



KEWIRAUSAHAAN I



UNIVERSITAS INABA

Modul 1

Sejarah dan Peran Kewirausahaan

Fanji Wijaya, S.Kom., M.M.

BAB 1

Sejarah dan Peran Kewirausahaan

Sub CPMK: Mahasiswa memiliki minat wirausaha dan memahami peran kewirausahaan

1.1 Pendahuluan

Indonesia merupakan negara yang memiliki jumlah penduduk yang sangat banyak dan ditambah memiliki sumber kekayaan alam yang melimpah. Namun kekayaan sumber daya alam ini tidak diimbangi oleh pengembangan sumber daya manusia. Sehingga hal tersebut belum bisa terwujud karena pemerintah Indonesia belum dapat meningkatkan dan mengelola sumber daya alam dan manusianya yang melimpah (Kirana, Harini, & Nugroho, 2018)

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di Indonesia saat ini berkembang cukup maju dan pesat. Seiring dengan perkembangan teknologi tersebut, diperlukan adanya peningkatan sumber daya manusia di Indonesia. Pendidikan merupakan salah satu bagian dalam pengembangan sumber daya manusia. Melalui pendidikan seseorang dapat menjadi pribadi yang mandiri dan bertanggung jawab.

Kewirausahaan telah menjadi salah satu disiplin keilmuan yang mempelajari nilai, perilaku, dan kemampuan seseorang dalam menghadapi tantangan hidup untuk memperoleh peluang bisnis dengan berbagai risiko yang mungkin akan dihadapinya. Kewirausahaan dapat dipelajari secara sistematis berdasarkan unsur-unsur penting dalam manajemen bisnis oleh siapa pun untuk membentuk etos kerja dunia usaha.

Pada hakikatnya setiap insan telah tertanam jiwa kewirausahaan yang berarti memiliki kreativitas dan mempunyai tujuan tertentu, serta berusaha untuk mencapai keberhasilan dalam hidupnya (Suryana & Bayu, 2010).

1.2 Sejarah Singkat Kewirausahaan

Mulai Abad 20, kewirausahaan mulai mendapat tanggapan yang sangat besar. Kewirausahaan menjadi topik yang selalu diangkat dalam pembicaraan di dunia bisnis atau pembangunan ekonomi. Selanjutnya pada abad 21 ini, beberapa pakar menganggap bahwa kewirausahaan muncul menjadi kekuatan yang sangat besar hingga diistilahkan menjadi abad kewirausahaan.

Faktor yang mendorong perhatian masyarakat dunia terhadap kewirausahaan, yakni karena kesempatan kerja dan inovasi-inovasi baru yang berkaitan dengan pendirian usaha kecil dan menengah (entrepreneurial venture). Sebagai pencipta kesempatan kerja baru dan secara keseluruhan menjadi sumber pertumbuhan ekonomi, maka kewirausahaan menyebar ke negara-negara sedang berkembang termasuk ke Asia Tenggara khususnya Indonesia.

Hasil studi oleh Peter F. Drucker dalam bukunya berjudul *Innovation and Entrepreneurship* menemukan bahwa *entrepreneur* (wirausaha) mempunyai peran yang besar di dalam menciptakan lapangan kerja di Amerika Serikat (AS) dalam kurun waktu 1965-1985 sedangkan pada waktu tersebut kondisi ekonomi AS sangat tidak menguntungkan yang disebut oleh Drucker sebagai *the-no-growth economy*. Drucker mengatakan "In no other peace time period has the United States created as many new jobs, whether measured in percentage or in absolute number". Dalam perspektif lain, seorang pakar bisnis, David McClelland mengatakan bahwa salah satu syarat suatu negara untuk mencapai tingkat kemakmuran diperlukan 2% dari jumlahnya penduduknya adalah *entrepreneur* (wirausaha).

Konsekuensi atas berkembangnya kewirausahaan diberbagai negara, maka muncul penelitian-penelitian yang mengangkat permasalahan dalam kewirausahaan dan bisnis. Hingga menjadi ilmu yang mandiri yang diberikan dari mulai jenjang pendidikan menengah sampai dengan pendidikan tinggi.

Serta pelatihan-pelatihan *entrepreneurship* (non-formal) yang dilakukan oleh perusahaan, komunitas, lembaga hingga kelompok masyarakat.

Dengan terungkapnya peran kewirausahaan didalam kemajuan suatu negara dirasakan keperluan untuk pemahaman mengenai kewirausahaan meskipun kewirausahaan merupakan fenomena lama yang telah dibahas sejak permulaan pengembangan ilmu ekonomi oleh adam smith, tetapi pemahaman kewirausahaan dalam abad 21 dititik beratkan kepada fungsinya didalam pembentukan usaha/bisnis.

