

KAJIAN MODEL PENUMBUHAN UNIT USAHA BARU

Sri Lestari Hs*

Abstrak

The aims of this study are: a) To know models on growing of new enterprise; b) To know dominant factors which influence on growing of new enterprise; c) To arrange effective model recommendation on growing of new enterprise.

*This study identify that there are 6 (six) models of enterprise growing which can be used as basic pattern in developing enterprise in Indonesia, there are : (1) Informal model is growing models of new enterprise unit for beginner without working experience with low education level; (2) New graduate model is a growing models of new enterprise unit for beginner without working experience with high education level; (3) Employee model is a growing models of new enterprise unit for employee that still working; (4) PHK model is a growing models of new enterprise unit for employee which having **work breaking**.; (5) Enterprise model – superior is a growing models of new enterprise unit through enterprise developing which having superior product with franchise pattern; and (6) Duplication model is a growing models of new enterprise unit through natural duplication enterprise which quite lot can be seen in Indonesia.*

Dominant factor which identified can influence growing of new enterprise unit is : government policy which has an effect on working or enterprise opportunity, enterprise willingness which has an effect on someone possibility to open new enterprise; enterprise ability which influence in someone's successful of managing and developing his enterprise; also finance and non-finance support factor which has an influences for citizens to having working possibility that becomes a real enterprise by opening new enterprise unit.

Kata kunci : Terdapat 18 (delapan belas) model penumbuhan unit di Indonesia, tidak ada model penumbuhan unit usaha baru yang terbukti paling efektif dan berlaku secara umum untuk seluruh jenis usaha dan skala usaha. Setiap model/ pola/ program penumbuhan unit usaha baru hanya efektif untuk jenis dan skala usaha tertentu, dengan kondisi dan persyaratan tertentu.

I. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Permasalahan besar yang dihadapi oleh Indonesia saat ini adalah kurangnya jumlah wirausaha dengan produktivitas dan daya saing yang tinggi. Upaya meningkatkan daya saing bangsa harus dimulai dari mengembangkan kewirausahaan dari para wirausahawan (pemilik dan pengelola unit usaha) yang telah ada serta menumbuhkan wirausaha atau minimal unit-unit usaha baru pada sektor-sektor yang produktif sesuai dengan potensi daerah. Pengembangan kewirausahaan juga diharapkan akan meningkatkan daya tahan bangsa, yang terbukti pada saat krisis ekonomi

*) Kasubid Evaluasi dan Pelaporan serta Peneliti pada Deputy Bidang Pengkajian Sumberdaya UKMK

usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang mengandalkan bahan baku lokal dan memiliki keunggulan kompetitif.

Hal ini dibuktikan dari peran UKM yang menjadi katup pengaman perekonomian nasional, dan motor pemulihan ekonomi pada tahun-tahun awal krisis ekonomi. Walaupun UMKM merupakan pelaku ekonomi utama di Indonesia, namun produktivitasnya diukur dengan nilai tambah per tenaga kerja sangat jauh tertinggal. Penyebabnya diduga adalah faktor kewirausahaan, skala usaha dan sebagian besar UMKM berada pada sektor yang kurang produktif dan jenuh, serta tidak berbasis Iptek. Untuk itu, upaya penumbuhan unit usaha baru khususnya usaha kecil dan menengah yang berbasis pengetahuan dan teknologi perlu didorong dan dikembangkan, terutama untuk sektor industri pengolahan, sektor keuangan dan jasa pengembangan bisnis.

Untuk tujuan tersebut, Kementerian koperasi dan UMKM mencanangkan penumbuhan 6 juta unit usaha baru di Indonesia selama periode tahun 2005 – 2009. Sekitar 5,3 juta unit usaha baru diprediksikan akan tumbuh secara alami pada sektor-sektor ekonomi yang telah ada, sedang 700.000 unit usaha baru perlu diarahkan pada sektor-sektor usaha yang berbasis pengetahuan dan teknologi serta sektor yang mampu meningkatkan produktivitas dan daya saing perekonomian nasional.

Untuk mewujudkan 6 juta unit usaha baru, dan yang berbasis pengetahuan dan teknologi tentunya bukan merupakan pekerjaan yang mudah, karena terkait dengan risiko bisnis yang dihadapi usaha baru, serta mengubah motivasi dan perilaku wirausaha baru tersebut. Untuk itu, perlu dilakukan kajian yang komprehensif untuk mengetahui model-model penumbuhan unit usaha baru yang efektif dan menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keberhasilan program tersebut, termasuk aspek kebijakan pemerintah, kelembagaan, dan dukungan perkuatan lainnya, seperti kurikulum, pelatihan, pembiayaan, teknologi, pemasaran dan distribusi, kemitraan, ketersediaan sumber bahan baku secara berkelanjutan, pendampingan, sarana dan prasarana dan lain-lain.

2. Tujuan Dan Manfaat Kajian

Tujuan dari kajian ini adalah :

- 1). Mengetahui model-model penumbuhan usaha baru;
- 2). Mengetahui faktor-faktor dominan yang berpengaruh terhadap penumbuhan unit usaha baru;
- 3). Menyusun rekomendasi model penumbuhan unit usaha baru yang efektif.

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil kajian ini adalah memberikan masukan pada pimpinan dan instansi terkait dalam perumusan kebijakan pemberdayaan UMKM pada umumnya dan penumbuhan unit usaha baru pada khususnya.

II. KERANGKA PEMIKIRAN

1. Pengertian Wirausaha dan Unit Usaha

Badan Pusat Statistik mendefinisikan unit usaha adalah unit yang melakukan kegiatan yang dilakukan oleh perseorangan atau rumah tangga maupun suatu badan dan mempunyai kewenangan yang ditentukan berdasarkan kebenaran lokasi bangunan fisik, dan wilayah operasinya.

Dalam kajian ini, pengertian unit usaha yang digunakan mengacu pada pengertian unit usaha yang digunakan oleh BPS tersebut, karena lebih mudah pendataannya dan validitasnya dinilai lebih baik. Unit usaha dibedakan berdasarkan skala usahanya, yaitu : usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar. Berdasarkan pengertian wirausaha dan unit usaha diatas, maka penumbuhan unit usaha baru sangat erat kaitannya dengan pengembangan wirausaha baru, sehingga dalam kajian ini digunakan terminologi wirausaha dan unit usaha baru serta kewirausahaan yang sifatnya saling melengkapi.

2. Kerangka Pemikiran

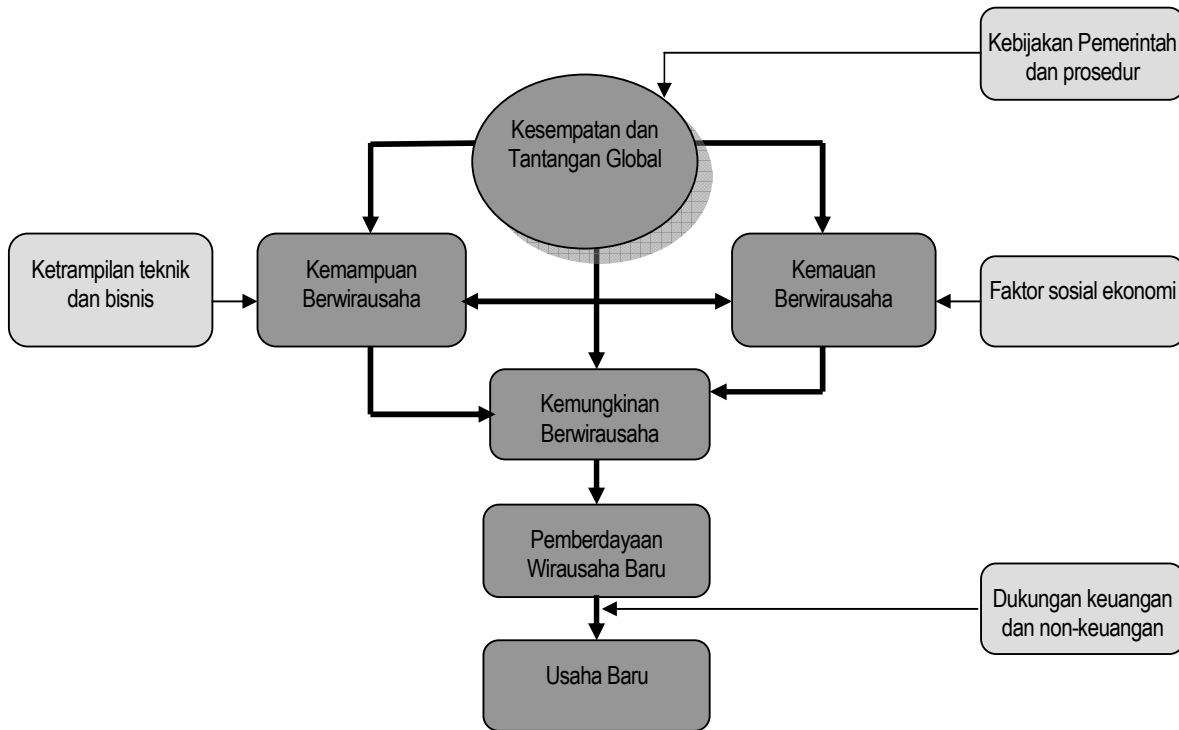
Gnyawali dan Fogel, 1994, mengembangkan suatu model yang menjelaskan hubungan antara berbagai faktor yang terkait dengan penumbuhan unit usaha baru. Faktor-faktor tersebut, yaitu: *opportunity*, *ability to interprise*, *propensity to interprise*, *likelihood to interprise*, dan *new venturacreation*, seperti ditunjukkan pada bagan 1. Dari bagan tersebut tersebut, terlihat adanya faktor-faktor yang berpengaruh terhadap upaya penumbuhan suatu unit usaha baru, termasuk peranan pemerintah dalam upaya pengembangan iklim usaha yang kondusif dan dukungan perkuatan kepada wirausaha baru, serta faktor-faktor sosial ekonomi.

