mempunyai pasar yang jelas, sehingga resiko kegagalan pasarnya rendah Selain itu, Wirausaha Kecil berusaha mengisi pangsa pasar yang tersisa atau berusaha melayani kelompok masyarakat ekonomi tertentu yang tidak mampu membeli produk-produk ber-merk misalnya peralatan rumah tangga, peralatan elektronik, dan lain-lain. Permintaan masyarakat atas produk atau jasa

tertentu di suatu daerah juga dapat menyebabkan produsen memilih memproduksi barang-barang/jasa tertentu yang belum terdapat di daerah tersebut. Distribusi pemilihan proses inovasi yang dilakukan oleh responden secara rinci dapat dilihat pada tabel berikut.

Sementara itu, proses invensi (penciptaan produk/jasa yang benar-benar baru) lebih banyak dilakukan oleh Wirausaha Menengah dibandingkan dengan Wirausaha Kecil dan Wirausaha Mikro. Hal ini disebabkan oleh sumber daya manusia Wirausaha Menengah lebih baik, serta memiliki lebih besar dana yang dapat dialokasikan untuk keperluan riset dan pengembangan produk (R & D). Kondisi persaingan juga menyebabkan Wirausaha Menengah selalu dituntut untuk selalu memperbaiki kualitas ataupun menciptakan suatu produk baru yang lebih menarik untuk mempertahankan konsumen. Selain alasan di atas, ternyata dari penelitian ini juga diperoleh keterangan bahwa Wirausaha Menengah ternyata lebih siap untuk menanggung resiko. Faktor tersebut merupakan salah satu penyebab mengapa perusahaan besar dan menengah tidak segan-segan untuk mengalokasikan dananya untuk melakukan invensi.

Kelompok usia wirausaha berperan dalam memilih bentuk-bentuk inovasi. Wirausaha berusia kurang dari 25 tahun dan lebih dari 65 tahun lebih suka memilih proses duplikasi dibandingkan dengan kelompok usia lainnya. Dengan semakin bertambahnya usia responden ternyata mereka lebih banyak melakukan proses ekstensi, sintesis dan invensi. Untuk proses invensi (penciptaan produk/jasa yang benar-benar baru) ternyata paling banyak dilakukan justru oleh wirausaha yang berumur di atas 65 tahun, yang umumnya telah memahami pola tren permintaan pasar.

Proses inovasi juga dapat dilihat dari jenis usaha yang dipilih dan usaha dilakukan tersebut merupakan usaha yang dirintis sendiri atau hanya merupakan "warisan" dari orang tua. Bila usaha yang dilakukan oleh wirausaha merupakan mata pencaharian pokok masyarakat tempat wirausaha berdomisili, maka proses inovasi cenderung untuk berjalan lambat karena jenis produk yang dikembangkan biasanya sama antara yang satu dengan yang lainnya, hal ini dijumpai pada banyak sentra UKM. Sebagian besar responden wirausaha menyatakan bahwa berdagang bukan merupakan mata pencaharian pokok masyarakat di mana wirausaha berdomisili, dan secara keseluruhan diketahui bahwa 82,5% usaha yang dimiliki oleh wirausaha ternyata merupakan usaha hasil rintisan sendiri dan hanya 17,5% yang merupakan warisan dari orang tua. Dari fakta tersebut dapat dilihat bahwa pengembangan usaha yang

dirintis sendiri akan semakin mudah karena pemilik usaha mempunyai kebebasan daripada usaha yang diperoleh dari “warisan”.

#### 5.3.4. TINGKAT KEBERANIAN MENANGGUNG RESIKO

Salah satu karakter seorang wirausaha adalah mempunyai keberanian menanggung resiko. Kemampuan seorang wirausaha dalam keberanian mengambil resiko diperlukan karena tuntutan profesi. Seorang wirausaha dituntut berani mengambil resiko untuk memenangkan suatu persaingan. Pada saat ini persaingan semakin ketat, sehingga dibutuhkan seorang wirausaha yang berani mengambil resiko. Keberanian mengambil resiko berkaitan dengan latar belakang ekonomi dan budaya masyarakat. Hasil studi yang dilakukan oleh ACG Advisory pada tahun 2005 mengindikasikan indeks keberanian wirausaha Indonesia menanggung resiko relatif cukup tinggi yaitu: 16,99 dari skala 24. Kelompok Wirausaha Menengah memiliki tingkat keberanian menanggung resiko yang paling tinggi (18,34) jika dibandingkan dengan kelompok lain.