Pertambahan jumlah wirausaha setiap tahun, salah satunya disebabkan adanya perubahan pandangan masyarakat terhadap pekerjaan sebagai pedagang atau wirausaha/entrepreneur. Pada tahun 90-an, bekerja sebagai pedagang dipandang sebelah mata oleh masyarakat, bahkan terkadang dianggap tidak bekerja/menganggur oleh masyarakat. Namun ketika istilah wirausaha masuk keindonesia dan muncul menggantikan istilah pedagang, pandangan masyarakat menjadi berubah, dan citra pekerjaan sebagai wirausaha menjadi lebih baik. Bahkan pada saat ini, bekerja sebagai wirausaha/entrepreneur justru menjadi cita-cita bagi generasi milenial dan mulai menjadi tren dikalangan anak muda.

1.3 Sejarah Singkat Kewirausahaan Indonesia

Wirausaha berasal dari kata Wira dan Usaha. Wira yang berarti pejuang/pahlawan/panutan yang berwatak agung. Konsep ke-WIRA-an dapat diartikan sebagai kemandirian dan tidak bergantung terhadap suatu lembaga atau badan. Sedangkan Usaha adalah suatu perbuatan untuk mencapai suatu tujuan. Padanan kata Wirausaha adalah *Entrepreneur*. Dalam bahasa Perancis kata ini dapat diartikan sebagai *under take*. Wirausahawan mengambil keuntungan dengan mengamati peluang yang ada. Kebanyakan wirausahawan sukses adalah mereka yang member pengaruh/ penyelesaian terhadap masalah kehidupan.

David McClelland mengatakan bahwa salah satu syarat suatu negara untuk mencapai tingkat kemakmuran diperlukan 2% dari jumlahnya penduduknya adalah entrepreneur (wirausaha). Berdasarkan data yang diperoleh, pada tahun 2007 jumlah wirausaha di Singapura mencapai 7,2% dari total penduduk Singapura dan di Amerika Serikat jumlah wirausaha mencapai 2,14% dari total penduduk Amerika Serikat. Sedangkan di Indonesia pada tahun 2007 jumlah wirausaha berkisar 400.000 orang yaitu 0,18% dari 220 juta penduduk di Indonesia. Oleh karena itu, berdasarkan teori dari David McClelland dapat dikatakan pada tahun 2007, Indonesia masih belum dapat makmur.

Namun pada tahun 2018 pada koran republik, Menteri Ketenagakerjaan (Menaker) M. Hanif Dhakiri mengungkapkan persentase jumlah pengusaha di Indonesia semakin bertambah setiap tahunnya, pada tahun 2016 persentase jumlah pengusaha di Indonesia ialah sebesar 3,1 persen, lalu pada tahun 2017 naik menjadi 3,4 persen (Republika.co.id. 07 maret 2018).

Selain itu, Indonesia juga terselamatkan pada krisis global pada tahun 2009 yang dialami oleh banyak negara di dunia. Salah satu yang menjadi penyelamat ekonomi di Indonesia ialah jumlah wirausahawan dan jumlah penduduk Indonesia yang banyak. Tidak dapat dipungkiri ketika ekonomi global bermasalah, namun tidak berdampak bagi Indonesia karena jumlah masyarakat di Indonesia. Indonesia masih dapat bertahan karena masih dapat memproduksi produk dan mengonsumsi produknya sendiri, sehingga tidak sangat tergantung dengan produk/konsumsi dari luar negeri.

1.4 Peran Kewirausahaan Di Indonesia

Semakin maju suatu negara dan semakin banyak orang yang terdidik, dunia wirausaha semakin dirasakan penting. Hal ini karena pembangunan akan lebih baik jika ditunjang oleh wirausahawan yang andal

Wirausaha merupakan potensi pembangunan, baik dalam jumlah maupun dalam mutu wirausaha tersebut. Saat ini, kita menghadapi kenyataan bahwa jumlah wirausahawan Indonesia masih sedikit dan mutunya belum sepenuhnya baik, sehingga persoalan pembangunan wirausaha Indonesia merupakan persoalan mendesak bagi suksesnya pembangunan- Adapun manfaat wirausaha secara lebih terperinci menurut (Rusdiana, 2013), antara lain:

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

Dalam mencapai tingkat kemakmuran bukan hal yang mudah. Diperlukan, perubahan, usaha dan kerja keras yang terfokus serta sistematis oleh Negara, pemerintah, dan keluarga, terutama individual rakyat untuk mentransformasikannya dari kondisi sekarang untuk menjadi wirausaha.

Menjadi wirausaha bukan sebagai alternative profesi, tetapi menjadi wirausaha adalah sebuah pilihan strategis yang harus dibuat dengan tekad yang bulat dan kuat. Pada kondisi sekarang ini dapat dikatakan bahwa kunci kemakmuran adalah wirausaha, dan wirausaha adalah sebuah profesi yang sangat menjanjikan bagi kebaikan dalam kualitas hidup dengan meningkatkan daya beli.

