



KEWIRAUSAHAAN I



UNIVERSITAS INABA

Modul 2

Minat Berwirausaha

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



BAB 2

Minat Berwirausaha

Sub CPMK: Mahasiswa mampu memahami peran Kewirausahaan dan menjelaskan Profl Kewirausahaan di Indonesia

2.1 Wirausaha Sebagai Potensi Pembangunan

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, 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

Dari banyaknya manfaat wirausaha di atas, ada dua darma bakti wirausaha terhadap pembangunan bangsa, yaitu: (1) sebagai pengusaha, memberikan darma baktinya dalam melancarkan proses produksi, distribusi dan konsumsi. Wirausaha mengatasi kesulitan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat; (2) sebagai pejuang bangsa dalam bidang ekonomi, meningkatkan ketahanan nasional, mengurangi ketergantungan pada bangsa asing.

Banyak faktor psikologis yang membentuk sikap negatif masyarakat sehingga mereka kurang berminat terhadap profesi wirausaha, antara lain sifat agresif, ekspansif, suka bersaing, egois, tidak jujur, kikir, sumber penghasilan tidak stabil, kurang terhormat, pekerjaan rendah, dan sebagainya. Pandangan semacam ini dianut oleh sebagian besar penduduk yang tidak tertarik. Mereka tidak menginginkan anak-anaknya menerjuni bidang ini, dan berusaha mengalihkan perhatian anak-anaknya untuk menjadi pegawai negeri, apalagi jika anaknya sudah lulus perguruan tinggi. Mereka mengatakan, “Untuk apa sekolah tinggi, jika hanya menjadi pedagang”. Pandangan ini sudah tertanam kuat di lubuk hati sebagian besar rakyat kita, sejak zaman penjajahan Belanda sampai beberapa dekade masa kemerdekaan.

Landasan filosofis inilah yang menyebabkan rakyat Indonesia tidak termotivasi terjun ke dunia bisnis. Kita tertinggal jauh dari negara tetangga yang seakan-akan memiliki spesialisasi dalam profesi bisnis. Mereka mengembangkan bisnis besar-besaran mulai industri hulu sampai ke industri hilir, meliputi usaha jasa, perbankan, perdagangan besar (grosir), perdagangan eceran besar (swalayan), eceran kecil (retail), eksportir, importir, dan berbagai bentuk usaha lainnya dalam berbagai jenis komoditas (Rusdiana, 2013).

2.2 Kebutuhan akan Wirausaha

PBB menyatakan bahwa suatu negara akan mampu membangun apabila 2% dari jumlah penduduknya bergerak dalam bidang wirausaha. Dengan demikian, jika negara kita berpenduduk 200 juta jiwa, wirausahawannya lebih kurang sebanyak 4 juta. Katakanlah jika kita hitung semua wirausahawan Indonesia mulai dari pedagang kecil sampai perusahaan besar mencapai 3 juta, tentu bagian terbesarnya adalah kelompok kecil yang belum terjamin mutunya dan belum terjamin kelangsungan hidupnya (kontinuitasnya) Siapa yang dapat digolongkan wirausahawan? Menurut JASchumpeter, wirausahawan adalah seorang inovator, individu yang mempunyai semangat, kemampuan, dan pikiran untuk menaklukkan cara berpikir yang lamban dan malas. Seorang wirausahawan mempunyai peran untuk mencari kombinasi baru, yang merupakan gabungan dari lima hal, yaitu:

1. Pengenalan barang dan jasa baru;
2. Metode produksi baru;
3. Sumber bahan mentah baru;
4. Pasar-pasar baru;
5. Organisasi industri baru

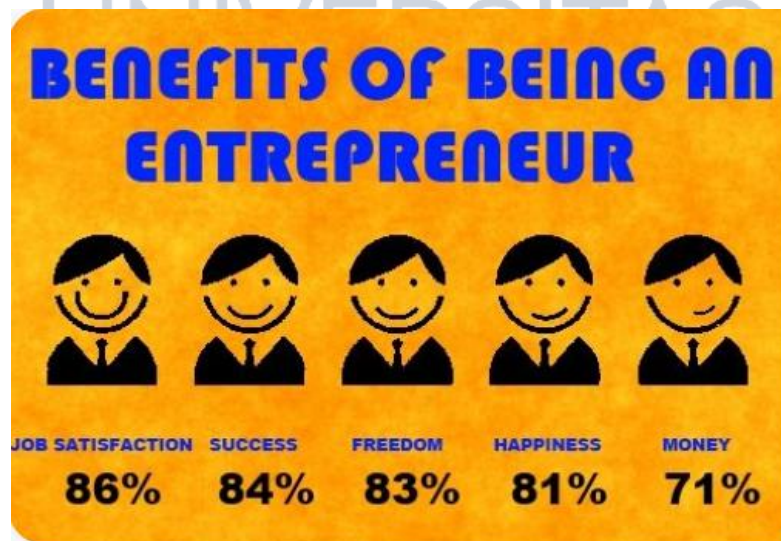
Keberhasilan pembangunan yang dicapai oleh negara Jepang ternyata disponsori oleh wirausahawan yang telah berjumlah 2% tingkat sedang, berwirausaha kecil sebanyak 20% dari jumlah penduduknya. Inilah kunci keberhasilan pembangunan negara Jepang (Heidjrachman Ranu Pandojo) Jika negara kita harus menyediakan 3 juta wirausahawan besar dan sedang, kita masih harus mencetak 30 juta wirausahawan kecil Ini adalah peluang besar yang menantang generasi muda untuk berkreasi. Mengadu keterampilan membina wirausahawan dalam rangka turut berpartisipasi

Menurut Shumpeter (1934), *Enterprenuership is driving force behind economic growth*. Kewirausahaan merupakan komponen vital dalam

pembangunan ekonomi. Jika Indonesia ingin maju seperti negara lain, maka pembangunan kewirausahaan harus dimulai dari sekarang. Untuk mengembangkan kewirausahaan, perlu disusun kurikulum yang memadai, mulai dari pendidikan usia dini sampai Perguruan Tinggi. Prinsipnya adalah mereka harus dibuat tertarik dan termotivasi, kedua mereka harus bisa dibuat melihat adanya kesempatan untuk bisnis yang menguntungkan (opportunity factors), ketiga, mereka harus memiliki beberapa keahlian seperti social skill, industrial skill, organisasi skill dan strategic skill. Nama program yang bisa dikembangkan seperti *Entrepreneurship Orientation and Awareness Programs*, *New Enterprise Creation Programs* dan *Survival and Growth Programs for Existing Entrepreneurs* (Wahyudin Maguni, 2014).

2.3 Keuntungan Berwirausaha

Sebuah perusahaan consulting melakukan riset tentang pendapat tentang keuntungan-keuntungan apa yang diperoleh ketika menjadi seorang wirausaha dari 5 keuntungan (job satisfaction, success, freedom, happiness, money). Berikut adalah hasilnya :



Gambar 2.1 Survey Keuntungan Menjadi Seorang Wirausaha

Sumber: in.pinterest.com

Berdasarkan hasil riset yang dilakukan, keuntungan menjadi seorang entrepreneur yang paling besar yaitu sebesar 86% ialah Kepuasan dalam bekerja (*job satisfaction*), disusul oleh keuntungan untuk sukses (*sukses*), memperoleh kebebasan (*Freedom*), dan memperoleh kesenangan (*happiness*). Sedangkan keuntungan untuk memperoleh uang (*money*) justru memiliki persentase pilihan yang paling kecil diantara kelima keuntungan lainnya yaitu hanya berkisar 71% dan memiliki selisih 10% dibandingkan dengan pilihan yang lainnya.

Berbagai definisi telah banyak dirumuskan dalam mengartikan istilah kewirausahaan. Kewirausahaan pun dapat uraikan berdasarkan aspek Pemikiran (*mindset*), Tindakan (*action*), dan Proses (*process*).