**Tabel 5.12**  
**Indeks Keberanian Menanggung Resiko Kelompok Wirausaha**

Kelompok Responden	Nilai Indeks	Kategori
<b>Wirausaha Menengah</b>	<b>18,34</b>	Tinggi
<b>Wirausaha Kecil</b>	<b>17,35</b>	Cukup Tinggi
<b>Wirausaha Mikro</b>	<b>17,17</b>	Cukup Tinggi
<b>Pengurus Koperasi</b>	<b>15,24</b>	Cukup Tinggi
<b>Total</b>	<b>16,99</b>	Cukup Tinggi

Sumber: ACG Advisory (2005)

Tingkat keberanian seseorang untuk menanggung resiko muncul dan berkembang dari dua faktor, yakni faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah faktor yang mendorong berkembangnya jiwa kewirausahaan yang timbul atau melekat pada diri seseorang. Hal yang termasuk dalam faktor internal misalnya keturunan, tingkat pendidikan dan usia seseorang. Para ahli kewirausahaan memang mengakui adanya faktor internal yang berhubungan dengan keturunan. Namun hal ini bisa dikesampingkan dan lebih memperhatikan pada faktor lainnya. Sementara untuk faktor eksternal yang terkait dengan tingkat keberanian seseorang menanggung resiko antara lain: faktor lingkungan, domisili, dan asal daerah.

Dalam dunia bisnis kompetitif, seorang wirausaha dituntut berani berspekulasi guna memenangkan kompetisi dan meraih keuntungan dari bisnisnya. Resiko dari berspekulasi dalam berwirausaha adalah kerugian secara material. Sebagian besar responden di enam propinsi mempunyai kesiapan untuk menanggung resiko berupa kerugian material yang mungkin timbul akibat berbisnis.

Resiko lain dari berwirausaha berupa berkurangnya perhatian pada keluarga dan lingkungannya akibat terlalu banyak waktu yang tersita untuk mengurus usahanya. Sebagian besar wirausaha di semua daerah termasuk dalam kategori rendah. Keengganan mereka menanggung resiko tersebut dikarenakan keluarga merupakan pilar utama mereka berwirausaha. Hanya wirausaha yang berasal dari propinsi Kepulauan Riau dan Gorontalo yang memiliki kesiapan yang cukup tinggi dalam menghadapi resiko berupa berkurangnya perhatian pada keluarga ataupun pada lingkungan akibat berusaha.

Secara umum wirausaha Indonesia memiliki kemampuan menyesuaikan diri terhadap stres. Penyebab utama stres di kalangan wirausaha adalah rasa takut tersaingi. Kelompok Wirausaha Menengah merupakan kelompok yang paling tinggi tingkat stresnya, namun paling mampu menghadapi stres, karena kelompok ini lebih mempunyai kemampuan untuk berbagi pendapat dengan kolega, mendelegasikan pekerjaan, mengikuti kegiatan di luar bisnis dan berlibur. Hasil kajian ACG Advisory pada tahun 2005 dapat memberikan gambaran mengenai upaya wirausaha Indonesia dalam menghadapi stress.

**Tabel 5.13**  
**Indeks Kemampuan menghadapi Stres**

UPAYA MENGHADAPI STRES	BESAR	MENENGAH	KECIL	KOPERASI/ MIKRO
Berbagi pendapat dengan kolega	8,74	8,32	8,50	8,61
Berlibur/Berekreasi	8,88	8,16	7,99	7,98
Membina hubungan dengan bawahan	6,42	6,59	6,83	7,00
Mengikuti kegiatan di luar bisnis	8,50	7,56	7,53	8,18
Pendelegasian	8,48	7,75	7,50	7,46
<b>Indeks</b>	41,02**	38,38*	38,35*	39,23*

Sumber: ACG (2005)

Keterangan: \* Tingkat kemampuan menghadapi stres tinggi, \*\* Tingkat kemampuan menghadapi stres sangat tinggi

### 5.3.5. PENGEMBANGAN DIRI WIRAUSAHA

Pengembangan diri berkaitan erat dengan kemauan untuk menambah pengetahuan. Secara umum, kemauan untuk berkembang di kalangan wirausaha masih cukup rendah. Hal ini terlihat dari data yang berhasil dihimpun melalui survey yang menunjukkan bahwa 70,9% wirausaha belum pernah mengikuti program pendidikan atau pelatihan kewirausahaan. Responden asal Jawa Timur dan DI Yogyakarta memiliki kemauan relatif lebih tinggi dibanding responden dari daerah lain. Bergesernya budaya wirausaha tradisi menjadi budaya wirausaha modern yang dipengaruhi oleh proses transformasi masyarakat merupakan salah satu faktor pendorong tumbuhnya kemauan untuk berkembang.

Pendidikan atau pelatihan kewirausahaan yang diselenggarakan oleh pemerintah diikuti oleh 38,5% wirausaha. Pendidikan atau pelatihan kewirausahaan yang diselenggarakan atas kerjasama antara pemerintah dan swasta juga diikuti oleh 41,0% wirausaha, dan sisanya (20,5%) wirausaha mengikuti pelatihan yang diselenggarakan oleh swasta. Hal ini menunjukkan kemauan untuk berkembang yang relatif cukup tinggi. Wirausaha lokal kebanyakan mengikuti program yang diselenggarakan oleh pemerintah atau bekerjasama dengan pemerintah. Sementara itu, wirausaha pendatang kebanyakan mengikuti pendidikan kewirausahaan yang diselenggarakan oleh swasta. Hal ini kemungkinan faktor akses dan adanya kebijakan pemerintah daerah yang mengutamakan pengusaha lokal daripada pengusaha pendatang.