Daya beli tercipta dengan tingginya pendapatan yang diperoleh sebagai akibat dari profesi yang ditekuni. Pada tahun 2010, Singapura yang miskin sumber daya alam, tetapi memperoleh pendapatan per kapita sebesar US\$ 37.000 per tahun, dibanding dengan Indonesia yang hanya memiliki sekitar US\$ 2.200 per tahun. Angka ini memberikan pesan dan kesan bahwa wirausaha sebuah profesi mulia yang perannya untuk membangun masyarakat dan Negara yang makmur sangat jelas dan besar, khususnya bila kita mengkaji kemajuan-kemajuan yang dicapai oleh Negara-negara maju lainnya di dunia baik itu di Eropa, Amerika, Australia dan Asia. Karena Negara-negara tersebut, khususnya pemerintah dan rakyat telah memilih wirausaha sebagai profesi utama yang sangat penting dan ditumbuhkembangkan secara sengaja (*intentionally*).

Pilihan untuk menjadi seorang wirausaha juga disebabkan karena adanya keyakinan yang kuat secara individual bahwa profesi sebagai wirausaha merupakan 'jalan yang baik' (road map) untuk melakukan perubahan dalam kualitas kehidupan baik secara individual maupun bermasyarakat. Kualitas diri yang diinginkan adalah secara ekonomis menjadi lebih sejahtera dan kemudian makmur.

Untuk alasan ini masyarakat kemudian melihat bahwa menjadi atau berprofesi sebagai seorang wirausaha mempunyai keuntungan mendasar (Z. Heflin Frinces, 2004, 79-80 dan Z. Heflin Frinces, 2009 yaitu:

- 1) Peluang untuk dapat mengontrol nasib diri sendiri.
- 2) Peluang untuk mencapai potensi penuh diri sendiri.
- 3) Peluang untuk memperoleh keuntungan secara keuangan.

- 4) Peluang untuk memberikan kontribusi kepada masyarakat dan diakui atas usahanya.
- 5) Dapat mengatur waktu sendiri sesuai dengan kehendaknya dan sesuai dengan tantangan kerja saat itu.
- 6) Dapat menjadi wahana yang tepat untuk membuktikan kemauan dan keyakinan pribadinya bahwa dia dapat melakukan sesuatu yang berguna dan bahkan lebih baik.
- 7) Dapat men-setting persaingan antara dirinya dengan orang lain atau pihak lain bahwa dirinya juga akan mampu melakukan hal yang sama atau bahkan lebih baik.

Dalam dimensi yang lebih luas, wirausaha sangat diperlukan karena perannya di dalam mendinamisasikan kegiatan ekonomi bisnis keluarga, masyarakat, daerah dan Negara, yaitu dengan munculnya para pelaku ekonomi bisnis baru yang disebut wirausaha. Bila dinamisasi kegiatan ekonomi bisnis ini dapat dipertahankan dan bahkan ditingkatkan dalam waktu yang cukup lama, maka hal ini akan dapat membuat fondasi yang kuat bagi ketahanan (resilience) ekonomi negara terhadap fluktuasi dan krisis ekonomi global (Z. Heflin Frinces, 2004 dan 2009), seperti yang pernah terjadi pada tahun 1998 dan 2008 hingga saat ini. Bentuk kegiatan ekonomi bisnis baru yang dapat dilahirkan oleh wirausaha antara lain:

1. Memunculkan kegiatan baru bisnis:
 - a. Impor dan ekspor produk dan jasa serta adanya pertukaran tenaga ahli atau tenaga teknis akibat kerjasama bisnis.
 - b. Sebagai penghasil bahan baku, penghasil produk dan jasa dan juga berperan menciptakan unit usaha baru lainnya.
 - c. Terciptanya pedagang atau pengusaha perantara dalam berbagai skala mikro, kecil dan menengah.
 - d. Munculnya banyak pengusaha mikro dan kecil yang berperan sebagai agensi dari perusahaan yang berskala menengah / besar.

- e. Menciptakan dinamisme dan strategi pemasaran baru bagi usaha untuk memenangkan persaingan bisnis dengan menggunakan berbagai bentuk media untuk promosi dan pemasaran.
 - f. Munculnya berbagai jenis dan skala usaha atau kegiatan bisnis seperti tersebut di atas membawa manfaat yang besar bagi masyarakat untuk dapat mencari lapangan kerja, dan juga memunculkan lapangan alternatif usaha baru.
2. Memunculkan pembudayaan semangat persaingan bisnis yang tinggi:
- a. Membangun lingkungan kerja dan organisasi serta budaya korporat yang kondusif untuk pertumbuhan kreativitas sumber daya manusia (SDM) dan persaingan antar staf untuk berprestasi tidak saja dalam hal inovasi produk, jasa, dan system baru, tetapi juga lebih peka / sensitif terhadap pemuasan kepada konsumen dan antisipatif dalam pemecahan masalah yang dihadapi oleh organisasi.
 - b. Untuk menang dalam persaingan bisnis para pelaku bisnis harus mempunyai daya saing yang tinggi. Untuk mempunyai ini seorang wirausaha harus mempunyai kreativitas yang tinggi agar dapat memunculkan berbagai inovasi baru baik dalam penciptaan produk dan jasa, dalam desain, kemasan dan kualitas, strategi dan pemasaran, dan dalam penguasaan keahlian dan teknologi.
3. Pemenuhan kebutuhan pasar dengan cepat:
- Salah satu watak atau perilaku seorang wirausaha adalah kemampuannya untuk membaca kondisi pasar. Hasil bacaan tersebut kemudian dihitung dengan cepat dan pada akhirnya akan dapat disimpulkan besarnya keuntungan yang akan diperoleh sebagai hasil dari usaha aktif dalam pemenuhan kebutuhan pasar, dan juga akan diketahui dengan jelas berapa besar skala potensi pasar tersebut. Apa yang akan dilakukan oleh wirausaha tersebut akan memunculkan hal-hal sbb:

