

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR 2013 *indonesia* REPORT



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR 2013 INDONESIA REPORT



Catharina Badra Nawangpalupi

Gandhi Pawitan

Agus Gunawan

Maria Widyarini

Triyana Iskandarsjah

Walaupun data GEM digunakan dalam penulisan laporan ini, interpretasi dan penggunaan data tersebut sepenuhnya adalah tanggung jawab para penulis.

©2014 oleh Catharina Badra Nawangpalupi, Gandhi Pawitan, Agus Gunawan, Maria Widyarini, Triyana Iskandarsjah

Desain oleh: Sebastianus Stevanus (lembar muka) and Joshua Valentino (isi)
Foto yang digunakan adalah koleksi pribadi dari: Pasco Yoshua & Joshua Valentino

Jika anda ingin mengutip laporan ini, silahkan gunakan kutipan di bawah ini:

Nawangpalupi. C.B., Pawitan, G., Gunawan, A., Widyarini, M., Iskandarsjah, T. (2014) Global Entrepreneurship Monitor 2013 Indonesia Report. Bandung: Universitas Katolik Parahyangan.

UCAPAN TERIMA KASIH



Kegiatan GEM Indonesia tidak akan terwujud tanpa dukungan dari sponsor. Kami mengucapkan terima kasih kepada IRDC – Canada sebagai sponsor tunggal untuk kegiatan GEM 2013 Indonesia.



International Development Research Centre
Centre de recherches pour le développement international



PENGANTAR



Laporan GEM 2013 Indonesia adalah laporan pertama yang kami tulis. UNPAR melalui Centre of Excellence in SME Development (CoE SMED) baru bergabung dalam konsorsium GEM pada tahun 2013. Ini menandai langkah besar bagi kami untuk mencapai tujuan kami yaitu berkontribusi dalam pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia. Tantangan yang kami hadapi bukan saja untuk memahami kondisi kewirausahaan di Indonesia namun juga untuk merekomendasikan tindakan yang tepat untuk meningkatkan kemampuan UMKM dan mempertahankan keberlanjutan UKM.

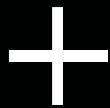
Dengan bergabung dalam GEM, kami dapat memperkuat pemahaman kami tentang UMKM dan kewirausahaan di Indonesia. Oleh karena itu, tim GEM Indonesia sangat berterima kasih kepada semua pihak, yang tanpa dukungannya, kegiatan ini tidak akan dapat terwujud:

1. Sponsor tunggal kami – International Development Research Centre – Canada, secara khusus untuk Senior Program Specialist, Supporting Inclusive Growth (SIG), Edgard R. Rodriguez, PhD. Terima kasih sedalam-dalamnya untuk dukungan dan antusiasmenya untuk apa yang kami lakukan.
2. 36 pakar yang secara suka rela menyisihkan waktu dan berbagi pengetahuan dalam lingkungan kewirausahaan melalui National Expert Survey di Indonesia.
3. PT Spire Indonesia, yang melakukan Adult Population Survey 2013.
4. Ketua tim GEM Malaysia, Assoc. Prof. Dr. Siri Roland Xavier, Universitas Tun Abdul Razak, Malaysia, untuk dukungan yang besar dan mengkoordinasi kegiatan ini .
5. Tim GEM Global Data. Kami sangat menghargai dukungan yang tiada henti dan peran penting tim data sebelum, selama dan setelah proses survei dijalankan.
6. Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) UNPAR, Dr. Budi Husodo Bisowarno untuk dukungan yang besar dalam kegiatan ini.
7. Sesama peneliti dalam CoE SME Development, UNPAR, untuk umpan balik dan dukungan.
8. Nathan Weinbaum untuk proses proofreading laporan kami yang berbahasa Inggris.
9. Joshua Valentino untuk desain laporan dan Alfons Yoshio untuk penerjemahan laporan ke Bahasa Indonesia.
10. Sebastianus untuk desain sampul yang sangat bagus.
11. Para pengusaha yang telah membagikan wawasan mereka yang untuk mendukung penelitian kami.
12. Keluarga dan teman-teman yang memberikan dukungan tak ternilai selama penulisan laporan ini.