**Tabel 5.14**  
**Persentase Wirausaha yang Pernah Mengikuti**  
**Pendidikan atau Pelatihan Kewirausahaan**  
 (dalam %)

PROPINSI	PERNAH	BELUM PERNAH
Kepulauan Riau	16,1	83,9
DIY	33,3	66,7
Jawa Timur	54,5	45,5
NTB	22,2	77,8
Kal-Bar	25,0	75,0
Gorontalo	100,0	0,0
Total	30,8	69,2

Sumber: Data Primer Penelitian (diolah)

Hasil survei menunjukkan Wirausaha Menengah pada umumnya berpendidikan tinggi, sedang Wirausaha Mikro kebanyakan berpendidikan menengah. Responden berpendidikan tinggi kebanyakan pernah mengikuti program pendidikan dan pelatihan kewirausahaan, wirausaha berpendidikan menengah yang pernah mengikuti program tersebut mencapai 63,6%. Wirausaha Kecil dan Mikro memiliki kecenderungan mengikuti program pengembangan kewirausahaan yang diselenggarakan oleh pemerintah, swasta atau kerjasama antara pemerintah dengan swasta. Penyelenggaraan oleh pihak swasta kebanyakan hanya diminati oleh kelompok Wirausaha Menengah. Hal ini menunjukkan tingkat pengembangan diri Wirausaha Menengah relatif lebih tinggi dibandingkan dengan kelompok wirausaha lain.

#### **5.3.6. MANAJEMEN USAHA**

Jenis usaha yang ditekuni oleh para wirausaha cukup bervariasi. Umumnya responden menjalankan bidang usaha di sektor jasa, terutama jasa perdagangan; diikuti oleh sektor industri pengolahan seperti: industri kerajinan, konveksi, makanan dan minuman; dan hanya sebagian kecil responden yang bekerja di sektor pertanian.

Ditinjau dari lamanya kegiatan usaha telah mereka jalankan, sebagian besar responden dengan memperhatikan propinsi asal mereka, sebagian besar (73,8%) menyatakan bahwa mereka telah menekuninya selama lima tahun atau lebih. Mayoritas kelompok ini aktif dalam jasa perdagangan, industri konveksi serta industri makanan dan minuman, serta kerajinan. Responden yang telah menekuni bidang usahanya kurang dari lima tahun hanya sekitar 26,2%.

Ketika memulai usaha baru, wirausaha umumnya memegang kendali utama usahanya dijumpai pada seluruh daerah, dan umumnya memilih bentuk badan usaha yang formal, seperti: firma, CV dan PT, karena ada kepastian hukum kepemilikannya. Bentuk usaha dengan sistem “kekerabatan” relatif banyak disukai di propinsi Gorontalo, D.I. Yogyakarta dan Jawa Timur

### **5.3.7. PERMODALAN**

Sumber modal tidak menunjukkan perbedaan bermakna dalam pengembangan kewirausahaan di 6 propinsi lokasi penelitian. Tidak terdapat variasi sumber modal yang terlalu ekstrim di masing-masing propinsi. Proporsi modal sendiri paling dominan terdapat di Propinsi Jawa Timur (di atas 90%). Modal dari sumber internal cenderung lebih dominan (89,4%) dibanding modal eksternal.

Pada satu sisi, responden menyatakan permodalan sebagai salah satu hambatan untuk memulai dan mengembangkan usahanya, sedang pada sisi lain permodalan responden umumnya berasal dari modal sendiri dan keluarga. Fenomena ini mengindikasikan masih lemahnya fungsi intermediasi pembiayaan usaha kecil di Indonesia, sehingga upaya mengembangkan lembaga keuangan mikro diharapkan akan dapat mendukung upaya penumbuhan unit usaha baru pada masa mendatang. Dukungan perkuatan untuk lembaga keuangan mikro perlu terus ditingkatkan, karena sangat strategis untuk mendukung perkembangan usaha mikro dan kecil di Indonesia. Namun perlu upaya perbaikan mekanisme dukungan perkuatan, baik berupa: besaran dana perkuatan, penjenjangan lembaga keuangan mikro, mekanisme dan sistem penyalurannya, pemerataan alokasi dana perkuatan, serta mekanisme pemantuan dan evaluasinya.

### **5.3.8. TENAGA KERJA**

Sumber penarikan tenaga kerja dapat berasal dari lingkungan keluarga dan bukan dari lingkungan keluarga. Perilaku wirausaha dalam hal sumber ketenagakerjaan ini akan menunjukkan profesionalismenya. Kajian ini menghasilkan temuan bahwa sebagian besar responden wirausaha berpendapat sebaiknya seorang wirausaha mendatangkan tenaga kerja dari luar lingkungan keluarga jika diperlukan keahliannya.