Dari aspek “*mindset*” seorang wirausaha adalah seseorang yang pemikirannya ditujukan untuk mengidentifikasi peluang (*identify opportunities*) yang dapat menghasilkan laba untuk jangka waktu yang lama. Peluang-peluang yang dipilih adalah peluang yang paling memungkinkan menghasilkan keunggulan kompetitif. Pemikirannya diisi dengan gagasan-gagasan yang bersifat inovatif serta keinginan untuk menghasilkan yang paling baik sehingga menciptakan manfaat kepada pembeli dan juga masyarakat, terutama kepada para pemegang kepentingan (*stakeholders* dan *stockholders*). Lebih tinggi nilai/manfaat yang dihasilkan maka lebih tinggi pula imbalan (*financial*) yang diharapkan.

Dari aspek “*action*” seorang wirausaha mengutamakan tindakan “*getting things done*”. Setelah gagasan/peluang yang dianggap paling baik diidentifikasi. Seorang wirausaha akan segera menyusun perangkat organisasi, memobilisasi input dan sumber-sumber yang diperlukan untuk mewujudkan usahanya. Tindakan dibimbing *mindset* atau naluri kewirausahaan, dengan mengacu kepada “*effectiveness*”, baru kemudian efisiensi. Sedangkan dari aspek “*process*” bersifat dinamis dan berkelanjutan. Proses tersebut menyangkut :

1. Pendirian perusahaan yang dimulai dari tahap inkubasi, start-up, pengembangan, pertumbuhan dan ekspansi.
2. Proses pengembangan gagasan yang berkelanjutan
3. Proses peningkatan *effectiveness* dan *efficiency*, terutama pemberdayaan sumber daya manusia.

Berdasarkan ketiga aspek tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan merupakan cara berfikir/mindset, tindakan dan proses yang mengarah kepada pengidentifikasian peluang (identify opportunities), mengorganisir dan mewujudkan peluang menjadi usaha yang mempunyai keunggulan kompetitif melalui suatu proses yang berkelanjutan dan dinamis.

2.4 Mencetak Wirausaha

Mencetak manusia pada umumnya agar dapat menjadi wirausaha yaitu pelaku-pelaku bisnis dalam artian yang sebenarnya adalah sesuatu yang mendapatkan perhatian luas para pengambil kebijakan public (pemerintah), pelaku bisnis dan masyarakat serta para akademisi. Rasulullah SAW pernah ditanya oleh para sahabat, “Pekerjaan apakah yang paling baik, ya Rasulullah?” Rasulullah menjawab, “Seseorang bekerja dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang bersih” (HRAI-Bazzar) Jual beli yang bersih merupakan sebagian dari kegiatan profesi bisnis. Selain itu, para ulama telah sepakat mengenai kebaikan pekerjaan dagang (jual beli), sebagai perkara yang telah dipraktikkan sejak zaman Nabi hingga masa kini.

Dalam hadis lain, Rasulullah SAW bersabda, “Pedagang yang jujur dan tepercaya bersama-sama para Nabi, orang shadiqin, dan para syuhada” (HRTirmidzi dan Hakim). Berdagang atau berbisnis harus dilandasi oleh kejujuran. Apabila orang berbisnis tidak jujur, tunggulah kehancurannya. Apabila jujur iya mendapat keuntungan dari segala penjuru yang tidak iya duga sebelumnya. Lewat kegiatan-kegiatan tersebut Islam telah berhasil menciptakan dan mengembangkan sipilisasinya sendiri. Untuk dicatat bahwa dalam perkembangan awal kemunculan kegiatan kewirausahaan dilakukan

oleh individual yang bergerak dan jualbeli barang dari satu tempat ke tempat yang di dalam daerah (tempat) ke daerah (tempat) lain.

Marco Polo dari Italia adalah salah satu dari sekian banyak manusia yang bepergian (go-between) di berbagai belahan dunia pada masanya. Dalam perkembangan dunia bisnis modern, para pakar dari berbagai disiplin secara serius mengkaji bagaimana proses untuk menjadi seorang wirausaha. Dalam kajian tersebut bervariasi. Tetapi dapat disimpulkan atas dua proses sbb:

2.4.1 Proses alamiah karena keturunan dan lingkungan.

Pada butir ini seseorang menjadi seorang wirausaha karena dua hal yang antara satu dengan yang lain bisa terkait artinya saling melengkapi dan dapat terjadi secara terpisah sebagai berikut:

- a) Keturunan atau keluarga pebisnis: Seorang calon wirausaha di mana yang bersangkutan memang memiliki keturunan dari orang tuanya dan / atau orang tua mereka sebelumnya yang secara alamiah memiliki keturunan seorang atau keluarga orang-orang pebisnis atau wirausaha. Dalam konteks ini proses menjadi wirausaha karena ada faktor genetika yang turun temurun dari generasi sebelumnya ke generasi berikutnya. Namun juga perlu dicatat bahwa meskipun mereka mempunyai genetic keturunan dari keluarga pebisnis atau wirausaha bila tidak di rekayasa, dididik, dilatih, dan tidak berada di dalam lingkungan kewirausahaan, maka yang bersangkutan tidak akan dapat menjadi seorang wirausaha yang baik dan handal. Hanya saja mereka yang telah memiliki genetika dan / keturunan pebisnis / wirausaha akan memiliki benih-benih wirausaha yang baik dan ini tentu mempermudah dan mempercepat proses menjadi seorang pebisnis / wirausaha.

- b) Lingkungan dan budaya masyarakat dan bangsa : Seorang calon wirausaha di mana yang bersangkutan di samping memang memiliki keturunan dari orang tuanya dan / atau orang tua mereka sebelumnya yang secara alamiah memiliki keturunan seorang atau keluarga orang-orang pebisnis atau wirausaha, yang bersangkutan berada di dalam suatu masyarakat atau Negara yang sebagian kehidupan masyarakatnya adalah pebisnis, para wirausaha seperti di Hongkong, Taiwan, Jepang, Korea Selatan, Singapura dan beberapa Negara Eropah dan Amerika Serikat. Dalam konteks ini proses menjadi wirausaha karena lingkungan masyarakat di mana budaya dan kebudayaan masyarakat sudah terbentuk sebagai masyarakat dan Negara bisnis yang secara umum merata. Namun juga perlu dicatat bahwa meskipun mereka mempunyai lingkungan dan budaya bisnis yang tinggi para calon wirausaha bila tidak di rekayasa, dididik, dilatih, dan tidak berada di dalam lingkungan kewirausahaan, maka yang bersangkutan tidak akan dapat menjadi seorang wirausaha yang baik dan handal. Hanya saja mereka yang telah memiliki genetika dan / keturunan pebisnis / wirausaha akan memiliki benih-benih wirausaha yang baik dan ini tentu mempermudah dan mempercepat proses menjadi seorang pebisnis / wirausaha.

2.4.2 Proses Rekayasa Semata

Bagi yang sama sekali tidak memiliki keturunan dan genetika keturunan wirausaha, maka proses menjadi lebih sulit dibanding dengan yang digambarkan di atas. Untuk kondisi proses rekayasa menjadi wirausaha, maka diperlukan berbagai proses secara sistematis. Proses tersebut dapat dilakukan secara sistematis baik

melalui proses pendidikan dan pelatihan yang terstruktur maupun dengan proses akuisisi pengalaman kerja dan teknis dengan ikut aktif berada dan berbuat serta beraktivitas sebagaimana layaknya para wirausaha di tempat kerja.