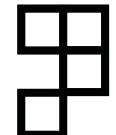
Laporan GEM 2013 Indonesia menyoroti banyak keunggulan profil kewirausahaan di Indonesia meskipun hasilnya belum sempurna. Kami percaya kita dapat membuat ini lebih baik jika kita bisa bekerja bersama untuk mendukung perjalanan kewirausahaan yang sulit dan penuh resiko dan tantangan. Oleh sebab itu kami mengharapkan adanya kolaborasi baik dalam penelitian maupun studi eksploratif lain dengan menggunakan temuan GEM 2013 sehingga dapat memperkuat kegiatan-egiatan kewirausahaan di Indonesia.

#00

RING- KASAN



Pada tahun 2013, Indonesia melakukan survei pada penduduk Indonesia (Adult Population Survey atau APS) kepada 4.500 orang dewasa berusia antara 18-64 tahun di wilayah perkotaan dan pedesaan di 16 provinsi, yaitu Daerah Istimewa Aceh, Sumatera Utara, Sumatera Barat, Riau, Sumatera Selatan, Lampung, Banten, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Bali, Nusa Tenggara Barat, Nusa Tenggara Timur, Kalimantan Barat dann Sulawesi Selatan. Ke 16 provinsi ini meliputi 80% populasi penduduk Indonesia. Untuk melengkapi survei ini dilakukan juga National Expert Survey (NES) dari para ahli pada skala nasional yang (36 orang ahli). NES dilakukan dengan menilai pendapat para ahli terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi sifat dan tingkat kewirausahaan di setiap sektor ekonomi. Para ahli yang dipilih adalah pengusaha, para profesional, pejabat pemerintah, para akademisi dan peneliti yang berpengalaman dalam salah satu dari sembilan kerangka dalam kondisi kewirausahaan (Entrepreneurial Framework Conditions).



SIKAP-SIKAP DAN PRESEPSI KEWIRUSAHAAN

Berdasar survei (Adult Population Survey) untuk persepsi kegiatan wirausaha, diperoleh tiga ukuran utama untuk penentuan intensi, yaitu: perceived opportunity (persepsi terhadap adanya kesempatan), perceived capability (persepsi terhadap kemampuan) dan fear of failure (ketakutan akan kegagalan). Perceived opportunity diperoleh dengan mengukur persentase orang dewasa berusia antara 18 dan 64 tahun yang melihat kesempatan bagus untuk memulai usaha di daerah tempat tinggal mereka. Perceived opportunity di Indonesia cukup tinggi (47%) dan terdapat kemiripan angka persepsi antara pria (51% dari proporsi) dan wanita (49% dari proporsi). Diantara mereka yang melihat peluang bagus untuk memulai usaha baru, pria (antara usia 25 dan 34 tahun) melihat peluang bisnis bagus lebih tinggi ketimbang wanita pada rentang usia yang sama; namun; wanita pada usia diatas 35 tahun melihat peluang bisnis bagus lebih tinggi ketimbang pria pada golongan usia yang sama.

Perceived Capabilities mencerminkan persentase dari orang dewasa berusia antara 18 dan 64 tahun yang percaya bahwa mereka memiliki keeterampilan yang diperlukan, pengetahuan dan pengalaman untuk memulai bisnis baru. Indonesia memiliki tingkat perceived capabilities yang tinggi untuk memulai bisnis baru (62%). Survei menunjukkan tren yang sama mengenai persepsi ini antara wanita dan pria. Berdasarkan pengelompokan usia, individu antara 25 dan 34 tahun merasa bahwa mereka memiliki kemampuan untuk memulai sebuah bisnis baru lebih tinggi dibandingkan golongan usia lainnya, yang diikuti kemudian oleh individu golongan usia 35-44 tahun.

Berdasar tingkat pendidikan, mereka yang telah menyelesaikan pendidikan menengah merasa memiliki kemampuan kewirausahaan yang lebih tinggi (lebih dari 50%) ketimbang individu yang berpendidikan lebih rendah. Namun, perceived capabilities lebih rendah bagi mereka yang telah menyelesaikan pendidikan di universitas dibandingkan yang telah menyelesaikan pendidikan di bangku SMA.