Selain itu wirausaha dapat juga mempekerjakan tenaga kerja lokal di luar keluarga. Responden yang berpendapat bahwa tenaga kerja yang digunakan sebaiknya sepenuhnya dari keluarga, mempunyai persentase yang relatif kecil. Fenomena ini mengindikasikan hanya sedikit usaha yang dikelola dengan manajemen keluarga, walaupun masih ada yang memberikan imbalan tidak dalam bentuk upah/gaji.

**Tabel 5.15**  
**Distribusi Frekuensi Persepsi Wirausaha Mengenai Sumber Tenaga Kerja**  
**Berdasar Asal Daerah**  
 (dalam %)

ASAL RESPONDEN	ASAL TENAGA KERJA					TOTAL
	Lingkungan keluarga	Lokal (di luar keluarga)	dari luar (jika diperlukan)	Menerima penyaluran dari pemerintah	Lainnya	
Kepulauan Riau	4,5	43,8	22,2	10,8	18,8	100
D.I Yogyakarta	9,7	67,7	12,9	3,2	6,5	100
Jawa Timur		45,2	28,0	6,5	20,4	100
NTB		47,5	30,0	2,5	20,0	100
Kalimantan Barat	25,0	33,3	8,3		33,3	100
Gorontalo		40,0	20,0	20,0	20,0	100
Total	3,9	46,2	23,2	7,8	18,8	100

Sumber: Data Primer Penelitian (diolah)

Mayoritas responden wirausaha memberikan gaji kepada tenaga kerja dari lingkungan keluarganya dalam bentuk gaji atau upah. Hanya sebagian kecil saja yang memberikan imbalan dengan menanggung biaya hidup sehari-hari dan menyekolahkan. Sisanya menyatakan memberikan imbalan dalam bentuk memberikan kebebasan menggunakan fasilitas dan memberikan keperluan yang pantas untuk dimiliki. Sebagian wirausaha bahkan tidak memberikan imbalan dalam bentuk materi, melainkan dengan memberikan didikan tentang seluk beluk berwirausaha agar kelak mereka mampu mandiri dan berani berwirausaha.

Temuan yang dapat diungkapkan dari penelitian ini adalah bahwa makin besar skala usaha seorang wirausaha makin besar pula kecenderungan mereka untuk memberikan kompensasi dalam bentuk gaji, meskipun tenaga kerja tersebut berasal dari lingkungan keluarga. Dengan demikian makin besar skala usaha wirausaha makin profesional pengelolaan usahanya. Meskipun karyawan berasal dari keluarga, tetapi mereka sebagai pelaku usaha memberikan kompensasi secara profesional, tidak berbeda dengan karyawan lainnya yang bukan dari lingkungan keluarga.

Gambaran umum persepsi kewirausahaan dan gambaran umum profil kewirausahaan responden selengkapnya dapat diikuti pada lampiran.

## 5.4. CATATAN DALAM RANGKA MENUMBUHKAN WIRAUSAHA BARU

Berdasarkan penilaian berbagai variabel yang berpengaruh terhadap upaya penumbuhan unit usaha baru di Indonesia, maka perlu ada berbagai perbaikan dan sinergi kebijakan lintas pelaku dalam rangka meningkatkan efektivitas kebijakan pemerintah untuk mendorong pertumbuhan unit usaha baru pada masa mendatang.

### 5.4.1. PERMODALAN

Faktor modal merupakan hambatan yang paling dirasakan wirausaha dalam menciptakan dan mengembangkan usaha baru, terutama bagi wirausaha mikro dan kecil. Penyebab utama keterbatasan modal tersebut adalah adanya kesulitan untuk memperoleh akses modal karena kendala persyaratan kredit yang cukup berat, serta terbatasnya jumlah dan kemampuan lembaga keuangan mikro di daerah. Untuk mengurangi hambatan modal tersebut perlu dilakukan upaya:

- a. Pengembangan lembaga keuangan mikro di sentra-sentra bisnis UMKM, melalui upaya memperbesar volume dukungan dana perkuatan bagi pengembangan lembaga keuangan mikro, memfasilitasi pengembangan kerjasama antar lembaga keuangan mikro dengan membentuk lembaga yang bersifat sebagai integrator yang kredibel, dan meningkatkan kualitas kelembagaan dan usaha lembaga keuangan mikro yang ada, mengembangkan sistem penjaminan lembaga keuangan mikro agar dapat mengakses perbankan atau sumber pembiayaan lainnya, dan membangun sinergi lintas instansi dalam memberdayakan lembaga keuangan mikro dan menghindarkan terjadinya tumpang tindih program lintas instansi.
- b. Penyebaran informasi mengenai akses bantuan modal dari pemerintah, program bina lingkungan BUMN atau pinjaman berbunga rendah dari lembaga internasional. Informasi mengenai prosedur pinjaman, kriteria dan persyaratan perlu dibuat lebih transparan dan diinformasikan secara luas. Menurut responden wirausaha mikro dan kecil, mereka mengetahui adanya bantuan pinjaman BUMN, namun mereka belum jelas prosedur pengajuannya. Menurut responden, ketidakjelasan prosedur ini telah banyak dimanfaatkan