Untuk melakukan proses rekayasa tersebut di atas, maka diperlukan beberapa jalur kegiatan dengan tahapan sebagai berikut:

- a. Melakukan persiapan secara individual. Persiapan yang terkait dengan hal ini meliputi, antara lain:
- b. Persiapan diri pribadi baik secara fisik, mental dan spiritual.
- c. Persiapan pengembangan pengetahuan dan ketrampilan
- d. Mengembangkan personalitas seorang wirausaha.
- e. Mengembangkan strategi kreatif.
- f. Tempat kontrol (locus of control): di mana keberhasilan dapat ditentukan oleh baik yang datang dari internal diri sendiri dan dari eksternal dari pihak lain, di luar kemampuan diri sendiri
- g. Melakukan persiapan strategis memulai sebuah bisnis.
- h. Melakukan perencanaan kegiatan kewirausahaan.
- i. Mengidentifikasi pasar.
- j. Menentukan strategi harga.
- k. Menentukan strategi pasar.
- l. Menyiapkan dan mengembangkan SDM yang terampil.
- m. Merancang biaya proyek atau kegiatan usaha yang diinginkan.

2.4.3 Persiapan teknis untuk pengembangan ketrampilan diri seorang wirausaha pemula:

- a. Memantapkan perhatian, pemikiran, emosi dan konsentrasi secara focus / secara utuh untuk menjadikan dirinya layaknya sebagai seorang wirausaha yang professional.
- b. Memahami dan mengabsorpsi cerita-cerita pengalaman wirausaha yang berhasil.

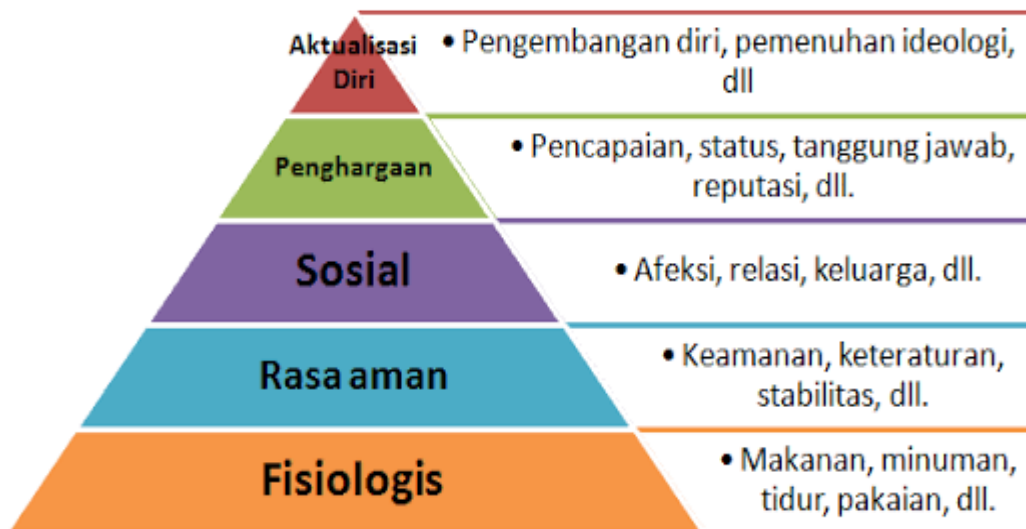
- c. Membentuk kemampuan dan ketrampilan (ability and skill formation) baik dari aspek teknis, kemanusiaan dan konseptual seorang calon wirausaha.
- d. On job training , melakukan tugas dan pekerjaan secara teknis tentang kegiatan yang ada di dalam perusahaan yang ditempati sementara.
- e. Magang, penempatan diri calon wirausaha di tempat kerja yang telah mapan dan berhasil. Persiapan yang disebutkan di atas bukanlah sebuah daftar yang lengkap (komprehensif), tetapi hanya untuk menyebutkan aspek-aspek penting yang minimal harus dilakukan.

Kewirausahaan bukan merupakan faktor genetik atau faktor bawaan/innate factor, tetapi dihasilkan oleh lingkungan, alasan/motivasi dan kemampuan diri. Termasuk dalam pengertian lingkungan adalah pendidikan/pelatihan yang dapat membuka wacana tentang kewirausahaan. Alasan/motivasi merupakan faktor pendorong yang kuat untuk menjadi wirausaha. Alasan-alasan untuk menjadi wirausaha dapat berupa :

- a. Alasan keuangan, Untuk mendapatkan passive income, untuk menjadi kaya, untuk mendapat penghasilan tambahan, untuk jaminan stabilitas keuangan/diversifikasi penghasilan, tidak memiliki sumber keuangan lain.
- b. Alasan sosial, untuk memperoleh status, untuk dikenal dan dihormati, untuk menjadi panutan/keteladanan, untuk bermasyarakat.
- c. Pengabdian/pelayanan sosial, Untuk membuka lapangan kerja, untuk menciptakan penghasilan baru bagi orang lain, untuk mendidik masyarakat, sebagai sumbangan kepada pemerintah, untuk melaksanakan CSR (corporate social responsibility).

- d. Keluarga, Untuk masa depan anak-anak/keluarga, untuk mendapatkan kesetiaan istri/suami, untuk membahagiakan keluarga, untuk membahagiakan orang tua.
- e. Pemenuhan diri/aktualisasi diri, untuk menjadi atasan/mandiri, untuk menghindari bekerja kepada orang lain, untuk membuktikan kemampuan pribadi, sebagai tantangan terhadap kecakapan diri.

Menurut para psikolog alasan yang paling kuat adalah alasan untuk mengaktualisasi diri. Karena alasan tersebut merupakan proses hidup yang abadi. Aktualisasi diri merupakan kebutuhan seseorang yaitu merasakan dirinya sebagai manusia yang seutuhnya dihargai. Seperti teori Maslow tentang hierarki kebutuhan dasar manusia.



Gambar 2.2. Hierarki Kebutuhan dasar Manusia Maslow

Kebutuhan perwujudan diri akan mempengaruhi tingkah laku seseorang yang bersifat konsisten dan berjangka panjang (long lasting), sedangkan kebutuhan lainnya berhenti apabila sudah terpenuhi.

Aktualisasi diri merupakan kebutuhan paling tinggi serta dapat menggunakan semua bakat, potensi, serta menggunakan semua kualitas dan kapasitas secara penuh. Aktualisasi diri merupakan kebutuhan naluriah pada manusia untuk melakukan yang terbaik dari yang dia mampu, proses menjadi diri dan mengembangkan sifat-sifat dan potensi yang unik. Ketika mencapai usia tertentu, seseorang akan mengalami pergeseran aktualisasi diri dan psikologis.

Kebutuhan aktualisasi diri (*Need for Self-Actualization*)

- a. Keinginan individu untuk menjadikan dirinya sebagai yang terbaik sesuai dengan kemampuan dan potensi yang dimilikinya
- b. Ekspresi untuk membuktikan bahwa seseorang mampu melakukan sesuatu.
- c. Keinginan untuk mengetahui, memahami, dan membentuk sistem nilai sehingga bisa mempengaruhi orang lain.
- d. Keinginan untuk menyampaikan ide, gagasan dan sistem nilai yang diyakini.

Generasi milenial memandang entrepreneur sebagai wadah untuk pengembangan diri dan pemenuhan ideologi yang merupakan kebutuhan dasar manusia yang paling tertinggi yaitu aktualisasi diri. Oleh karena saat ini cukup banyak generasi milenial yang terjun dan melakukan aktivitas sebagai entrepreneur.

2.5 Needs For Necessary VS Needs For Opportunity

Motif berwirausaha dapat diklasifikasikan menjadi 2 (dua) yaitu *Needs of Necessity* dan *Needs of Opportunity*. Pada negara yang perekonomiannya didorong oleh inovasi (*innovation-driven*), kebanyakan masyarakatnya menjadi entrepreneur dengan motif karena melihat peluang. Dalam hal ini *entrepreneur* yang menjalankan usaha karena motif *needs of opportunity* menjalankan usaha karena hobi, minat, dan passion.