- a. Menyediakan banyaknya pilihan atau pilihan alternatif produk dan jasa baru dalam pasar (*new products and services*) .
- b. Menciptakan alternatif tempat / lokasi baru untuk transaksi bisnis (*new place of business transaction*).
- c. Menciptakan konsumen baru dengan munculnya produk dan jasa baru (*new buyers*) .
- d. Cara baru dalam berbisnis (*new way of doing business*) .
- e. Mencoba menciptakan kepemimpinan baru dalam pasar (*new market leader*).

1.5 Profil Wirausaha

Berbagai ahli mengemukakan profil wirausaha dengan pengelompokan yang berbeda-beda. Ada yang pengelompokan berdasarkan pemilikannya, pengelompokan berdasar pengembangannya dan pengelompokan berdasarkan kegiatan usahanya.

Menurut Roopke dikutip (Suryana, 2013) profil wirausaha dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Kewirausahaan Rutin (*Wirt*)

Wirausaha yang melakukan kegiatan sehari-harinya cenderung menekankan pada pemecahan masalah dan perbaikan standar prestasi tradisional. Fungsi wirausaha rutin adalah mengadakan perbaikan-perbaikan terhadap standar tradisional, bukan penyusunan dan pengalokasian sumber-sumber. Wirausaha ini berusaha untuk menghasilkan barang, pasar, dan teknologi.

2. Kewirausahaan Arbitase

Wirausaha yang selalu mencari peluang melalui kegiatan penemuan (pengetahuan) dan pemanfaatan (pembukaan). Kegiatan kewirausahaan ini tidak perlu melibatkan pembuatan barang dan tidak perlu menyerap dana pribadi wirausaha, kegiatan-nya adalah spekulasi dalam memanfaatkan perbedaan harga jual dan harga beli.

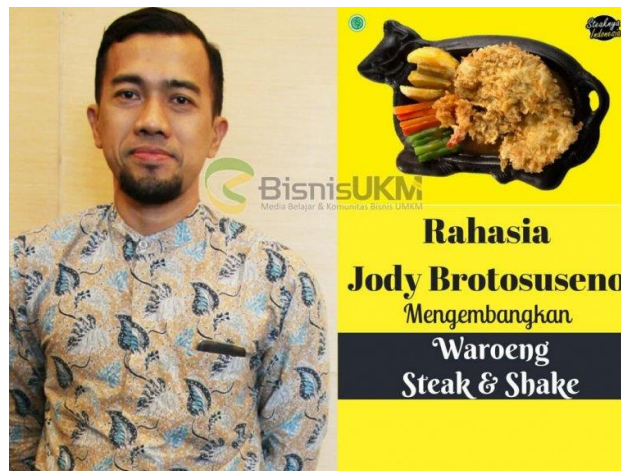
3. Kewirausahaan Inovatif

Wirausaha dinamis yang menghasilkan ide-ide dan kreasi-kreasi baru yang berbeda, ia merupakan promotor, tidak saja dalam memperkenalkan teknik dan produk baru, tetapi juga dalam pasar dan sumber pengadaan (pembekalan), peningkatan teknik manajemen, dan metode distribusi baru. Ia mengadakan proses dinamis pada produk, proses, hasil, sumber pembekalan, dan organisasi yang baru.

Sedangkan Zimmerer (1996) mengelompokkan profil wirausaha sebagai berikut :

- a. *Part – time entrepreneur* yaitu wirausaha yang hanya setengah waktu melakukan usaha , biasanya sebagai hobi. Kegiatan usahanya hanya bersifat sampingan.
- b. *Home – based new ventures* yaitu usaha yang dirintis dari rumah / tempat tinggal.
- c. *Family – owned business* yaitu usaha yang dilakukan / dimiliki oleh beberapa anggota keluarga secara turun – temurun.
- d. *Copreneurs* yaitu usaha yang dilakukan oleh dua orang wirausaha yang bekerja sama sebagai pemilik dan menjalankan usahanya bersama-sama.

Berikut ini ialah salah satu profil entrepreneur di Indonesia yang memiliki kisah yang inspiratif.