oleh beberapa oknum aparat sebagai "proyek bisnis" tersendiri. Untuk itu, pola pemberian bantuan pinjaman BUMN maupun pinjaman usaha mikro dan kecil perlu ada penyempurnaan, agar lebih tepat sasaran, lebih tepat guna dan mempercepat tumbuhnya unit usaha baru di Indonesia. Upaya mengkaitkan bantuan pinjaman modal dengan kegiatan pelatihan adalah sangat tepat, karena akan mendorong wirausaha untuk bersedia dididik dan dilatih.

- c. Mendorong kerjasama kemitraan usaha antara usaha besar dengan usaha mikro dan kecil. Perlu dicari pola kemitraan usaha yang mampu mendorong usaha besar mau memberikan bantuan modal ke usaha kecil, baik secara langsung maupun sebagai avalis ke dunia perbankan, sehingga usaha kecil yang menjadi mitra kerjanya dapat bankable.
- d. Meningkatkan upaya pemberian dukungan perkuatan kepada kegiatan usaha kecil yang selama ini telah berkembang, dengan menggunakan modal sendiri, modal orang tua, atau pinjaman dari orang lain. Pembinaan dan dukungan perkuatan ini bertujuan untuk menjaga kelangsungan usaha mikro dan kecil, serta mencegah agar tidak bangkrut atau gulung tikar karena kekurangan atau kehabisan modal. Bentuk dukungan perkuatan dapat dilakukan melalui pendidikan dan pelatihan manajemen permodalan.
- e. Mendorong berkembangnya modal ventura dan lembaga penjaminan kredit untuk usaha kecil dan mikro di Indonesia. Lembaga-lembaga tersebut telah ada saat ini, namun yang perlu ditingkatkan adalah efektivitasnya agar dapat dengan mudah diakses oleh usaha mikro, kecil dan menengah.
- f. Menyederhanakan skema dukungan perkuatan keuangan yang diberikan oleh berbagai instansi dengan berbagai nama program. Penyederhanaan ini akan memudahkan penjenjangan pola pemberdayaan lembaga keuangan mikro dan meningkatkan efektivitas pemberdayaan UMKM, karena UMKM tidak dibingungkan dengan banyaknya program yang mirip dengan berbagai nama, dan sering terjadi tumpang tindih antar instansi.

#### **5.4.2. SOSIALISASI DAN KAMPANYE PENTINGNYA KEWIRAUSAHAAN**

Untuk memasyarakatkan dan membudayakan kewirausahaan secara efektif perlu dilakukan upaya sosialisasi kewirausahaan yang lebih sungguh-sungguh sehingga persepsi masyarakat

mengenai konsepsi kewirausahaan positif. Perubahan cara pandang dan budaya berusaha masyarakat dapat dilakukan dengan melakukan berbagai kampanye pentingnya kewirausahaan bagi masyarakat Indonesia, melalui media massa, penyuluhan, forum-forum bisnis, tokoh dan forum-forum keagamaan (seperti pengajian), dan pendekatan pendidikan formal dan informal. Sosialisasi dan kampanye tersebut dilakukan dengan maksud :

- a. Menginternalisasi konsepsi kewirausahaan. Hal ini dilakukan untuk menanamkan nilai atau norma yang terkandung dalam kewirausahaan sehingga makin memberi pemahaman yang tepat bagi mereka yang selama ini memandang negatif terhadap profesi tersebut.
- b. Meluruskan pandangan keliru masyarakat mengenai faktor modal yang harus dimiliki seorang wirausaha. Modal bukanlah satu-satunya faktor yang harus dimiliki wirausahawan, karena sebenarnya terdapat faktor-faktor lain yang menentukan keberhasilan berwirausaha.
- c. Meluruskan pemahaman masyarakat mengenai kewirausahaan, yang selama ini dipengaruhi oleh mitos-mitos. Pengaruh mitos yang lebih kuat terdapat pada kelompok pembina dan kelompok sasaran media. Kenyataan ini mensyaratkan adanya urgensi untuk memprioritaskan program pembinaan, khususnya pada kelompok ini.
- d. Memberikan pengertian mengenai persaingan usaha yang sehat. Hal ini terkait dengan adanya tingkat kerentanan masyarakat (khususnya wirausahawan) terhadap stress, yang terutama berasal dari rasa takut tersaingi. Dapat dikatakan bahwa secara psikologis masyarakat belum dapat mengantisipasi kondisi persaingan usaha. Masyarakat perlu disadarkan agar tidak saling menjatuhkan dalam persaingan usaha (dengan cara tidak sehat), tapi melakukan kerjasama sehingga sinergi usaha dapat dicapai.
- e. Agar masyarakat dapat mengurangi aspek-aspek budaya lokal yang menghambat kewirausahaan. Hal ini didasari oleh pertimbangan bahwa budaya lokal berpengaruh pada pemahaman masyarakat mengenai kewirausahaan dalam intensitas yang berbeda-beda. Pengaruh budaya bersifat esensial dan fundamental, dimana mitos-mitos yang terkandung dalam budaya sudah terinternalisasi dengan kokoh dan kuat dalam diri individu. Upaya membentuk kesadaran masyarakat akan nilai-nilai budaya yang menghambat perkembangan wirausaha dapat dilakukan melalui penyuluhan oleh para tokoh masyarakat. Banyak dijumpai usaha kecil dan mikro mengabaikan untuk memenuhi