Sedangkan pada negara yang perekonomiannya didorong oleh faktor sumber daya (*factor-driven / Efficiency-driven*) rata-rata masyarakatnya menjadi *entrepreneur* karena motif kebutuhan/terpaksa/kepepet, dan karena tidak ada cara lain untuk mencapai tujuannya selain dengan menjalankan usaha dan menjadi entrepreneur.

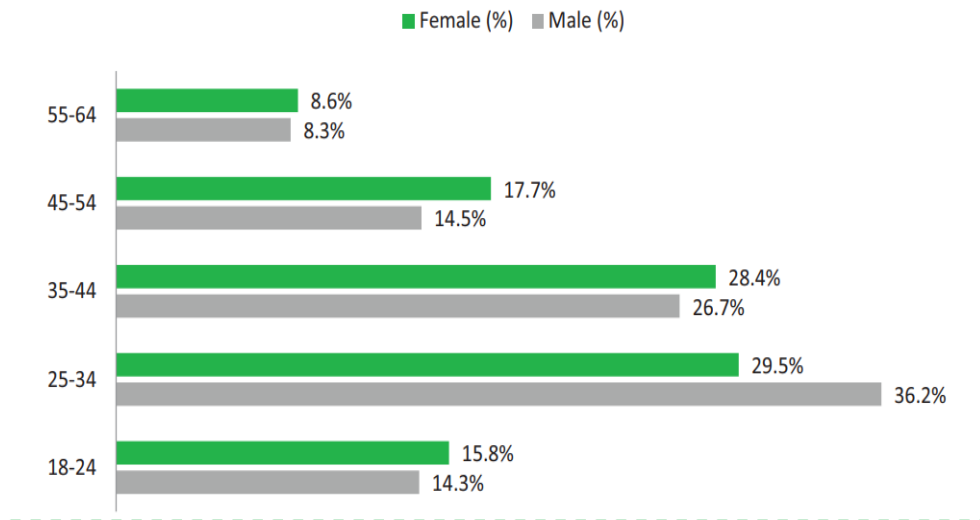
Selain itu, gagasan produk/jasa dapat diperoleh dari dalam diri (*inside out*) dan dari luar diri (*outside in*). Ide/gagasan untuk menjalankan usaha dari dalam diri (*inside out*) yaitu ide/gagasan yang didapatkan berdasarkan kesukaan, hobi, atau minat terhadap sesuatu. Sedangkan ide/gagasan untuk menjalankan usaha dari luar diri (*outside in*) yaitu ide/gagasan yang didapatkan berdasarkan identifikasi terhadap peluang yang didasari dari keresahan, permasalahan, pertentangan yang berada diluar diri.

Selanjutnya dapat dilihat hasil survey mengenai kesempatan menjadi wirausaha di Indonesia berdasarkan survey dari Global Entrepreneurship Monitor (GEM) pada tahun 2012.

2.6 HASIL SURVEY Global Entrepreneurship Monitor (GEM) – Indonesia Report (Lanjutan)

2.6.1 Percieved Opprotunities

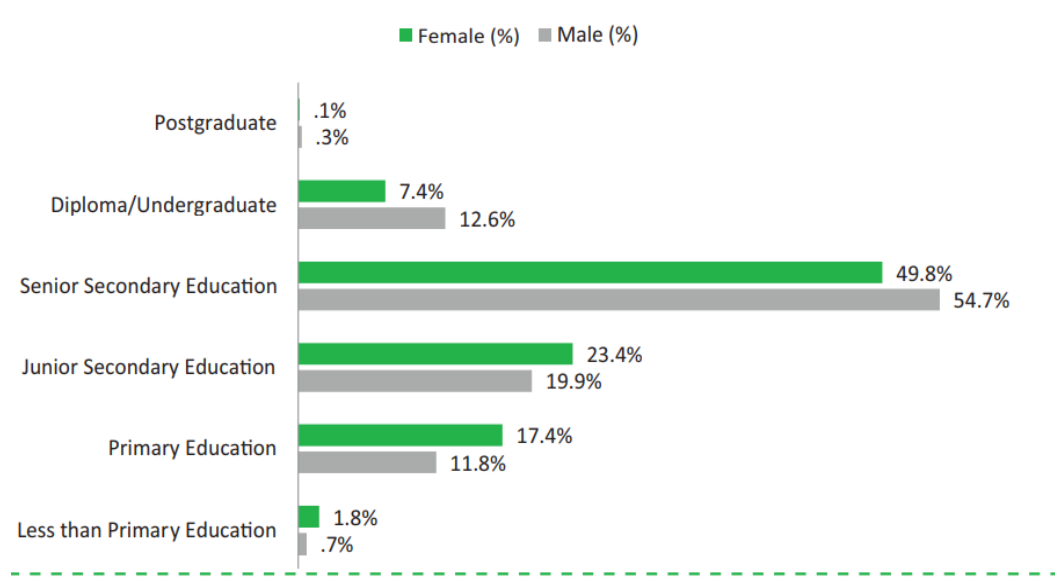
Hasil dari survey Global Entrepreneurship Monitor pun mengatakan Perceived Opportunities atau persepsi mengenai kesempatan wirausaha pada orang dewasa di Indonesia cukup tinggi (47%). Seperti dapat dilihat pada Gambar 2.1, di antara semuanya yang melihat adanya kesempatan yang baik untuk memulai usaha baru, pria muda (antara 25 sampai 34 tahun) memiliki perceived opportunities lebih tinggi dari wanita yang seusianya; namun; untuk wanita diatas usia 35 tahun melihat adanya kesempatan lebih tinggi dari pria pada kelompok usia yang sama.



Gambar 2.3 Komposisi perceived opportunity untuk kelompok usia yang berbeda

Sumber: Global Entrepreneurship Monitor 2013 Indonesia Report

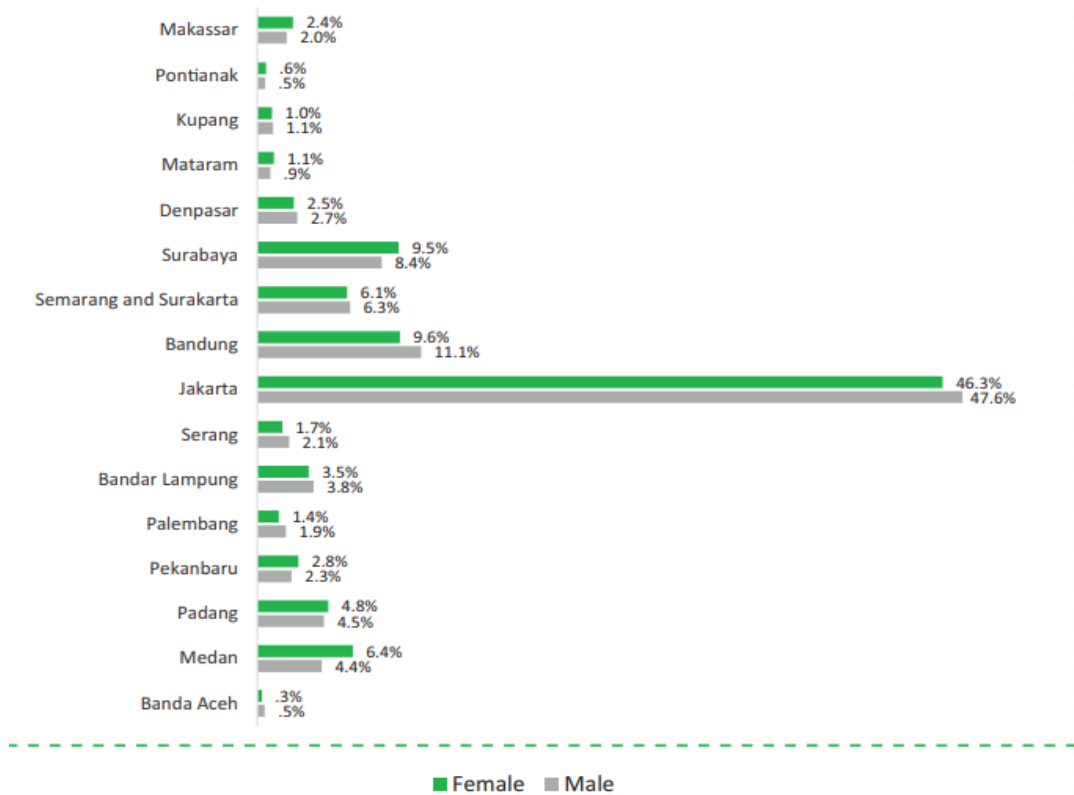
Pernyataan “Semakin tinggi tingkat pendidikan, semakin tinggi perceived opportunities untuk orang dewasa Indonesia” hanya berlaku sampai mereka yang mengenyam pendidikan di sekolah menengah. Orang dewasa yang berpendidikan sekolah menengah atas memiliki perceived opportunities paling tinggi di antara orang dewasa Indonesia. Ketika mereka menjalani pendidikan di universitas untuk pendidikan yang lebih tinggi, perceived opportunities mereka cenderung menurun. (Lihat Gambar 2.4)