Berbagai penelitian mengidentifikasi lima faktor lingkungan yang berpengaruh dalam pengembangan kewirausahaan, yaitu: **prosedur dan kebijakan pemerintah** (Agung NF), **kondisi sosial ekonomi** (Agung NF,1996), **ketrampilan kewirausahaan dan kemampuan bisnis**, **dukungan keuangan**, **dukungan non keuangan**, Kombinasi yang tepat dari kelima faktor tersebut **ditambah kehadiran calon wirausaha dan kegiatan bisnis baru akan menumbuhkan unit usaha baru** (Agung NF,1996, Gnyawali dan Fogel, 1994, ACG,2004).

Vesper (1990) mengidentifikasi empat unsur pembentuk wirausaha baru, yaitu: (1) peluang bisnis yang menguntungkan, (2) pengetahuan teknis kewirausahaan, (3) ketrampilan bisnis, (4) inisiatif wirausaha. Pengetahuan teknis dan ketrampilan bisnis ini oleh Gnyawali dan Fogel (1994) didefinisikan sebagai *ability to enterprise*, sedang inisiatif didefinisikan sebagai *propensity to enterprise* (El-Namaki, 1988; Gnyawali & Fogel, 1994). Jadi, menurut Gnyawali dan Fogel, tiga elemen pokok yang mempengaruhi pembentukan kewirausahaan adalah peluang (*opportunity*), kemauan berwirausaha (*propensity to enterprise*), dan kemampuan berwirausaha (*ability to enterprise*).

Sinergi dari peluang usaha, kemauan dan kemampuan berwirausaha dari masyarakat akan meningkatkan kemungkinan seseorang membuka unit usaha baru, tapi belum tentu akan mewujudkannya, karena pertimbangan

risiko kegagalan dan keberhasilannya. Demikian juga diperlukan serta adanya dukungan perkuatan berupa modal atau sumber pembiayaan usahanya lebih lanjut dan ketersediaan dukungan lainnya, berupa: akses pasar, teknologi, kompetensi SDM, akses bahan baku secara berkelanjutan.



Bagan 1. Model Penumbuhan Unit Usaha Baru

Tugas pemerintah, dunia usaha dan dunia pendidikan di Indonesia untuk dapat mensinergikan kelima unsur pembentuk unit usaha baru agar mudah diakses oleh masyarakat, sehingga potensi masyarakat menjadi wirausahawan baru atau potensi masyarakat membuka unit usaha baru menjadi semakin besar.

III. METODOLOGI KAJIAN

1. Lokasi Kajian

Kajian dilaksanakan di 6 (enam) propinsi, yaitu : Kepulauan Riau DI Yogyakarta, Jawa Timur, Nusa Tenggara Barat, Kalimantan Barat, dan Gorontalo.

2. Metode Kajian

Kajian ini merupakan *policy research* yang terdiri dari rangkaian kegiatan kajian, sosialisasi, dan evaluasi kebijakan yang telah ada selama ini, serta merumuskan kebijakan dan model penumbuhan usaha baru yang efektif di Indonesia pada masa mendatang.

3. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan tiga cara. *Pertama*, data primer dikumpulkan melalui kuesioner dan wawancara langsung dengan wirausaha dan responden lainnya. Dalam kajian ini, responden wirausaha dibedakan berdasarkan skala usaha dan asal daerahnya

Cara *kedua*, data dikumpulkan berdasarkan hasil observasi langsung kegiatan usaha UMKM, dan dilengkapi dengan wawancara dengan pihak yang mengenal wirausahawan (misalnya: pegawai, tetangga, saudara). Opini dan konfirmasi kepada responden ahli dan Dinas Koperasi dan UKM juga dilakukan di daerah survei untuk memastikan temuan adalah valid. Cara *ketiga*, data sekunder diperoleh melalui studi pustaka yang berkaitan dengan aspek kewirausahaan serta faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhannya, dan model penumbuhan unit usaha yang efektif di daerah survei.

4. Metode Analisis dan Pembahasan

Metoda analisis dilakukan dengan analisis deskriptif dan analisis pengujian. Analisis kebijakan dilakukan untuk mengembangkan pola replikasi model penumbuhan unit usaha baru yang efektif pada berbagai skala usaha yang disesuaikan dengan potensi ekonomi daerahnya. Untuk tujuan tersebut dalam kajian ini dilakukan analisis sebagai berikut : a). Korelasi/hubungan antara katagori responden dan ukuran-ukuran persepsi kewirausahaan lainnya, b). aspek-aspek dominan apakah yang mendukung kesuksesan usaha seorang wirausaha serta fenomena yang berpengaruh, c). gambaran tentang kecenderungan yang ada, serta gambaran tentang karakteristik yang melekat pada berbagai kecenderungan, d). efektivitas dari setiap model dalam penumbuhan unit usaha baru, yang didasarkan pada pertimbangan cost and benefit serta faktor yang menjadi kunci keberhasilan dan kelemahan dari setiap model yang dikaji, e). kebijakan pemerintah dan dukungan perkuatan yang dibutuhkan pada setiap model yang dikaji, serta merumuskan model penumbuhan unit usaha yang efektif .

IV. HASIL KAJIAN DAN PEMBAHASAN

1. Identifikasi Model Penumbuhan Unit Usaha Baru

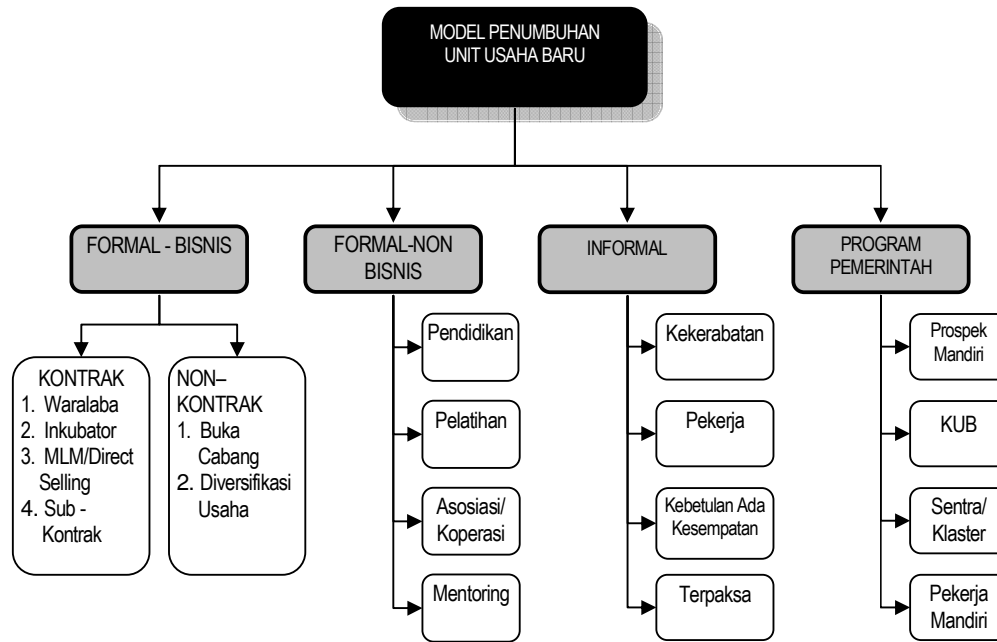
Model penumbuhan unit usaha baru di Indonesia jenisnya sangat banyak, dari yang bersifat alami sampai dengan model yang distimulan oleh pemerintah. Pendorong tumbuhnya unit usaha baru yang bersifat alami juga sangat beragam, dari faktor perkembangan kondisi ekonomi nasional dan lokal, perkembangan bisnis sebelumnya, faktor sosial budaya masyarakat, meniru keberhasilan orang lain, sampai yang bersifat keterpaksaan, karena sulit memperoleh pekerjaan. Dalam kajian ini, dapat diidentifikasi 18 model penumbuhan unit usaha baru yang dinilai relatif produktif yang dikelompokkan menjadi 4 model, yaitu: (1) Model Formal-Bisnis, (2) Model Formal Non-Bisnis, (3) Model Informal, dan (4) Model Program Pemerintah, lihat bagan 2.

Model penumbuhan usaha secara formal bisnis umumnya dilakukan oleh usaha berskala menengah dan besar. Pendorong utama pertumbuhan unit usaha ini adalah perluasan pasar. Bentuk perluasan usahanya dapat dilakukan secara mandiri dengan membuka anak perusahaan dan membuka kantor cabang; atau upaya perluasan usaha melalui kerjasama dengan pihak lain, berupa: membuka usaha patungan, membuka waralaba, membuka keagenan, melakukan subkontrak atau mengembangkan mekanisme penjualan langsung. Perluasan usaha yang melibatkan pihak lainnya umumnya diikat dalam bentuk kontrak bisnis secara formal.

Model penumbuhan unit usaha formal non-bisnis adalah model penumbuhan unit usaha yang dilakukan oleh lembaga-lembaga formal (pemerintah/ dunia usaha/ dunia pendidikan) tidak dalam kerangka kerja untuk kepentingan bisnis, dalam arti upaya penumbuhan unit usaha baru tidak terkait dengan bisnis lembaga stimulan. Dalam model ini unit usaha yang dihasilkan tidak langsung berasal dari kegiatan perusahaan/instansi induk/pelaksana. Penumbuhan unit usaha baru lebih banyak berasal dari perubahan sikap dan kemampuan yang dihasilkan oleh proses usaha perusahaan/instansi induk/pelaksana. Contoh induk pelaksana model ini adalah lembaga pendidikan umum, lembaga pelatihan kerja, asosiasi perusahaan/profesi dan koperasi.