Gambar 1.1 Jody brotosuseno

Sumber: <https://bisnisukm.com/>

PEMILIK DAN PENDIRI WAROENG STEAK AND SHAKE

Jody Brotosuseno lahir di Jakarta, 03 Maret 1974 (umur 46 tahun) beserta istrinya Siti Haryani adalah pemilik dan pendiri Waroeng Steak & Shake. Dia pernah berkuliah Arsitektur, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, tapi berhenti ditengah jalan. Jadilah ia hanya berijazah SMA saja. Karena tak melanjutkan pendidikan Jodi harus putar otak untuk bekerja. Sayangnya, tak mudah bekerja dengan ijazah SMA saja. Mau- tak mau dia akhirnya memilih untuk bekerja di restoran ayahnya.

Ketika itu ia cuma bekerja menjadi pegawai biasa. Gajinya tak sanggup memenuhi kebutuhan, apalagi setelah ia memutuskan untuk menikah dengan Siti Hariani atau Aniek pada 1998. Gajinya itu dirasa tak lagi cukup. Jodi pun tak merengek meminta jabatan. Justru ia makin getol berusaha sendiri.

Usaha ini dimulai di teras rumah kontrakan oleh Jody dan istrinya Siti Hariyani (Aniek) di Jalan Cenderawasih no. 30 Yogyakarta tanggal 4 September 2000. Kisah jatuh bangun dalam membangun berbagai usaha sudah dilakoninya. Peluang aneka kuliner sudah mereka coba, dari roti

bakar, berjualan susu, sampai bisnis kaos partai yang cuma musiman. Namun semua usaha mereka jalani tapi tak bertahan lama.

Sebelumnya, ayah Jody telah lebih dulu terjun di dunia bisnis restoran steak atau bistik bernama Obonk Steak di Yogyakarta yang menjual makanan untuk kalangan menengah atas. Jody Brotosuseno memilih nama Waroeng sebagai nama tempat yang mereka dirikan bukan restoran atau kafe yang nampak mewah. Karena mereka memilih mahasiswa dan pelajar sebagai target pasar.

Di awal usaha, mereka terbentur modal. Kala itu, Jody dan Aniek hanya punya uang Rp 100.000. sehingga akhirnya, Jody menjual motor untuk modal awal Waroeng Steak. Ketika baru mulai, Jody mengurus dapur dan melayani pembeli, sementara Aniek menjadi kasir. Akan tetapi, warung itu tidak langsung ramai. Pernah dalam sehari mereka cuma beromzet 30.000. Pembeli masih sepi karena memang konsep bisnisnya sangatlah baru. Siapa yang berpikir bahwa steak itu murah waktu itu. Beberapa pembeli pun ikut memberi saran agar warungnya lebih ramai. Sarannya, ia lantas membuat spanduk besar berwarna mencolok di depan warung steak-nya. Di spanduk itu dituliskan harga steak yang murah itu. Ia juga mempromosikan melalui selebaran. Dari semua usaha promosi itulah, warung milik Jodi mulai ramai, utamanya mereka dari kalangan mahasiswa dan pelajar. "Malah kami mulai kewalahan," ungkapnya. Meski sudah ramai, nyatanya, Jodi cuma punya 10 hotplate di meja. Jadilah orang-orang sampai harus mengantri untuk dilayani di mejanya. Untuk mengatasi hal itu Jodi pun mengambil hotplate dari meja.

Prinsipnya habis pakai, cuci, langsung digunakan lagi untuk pelanggan lain. Pelan tapi pasti Waroeng Steak mulai menambah peralatan. Ia juga merekrut pegawai untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Setahun ia telah berbisnis di Demangan, ia lantas membuka cabang. Gerai kedua tak begitu sulit. Kerabatnya mau untuk ikut menanamkan modal. Dengan konsep bagi hasil jalanlah gerai keduanya.

Pola yang sama digunakan hingga ke 8 gerai tercatat dibuka. Selanjutnya Jodi bisa mendanai sendiri gerai ke 9 dan seterusnya. "Asal bisa menyesuaikan inovasi dengan kebutuhan pasar, bisa berkembang terus. Masukan pelanggan selalu kami perhatikan," tuturnya. Masukan para pelanggan menjadi ciri khas WS untuk berkembang. Jodi selalu bertanya apa keinginan dari mereka para pelanggan. Menu-menu baru pun disuguhkan menyesuaikan permintaan.

Sejak 2002, ia terus fokus menambah jumlah gerai di seluruh penjuru Indonesia. Total ada 50 gerai telah ia buka di sejumlah kota. Jodi pun membuka gerai aneka makanan berbendera Festival Kuliner. Konsep ini ia sebut sebagai konsep dimana tidak hanya ada WS, ada pula Waroeng Penyetan dan Bebaqaran, serta ada delapan gerai waralaba lain. Untuk ekspansi lain, diluar bisnis kuliner, Jodi memilih membuka arena futsal.