Nilai fear of failure (ketakutan akan kegagalan dalam memulai usaha) hanya diukur bagi mereka yang berpersepsi bahwa mereka memiliki kesempatan untuk memulai bisnis. Tingkat ketakutan akan kegagalan ini (fear of failure) adalah 35% dan hal ini cenderung dekat dengan nilai rata-rata untuk negara-negara yang masuk dalam kategori efficiency-driven. Tren dari fear of failure cenderung mirip dengan tren perceived opportunities. Walaupun the rate of fear of failure antara pria dan wanita cenderung mirip, secara keseluruhan, fear of failure pada wanita lebih tinggi kecuali wanita berusia antara 25-34 tahun. Mereka (wanita usia 25-34) memiliki fear of failure lebih rendah dari pria.

Persepsi kewirausahaan juga diukur berdasar presepsi individu tentang tingginya status dari pengusaha yang sukses (High Status Successful Entrepreneurship). Penilaian ini dilakukan dengan mengukur persentase mereka yang setuju dengan pernyataan bahwa di negara mereka pengusaha yang sukses menerima status yang tinggi. Juga, perhatian media untuk kewirausahaan (Media Attention for Entrepreneurship) diukur dengan melihat persentase individu yang setuju dengan pernyataan bahwa di negara mereka, mereka sering melihat cerita di media public mengenai kesuksesan

usaha baru. Kedua nilai tersebut cukup tinggi untuk Indonesia, dimana nilai High Status Successful Entrepreneurship adalah 80% (lebih tinggi negara yang masuk kategori efficiency-driven, yaitu 64%) dan Media Attention for Entrepreneurship sebesar 75% (tingkat rata-rata untuk negara yang masuk kategori efficiency-driven adalah 61.4%).

Indonesia memiliki intensi yang tinggi untuk melakukan kegiatan kewirausahaan. Berdasar survei, persentase dari penduduk berusia 18-64 tahun (yang belum pernah terlibat dalam tingkat kegiatan kewirausahaan apapun) yang berniat memulai usaha kurang dari tiga tahun adalah 35%. Nilai ini lebih tinggi dari Malaysia (12%) dan Thailand (18.5%), dua negara tetangga yang masuk dalam kategori efficiency-driven.

KEGIATAN KEWIRAUSAHAAN

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.

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.

Untuk indikator unik dari GEM, Total Early-stage Entrepreneurial Activity (TEA), Indonesia juga 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 untuk 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.

ASPIRASI KEWIRUSAHAAN

APS juga mengukur perkembangan harapan akan tumbuh, inovasi dan orientasi internasional dari para pengusaha dan dikategorikan sebagai aspirasi wirausaha.

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 menunjukkan 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%. Orientasi 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 menunjukkan Indonesia memiliki tingkat yang sangat rendah untuk internasionalisasi pengusaha tingkat awal. Hal ini menunjukkan hampir seluruh pengusaha nascent masih berfokus pada penjualan produk mereka di pasar lokal.

KERANGKA KONDISI UNTUK KEWIRAUSAHAAN

Berdasarkan kerangka konseptual GEM, kegiatan kewirausahaan dibentuk oleh satu set faktor yang berbeda-beda, yang disebut juga kerangka kondisi untuk kewirausahaan (Entrepreneurial Framework Conditions atau EFCs) yang mendukung perkembangan usaha baru. Untuk menilai status EFCs, NES (National Expert Survey) dilakukan. NES didesain untuk mengungkapkan penilaian para ahli mengenai persepsi mereka tentang status dari EFCs.

Berdasarkan rata-rata (tidak terstandarisasi) dari status EFCs Indonesia dengan menggunakan skala angka dari 1 (sama sekali tidak setuju) sampai 5 (sangat setuju), hal ini bisa melihat bahwa para ahli di Indonesia menilai bahwa dinamika pasar internal memiliki nilai yang tinggi (3,92 dari 5). Hal ini diikuti dengan infrastruktur fisik dan akses pelayanan (3,45) dan budaya, norma sosial dan dukungan masyarakat (3,29). Para ahli mengevaluasi bahwa keadaan itu dapat menghalangi kegiatan kewirausahaan disebabkan oleh status yang lemah dari kebijakan birokrasi pemerintah dan pajak (2,22) dan R&D transfer (2,31).