Model penumbuhan unit usaha baru yang bersifat informal adalah yang paling menonjol di Indonesia, dan diperkirakan lebih dari 90% unit usaha baru di Indonesia lahir dari model ini. Pendorong utama pembentukan usaha baru ini adalah: (1) sistem kekerabatan yang masih kental di Indonesia, sehingga pengusaha berkecenderungan menampung keluarga yang belum bekerja, (2) komoditas yang dijual oleh UMKM berteknologi sederhana, sehingga mudah ditiru, (3) kesempatan usaha yang terbuka luas, sehingga banyak unit usaha yang lahir karena faktor kebetulan, (4) keterpaksaan untuk menyambung hidup atau mengisi waktu, karena sulit memperoleh pekerjaan, (5) faktor sosial budaya dan lain-lain.

Model program pemerintah adalah model penumbuhan unit usaha yang distimulan oleh program pemerintah, seperti: model pengembangan kelompok self employed yang dilakukan oleh Depnaker, program pemberdayaan Sentra UKM dan Prospek Mandiri yang dilakukan oleh Kementerian Negara Koperasi dan UKM, serta berbagai program pemberdayaan masyarakat lainnya yang dilakukan oleh berbagai instansi pemerintah di pusat dan daerah. Dalam kajian ini, hanya akan dievaluasi untuk 4 program, yaitu: Prospek Mandiri, Sentra UKM, KUB, dan pengembangan pekerja mandiri.



Bagan 2. Model Umum Yang Telah Ada Bagi Penumbuhan Usaha Baru di Indonesia

1). Peran Pendidikan Formal Dalam Menumbuhkan Unit Usaha Baru Di Indonesia

Pendidikan formal di Indonesia saat ini hanya berfokus pada upaya mengembangkan sisi pengetahuan peserta didik memahami bagaimana suatu bisnis seharusnya dijalankan, dan bukan pada upaya mengembangkan sisi sikap untuk berwirausaha serta pengalaman berwirausaha. Fenomena ini disebabkan sistem pendidikan di Indonesia yang lebih menekankan pada sisi *hard skill* daripada *soft skill*, sehingga sisi kognitif peserta didik yang lebih diutamakan daripada sisi afektif dan psikomotoriknya (Lead Education 2005). Akibatnya, lulusan pendidikan formal secara umum memiliki pemahaman pengetahuan yang relatif baik mengenai kewirausahaan, tapi tidak memiliki ketrampilan dan *mind-set* berwirausaha.

Pendidikan ‘pengetahuan’ kewirausahaan telah diajarkan secara intrakurikuler baik sebagai mata kuliah/ mata pelajaran yang tersendiri maupun sebagai bagian (topik bahasan). Sayangnya, pembahasan kewirausahaan di lembaga pendidikan formal lebih didasarkan pada mengajarkan substansi buku teks, daripada memberikan pengalaman nyata bagi peserta didik untuk berwirausaha, sehingga tidak mampu mengubah pola pikir dan sikap peserta didik.

Studi yang dilakukan oleh Lead Education (2005) mengindikasikan *soft skill* lebih menentukan keberhasilan lulusan perguruan tinggi untuk memperoleh pekerjaan dan bekerja bekerja secara produktif, maupun berkarir lebih cepat dibandingkan koleganya. Pada sisi lain kurikulum pendidikan tinggi di Indonesia mengajarkan *hard skill* lebih dari 95%, sedang *soft skill* hanya diajarkan sebagai ekstra kurikuler. Kesadaran pengajaran *soft skill* secara intrakurikuler

telah mulai tumbuh di beberapa perguruan tinggi dalam 3 tahun terakhir, seperti: SBM-ITB, STEKPI, Prasetya Mulya, Binus Internasional, dan sejenisnya.

Pendidikan kewirausahaan yang berorientasi pada mengubah *mind set* berwirausaha dan memberikan pengalaman berbisnis secara nyata, dinilai lebih efektif untuk menumbuhkan jiwa dan kemampuan berwirausaha di kalangan mahasiswa. Kebebasan bagi peserta didik untuk memilih bidang usaha terbukti lebih efektif daripada peserta didik dipaksa melaksanakan bidang usaha yang telah ada, sebagaimana kasus di banyak SMK di Indonesia.

2). **Peran Lembaga Pelatihan Kewirausahaan Dalam Penumbuhan Unit Usaha Di Indonesia**

Lembaga pelatihan kewirausahaan relatif banyak ditemui, berupa: lembaga pelatihan menjahit, lembaga pelatihan membuat kue, lembaga pelatihan komputer, dan berbagai bentuk pelatihan lainnya. Tujuan utamanya adalah memberikan ketrampilan teknis kepada peserta didiknya agar mampu bekerja dibidangnya, sebagai: penjahit, pembuat kue, dan teknisi komputer.

Lembaga pelatihan ketrampilan memiliki potensi untuk menumbuhkan unit usaha baru yang relatif lebih besar kemungkinannya daripada lembaga pendidikan formal, karena lembaga pelatihan lebih berorientasi pada memberikan bekal ketrampilan praktis yang lebih mudah diaplikasikan oleh peserta didik dalam dunia bisnis secara nyata. Menurut Pengurus HIPKI (Himpunan Penyelenggara Kursus Indonesia) menyatakan sulit untuk mengetahui jumlah lembaga kursus yang tepat, karena banyak lembaga kursus yang berdiri dan ditutup dalam waktu relatif singkat. Jumlah lembaga pelatihan ketrampilan di Indonesia yang menjadi anggota HIPKI diperkirakan 25.000 lembaga, yang terbagi dalam 10 rumpun dengan 160 jenis ketrampilan, yang sangat beragam. Dari 25.000 lembaga kursus tersebut sebagian besar termasuk dalam kategori lembaga kursus yang kecil, dengan sumberdaya manusia dan fasilitas yang sangat terbatas. Lembaga pelatihan ketrampilan ini diperkirakan dapat mendidik lebih dari 1 juta orang tenaga terampil per tahunnya.

Revitalisasi lembaga pelatihan ketrampilan menjadi lembaga pelatihan kewirausahaan sangat penting, karena dapat menjadi stimulan tumbuhnya unit usaha baru berskala usaha rumah tangga dan usaha skala kecil. Jika 10% dari lulusan lembaga pelatihan ketrampilan dapat didorong berwirausaha, maka akan tumbuh 100.000 unit usaha baru (berskala usaha mikro dan kecil) per tahunnya, dan beberapa lembaga pelatihan diharapkan dapat menstimulan tumbuhnya usaha kecil dan menengah, seperti: bidang photography, salon kecantikan, industri makanan dan lain-lain.

Tabel 1. Proses Penumbuhan Unit Usaha Baru Melalui Lembaga Pelatihan Ketrampilan

MASUKAN	PROSES	KELUARAN	SARAN PERBAIKAN
Ketrampilan teknis memproduksi barang/ jasa	Meningkatkan ketrampilan teknis memproduksi (dan menjual) barang/ jasa	Diperkirakan tumbuh 100.000 unit usaha mandiri (baru) skala mikro per tahun.	Sistem insentif modal usaha bagi lulusan yang kompeten
Sarana praktik kerja			
Wawasan berwirausaha (beberapa tempat kursus)	Bimbingan, Mentoring, dan magang kerja		Meningkatkan kemitraan dan mentoring dari pengusaha yang sukses
Akses modal dan pasar (beberapa peserta telah memiliki)	Magang kerja		Mengembangkan sistem akreditasi lembaga pelatihan

Revitalisasi lembaga pelatihan ketrampilan dapat dilakukan melalui: (1) akreditasi dan sertifikasi lembaga pelatihan ketrampilan, (2) dukungan perkuatan untuk meningkatkan mutu tenaga pelatihnya, (3) dukungan perkuatan untuk pengembangan sarana dan prasarana pelatihan, (4) dukungan akses pembiayaan bagi lulusan lembaga pelatihan ketrampilan berakreditasi yang membuka usaha mandiri, (5) mengembangkan kemitraan antara lembaga pelatihan ketrampilan dengan dunia usaha, dan (6) mengembangkan kebijakan yang mendorong pertumbuhan industri pelatihan ketrampilan.

Peran **industri pelatihan ketrampilan** dalam penumbuhan unit usaha baru masih dapat ditingkatkan produktivitasnya, jika didukung sistem insentif berupa dukungan permodalan untuk memulai usaha bagi lulusannya, serta didukung sistem mentoring yang memadai.

Mentoring berperan besar dalam menstimulan seorang calon wirausaha baru menjadi wirausaha yang membuka unit usaha yang dikelola secara paripurna. Mentor idealnya adalah pengusaha yang sukses yang mampu memberi inspirasi bagi orang lain untuk segera membuka usaha. Pola mentoring relatif cukup efektif untuk menumbuhkan wirausaha, namun jumlahnya masih sangat terbatas, karena jumlah mentor atau pengusaha yang bersedia menjadi mentor bagi calon wirausaha di Indonesia masih sangat sedikit, antara lain: Purdie E Chandra yang mengembangkan lembaga pendidikan informal berupa Entrepreneur University dan Hendy Setiono, 24 tahun dari Surabaya, pemilik Kebab Turki Babarafi dan Yummy Burger.

Business Development Services Provider yang difasilitasi oleh Kementerian Koperasi dan UKM salah satu perannya adalah dapat mendampingi UKM untuk mengembangkan usahanya dan menjadi mentor usaha bagi UMKM yang baru tumbuh di sentra-sentra UKM.

Jumlah sentra UKM yang difasilitasi selama 5 tahun lebih dari 1000 sentra yang tersebar di seluruh Indonesia, dan sebagian besar BDS-P telah melaksanakan tugas sebagai CDS (*community development services*) secara memadai, tapi hanya sedikit yang mampu memerankan sebagai *business development services*. Bahkan dalam survei ini tidak dijumpai BDS-P yang memiliki program menumbuhkan unit usaha baru, padahal BDS-P merupakan salah satu lembaga yang didesain mampu menjadi mentor bagi calon wirausaha atau wirausaha yang baru untuk mengembangkan bisnisnya.