Menariknya Waroeng Steak sukses dengan tidak menerapkan konsep waralaba untuk gerainya di Indonesia. Namun, untuk pangsa luar negeri, Jodi mewaralabakan usaha miliknya. Hal itu wajar, jika ia sanggup membangun bisnisnya sendiri. Karena untuk satu gerai, di wilayah Yogyakarta saja, ia mampu mengantongi 500 juta. Jumlah cabangnya mencapai 30 gerai yang tersebar di Jakarta, Medan, Bogor, Bandung, Semarang, Malang, Solo, Palembang, Yogya, Bali dan terakhir ada di Pekanbaru. Omzetnya ya, bisa kita bayangkan, bisa mencapai miliaran rupiah.

Namun, keuntungan tersebut tidak semua dinikmati sendiri. Salah satu gerainya di kawasan Gejayan, Yogyakarta, didedikasikan untuk kegiatan amal. Seluruh keuntungan dari gerai itu dipakai untuk mendanai rumah Tahfidz, pesantren penghafal Al Quran dengan santri hampir 2.000 orang. Selain dari gerai itu, Jody juga menyumbangkan sebagian keuntungan dari unit usaha lainnya untuk mendanai tujuh rumah Tahfidz yang dikelolanya. "Saya dibantu teman-teman, tidak menanggung sendiri," ujarnya merendah.

Jody memang selalu tampak bersahaja dan merendah. Jika bertemu sepintas, sama sekali tidak terlihat sosok orang muda pemilik bisnis beromzet

puluhan miliar rupiah per bulan. Bisnis yang dibangun dengan kerja keras sendiri, bukan warisan. Kerja keras dalam 12 tahun mengantarnya dari pemuda yang batal jadi arsitek tetapi menjadi raja steak.

1.6 Entrepreneur Power Skill

Berdasarkan profil pada chapter sebelumnya, untuk menggerakkan dan mempengaruhi motivasi dibutuhkan kemampuan “entrepreneurial power skill”, diantaranya ialah :

- a. Kemampuan mengelola resiko.
Imbalan usaha berkorelasi dengan tingkat risiko. Seorang wirausaha menekuni berbagai tingkat risiko dan cenderung mengambil risiko dengan memahami pengendalian/pengelolaannya.
- b. Kemampuan menyeleksi usaha,
Seleksi usaha yang sesuai dengan preferensinya termasuk preferensi baik berdasarkan pengalaman, pengetahuan, hobi atau emosinya. Kesesuaian dengan preferensi, dapat meningkatkan semangat untuk mencapai keberhasilan.
- c. Kemampuan mengelola waktu,
Memiliki pengelolaan waktu yang baik sehingga dapat mengatur ritme dan rencana tugas-tugas dengan baik.
- d. Kemampuan mengelola kekuatan dalam (inner power),
Memiliki pengelolaan kekuatan diri sehingga selalu bersemangat dan energik, baik untuk dirinya maupun untuk sejawat dan karyawan.
- e. Kemampuan memanfaatkan umpan balik,
hasil/outcome adalah keberhasilan, atau kegagalan semua dijadikan umpan balik, dalam rangka meningkatkan performa perusahaan.
- f. Kemampuan meningkatkan pengetahuan,
Melakukan peningkatan pengetahuan “*knowledgeable*” atau berpengetahuan dalam bidangnya baik yang terkait dengan bidang

manajerial maupun teknis/pengetahuan spesifik tentang bidang usahanya.

- g. Kemampuan berkomunikasi dan meyakinkan orang lain dan membuat jejaring usaha/*networking*.

Berkomunikasi baik dengan pihak luar maupun dengan pihak dalam menciptakan keterlibatan semua stakeholders/pemegang kepentingan. Kemampuan meyakinkan orang lain, yaitu mengajak orang lain memahami pikiran-pikirannya, tanpa merasa dirugikan atau “win-winly”. Kemampuan menyusun jejaring usaha memfasilitasi kelancaran usaha dalam pendanaan, pengadaan bahan-bahan, atau pemasaran.

- h. Menguasai teknik-teknik kreativitas/berinovasi.

Kreativitas dan kemampuan berinovasi dapat memecahkan berbagai masalah yang dihadapi dan didalam menciptakan manfaat baru. Kreativitas harus dianggap merupakan kebutuhan. Teknik kreativitas yang harus dikuasai minimal metode “brainstorming” dan metode “osborn check list” (adapt, modify, magnify, substitute, rearrange, reverse, combine).

- i. Berorientasi kepada pencapaian, seorang wirausaha tidak hanya tertarik kepada produk yang dihasilkan, akan tetapi menghasilkan dengan cara yang lebih baik, efisien dan efektif. Berorientasi kepada pencapaian dalam berbagai aspek produksi, pemasaran, peningkatan *customer value*. Akan membawa dampak kepada kemampuan dalam mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Disamping alasan-alasan/motivasi dan kemampuan pribadi yang harus dimiliki seperti yang telah diuraikan. Seorang wirausaha memerlukan pengetahuan pengelolaan dan pengembangan usaha, yaitu :

- a. Manajemen strategik
- b. Pengidentifikasian dan pemilihan peluang
- c. Perencanaan dan pengoperasian perusahaan

- d. Pengelolaan perusahaan
- e. Manajemen pemasaran
- f. Manajemen produksi, operasi dan risiko
- g. Manajemen keuangan
- h. Menganalisis performa perusahaan
- i. Manajemen inovasi dalam rangka perluasan dan diversifikasi

Kedalaman pemahaman pengetahuan pengelolaan tersebut disesuaikan dengan tahap-tahap pengembangan perusahaan dari mulai tahap inkubasi, start-up, development, growth, dan ekspansi.