Gambar 2.4 Komposisi *perceived opportunity* untuk tingkat pendidikan yang berbeda

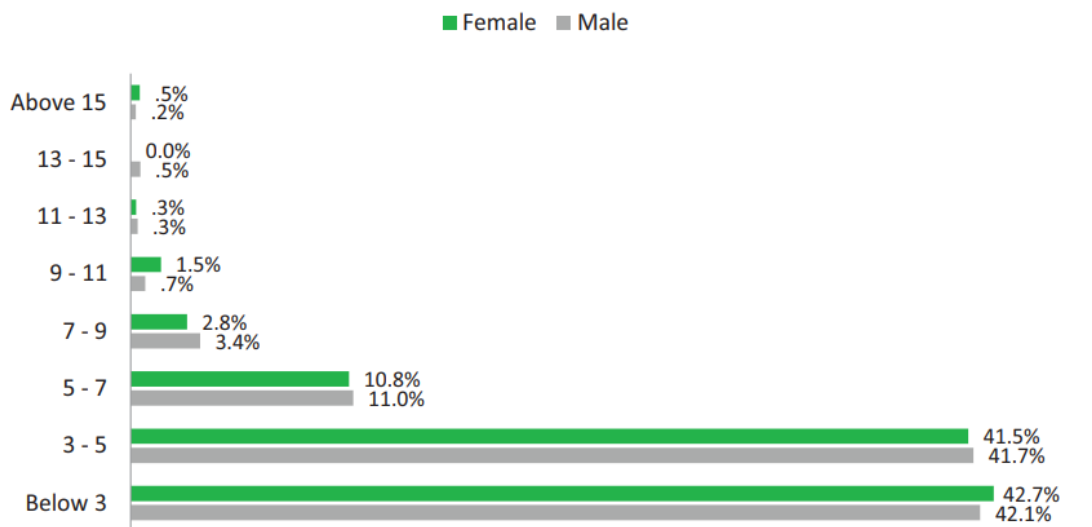
Sumber: Global Entrepreneurship Monitor 2013 Indonesia Report

Umumnya, Jakarta sebagai ibukota Indonesia, memiliki persepsi yang lebih tinggi tentang adanya kesempatan yang baik untuk memulai usaha (46,3% wanita dan 47,6% pria), diikuti kota Bandung, Surabaya dan Semarang dan Surakarta. Kota-kota tersebut terletak di pulau Jawa dimana aktivitas ekonomi terkonsentrasi di sana. Komposisi wanita dan pria antar daerah mempunyai kesempatan yang sama untuk memulai usaha. Kota yang terletak di pulau lain cenderung menerima persepsi adanya kesempatan yang lebih rendah (kurang dari 1%) adalah Banda Aceh dan Pontianak. (Lihat Gambar 2.5)



Gambar 2.5 Komposisi *perceived opportunity* berdasarkan domisili
Sumber: Global Entrepreneurship Monitor 2013 Indonesia Report

Berdasarkan tingkat pendapatan dan berdasarkan jenis kelamin, tidak ada perbedaan jenis kelamin pada *perceived opportunities* antara tingkat pendapatan. Terdapat 83,8% pria dan 84,2% wanita dengan pendapatan per bulan dibawah 5 juta rupiah yang mempertimbangkan adanya kesempatan yang baik untuk memulai usaha. Rata-rata, wanita dengan pendapatan per bulan diatas 15 juta rupiah melihat adanya kesempatan untuk memulai usaha yang lebih tinggi dibandingkan dengan pria. (Lihat Gambar 2.6).