3). **Peran Asosiasi Dan Koperasi Dalam Penumbuhan Unit Usaha Baru**

Asosiasi pengusaha sejenis telah cukup banyak di Indonesia, jumlahnya ratusan yang terdaftar di Departemen Perindustrian dan/ atau Kementerian Koperasi dan UKM lebih dari 176 asosiasi. Secara umum tujuan asosiasi adalah memberdayakan anggotanya untuk meningkatkan akses pasar, meningkatkan produktivitas anggotanya, dan wahana memperjuangkan kebijakan pemerintah yang sesuai dengan kepentingan industrinya. Asosiasi umumnya tidak mempunyai program khusus untuk pengembangan unit usaha baru, tapi memiliki program pelatihan dan forum temu bisnis yang bertujuan meningkatkan kapasitas anggotanya.

Asosiasi Industri Permebelan dan Kerajinan Indonesia (Asmindo) memiliki program pengembangan anggotanya berupa: pelatihan, advokasi, pendampingan, sharing informasi, dan pemberian informasi pameran. Rata-rata penambahan anggota per tahunnya sebanyak 50 anggota. Alasan anggota masuk sebagai anggota Asmindo adalah membangun komunitas permebelan dan kerajinan, dengan harapan dapat memperluas pasar dan difasilitasi mengikuti pameran. Asmindo mendorong para pengrajin agar berani membuka usaha mandiri, namun Asmindo tidak memiliki program khusus untuk menumbuhkan unit usaha baru.

Asosiasi Pengrajin Kecil Republik Indonesia (APIKRI) Yogyakarta memiliki anggota aktif sebanyak 80 orang ditambah 200 pengrajin yang belum menjadi anggota tapi aktif mengikuti kegiatan APIKRI, bahkan pengrajin yang aktif mengakses program APIKRI rata-rata bertambah 25 – 50 orang pengrajin per tahunnya, tapi penambahan anggota umumnya hanya berkisar 5 orang per tahunnya. APIKRI pernah memiliki program penumbuhan unit usaha baru dengan melakukan pelatihan kepada 50 orang di Wilayah Bantul pasca gempa, dan ternyata 50% telah menunjukkan ketertarikan sebagai pengrajin dengan mengirimkan sampel produk ke APIKRI.

Ikatan Nasional Konsultan Indonesia (INKINDO) di setiap daerah survei (Jatim, DIY, NTB, Kalbar) memiliki anggota yang berjumlah ratusan, yang terbanyak ada di wilayah DKI Jakarta dan Jawa Timur. Inkindo memiliki program peningkatan kapasitas anggotanya, tapi tidak memiliki program khusus untuk penumbuhan unit usaha baru. Pertumbuhan kantor konsultan baru umumnya dimulai

dari konsultan yang bekerja sebagai tenaga ahli di perusahaan konsultan, setelah memiliki akses dan jejaring kerja selanjutnya membuka usaha konsultan sendiri.

Koperasi (baik koperasi primer dan sekunder) yang dijadikan responden hampir secara keseluruhan menyatakan tidak memiliki program penumbuhan unit usaha baru secara langsung; namun ada beberapa koperasi yang menyatakan anggotanya dapat mengembangkan usahanya dari modal pinjaman dari koperasi, yang sebelumnya hanya punya satu kios dapat berkembang menjadi dua kios di pasar. Koperasi yang bergerak dalam kegiatan simpan-pinjam yang berperan besar untuk menumbuhkan unit usaha anggotanya, melalui peningkatan kapasitas pembiayaan, sehingga anggota dapat melakukan diversifikasi usaha atau membuka tempat usaha yang baru atau membuka cabang. Untuk itu, pengembangan lembaga keuangan mikro terutama KSP/ USP Koperasi di Indonesia terutama di daerah pedesaan atau sentra-sentra usaha UMKM perlu terus dilaksanakan, melalui pemberian dukungan peningkatan kapasitas kelembagaan dan usaha koperasi.

Dengan demikian, proses penumbuhan unit usaha baru oleh Asosiasi/ Koperasi umumnya melalui peningkatan kapasitas usaha anggota, yang memungkinkan anggota menambah outlet usaha atau diversifikasi usaha atau dampak ikutan dari pertumbuhan industri anggotanya.

4). Peran Usaha Waralaba Dalam Menumbuhkan Unit Usaha Baru

Salah satu cara berbisnis yang dianggap terbaik buat pemula adalah melalui usaha waralaba, atau ikut menjalankan bisnis yang sudah lebih dulu berhasil. Keuntungannya antara lain: (1) Tidak perlu repot dengan urusan teknis yang rumit, seperti rasa, bentuk dan manajemen; (2) Sarana dan prasarana sudah disiapkan; (3) Mereka sudah berpengalaman dan terbukti berhasil, sehingga mitra lokal bisa belajar; (4) Investasi relatif rendah; (5) Resiko gagal juga lebih rendah dibanding bisnis sendiri; (6) Ada pihak lain yang mengontrol dan memberikan pelatihan; dan (7) Biasanya merk sudah terkenal. Sedangkan kekurangan dari sistem waralaba ini adalah (1) Tidak punya kebebasan; (2) Terikat dengan pemilik merk/francisor; (3) Lama dalam mengambil keputusan, dan (4) Tidak dapat berimprovisasi dalam soal rasa/bentuk.

Input model yang utama adalah unit usaha yang telah berhasil, yaitu terbukti produknya telah diterima konsumen dengan baik dan berpotensi untuk dikembangkan di tempat lain. Proses yang utama adalah upaya standarisasi proses usaha atau proses produksi sehingga dapat direplikasi oleh mitra usaha di tempat lain. Proses lain yang dilakukan adalah pelatihan dan pendampingan mitra. Proses ini adalah langkah-langkah dimana Pewartalaba mencoba mengklon (cloning) usahanya sehingga menjadi 2 atau lebih yang serupa.

Kinerja model waralaba dapat dibilang mengesankan. Edola burger (Jakarta) misalnya, dalam waktu 2 tahun berhasil

menumbuhkan 450 mitra lokal (gerai) di seluruh Indonesia, sedangkan Tela-tela (D.I.Yogyakarta) dalam 6 bulan pertama berhasil menumbuhkan 41 gerai di dalam dan diluar Jogjakarta. Dengan demikian secara rata-rata sebuah waralaba dapat menumbuhkan antara 80 hingga 225 unit usaha baru dalam waktu satu tahun. Menurut catatan, ada sekitar 300 merek waralaba di Indonesia pada saat ini, dimana 50% nya bergerak di bidang makanan dan minuman. Dari 300 pewaralaba tersebut, 125 merek diantaranya merupakan waralaba lokal. Dari 125 waralaba lokal ini, sekitar 20% adalah waralaba besar seperti Rumah Makan Wong Solo dan 80% sisanya merupakan waralaba yang memungkinkan untuk usaha kecil seperti Usaha Edam Burger dan Edola Burger. Jika pertumbuhan mitra waralaba besar adalah 5 mitra per tahun dan waralaba kecil adalah 150 mitra pertahun, maka pertumbuhan unit usaha baru dari model waralaba lokal adalah sekitar 15.000 unit usaha baru per tahunnya. Unit usaha baru ini dapat menyerap antara 16.000 hingga 23.750 tenaga kerja.

5). Direct Selling/MLM

Direct selling adalah kegiatan penjualan barang atau jasa konsumsi (*consumer product or service*) dari pintu-ke-pintu secara langsung kepada konsumen akhir, jauh dari lokasi penjualan yang tetapnya. Penumbuhan unit usaha dari model direct selling berasal dari pengangkatan distributor mandiri yang bersedia menjadi agen pemasaran dan penjualan produk perusahaan induk. Output model ini adalah pribadi-pribadi dengan motivasi yang tinggi untuk mencapai tujuan penjualan dan unit usaha baru dalam bentuk distributor-distributor mandiri tersebut. Barang dan jasa ini dipasarkan langsung kepada pelanggan oleh tenaga penjual yang independent. Sebutan terhadap tenaga penjual beragam seperti : distributor/representative/konsultan atau lainnya. Produk dijual terutama melalui jalur (1) demo produk di rumah, (2) kelompok, dan (3) one-on-one selling.

6). Model Inkubator Bisnis

Inkubator adalah lembaga yang bergerak dalam bidang penyediaan fasilitas dan pengembangan usaha, baik manajemen maupun teknologi bagi Usaha Kecil dan Menengah untuk meningkatkan dan mengembangkan kegiatan usahanya dan atau pengembangan produk baru yang berdaya saing dalam jangka waktu tertentu. Jika yang menjadi mitra adalah sebuah unit usaha baru, maka inkubator biasanya disebut sebagai Inkubator Usaha (business inkubator).

Di daerah survei, Inkubator yang ditemui dilaksanakan atau berada di dalam wilayah Perguruan Tinggi, baik negeri maupun swasta. Hal ini karena perguruan tinggi relatif memiliki kuantitas dan kualitas dukungan sumber daya manusia yang cukup, memiliki reputasi sehingga dapat dipercaya, kesesuaian dengan tridharma perguruan tinggi, dan letaknya yang relatif tersebar di seluruh propinsi Indonesia sehingga dapat menjangkau UKM yang letaknya juga

tersebar di seluruh Indonesia. Disamping perguruan tinggi, inkubator sebenarnya juga dilaksanakan oleh pemerintah daerah, lembaga swadaya masyarakat, BUMN dan program pengembangan masyarakat pada beberapa perusahaan swasta nasional besar. Inkubator yang dilakukan oleh perusahaan swasta adalah seperti yang dilakukan oleh PT Astra Honda Motor dan seniman Sapto Hudoyo, Pemerintah Pusat : BIT BPPT, Pemda Jatim, Kadinda Tingkat I Jatim bekerjasama dengan ITS : Surabaya Business Incubator Centre (SBIC).