1.7 Hasil Survey Global Entrepreneurship Monitor (GEM) – Indonesia Report

Di antara negara-negara di Asia Tenggara, Indonesia memiliki tingkat kewirausahaan usaha baru (*new business ownership rate*) paling tinggi, tetapi bukan untuk pengusaha yang baru lahir (*nascent*). Indonesia juga memiliki tingkat pemilik usaha mapan yang relatif tinggi, yaitu tertinggi kedua diantara Negara Asia Tenggara setelah Thailand.

Survey yang dilakukan *Global Entrepreneurship Monitor* pada tahun 2012 mengatakan bahwa *Total Early-stage Entrepreneurial Activity* (TEA) di Indonesia memiliki tingkat yang tinggi (25,5%), dan hal ini merupakan tingkat tertinggi dibandingkan dengan negara di Asia Tenggara. TEA mengukur persentase dari populasi 18 - 64 yang merupakan pengusaha yang baru lahir (*nascent*) dan pemilik dan pengelola usaha baru (*new business entrepreneurs*). Tidak ada perbedaan yang signifikan antara tingkat TEA antara wanita Indonesia (25%) dan pria Indonesia (26%). Mereka yang terlibat sebagai pengusaha *nascent*, lebih memilih menjadi wirausaha karena adanya kesempatan (TEA yang didasarkan pada kesempatan atau opportunity-driven TEA, 44%) dibandingkan dengan dorongan karena

kebutuhan atau tidak adanya pilihan lain untuk bekerja (TEA didasarkan pada kebutuhan, necessity-driven TEA, 25%).

Tingkat ketidakberlanjutannya usaha di Indonesia cenderung rendah (2,4%) sementara Filipina memiliki nilai tertinggi diantara Negara di Asia Tenggara (12,3%), Tingkat ketidakberlanjutan usaha di Malaysia, Singapur, Thailand, and Vietnam berturut-turut adalah 1,5%, 3,3%, 3,5% dan 4,2%. Alasan tidak melanjutkan usaha antara lain: ada kesempatan untuk menjual usaha, usaha yang dibangun tidak memberikan keuntungan, masalah dalam keuangan, pekerjaan lain atau kesempatan usaha lain, keluar dari usaha telah direncanakan dari awal, pensiun, alasan pribadi, dan adanya kecelakaan. Data menunjukkan kebanyakan individu yang tidak melanjutkan usahanya biasanya memiliki masalah dengan pinjaman keuangan atau usaha yang dijalankan tidak menguntungkan.

Beberapa indikator untuk mengukur kegiatan kewirausahaan di Indonesia adalah keterlibatan dalam pendirian usaha baru dan masih pada titik awal (nascent entrepreneurship), kewirausahaan baru (new business ownership), dan kewirausahaan yang sudah mapan (established entrepreneurship). New Business Ownership Rate mengukur persentase dari populasi yang berusia 18 - 64 tahun yang memiliki dan mengelola sebuah usaha yang telah membayar upah, gaji, atau pembayaran lain kepada pemilik dalam waktu lebih dari tiga bulan, namun tidak lebih dari 42 bulan. Nascent Entrepreneurship Rate mengukur persentase dari populasi berusia 18 - 64 tahun yang saat ini adalah pengusaha yang baru lahir atau, dengan kata lain, yang secara aktif terlibat dalam pengaturan suatu usaha yang akan mereka miliki atau berbagi hak milik; namun usaha ini belum membayarkan upah, gaji, atau pembayaran lain kepada pemilik untuk waktu lebih dari tiga bulan. Established Entrepreneurship Rate mengukur persentase dari populasi berusia antara 18 – 64 tahun yang saat ini telah memiliki dan mengelola usaha yang sedang berjalan dan telah membayar upah, gaji, atau pembayaran lainnya kepada pemilik lebih dari 42 bulan.

Ekspektasi pengembangan pada aktivitas pengusaha titik awal mengukur persentase TEA yang diharapkan mempekerjakan paling sedikit lima pekerja dalam waktu lima tahun dari sekarang. Survey (APS) menanyakan kepada pengusaha titik awal berapa banyak pekerja (selain dari pemilik) yang mereka miliki saat ini dan mereka harapkan miliki dalam lima tahun kedepan. Hal ini mengukur hubungan ekspektasi pengusaha tentang potensi usaha mereka, namun pada kebanyakan kasus hal ini juga menunjukan seberapa ambisius mereka untuk mengembangkan usaha mereka. Di Indonesia tingkat untuk pengusaha titik awal hanya 4%.