permintaan dari pembeli secara tepat waktu, hanya karena ia harus sering mengikuti berbagai hajatan dari tetangganya.

Sosialisasi dan kampanye kewirausahaan dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa media, antara lain:

- a. Media Televisi. Media ini menurut responden dianggap sarana yang paling efektif, mengingat daya jangkau dan penyebaran informasinya lebih cepat. Untuk itu, Kementerian Koperasi dan UKM dapat menjalin kerjasama dengan berbagai stasiun televisi untuk mengadakan suatu program khusus tentang kewirausahaan, berbentuk Temu Wirausaha, yang dapat ditayangkan secara berkala kepada para pemirsa wirausaha. Penayangan sinetron yang bertema kewirausahaan diduga akan berdampak luas, karena sinetron akan memberi kesan yang mendalam kepada masyarakat. Upaya awal dapat dilakukan dengan bekerja sama dengan produser sinetron.
- b. Pembentukan kelompok informasi wirausaha, yang dapat digunakan sebagai wadah tukar menukar informasi kewirausahaan bagi kelompok masyarakat dan wirausaha.
- c. Penyuluhan oleh personil pemerintah yang ada di propinsi/kabupaten/kota, secara periodik, bertahap dan berkesinambungan, melalui jaringan organisasi formal yang ada, terutama organisasi kepemudaan, mejelis taklim, dan forum-forum arisan ibu-ibu. Penyuluhan melalui kepala desa relatif efektif, karena sifat budaya masyarakat Indonesia yang *paternalistik* dan *otokratik*. Di samping penyuluhan oleh pejabat, pemanfaatan pemimpin informal (seperti tokoh masyarakat dan tokoh keagamaan) sangat besar pengaruhnya terhadap penerimaan masyarakat terhadap konsepsi kewirausahaan. Hal ini telah terbukti keberhasilannya pada saat memasyarakatkan keluarga berencana.
- d. Media massa cetak dan radio. Diperlukan kerjasama antara pihak Kementerian Koperasi dan UKM dengan media massa dalam mensosialisasikan kewirausahaan dalam masyarakat, misalnya dengan memperbesar muatan informasi berdimensi kewirausahaan, dalam bentuk berita/informasi peluang bisnis atau membuat kolom khusus tentang kewirausahaan. Untuk merangsang keinginan para pakar menulis kewirausahaan dapat juga dilakukan dengan menyelenggarakan lomba karya tulis kewirausahaan. Pada saat ini cukup banyak tabloid yang memuat peluang usaha dan peluang kerja di berbagai

bidang usaha; fenomena ini perlu terus didorong untuk mempercepat upaya penumbuhan unit usaha baru pada masa mendatang.

- e. Pemberian Penghargaan Kewirausahaan. Dengan pemberian penghargaan, tanda jasa dan satya lencana di bidang kewirausahaan, masyarakat akan tergugah untuk mendorong pembentukan usaha baru atau makin mengembangkan kegiatan usahanya yang sudah ada. Hal ini mengingat budaya masyarakat Indonesia yang cenderung tergerak jika hasil usahanya dapat pengakuan secara luas.

### **5.4.3. PENDIDIKAN DAN PELATIHAN**

Pendidikan dan pelatihan kewirausahaan merupakan pilar yang sangat menentukan pembentukan sumber daya yang berkualitas guna menciptakan dan mengembangkan kewirausahaan. Pendidikan dan latihan bertujuan untuk membentuk sumber daya yang memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai di bidang bisnis sehingga para wirausaha makin profesional dalam menjalankan usahanya. Upaya pendidikan dan pelatihan dapat dilakukan dengan beberapa cara, antara lain:

- a. Mengoptimalkan peran lembaga pendidikan dan pelatihan dalam menanamkan pengetahuan, pemahaman dan kesadaran serta keterampilan berwirausaha, sesuai dengan fungsinya, sebagai wahana yang sangat bermanfaat dalam mengubah perilakunya dari perilaku yang non-wirausaha menjadi aktif berwirausaha. Untuk itu, penyisipan bobot kewirausahaan perlu dipertimbangkan untuk setiap program pelatihan ketrampilan, baik yang dilakukan oleh pemerintah maupun lembaga swasta.
- b. Meningkatkan kualitas pendidikan kewirausahaan pada lembaga pendidikan formal dari tingkat dasar sampai dengan tingkat perguruan tinggi, dengan mengubah kurikulum pendidikan nasional yang memberikan porsi yang memadai agar peserta didik memiliki mind-set berwirausaha dan memiliki pengalaman berwirausaha. Pendidikan kewirausahaan pada masa mendatang harus lebih ditekankan pada sisi afektif dan ketrampilan berwirausaha, dan jangan hanya sekedar mengajarkan sisi 'pengetahuan' berwirausaha. Perubahan ini menuntut perubahan kurikulum dari yang berbasis pengetahuan menjadi berbasis kompetensi, serta mengubah pendekatan sistem

pembelajarannya. Hasil evaluasi kurikulum pendidikan tinggi di Indonesia menunjukkan pendidikan kewirausahaan masih jauh dari ideal.

- c. Materi bahan ajar dan instruktur program pelatihan kewirausahaan relatif masih kurang menurut responden wirausaha. Banyak lembaga pelatihan yang telah memasukkan wawasan berwirausaha yang terkait dengan bidang pelatihan yang diberikan, tapi masih dinilai sangat kurang untuk dapat membangkitkan minat peserta yang dilatih menjadi pengusaha. Peningkatan materi dan kualitas instruktur sangat penting untuk keberhasilan program pelatihan, yang pada gilirannya akan mempercepat penumbuhan unit usaha baru di Indonesia.
- d. Untuk mempercepat pemasyarakatan kewirausahaan, maka perlu upaya meningkatkan pemahaman para guru dan dosen mengenai kewirausahaan secara berkelanjutan, mengingat kelompok ini sangat strategis dalam menanamkan nilai-nilai kewirausahaan kepada masyarakat (peserta didik). Hal lain yang perlu segera disiapkan adalah bahan ajar kewirausahaan yang apresiatif dan merangsang pembaca (peserta didik) untuk menjadi wirausaha, sesuai dengan tingkat pendidikannya.
- e. Kewirausahaan perlu dikembangkan sebagai kegiatan intra kurikuler (STEKPI dan SBM ITB), dan ko-kurikuler (SMK), dan pada masa mendatang perlu didorong kewirausahaan menjadi salah satu kegiatan ekstra kurikuler yang menarik, misalnya dengan adanya kelompok-kelompok usaha di sekolah. Kelompok-kelompok usaha ini perlu dilombakan untuk menarik keseriusan siswa dalam mengembangkan kelompok usahanya.
- f. Mengembangkan kemitraan dunia usaha dengan dunia pendidikan dengan melibatkan dunia usaha dalam mendesain kurikulum pendidikan nasional dan mendorong peran dunia usaha untuk menyediakan tenaga profesionalnya sebagai dosen/ guru tamu di sekolah formal dan sekaligus menjadi mentor kelompok-kelompok usaha peserta didik. Kelompok wirausaha remaja ini dapat dimagangkan pada berbagai perusahaan, sehingga konsep *link and match* dalam pendidikan dapat diwujudkan. Magang ini lebih ditujukan kepada penguasaan kemampuan teknik dan bisnis yang diarahkan kepada keinginan untuk membuka usaha daripada sekedar bekerja pada orang lain.

#### 5.4.4. KOORDINASI LINTAS INSTANSI PEMERINTAH

Menurut sebagian besar responden, peranan dan dukungan pemerintah sangat diperlukan dalam rangka mendorong dan membina pengembangan kewirausahaan. Peran dan dukungan tersebut dapat dilakukan melalui penyusunan berbagai kebijakan di bidang perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian serta koordinasi kewirausahaan, baik dalam aspek kelembagaan (*organizational*), ketatalaksanaan (*management*), dan pengembangan sumber daya manusia (*personnel development*), sehingga makin dapat menunjang program pengembangan kewirausahaan.

Koordinasi antar instansi terkait dalam melaksanakan penumbuhan wirausaha baru perlu ditingkatkan, karena hasil survei mengindikasikan instansi pemerintah tidak memahami secara baik program dari instansi lainnya dalam rangka penumbuhan kewirausahaan. Koordinasi antar instansi terkait dapat lebih intensif dengan merevitalisasi Inpres tentang GNMMK, sehingga timbul kesadaran baru lintas instansi untuk membudayakan kewirausahaan di kalangan masyarakat. Jika diperlukan setiap pejabat teras di berbagai instansi perlu dibekali pengetahuan dan kemampuan memotivasi berwirausaha.