7). **Penumbuhan Unit Usaha Baru Dalam Model Sub-Kontrak**

Sub kontrak sebagai suatu kemitraan antara usaha besar dan usaha kecil merupakan suatu praktek usaha yang dapat mendorong daya saing UKM, membantu penyerapan tenaga kerja, serta memberikan nilai tambah dan produk di level nasional. Sub kontrak adalah bentuk hubungan dalam suatu kemitraan antar kelompok UKM dengan perusahaan mitra. Biasanya kelompok mitra memproduksi/memasok komponen/bahan baku produksi yang diperlukan oleh perusahaan mitra sebagai bagian dari produksinya.

Prinsip saling membantu akan muncul apabila usaha besar memang membutuhkan kehadiran usaha kecil. Program subkontrak yang telah berjalan dari Grup Astra dan Bukaka, misalnya, merupakan contoh betapa jalinan kemitraan dapat meningkatkan efisiensi. Astra mensubkontrakkan pembuatan suku cadang kendaraan bermotor kepada para pengusaha kecil di Jawa. Bukaka juga mempercayakan pembuatan bagian-bagian tertentu dari "garbarata" kepada pengusaha kecil. Demikian juga, pengusaha-pengusaha batik nasional mendapat pasokan dari pengusaha skala kecil di Yogya dan Surakarta.

8). **Penumbuhan Unit Usaha Pada Model Formal Bisnis – Non Kontrak**

Model penumbuhan usaha secara formal bisnis umumnya dilakukan oleh usaha berskala menengah dan besar. Pendorong utama pertumbuhan unit usaha adalah perluasan pasar. Bentuk perluasan usaha dapat dilakukan secara mandiri dengan membuka anak perusahaan dan membuka kantor cabang.

9). **Penumbuhan Unit Usaha dari Sektor Informal**

Penumbuhan unit Usaha dari sektor informal dapat dikategorikan dalam beberapa jenis, yaitu: **a). Penumbuhan Unit Usaha Baru dari Keekerabatan**, dalam model ini, unit usaha baru muncul karena mencontoh perilaku wirausaha, produk, dan ketrampilan teknis/usaha dari kerabat yang telah memulai usaha sejenis terlebih dahulu. Dalam model Keekerabatan, wirausahawan biasanya telah mengenal/ terlibat cukup lama dengan proses produksi/operasi dari usaha yang dicontohnya. **b). Penumbuhan Unit Usaha Baru dari Pekerja yang Membuka Usaha sendiri**, disini pekerja yang keluar dari tempat kerjanya yang lama kemudian membuka usaha sendiri yang menghasilkan produk sejenis. Hal ini biasanya karena komoditas dihasilkan berteknologi sederhana, sehingga mudah ditiru, **c).**

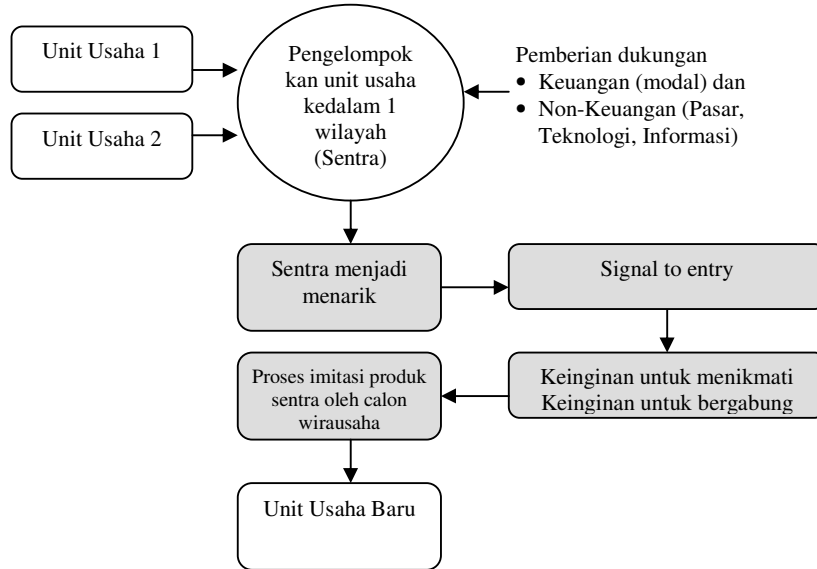
Penumbuhan Unit Usaha Baru Karena Kebetulan, contohnya hotel meminta dia untuk membeli pisang goreng untuk kudapan para peserta rapat yang sering diadakan di hotel, **d) Penumbuhan Unit Usaha Baru karena Keterpaksaan**, dalam keadaan terpaksa, untuk menyambung hidup keluarganya seseorang dengan ketrampilan yang dimilikinya dapat membuka usaha baru, **e). Model Informal**, penumbuhan unit usaha ini biasanya menghasilkan unit usaha baru pada skala mikro dan kecil. Kendatipun demikian, model ini diduga memberikan sumbangan yang cukup besar (90%) dalam penumbuhan unit usaha baru. Potensi pertambahan unit usaha yang sifatnya informal dapat mencapai 1.000.000 unit usaha per tahunnya. Pertanian adalah sektor yang paling banyak menumbuhkan unit usaha informal ini, sekitar 46% unit usaha baru yang informal dihasilkan sektor ini. Selanjutnya sektor perdagangan, hotel dan restoran diduga memunculkan sekitar 25% unit usaha informal baru. Setelah itu ada sektor Pengangkutan dan komunikasi serta sektor Jasa-jasa yang memunculkan sekitar 14% dan 10% unit usaha.

10). Model Penumbuhan Usaha baru Dari Program Sentra

Sentra UKM tampak cukup efektif menumbuhkan unit usaha baru, Terutama usaha mikro dan kecil dengan spesifikasi produknya mudah ditiru (teknologi sederhana dan modalnya rendah) dan pasar yang mudah berkembang.

Hasil studi menunjukkan bahwa secara umum terjadi perkembangan yang relatif signifikan di dalam sentra. Perkembangan sentra tahun 2001 hingga 2004, menunjukkan terjadinya peningkatan kapasitas sentra. Hal ini tercermin dari meningkatnya jumlah UKM yang ada dalam sentra, meningkatnya jumlah tenaga kerja yang terserap dan meningkatnya rata-rata omzet sentra. Besarnya pertumbuhan unit usaha di dalam sentra adalah 5,46% per tahunnya. Pada tahun 2006, angka pertumbuhan ini diharapkan dapat menjadi 8 hingga 10% per tahunnya jika kondisi ekonomi semakin membaik dan situasi keamanan yang stabil.

Pertumbuhan rata-rata jumlah UKM dalam sentra setidaknya menunjukkan dinamisasi masyarakat di seputar sentra untuk memanfaatkan program pengembangan sentra ini, meskipun dinamika ini belum menunjukkan perkembangan yang besar pada sisi penyerapan tenaga kerja dan volume usaha.



Bagan 3. Model Pertumbuhan Unit Usaha Baru

11). Program Penumbuhan Usaha Baru Dengan Program Prospek Mandiri

Program prospek mandiri digulirkan pada tahun 2006. Program ini merupakan program kerjasama antara Kementerian Koperasi dan UKM dengan Pemerintah Daerah. Dalam program ini Kementerian Koperasi dan UKM memberi dukungan berupa peralatan dan modal kerja, sementara Pemerintah Daerah memfasilitasi penyediaan tempat berusaha secara gratis.

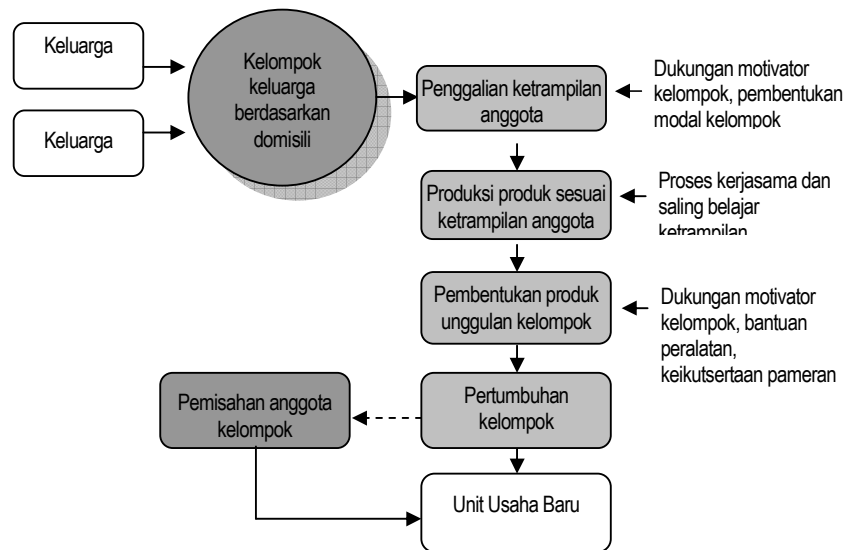
Tujuan program adalah: (1) Mengurangi pengangguran khususnya pada segmen tenaga kerja terdidik, (2) Mengatasi masalah keterbatasan kemampuan SDM koperasi, (3) Pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya alam, dan (4) mendorong sarjana menjadi kelompok yang berperan mendorong efek trickle down dalam bidang ekonomi dan teknologi. Sedangkan sasaran program adalah terwujudnya usaha baru yang dikelola oleh sarjana dalam wadah koperasi.

12). Penumbuhan Unit Usaha Baru Melalui Kelompok Usaha Bersama (KUB)

Pendekatan KUB diawali dengan pembentukan kelompok yang terdiri dari 10 sampai 15 keluarga sasaran dalam satu wilayah yang berdekatan. Keluarga sasaran dapat berdasarkan kelas sosial ekonomi atau faktor demografi lainnya. Kepada kelompok kemudian ditugaskan seorang motivator untuk menjadi pengikat dan pendinamiasi kelompok. Langkah yang dilakukan biasanya adalah melakukan pertemuan berkala untuk (1) menggali ketrampilan yang dimiliki oleh masing-masing anggota kelompok, (2) melakukan pembentukan modal kelompok secara mandiri, (3) memilih dan memproduksi barang yang akan dihasilkan oleh kelompok, (4) melakukan cross fertilisasi ketrampilan antar anggota kelompok melalui porses belajar sambil

bekerja, (5) pemilihan produk unggulan yang akan menjadi produk utama kelompok, (6) Memproduksi produk unggulan kelompok sesuai kemampuan kelompok.