Produk baru dari kegiatan pengusaha titik awal mengukur persentase dari TEA yang mengidentifikasi produk mereka atau pelayanan yang baru paling tidak bagi beberapa pelanggan. Tingkat ini cukup tinggi dibandingkan dengan harapan akan tumbuh, yang sebesar 23%. Orentasi internasional kegiatan pengusaha titik awal mengukur persentase TEA yang mengindikasikan paling sedikit 25% pelanggan datang dari Negara lain. Indonesia adalah ekonomi dengan populasi yang besar dan lahan yang juga luas, dan survei menunjukan Indonesia memiliki tingkat yang sangat rendah untuk internasionalisasi pengusaha tingkat awal. Hal ini menunjukan hampir seluruh pengusaha nascent masih berfokus pada penjualan produk mereka di pasar lokal.

1.8 Kesimpulan

Beberapa tahun ini berkembang tentang istilah “**sukses muda, tua bahagia**”. Hal ini menjadi salah satu *triger* yang mendorong kaum milenial bersusah-susah membangun usaha dari muda. Karena sukses dalam wirausaha bukan disebabkan memiliki nilai A dalam mata pelajaran/mata kuliah khususnya kewirausahaan. Akan tetapi sukses dalam wirausaha adalah hasil dari proses panjang yang harus dijalani.

Berprofesi sebagai wirausaha adalah sebuah pilihan untuk hidup dan pilihan profesi yang terhormat yang harus direncanakan secara baik dan

matang. Wirausaha adalah sebuah jalan kehidupan yang dipilih karena telah diyakini dengan kenyataan dan fakta yang ada bahwa wirausaha mempunyai peran yang besar di dalam meningkatkan kualitas hidup individu, masyarakat dan Negara. Di samping itu wirausaha juga merupakan salah satu faktor yang penting dan menentukan untuk dapat menjadikan masyarakat dan Negara yang makmur. Oleh karenanya wirausaha adalah sebuah profesi yang dalam proses penciptaannya, pertumbuhan dan perkembangannya harus dibentuk dengan cara yang sistematis. Karena yang akan dibentuk adalah karakteristik dan jenis sosok manusia yang harus berhasil di dalam tugasnya untuk menciptakan dan mengembangkan organisasi dan bisnisnya. Karena keberhasilannya, maka adalah wajar untuk mengkaji dan mendalami apa sebenarnya yang membuat seorang wirausaha itu berhasil. Keberhasilan wirausaha tersebut merupakan salah satu sebab utama mengapa nilai-nilai, semangat dan jiwa kewirausahaan harus disebarluaskan ke berbagai profesi yang lain.

Profil kewirausahaan di Indonesia semakin baik setiap tahunnya, khususnya dalam beberapa tahun belakangan perusahaan *unicorn* (yang berbasis Informasi teknologi) banyak yang dilirik oleh investor asing. Selain itu produk dari industri kreatif pun semakin berkualitas dan dapat bersaing di pasar mancanegara. Namun tidak dapat dipungkiri, bahwa masih terdapat permasalahan yang ada dalam kewirausahaan di Indonesia yaitu tingkat keberlanjutan usaha di Indonesia yang masih rendah dibandingkan dengan negara di Asean. Artinya banyak dari wirausaha di Indonesia yang gulung tikar atau menutup usahanya setelah 3 tahun berjalan, dengan berbagai alasan.

Sedangkan minat untuk memulai usaha tumbuh dari beragam hal. Seperti hasil survey yang dilakukan oleh Global Entrepreneurship Monitor pada tahun 2012. Yang meninjau minat berwirausaha masyarakat Indonesia berdasarkan Perceived Opportunity, Perceived Capability, dan Role Model.

Hal ini sangat penting untuk diteliti karena kewirausahaan akan menjadi tulang punggung bangsa Indonesia khususnya pada saat terjadi gejolak demografi penduduk di Indonesia beberapa tahun kedepan. Bonus demografi yang merupakan window of opportunity harus dihadapi dengan kesiapan masyarakat untuk bersaing di pasar nasional maupun pasar Mancanegara.



DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

Peter F. Drucker. (1984). *Innovation and Entrepreneurship* (21st ed.). California.

Rusdiana. (2013). *KEWIRAUSAHAAN Teori dan Praktek*. Bandung.
Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/234690819.pdf>

Suryana. (2013). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses* (4th ed.). Bandung: Salemba.

Suryana, Y., & Bayu, K. (2010). *Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses* (2nd ed.). Jakarta: Kencana.

Sumber Lainnya:

Kirana, D. G. C., Harini, & Nugroho, J. A. (2018). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Self Efficacy Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Tahun Angkatan 2014-2016). *BISE: Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*, 4, 1–16.
<https://jurnal.fkip.uns.ac.id/index.php/ptn/article/view/11969/8536>