Pembentukan satu kelompok kerja lintas instansi yang secara rutin dan intensif memberi perhatian khusus kepada pengembangan kewirausahaan perlu dipertimbangkan. Kelompok kerja ini jika mungkin dipimpin langsung oleh pimpinan pemerintahan, misalnya: Wakil Presiden. Kelompok kerja ini diharapkan dapat mengembangkan dan menindaklanjuti berbagai peraturan perundang-undangan yang mendorong dan menghambat penumbuhan wirausaha baru, mensinergikan program dan pelaksanaannya untuk meningkatkan efektivitas penumbuhan wirausaha baru, dan merumuskan berbagai program terobosan untuk mempercepat penumbuhan wirausaha baru, serta melakukan pemantuan dan evaluasi program pemberdayaan kewirausahaan di Indonesia.

Koordinasi dan sinergi program yang lemah sering dituding sebagai akar masalah dari berbagai masalah pembangunan di Indonesia, termasuk dalam program penumbuhan kewirausahaan.

#### 5.4.5. PEMILIHAN TEKNOLOGI

Bagi sebagian besar responden, teknologi kewirausahaan merupakan unsur penunjang yang sangat penting dalam mendukung pengembangan usaha. Pilihan teknologi yang tepat akan menentukan keberhasilan usaha karena akan menghasilkan produk yang berkualitas secara efisien. Pemilihan teknologi harus mempertimbangkan kualitas sumber daya manusia, pengetahuan, ketrampilan sikap dan perilaku masyarakat serta budaya lokal. Oshima (1982) dan Paramita (1991) membagi 4 tahap teknologi yang dihubungkan dengan kualitas sumber daya manusia yang diperlukan:

Tahap I: Manusia bekerja dengan menggunakan anggota badannya tanpa menggunakan alat. Pada tahap ini kemampuan fisik lebih diutamakan di atas kemampuan mental dan persepsi. Kemampuan bekerja keras, cepat dan untuk waktu yang lama akan meningkatkan produktivitas kerja. Slogan atau anjuran yang sesuai ditujukan kepada masyarakat pada tahap ini adalah **bekerja keras dan tekun**.

Tahap II: Manusia menggunakan alat untuk bekerja lebih efisien dan produktif. Pada tahap ini akal sehat dan ketrampilan menggunakan alat sangat berperan di samping kemampuan fisik. Slogan yang sesuai pada tahap ini adalah **bekerjalah keras dan cerdas**.

Tahap III: Manusia menggunakan mesin berskala kecil sampai sedang dan bersifat padat karya. Pada tahap ini keuletan bukan lagi merupakan faktor keharusan yang menonjol, tetapi tanggung jawab, kehati-hatian, kecermatan, ketanggapan dan keinginan belajar adalah kualitas sumberdaya manusia yang diperlukan. Kemampuan kerjasama, ketrampilan, kemampuan mental dan kecerdasan sangat menentukan kesuksesan pada tahap ini. Slogan yang sesuai ditujukan kepada masyarakat adalah **bekerja sama-lah yang baik guna melipatgandakan hasil usaha melalui sinergi**.

Tahap IV: Manusia menggunakan teknologi berskala besar yang padat modal dan umumnya bersifat setengat otomatis atau otomatis. Pada tahap ini dibutuhkan sumberdaya manusia yang bertanggung jawab, memiliki integritas tinggi, hati-hati, cermat, cepat tanggap, mau dikoordinasi dan mampu mengkoordinasi, serta mampu bekerja sama dengan baik dan harmonis. Slogan yang sesuai pada tahap ini

**adalah jagalah mutu kerja yang sempurna dan bekerja samalah yang baik untuk mencapai produktivitas lebih tinggi.**

Atas dasar pemikiran tersebut, pemilihan tingkat teknologi dan pendekatan yang digunakan dalam mengembangkan kewirausahaan harus mempertimbangkan kualitas sumberdaya manusia Indonesia. Pengembangan kewirausahaan selama ini diduga kurang menyadari persyaratan kualitas sumberdaya manusia yang dibutuhkan terhadap pemilihan teknologi dan bidang usaha serta pendekatan yang digunakan.

Dalam upaya penumbuhan unit usaha baru di daerah, keempat tahap teknologi tersebut dapat diterapkan sesuai dengan kondisi wilayah dan sumber daya yang tersedia. Upaya mengangkat teknologi pedesaan ke permukaan akan sangat bermakna, terutama bagi (calon) wirausaha yang berada pada tahap teknologi pertama dan kedua. Pendekatan penumbuhan wirausaha baru perlu memperhatikan tahapan teknologi yang digunakan masyarakat, adalah sangat tidak bijaksana jika masyarakat menggunakan teknologi tahap pertama tapi pendekatan program perkuatan dari pemerintah yang digunakan slogan tahap empat.

Untuk meningkatkan efektivitas penumbuhan wirausaha baru pada masa mendatang, maka pemerintah perlu mengidentifikasi berbagai teknologi yang sesuai dengan budaya masyarakat yang akan diberdayakan. Sosialisasi dan proses pemberdayaan kewirausahaan perlu mempertimbangkan pendekatan budaya yang disesuaikan dengan kemampuan teknologi yang dimiliki oleh masyarakat, serta pertimbangan rasionalitas ekonomi.