Dalam model KUB, peran motivator kelompok amat vital. Kelompok yang berhasil berkembang adalah kelompok yang memiliki motivator yang aktif, berjiwa wirausaha, dan dapat diterima anggota kelompoknya.



Bagan 4. Proses Kerja Kelompok Usaha Bersama (KUB)

13). Penumbuhan Unit Usaha Baru Melalui Program Pekerja Mandiri di Balai Latihan Kerja

Balai Latihan Kerja (BLK) lahir untuk menjawab kebutuhan lulusan SMP dan SMA yang tidak dapat melanjutkan pendidikan agar mampu berkarya di bidang lain melalui pembekalan sejumlah keterampilan. BLK diharapkan menjadi motor penggerak dan percontohan dalam melatih ketrampilan agar dapat mengisi lowongan kerja yang sesuai dengan kebutuhan pasar kerja dan mampu menciptakan lapangan kerja secara mandiri.

BLK merupakan unit pelaksana teknis yang berada dibawah pengawasan Departemen Tenaga Kerja dan Transmigrasi. BLK tampak cukup efektif untuk menumbuhkan unit usaha baru di sektor perbengkelan, jasa konveksi, dan usaha lainnya.

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penumbuhan Unit Usaha Baru di Indonesia

1). 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, (2) masyarakat telah mampu menyesuaikan diri dengan berbagai bencana/ kejadian 'luar biasa', (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, dan (5) rentang segmentasi sosial ekonomi masyarakat Indonesia yang sangat besar.

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.

2). Kemauan Berwirausaha Masyarakat

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 ketidak inginan 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.

3). 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.

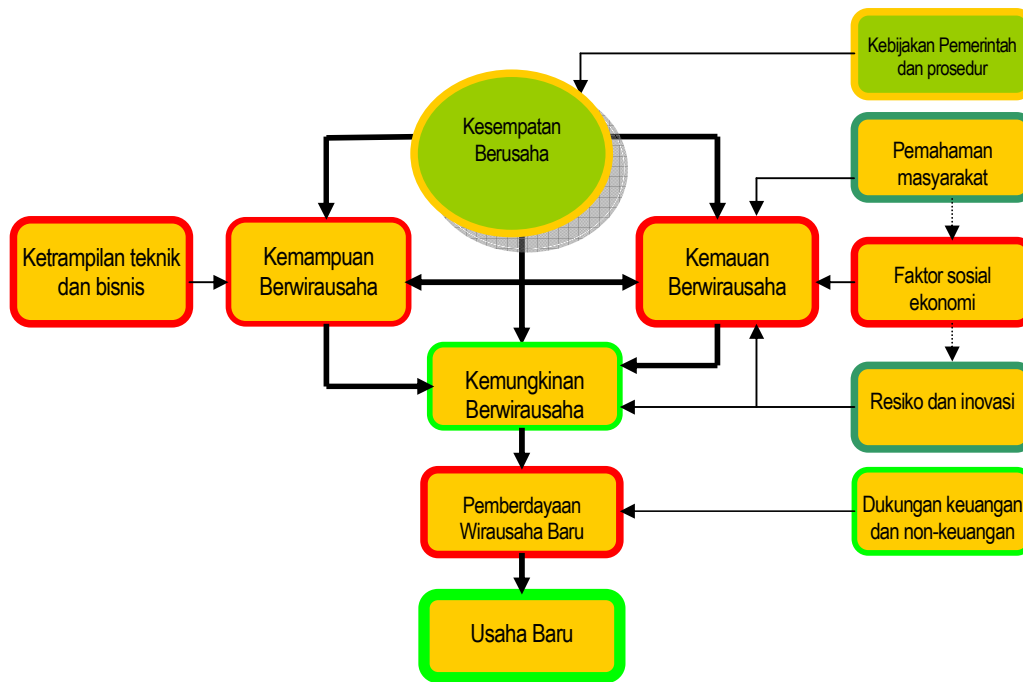
Penguasaan kemampuan teknik akan mendorong wirausaha untuk melakukan inovasi dan bekerja secara efisien. Pemberian informasi mengenai arah perkembangan produk, perkembangan teknologi produksi dan proses adopsi teknologi akan membantu meningkatkan kemampuan

teknik dari wirausaha Indonesia. Peningkatan kemampuan bisnis wirausaha Indonesia harus terus ditingkatkan, terutama untuk bidang perencanaan bisnis, pengembangan produk, pemasaran, manajerial, keuangan dan akuntansi.

4). 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.

Berdasarkan hasil analisis, maka gambaran umum upaya penumbuhan unit usaha baru dapat diikuti secara visual berdasarkan warna untuk setiap variabel yang berpengaruh pada bagan 3.



Bagan 5. Kondisi Penumbuhan Unit Usaha Baru di Indonesia

Keterangan:

Warna Hijau menunjukkan kondisi yang telah sesuai dengan persyaratan penumbuhan unit usaha baru

Warna Kuning menunjukkan kondisi yang masih perlu diupayakan agar sesuai dengan persyaratan penumbuhan unit usaha baru.

Warna Merah menunjukkan kondisi yang perlu segera ditingkatkan/direkayasa agar sesuai dengan persyaratan penumbuhan unit usaha baru

3. Pola Pikir Dan Perilaku Wirausaha

1). Motivasi Berwirausaha

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.

2). Visi Kewirausahaan

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

3). Kemampuan 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 sendiri¹. Produk yang dihasilkan pun sama.

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

¹ 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.

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.

4). Tingkat Keberanian Menanggung Resiko

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.

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.

4. Rumusan Model Penumbuhan Unit Usaha Baru

Usulan rumusan model penumbuhan unit usaha baru berdasarkan hasil analisis model penumbuhan unit usaha yang telah ada di Indonesia. Model penumbuhan unit usaha dibedakan dalam 6 model dasar, yaitu:

1). Rumusan Model Informal

Model informal adalah rumusan model penumbuhan unit usaha baru untuk pemula yang belum memiliki pengalaman kerja dengan tingkat pendidikan yang rendah. Sasaran model ini adalah kelompok masyarakat yang umumnya sulit untuk dapat bekerja di sektor formal, sehingga umumnya terjun sebagai pengusaha mikro karena unsur keterpaksaan. Hasil kajian mengidentifikasi model ini relatif yang paling banyak ditemukan di Indonesia, sehingga usaha mikro yang lahir umumnya memiliki produktivitas yang rendah.

2). Rumusan Model Sarjana Baru

Model ini merupakan penyempurnaan dari model penumbuhan usaha yang telah dikembangkan oleh Kementerian Koperasi dan UKM dalam bentuk program Prospek Mandiri.

Model sarjana baru ini diharapkan dapat dapat menumbuhkan 3.000 – 5.000 sarjana baru per tahunnya (hanya 2,5% dari lulusan sarjana per tahunnya) untuk menjadi pengusaha pada skala kecil dan menengah, yang diharapkan dapat menjadi motor perbaikan produktivitas dan daya saing perekonomian nasional dalam jangka panjang. Sarjana baru yang tidak lulus seleksi program ini dapat dikembangkan sebagai wirausaha

baru melalui program penumbuhan wirausaha baru yang mengadopsi model Informal .

3). Rumusan Model Pekerja

Model pekerja adalah model penumbuhan unit usaha baru bagi calon wirausaha yang sedang bekerja sebagai karyawan dan belum keluar dari pekerjaannya. Model Pekerja ini diharapkan mampu menginspirasi dan mentransformasikan segmen pekerja profesional untuk menjadi wirausaha skala kecil dan menengah yang akan memperkuat struktur pelaku perekonomian Indonesia di masa mendatang.

Segmen pekerja ini menjadi penting karena jumlah mereka yang cukup banyak dan memiliki potensi untuk berkembang menjadi wirausaha yang berhasil karena mereka rata-rata memiliki (1) human capital (wawasan dan pengetahuan) yang cukup, (2) akses informasi usaha yang cukup luas dari pengalaman bekerjanya saat ini, dan (3) secara tidak langsung dapat menggunakan penghasilan tetapnya untuk jaminan kredit perbankan.

4). Model PHK

Model PHK adalah rumusan model penumbuhan unit usaha baru untuk orang yang pernah bekerja. Model PHK yang dirumuskan adalah model yang diharapkan mampu mentransformasikan pekerja yang terkena PHK untuk menjadi wirausahawan mikro yang dapat mengembangkan usahanya untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarganya. Model PHK yang dirumuskan ini diharapkan mampu meningkatkan produktivitas usaha mikro di Indonesia pada masa mendatang.

Model penumbuhan wirausaha baru dengan model PHK ini memerlukan masukan dan proses yang sesuai untuk setiap tahapan, yaitu: dimulai dari tahap inkubasi minat berwirausaha, tahap memulai usaha, dan tahap pengembangan usahanya.

5). Rumusan Model Wirausaha Unggul

Model wirausaha unggul adalah model penumbuhan unit usaha baru melalui proses yang memiliki keterkaitan usaha dengan wirausaha yang menghasilkan produk/ jasa yang unggul. Keterkaitan usaha ini dapat berupa pengembangan bisnis waralaba, pembukaan cabang, diversifikasi usaha, dan memperbesar dampak ikutan dari kegiatan usaha perusahaan yang memiliki produk/ jasa yang unggul.