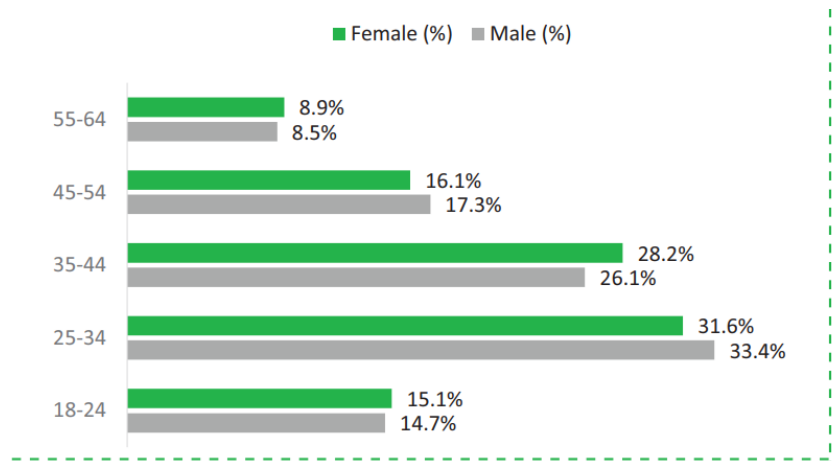


Gambar 2.6 Komposisi *perceived opportunity* berdasarkan pendapatan

Sumber: Global Entrepreneurship Monitor 2013 Indonesia Report

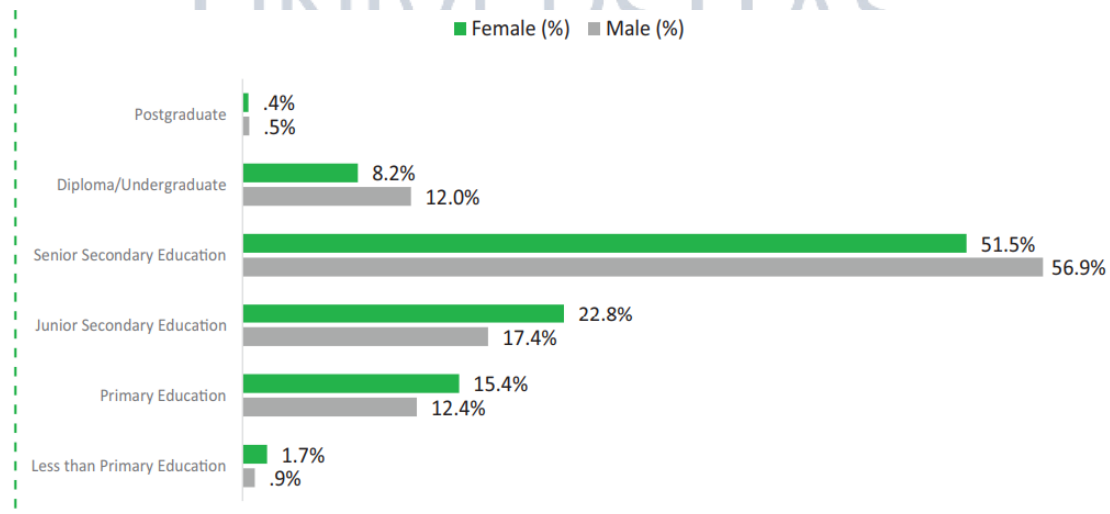
2.6.2 Perceived Capabilities

Perceived Capabilities mencerminkan persentase orang dewasa berusia antara 18 dan 64 tahun yang percaya mereka memiliki keterampilan, pengetahuan dan pengalaman yang diperlukan untuk memulai usaha baru. Seperti yang dijelaskan di atas, Indonesia memiliki tingkat *Perceived Capabilities* yang tinggi untuk memulai usaha baru (62%). Survei menunjukkan kecenderungan yang sama antara wanita dan pria. Gambar 2.5 menunjukkan, berdasarkan pengelompokan usia, individu antara 25 dan 34 tahun merasa bahwa mereka memiliki kemampuan untuk memulai sebuah usaha baru lebih tinggi ketimbang golongan usia lainnya, yang diikuti kemudian oleh individu golongan usia 35-44 tahun. (Lihat Gambar 2.7).



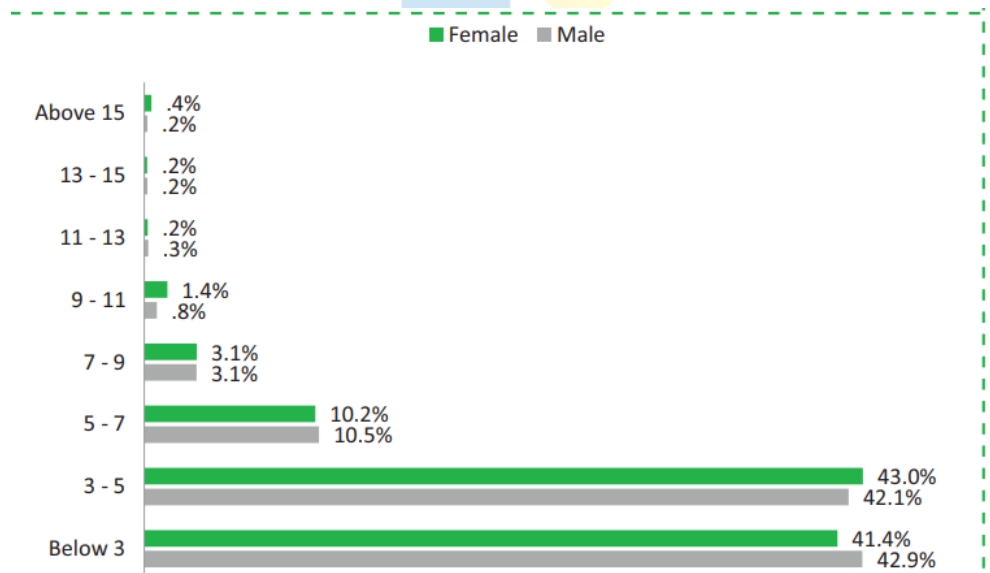
Gambar 2.7 Komposisi *perceived capabilities* berdasarkan usia
Sumber: Global Entrepreneurship Monitor 2013 Indonesia Report

Berdasar tingkat pendidikan, mereka yang telah menyelesaikan pendidikan sekolah menengah merasa memiliki kemampuan kewirausahaan yang lebih tinggi (lebih dari 50%) ketimbang individu yang berpendidikan lebih rendah. Namun, Perceived Capabilities cenderung lebih rendah bagi mereka yang telah menyelesaikan pendidikan di tingkat universitas. (Lihat Gambar 2.8)



Gambar 2.8 Komposisi *perceived capabilities* berdasarkan tingkat pendidikan
Sumber: Global Entrepreneurship Monitor 2013 Indonesia Report

Perceived Capabilities mengindikasikan persentase dari populasi 18 dan keatas, yang percaya mereka memiliki kemampuan dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk memulai sebuah usaha. Berdasarkan pendapatan keluarga, baik pria ataupun wanita memiliki *perceived capability* tertinggi untuk pendapatan dibawah 5 juta rupiah (masing-masing, 85% dan 84%). Tetapi pada tingkat pendapatan yang lebih tinggi, yaitu diatas 15 juta rupiah, data mengindikasikan bahwa 0,4% wanita memandang mereka memiliki kemampuan dan pengetahuan untuk memulai sebuah usaha baru. Hal ini lebih tinggi dibandingkan dengan masing-masing kelompok pria, yang hanya 0.2%. (Lihat Gambar 2.9).

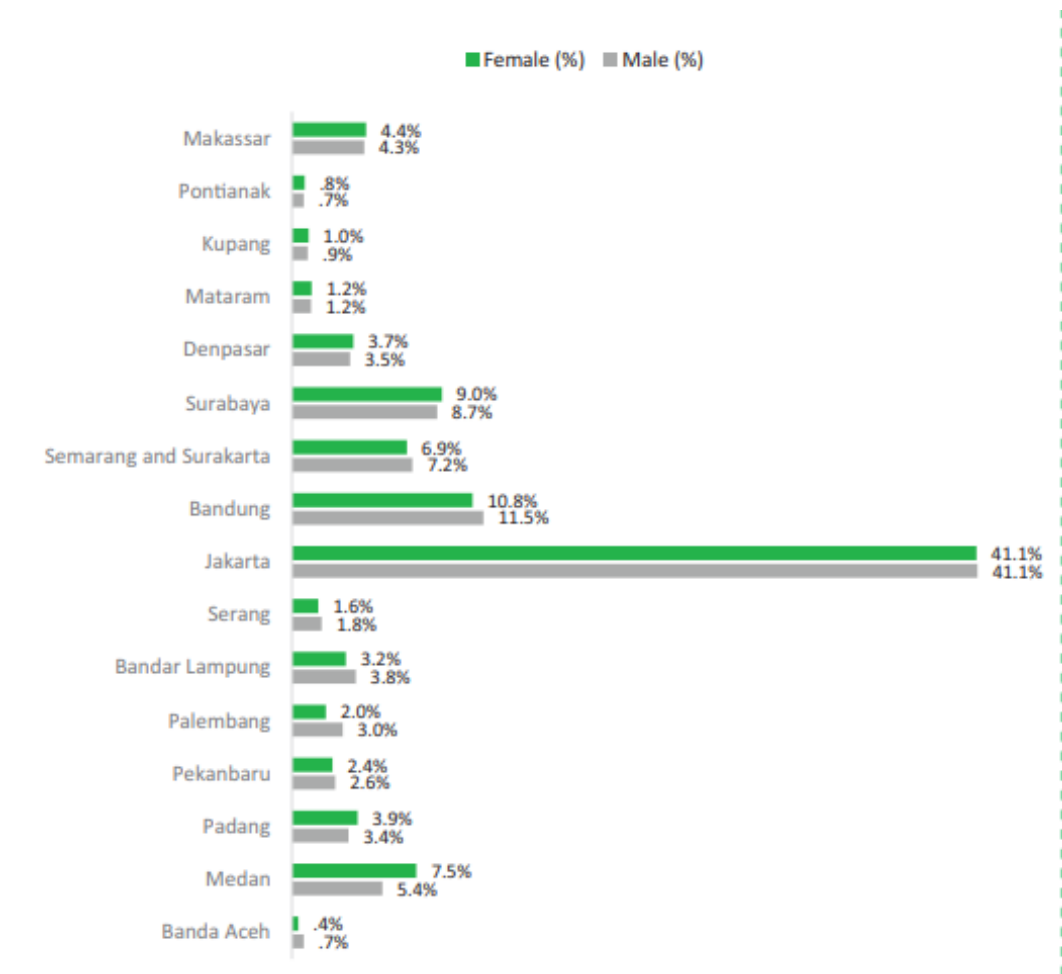


Gambar 2.9 Komposisi *perceived capabilities* berdasarkan tingkat pendapatan bulanan (dalam juta rupiah)