6). Rumusan Model Duplikasi

Model duplikasi adalah model penumbuhan wirausaha baru melalui duplikasi kegiatan usaha dari wirausaha yang telah ada secara alami. Model ini merupakan model penumbuhan unit usaha berupa PMA/ PMDN, serta berbagai program pemerintah untuk menumbuhkan wirausaha baru. Untuk meningkatkan efektivitas dari model-model penumbuhan unit usaha baru tersebut, perlu dilakukan penyempurnaan dari setiap model penumbuhan unit usaha baru, serta perlu upaya

mengkombinasikan satu model dengan model lainnya untuk menghasilkan proses duplikasi atau kloning unit usaha baru dapat dilakukan secara efektif, cepat dan efisien

V. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Hasil analisis model-model penumbuhan unit usaha baru yang ada di Indonesia mengindikasikan tidak ada model/ pola/ program penumbuhan unit usaha baru yang terbukti paling efektif berlaku secara umum, untuk seluruh jenis usaha dan skala usaha. Setiap model/ pola/ program penumbuhan unit usaha baru hanya efektif untuk jenis dan skala usaha tertentu, dengan kondisi dan persyaratan tertentu.

Pola kekerabatan cukup efektif untuk menumbuhkan unit usaha baru pada skala usaha mikro dan kecil, terutama pada sektor industri makanan dan perdagangan eceran. Model penumbuhan unit usaha baru yang bersifat informal paling banyak dijumpai di Indonesia untuk menumbuhkan wirausaha baru berskala mikro. Sebagian besar usaha mikro tumbuh dari proses kekerabatan, alih profesi dari pekerja menjadi wirausaha dan unsur keterpaksaan menyebabkan unit usaha mikro yang tumbuh umumnya memiliki produktivitas yang rendah.

Waralaba relatif cukup efektif untuk menumbuhkan unit usaha di sektor usaha makanan dan jasa. MLM cukup efektif untuk menumbuhkan unit usaha baru sebagai usaha sampingan kelompok pekerja dan ibu rumah tangga. Subkontrak dinilai cukup efektif untuk menumbuhkan UMKM baru di bidang industri pengolahan melalui efek ikutan sebagai industri penunjangnya, sehingga kemitraan usaha perlu terus didorong.

Program pemerintah melalui sentra UKM terbukti mampu menumbuhkan unit usaha baru dalam kisaran 10 – 25% per tahunnya, namun unit usaha yang tumbuh sering tidak sesuai dengan bisnis utama dari sentra tersebut.

Program Prospek Mandiri belum dapat dievaluasi secara memadai, karena program belum berjalan secara penuh. Program ini adalah program penumbuhan wirausaha yang bersifat langsung, namun perlu dibenahi desain programnya secara menyeluruh.

Program pemerintah melalui pembentukan kelompok usaha bersama (KUB) ternyata cukup efektif untuk mendinamisasi penumbuhan usaha mikro di Gorontalo, sehingga pola ini dapat dikembangkan sebagai salah satu model penumbuhan wirausaha baru untuk ibu-ibu rumah tangga dan remaja putus sekolah. Program pelatihan kerja oleh Balai Latihan Kerja Dinas Tenaga Kerja juga memberikan kontribusi positif untuk penumbuhan unit usaha baru.

Inkubator bisnis yang dikelola oleh perguruan tinggi umumnya kurang efektif untuk menumbuhkan wirausaha baru, karena umumnya: (1) kurang fokus dan hanya dianggap sebagai kegiatan pengabdian kepada masyarakat, (2) umumnya berbasis proyek, bila proyek berhenti kegiatan inkubasi menjadi mandeg, (3) tidak dikelola secara profesional dan hanya dijadikan

sebagai wahana pelatihan kewirausahaan bagi mahasiswa, dan (4) umumnya tidak memiliki pengelola dan tenaga ahli yang berkomitmen secara penuh untuk memberikan layanan inkubasi bisnis. Asosiasi juga dinilai kurang efektif untuk menumbuhkan unit usaha baru, tapi cukup efektif untuk menyalurkan aspirasi anggota dan sebagai wadah komunikasi untuk berbagi informasi.

Hasil kajian mengindikasikan peluang berusaha di Indonesia sangat besar dan terbuka luas untuk dijadikan basis bagi penumbuhan wirausaha baru di Indonesia pada masa mendatang. Kemauan masyarakat untuk berwirausaha relatif cukup tinggi, yang didukung kemampuan teknis wirausaha dalam mengelola bisnisnya yang cukup memadai. Faktor penentu untuk mewujudkan masyarakat menjadi wirausaha adalah meningkatkan proses pemberdayaan masyarakat melalui pemberian dukungan perkuatan keuangan dan non-keuangan yang terintegrasi dan berkelanjutan.

Kajian ini mengidentifikasi 6 model penumbuhan wirausaha baru yang dapat dijadikan pola dasar pengembangan kewirausahaan di Indonesia, yaitu: (1) model informal adalah model penumbuhan unit usaha baru untuk pemula tanpa pengalaman kerja dengan tingkat pendidikan yang rendah; (2) model sarjana baru adalah model penumbuhan unit usaha baru untuk pemula tanpa pengalaman kerja dengan tingkat pendidikan yang relatif tinggi; (3) model pekerja adalah model penumbuhan unit usaha baru untuk karyawan yang masih bekerja; (4) model PHK adalah model penumbuhan unit usaha baru untuk karyawan yang mengalami pemutusan kerja; (5) model wirausaha – unggul adalah model penumbuhan unit usaha baru melalui pengembangan wirausaha yang memiliki produk unggulan dengan pola waralaba; dan (6) model duplikasi adalah model penumbuhan unit usaha baru melalui duplikasi wirausaha secara alami yang relatif cukup banyak dijumpai di Indonesia. Model pertama sampai kelima adalah kombinasi dari berbagai model penumbuhan wirausaha yang dinilai cukup efektif untuk menumbuhkan unit usaha baru sesuai dengan kondisi masyarakat yang akan dikembangkan sebagai wirausaha.

2. Rekomendasi

Model informal dinilai efektif untuk menumbuhkan usaha mikro melalui pengembangan kelompok-kelompok usaha bersama dari tingkat pendidikan dasar sampai tingkat perguruan tinggi, serta penumbuhan wirausaha baru di kalangan masyarakat berpendidikan rendah-menengah. Kunci utama pengembangan model informal adalah perubahan sistem pendidikan nasional terutama pada tingkat sekolah dasar dan menengah, serta pemberian dukungan perkuatan keuangan melalui pengembangan sistem keuangan mikro di daerah secara merata, dan penataan kelembagaan kelompok dan koperasi.

Model sarjana baru dinilai efektif untuk menumbuhkan usaha kecil dan menengah yang berbasis pengetahuan dan teknologi serta memiliki produktivitas yang tinggi. Kunci utama pengembangan model sarjana baru adalah perubahan sistem pendidikan kewirausahaan di tingkat perguruan tinggi, sistem seleksi dan pelatihan peserta yang memadai disertai pendampingan dan mentoring dari kalangan pengusaha sukses, serta adanya

dukungan perkuatan yang terintegrasi dan berkelanjutan. Model sarjana baru dapat dijadikan basis untuk menstimulan upaya penumbuhan unit usaha baru di sektor-sektor yang memiliki produktivitas tinggi serta berbasis Iptek.

Model wirausaha – unggul dinilai efektif untuk mempercepat pertumbuhan unit usaha berskala menengah dan besar di daerah melalui pengembangan UMKM yang memiliki produk unggulan untuk dikembangkan menjadi pewaralaba. Model wirausaha – unggul ini dapat dijadikan sebagai basis untuk pengembangan unit usaha yang berdaya saing tinggi di Indonesia pada masa mendatang. Kunci pengembangan model wirausaha – unggul adalah kemampuan mengidentifikasi UMKM yang memiliki produk unggulan, serta memiliki kapasitas untuk dikembangkan sebagai pewaralaba yang handal melalui pemberian dukungan perkuatan yang terintegrasi dan berkelanjutan.

Model pekerja dan model PHK dinilai efektif untuk menumbuhkan wirausaha baru dari kalangan pekerja atau pekerja korban PHK melalui pengembangan minat pekerja menjadi wirausaha baru dan peningkatan kapasitasnya sebagai pengusaha yang handal. Kelompok sasaran ini umumnya telah memiliki ketrampilan berbisnis, memiliki akses modal untuk memulai usaha, dan memiliki jejaring bisnis. Kunci pengembangan model pekerja dan model PHK ini adalah mengembangkan sistem informasi mengenai peluang-peluang usaha, mengembangkan forum yang mampu memotivasi pekerja beralih menjadi wirausaha, dan mengembangkan sistem yang dapat menurunkan risiko kegagalan berusaha.

Pemerintah hendaknya mensinergikan kelima faktor lingkungan yang berpengaruh terhadap penumbuhan wirausaha baru, yaitu: (1) merumuskan dan melaksanakan kebijakan pemerintah yang mampu meningkatkan kesempatan berusaha bagi masyarakat, (2) meningkatkan kemampuan teknis dan bisnis masyarakat melalui perubahan sistem pendidikan nasional dan merevitalisasi sistem pelatihan ketrampilan di Indonesia, (3) meningkatkan pemahaman dan apresiasi masyarakat mengenai kewirausahaan dan menyiapkan kondisi sosial-budaya-ekonomi yang kondusif untuk penumbuhan wirausaha baru, (4) memberikan dukungan perkuatan berupa modal penyertaan dan akses pembiayaan usaha dan sekaligus mengembangkan instrumen yang dapat menurunkan risiko kegagalan usaha, dan (5) memberikan dukungan non-keuangan yang merangsang perkembangan usaha berupa akses pasar, akses informasi, akses teknologi dan akses tenaga kerja terampil.

Untuk meningkatkan kesempatan berusaha bagi masyarakat, maka pemerintah perlu merumuskan dan melaksanakan kebijakan yang mampu: (1) mempermudah perijinan untuk usaha mikro dan kecil, dan jika perlu menggantikan perijinan dengan pendaftaran usaha, (2) memberikan insentif fiskal bagi pengusaha pemula, usaha mikro dan kecil, serta usaha besar dan menengah yang bersedia bermitra dengan usaha mikro dan kecil, (3) merevitalisasi dan mengefektifkan Inpres Nomor 4/ 1995 tentang GNMMK, (4) mensinergikan dan mengkoordinasikan program penumbuhan unit usaha yang bersifat lintas pelaku secara konsisten dan berkelanjutan, (5) mengembangkan budaya bekerjasama dan kemitraan dengan mengembangkan sistem insentif yang menarik bagi pelaku usaha, dan (6)

menjadikan program pengembangan kewirausahaan sebagai program prioritas di berbagai instansi pemerintah dan dunia usaha.