Sumber: Global Entrepreneurship Monitor 2013 Indonesia Report

Selaras dengan *Perceived Opportunities*, Jakarta memperoleh *Perceived Capabilities* lebih tinggi dalam orang-orang yang percaya memiliki kemampuan, pengetahuan dan pengalaman untuk memulai usaha baru (41,1%), juga diikuti oleh Bandung, Surabaya, Semarang

dan Surakarta. Persentase Perceived Capabilities lebih kecil (kurang dari 1 %) diperoleh di Kota Banda Aceh, Kupang dan Pontianak. Gambar 2.8 menunjukkan perbedaan antar jenis kelamin dalam Perceived Capabilities sangatlah kecil di tiap kota (perbedaannya di bawah 1 %). Hal ini menunjukkan baik pria maupun wanita percaya bahwa mereka memiliki syarat kemampuan untuk ikut dalam kegiatan kewirausahaan. (Lihat Gambar 2.10).



Gambar 2.10 Komposisi *perceived capabilities* berdasarkan domisili

Sumber: Global Entrepreneurship Monitor 2013 Indonesia Report

2.7 Role Model

Role Model adalah sebuah faktor penting dalam memulai sebuah usaha baru. GEM melihat Role Model sebagai ukuran persepsi orang dewasa berusia antara 18 dan 64 tahun yang mengenal seseorang yang memiliki usaha secara personal dalam 2 tahun terakhir. Nilai role model didefinisikan sebagai Know Startup Entrepreneur Rate. Indonesia memiliki tingkat sebesar 67%, dan nilai ini tidak banyak berbeda untuk pria maupun wanita.

Seperti ditunjukkan pada Gambar 2.7, berdasarkan kategori usia, individu berusia antara 25 dan 34 tahun memiliki persentasi tertinggi dalam memahami Role Model secara personal. Perbedaan proporsi terbesar antara pria dan wanita dalam memahami Role Model adalah pada kategori usia 25 – 34 tahun. Untuk klasifikasi usia lain, terdapat kemiripan tren untuk pria dan wanita dalam memahami Role Model.

Berdasar perbedaan tingkat pendapatan, Role Model memiliki peran penting untuk individu dengan tingkat pendapatan per bulan dibawah 7 juta rupiah. Hampir 95,4 % pria dan 95,2 % wanita yang memiliki role model. Pada tingkat pendapatan per bulan di atas 15 juta rupiah, wanita lebih mempertimbangkan Role Model, ketimbang pria. (Lihat Gambar 2.8)

2.8 Profil Wirausaha

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



Gambar 2.11 NADIEM ANWAR MAKARIM

Founder Gojek – Salahsatu Unicorn di Indonesia

Nadiem Anwar Makarim (Lahir di Singapura, 4 Juli 1984) adalah seorang pengusaha Indonesia. Dia merupakan pendiri serta CEO Go-Jek, sebuah perusahaan transportasi dan penyedia jasa berbasis daring.

Nadiem Anwar Makarim adalah seorang anak yang lahir dari pasangan Nono Anwar Makarim dan Atika Algadri. Ayahnya adalah seorang aktivis dan pengacara terkemuka yang berketurunan Minang-Arab. Sedangkan ibunya merupakan penulis lepas, putri dari Hamid Algadri, salah seorang perintis kemerdekaan Indonesia. Nadiem menjalani proses pendidikan dasar hingga SLTA berpindah-pindah dari Jakarta ke Singapura. Sehabis menyelesaikan pendidikan SMA-nya di Singapura, pada tahun 2002 ia mengambil jurusan International Relations di Brown University, Amerika Serikat. Setelah memperoleh gelar sarjana pada tahun 2006, tiga tahun kemudian ia mengambil pasca-sarjana dan meraih gelar Master of Business Administration di Harvard Business School. Istri Nadiem Makarim bernama Franka Franklin, mereka menikah pada tahun 2014 yang lalu. Dari

pernikahannya ini, Nadiem makarim mempunyai anak bernama Solara Franklin Makarim.

Selama setahun Nadiem Makarim mengikuti program foreign exchange di London School of Economics. Ia juga melanjutkan studinya di Harvard Business School, Harvard University dan lulus dengan menyandang gelar MBA (Master Business Of Administration).

Nadiem Makarim diketahui pernah bekerja di sebuah perusahaan Mckinsey & Company sebuah konsultan ternama di Jakarta dan menghabiskan masa selama tiga tahun bekerja disana. Diketahui pula ia pernah bekerja sebagai Co-founder dan Managing Editor di Zalora Indonesia kemudian menjadi Chief Innovation officer kartuku. Saat ini Go-Jek merupakan perusahaan rintisan terbesar di Indonesia. Pada bulan Agustus 2016, perusahaan ini memperoleh pendanaan sebesar USD 550 juta atau sekitar Rp 7,2 triliun dari konsorsium yang terdiri dari KKR, Sequoia Capital, Capital Group, Rakuten Ventures, NSI Ventures, Northstar Group, DST Global, Farallon Capital Management, Warburg Pincus, dan Formation Group.

Resign dari Zalora dan Mendirikan Gojek

Berbekal banyak pengalaman memberanikan diri untuk berhenti dari pada tahun 2011 selama bekerja, Nadiem Makarim kemudian pekerjaannya dan mendirikan perusahaan GO-JEK

“Saya tidak betah bekerja di perusahaan orang lain, saya ingin mengontrol takdir saya sendiri”

– Nadiem Makarim

Alasan sederhana itulah yang membuat Nadiem Makarim mencoba merintis perusahaan sendiri yang kemudian dikenal dengan nama GO-JEK berbekal pengalaman kerja serta memiliki jiwa enterpreneurship.

Ide bisnis transportasi GO-JEK sendiri berasal dari pemikiran Nadiem ketika ia berdiskusi dengan tukang ojek langganannya. Nadiem Makarim jarang menggunakan mobil karena mobilitasnya yang tinggi, ia lebih sering menggunakan jasa ojek. Dari perbicangannya dengan para tukang ojek, ia menemukan kenyataan bahwa hampir sebagian besar tukang ojek menghabiskan waktunya hanya menunggu pelanggan saja dan susah untuk mencari pelanggan. Di sisi lain kemacetan Jakarta makin memburuk maka di butuhkan sebuah layanan transportasi yang cepat serta pengiriman yang cepat untuk membantu warga jakarta.

Kemudian pada tahun 2011, GO-JEK sebagai perusahaan resmi didirikan oleh Nadiem Makarim yang kemudian menjabat sebagai CEO GO-JEK. Awal berdiri Gojek, Nadiem mempunyai 20 driver gojek. Dan sistem yang ditawarkan yakni via telepon call center. Dimana pelanggan menghubungi langsung call center untuk mendapatkan driver terdekat.

Pada waktu itu, jumlah karyawan gojek masih sangat terbatas dan drivernya pun juga masih sangat terbatas. Namun keyakinan dari Nadiem Makarim akan perusahaannya membuat Gojek bisa bertahan hingga melaju pesat beberapa tahun berikutnya.

Layanan Go-jek menawarkan kemudahan serta kecepatan dengan bekerja sama dengan para Tukang Ojek di bawah naungan perusahaan GO-JEK. Layanan Go-jek Nadiem Makarim menawarkan jasa pengantaran barang dan makanan, transportasi, serta jasa belanja. GO-JEK semakin berkembang setelah pada tahun 2014 mendapat suntikan dana dari perusahaan investasi asal singapura yaitu Northstar Group.