Untuk meningkatkan kemampuan teknis dan berbisnis di kalangan masyarakat terutama calon wirausaha melalui kebijakan yang mampu: (1) mengubah kurikulum pendidikan nasional dan sistem pendidikan yang berorientasi *hard skill* ke arah *soft skill* dan pengalaman berbisnis secara nyata, (2) merevitalisasi institusi pengembangan kewirausahaan, seperti: inkubator bisnis, BDS-P, Balai Latihan Kerja, dan sejenisnya, (3) merevitalisasi lembaga pelatihan ketrampilan melalui program akreditasi dan sertifikasi lembaga pelatihan, serta pola sistem insentifnya, (4) mendorong dunia usaha mengembangkan program kemitraan dengan dunia pendidikan, dan (5) mengembangkan kemitraan dunia usaha dengan usaha mikro dan kecil yang berbasis pada kepentingan bisnis dan *community development*.

Untuk meningkatkan kemauan masyarakat untuk berwirausaha dapat dilakukan melalui upaya: (1) menggalakkan sosialisasi dan kampanye pemasyarakatan kewirausahaan melalui berbagai media dan saluran komunikasi masyarakat, (2) memanfaatkan inovasi duplikasi untuk menumbuh-kembangkan wirausaha, (3) memanfaatkan tokoh masyarakat, tokoh agama dan lembaga tradisional serta organisasi kemasyarakatan untuk memberikan persepsi yang benar mengenai kewirausahaan, (4) menurunkan risiko usaha bagi pemula melalui program pendampingan dan mentoring usaha, dan (5) mengembangkan kondisi sosial-budaya-ekonomi untuk menumbuh-kembangkan kewirausahaan masyarakat.

Dukungan keuangan bagi usaha mikro dan kecil serta wirausaha pemula dapat mendorong penumbuhan wirausaha baru. Kebijakan dukungan keuangan yang mendesak dilakukan adalah: (1) penyederhanaan terminologi dan skema pembiayaan usaha yang dapat diakses oleh UMKM dan calon wirausaha, serta pengintegrasian secara lintas instansi, (2) pengembangan pasar keuangan mikro melalui perkuatan lembaga keuangan mikro (KSP/USP/BPR) agar mampu memberikan layanan pembiayaan usaha yang memadai bagi UMKM, (3) membudayakan masyarakat terutama usaha mikro dan kecil untuk menabung agar mampu melakukan akumulasi modal, dan (4) mengembangkan manajemen pengelolaan keuangan usaha mikro dan kecil agar UMKM dapat mengatur dan mengalokasikan keuntungannya,

Dukungan non-keuangan yang tepat berdampak merangsang perkembangan usaha UMKM secara berkelanjutan. Bentuk dukungan non-keuangan yang diperlukan untuk menumbuhkan unit usaha baru, antara lain: (1) mengidentifikasi dan mengembangkan UMKM yang prospektif untuk dikembangkan sebagai pewaralaba yang handal, (2) mempromosikan usaha waralaba UMKM, (3) memberikan akses informasi pasar dan berbagai peluang usaha, (4) memfasilitasi UMKM mengikuti kegiatan promosi usaha dan pameran, (5) memfasilitasi tempat dan sarana usaha bagi wirausaha pemula dengan batasan waktu tertentu, (6) revitalisasi program pengembangan sentra dan klaster bisnis UKM secara terintegrasi dan berkelanjutan, dan (7) memfasilitasi pengembangan teknologi dan pengembangan ketrampilan UMKM serta calon wirausaha.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Taufik, ed., (1988). *Agama, Etos Kerja dan Perkembangan Ekonomi*, Jakarta : LP3ES.
- ACG Advisory, (2004). *Kajian Proyeksi Penumbuhan Unit Usaha Baru Periode Tahun 2005-2020*.
- _____, (2005). *Penyusunan Strategi Pengembangan Pendidikan Kewirausahaan di Indonesia*.
- _____, (2005). *The Need and Availability of Micro Finance Service for Micro Enterprise: Bringing Multi-Level Good Practices Into Lokal Context*. Apec Secretariat
- Agung Nur Fajar, (1996). *Metode Menyusun Indeks Kewirausahaan*. Seminar Kewirausahaan - STEKPI, Jakarta.
- _____, (1996). *The Business Talent and Indonesian Entrepreneurs Personality*. Fourth Asia-Pacific Conference On Giftedness. Hotel Horison, Jakarta
- _____, (1996). *Model Pengembangan Kewirausahaan di Indonesia*. Seminar Dosen-STEKPI Jakarta.
- Ciptono, Subagyo, dan Basuki, (1994). *Identifikasi Karakteristik & Potensi Wirausaha Kecil/Menengah dalam Menunjang Program IDT serta menyongsong Tahun 2020 di Kabupaten Sleman DIY*, Laporan Penelitian, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Cohen, (1990). *Entrepreneurship & Small Business Problem Solving*, 2nd ed., Singapore: John Willey & Son.
- Dalton, George, (1961). "Economic Theory and Primitive Society", *American Anthropologist*. 63 (1).
- Faturochman, (1990). *Pertumbuhan Kota Yogyakarta Kondisi Sosio Psikologis Yogya Unik*, *Yogya Post*, 31 Mei 1990.
- Geertz, Clifford, (1992). *Tafsir Kebudayaan*, Yogyakarta: Kanisius, Diterjemahkan oleh Francisco Budi Hardiman dari buku *The Interpretation of Cultures: Selected Essays*, London : Hutchinson & CO Publisher Ltd. Bab 1,2,3,7,13,14, dan 15.
- Gnyawali, Devi R. & Daniel S. Fogel, (1994). "Environment for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 18(4).
- Kotamadya Yogyakarta 200 Tahun, (Yogyakarta : Panitia Peringatan Kotamadya Yogyakarta 200 tahun, 1956)
- Kewirausahaan Indonesia dengan Semangat, (1995). Instruksi Presiden Republik Indonesia No. 4 Tahun 1995 Tentang Gerakan Nasional Memasyarakatkan dan Membudayakan Kewirausahaan.
- Kuntowijoyo, (1994). *Demokrasi dan Budaya Birokrasi*, Penerbit Yayasan Benteng Budaya, Yogyakarta.
- LEAD Education, (2005). *Survey Kebutuhan Kompetensi Dunia Usaha Indonesia*.
- McGrath, Rita Gunther, Ian C. MacMillan, Sari Scheinberg, (1993). "Elitist, Risk-takers, and Rugged Individualists? An Explatory Analysis of Cultural Differences Between Antrepreneurs and Non-Entrepreneurs", *Journal of Business Venturing*, 7(2).

- McGrath, Rita Gunther, Ian C. MacMillan, Elena Ai Yuan Yang, dan William Chai (1993), *“Does Culture Endure, or Is It Malleable? Issues for Entrepreneurial Economic Development”*, Journal of Business Venturing, 7(6).
- Paramita, Budhi, *Organizational Structure In Indonesia*, Lembaga Management FEUI, Jakarta, 1977.
- Paramita, Budhi. 1977. *A Comparative Study of Japanese-Indonesian Human Relation Types: Subjective, Casual Observations*, a paper presented at the Japanese-Indonesian Seminar Sponsored by The Japan Fondation, Jakarta
- Paramita, Budhi, *Masalah Kekeragaman Budaya dan Manajemen Indonesia*, Lembaga Penerbit FEUI, Jakarta, 1991.
- Paramita, Budhi, *Total Quality Control Sebagai Sub-system Management*, Kertas Karya disampaikan pada PRODNAKER LEMHANAS, 1986.
- Sa'id, E Gumbira & Harizt Intan, *“Usaha Kecil-Menengah Menghadapi Persaingan Global”*, dalam *Kompas*, 17 Juni 1996
- Siu, Wai-sum dan Martin, Robert G. *“Studies; Entrepreneurs; Behavioral Sciences; Business Conditions; Culture; Business Growth; Psikological Aspects; Social Psychology”* dalam *Long Range Planning* Vol: 25 Iss: 6.
- Soedjatmoko. 1990. "Pembangunan Ekonomi Sebagai Masalah Kebudayaan" dalam *Dimensi Dalam Pembangunan*, LP3ES, Jakarta.
- Soetrisno, Noer. 2005. *Ekonomi Rakyat Usaha Mikro dan UKM Dalam Perekonomian Indonesia: Sumbangsih Untuk Analisis Struktural*. STEKPI. Jakarta.
- Soetrisno, Noer. 2003. *“Kewirausahaan Dalam Pengembangan UKM di Indonesia”*. Ekonomi Kerakyatan Dalam Kancah Globalisasi. Deputi Bidang Pengkajian Sumberdaya UKMK Kementerian Koperasi dan UKM, Jakarta.
- Sudjiman, Panuti dan Aart van Zoest (1992), *Serba-serbi Semiotika*, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sumarjan, Selo (1986) , *Perubahan Sosial di Yogyakarta*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Takyi-Asiedu, Stephen (1993), *“Economic policy; Economic development; Entrepreneurs; Capitalism; Social Change; Problems; Applications”* dalam Journal of Business Venturing ISSN:0883-9026 Vol: 8 Iss: 2.
- Vesper (1990), *New Venture Strategies*, Revised ed., Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- W.B. Gartner, J.W. Carland, F. Hoy, and J.O.C. Carland (1993), *“Who Is An Entrepreneur? Is The Wrong Question; Whi Is An Entrepreneur? Is A Question of Worth Asking”*, American Journal of Small Business. 12(4).
- W.J. Baumol (1968), *“Entrepreneurship in Economic Theory”*, The American Economic Review, 58(2)