Perkembangan positif perusahaan membuat perusahaan ojek milik Nadiem Makarim tersebut juga mendapat suntikan dana pada tahun yang sama dari dua perusahaan yakni Redmart Limited dan Zimplistic Pte Ltd.

Kemudian nama GO-JEK makin semakin terkenal pada tahun 2015 ketika merilis aplikasi mobilnya sehingga makin banyak menarik minat pelanggan baru yang menggunakan jasanya. Nadiem Makarim sendiri benar-benar memanfaatkan perkembangan teknologi untuk kemudahan pelanggan menggunakan jasa GO-JEK nya. Para pelanggan GO-JEK dapat menggunakan aplikasi melalui smartphone mereka untuk memesan layanan GO-JEK, selain itu Tarif dari GO-JEK didasarkan pada jarak tempuh dan pembayarannya dapat menggunakan credit (my wallet).

Go-Jek memiliki tujuan mendorong perubahan agar sektor transformasi sektor informal seperti ojek agar yang tadinya bekerja serabutan dengan pendapatan yang tidak menentu bisa beroperasi secara profesional dengan pendapatan lebih baik.

"Kami di sini berusaha untuk menawarkan solusi lapangan pekerjaan bagi yang membutuhkan pekerjaan. Dimana mereka yang hanya punya motor, punya smartphone, dan berkemauan keras bisa bekerja. " ujar nadiem saat dulu meluncurkan aplikasi Go-Jek.

"Kami juga berusaha untuk mensejahterakan tukang ojek yang mungkin selama ini penghasilannya tidak seberapa dengan memberikan pendapatan tambahan yang didapat dari Go-Jek Indonesia ini," tambahnya. "Dengan Go-Jek, para pengemudi ojek ini setidaknya lebih produktif karena mereka tidak hanya membawa penumpang saja, tetapi juga membantu berbelanja dan juga mengirimkan paket yang mana itu semua bisa menambah pendapatannya," ungkap Nadiem.

Gojek : Perusahaan Teknologi Transportasi Nomor Satu di Indonesia

Segala inovasi ia lakukan sehingga bisnisnya kemudian banyak diliput oleh media sebagai perusahaan yang merevolusi transportasi ojek. Berkat kerja keras Nadiem Makarim Pendiri gojek dan para karyawan serta drivernya, kini Gojek merupakan salah satu perusahaan teknologi jasa transportasi nomor satu di Indonesia. Perusahaan Gojek kini melayani lebih dari 50 kota di Indonesia dan memiliki lebih dari 300 ribu driver yang tersebar di Indonesia.

Nilai kapitalisasi perusahaan gojek kini mencapai lebih dari 53 triliun rupiah. hal tersebut menjadikan perusahaan Gojek sebagai salah satu perusahaan unicorn atau perusahaan rintisan (startup) dengan nilai valuasi lebih dari 1 miliar dollar.

Selanjutnya, perusahaan penyedia transportasi online Go-Jek mendapat suntikan dana \$550 juta atau setara Rp7 triliun (kurs Rp13.000 per dolar AS) dari perusahaan investasi asal Amerika Serikat KKR & Co. dan Warbug Pincus. Siapa sangka, investasi perusahaan asing tersebut membuat Go-Jek kini lebih bernilai daripada perusahaan transportasi konvensional.

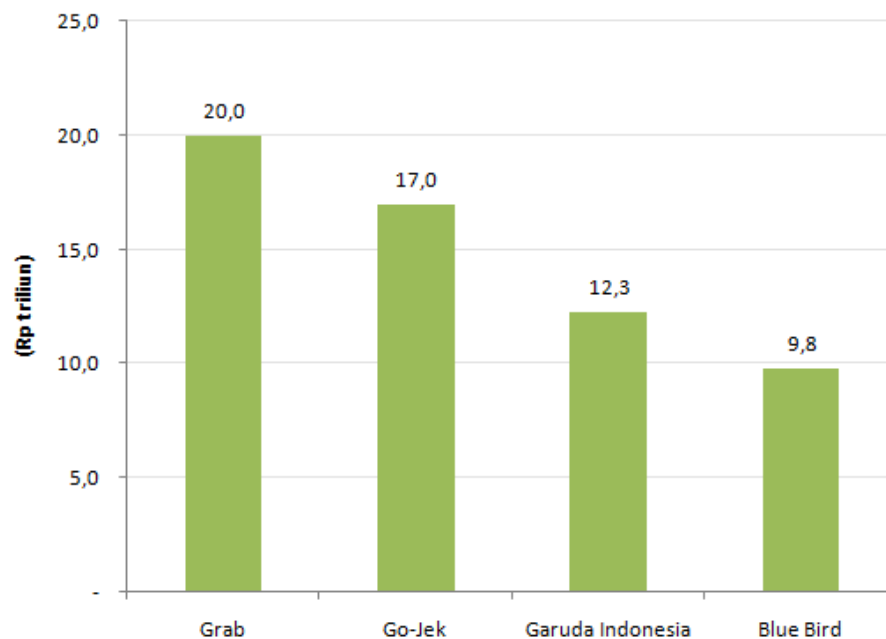
Seperti dilansir dari TechCrunch dana suntikan Rp7 triliun tersebut menambah investasi yang sebelumnya telah dilakukan Sequoia Capital dan NSI Venture, dan meningkatkan nilai perusahaan menjadi \$1,3 miliar, atau setara Rp17 triliun. Valuasi perusahaan bentukan Nadiem Makarim ini kini mendekati perusahaan sejenis yang sudah beroperasi di Singapura, Filipina, Malaysia, Thailand, Vietnam, dan Indonesia yakni Grab Taxi Holdings Pte Ltd. Seperti dikabarkan Wall Street Journal, nilai Grab kini mencapai \$1,6 miliar atau setara Rp20 triliun.

Masuknya modal besar membuat perusahaan transportasi berbasis teknologi ini lebih bernilai daripada perusahaan transportasi konvensional besar yang sejak lama beroperasi di Indonesia, seperti maskapai Garuda

Indonesia, dan operator taksi Blue Bird, yang sebenarnya memiliki aset bernilai tinggi.

Berdasarkan kapitalisasi pasar (market cap) di bursa saham, Garuda yang hingga Juni 2016 tercatat mengoperasikan 197 pesawat dan menguasai 40,5 persen pasar penerbangan domestik hanya dihargai Rp12,3 triliun. Sementara Blue Bird yang memiliki 26.719 armada taksi reguler, 1.223 taksi eksekutif, 4.918 limosin dan mobil sewaan serta 567 unit bus, hanya memiliki nilai Rp9,8 triliun.

Grafik: Perbandingan Valuasi Perusahaan Transportasi Online & Konvensional



Gambar 2.12 Perbandingan Valuasi Perusahaan Transportasi Online & Konvensional

Sumber: TechCrunch, Wall Street Journal, Bareksa

Go-Jek yang telah diunduh sebanyak 10 juta kali ini mengklaim mampu memproses 8 pemesanan per detik di bulan Juni 2016. Nilai tersebut

setara dengan 667 ribu pesanan setiap harinya. "Ada lebih dari 20 juta pemesanan pada platform kami pada bulan Juni 2016, yang berarti bahwa kami memproses sekitar delapan pemesanan per detik bulan lalu, " kata manajemen Go-Jek seperti dikutip dari Tech In Asia, 16 Juli 2016.



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>

Wahyudin Maguni. (2014). Konsep Pendidikan Kewirausahaan Di Masyarakat Dalam Membangu Ekonomi. *Jurnal Al-'Adl*, 7(1), 57–73.
<http://ejournal.iainkendari.ac.id/index.php/al-adl/article/view/210/201>