Indonesia dibandingkan dengan rata-rata negara dengan fase efficiency-driven memiliki rata-rata EFCs Indonesia yang lebih baik, kecuali dalam infrastruktur fisik dan akses pelayanan, kebijakan birokrasi pemerintah dan regulasi pajak. Walaupun ahli Indonesia menilai infrastruktur fisik dan akses pelayanan lebih baik dari kondisi lainnya, hal ini menunjukan bahwa infrastruktur fisik Indonesia dan akses pelayanan masih pada kualitas yang rendah dibanding negara lain pada fase yang sama.



x

CONTENTS



UCAPAN TERIMA KASIH	i
PENGANTAR	iii
RINGKASAN	v
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xv
CoE SME DEVELOPMENT	xvii

BAB 1: KEWIRAUSAHAAN DAN MODEL GEM	1
1.1 Penelitian GEM	2
1.2 Bagaimana GEM menilai kewirausahaan	3
1.3 Model Konseptual GEM	6
1.4 Metodologi Penelitian GEM	7

BAB 2: ALUR KEWIRAUSAHAAN INDONESIA	9
BAGIAN I: Penduduk yang Berpotensi Menjadi Wirausaha	11
BAGIAN II: Intensi Kewirausahaan	19
BAGIAN III: Aktivitas Kewirausahaan di INDONESIA	29

BAB 3: ENTREPRENEURIAL FRAMEWORK CONDITIONS	43
BAB 4: TOPIK KHUSUS 2013 – KUALITAS HIDUP (WELL BEING)	47
BAB 5: KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	55
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	59
TENTANG PENULIS	65



DAFTAR GAMBAR



Gambar 1.1: Fase Kewirausahaan	4
Gambar 1.2: Model Kerangka Penelitian GEM	7
Gambar 2.1: Komposisi perceived opportunity untuk kelompok usia yang berbeda	12
Gambar 2.2: Komposisi perceived opportunity untuk tingkat pendidikan yang berbeda	13
Gambar 2.3: Komposisi perceived opportunity berdasarkan domisili	13
Gambar 2.4: Komposisi perceived opportunity berdasarkan pendapatan	13
Gambar 2.5: Komposisi perceived capabilities berdasarkan usia	14
Gambar 2.6: Komposisi perceived capabilities berdasarkan tingkat pendidikan	15
Gambar 2.7: Komposisi perceived capabilities berdasarkan tingkat pendapatan bulanan (dalam juta rupiah)	15
Gambar 2.8: Komposisi perceived capabilities berdasarkan domisili	16
Gambar 2.9: Persepsi tentang role model berdasarkan usia	17
Gambar 2.10: Persepsi tentang role model berdasarkan tingkat pendapatan	17
Gambar 2.11: High status of successful entrepreneurship untuk kategori usia	20
Gambar 2.12: High status of successful entrepreneurship berdasarkan kota tinggal	21
Gambar 2.13: High status of successful entrepreneurship berdasarkan tingkat pendapatan	22
Gambar 2.14: Public Media Attention berdasarkan kota tinggal	23
Gambar 2.15: Public Media Attention berdasarkan tingkat pendapatan	23
Gambar 2.16: Public Media Attention dan Personal Desirability berdasarkan tingkat pendidikan	24
Gambar 2.17: Personal Desirability berdasarkan kota tinggal	25
Gambar 2.18: Fear of Failure berdasarkan kategori usia	26
Gambar 2.19: Fear of Failure berdasarkan tingkat pendidikan	26
Gambar 2.20: Fear of Failure dan Perceived Opportunities berdasarkan kota tinggal	27
Gambar 2.21: Tipe usaha di Indonesia	30
Gambar 2.22: Nilai TEA dibandingkan Global Competitiveness Index	33
Gambar 2.23: Nilai TEA untuk kategori usia	33
Gambar 2.24: Nilai TEA berbasis kebutuhan untuk kategori usia	34
Gambar 2.25: Nilai TEA berbasis kesempatan untuk kategori usia	34
Gambar 2.26: Nilai TEA berdasarkan tingkat pendidikan	35
Gambar 2.27: Nilai TEA berdasarkan kota tinggal	35
Gambar 2.28: Nilai TEA berdasarkan tingkat pendapatan	36
Gambar 2.29: Nilai established business ownership berdasarkan kategori usia	37

Gambar 2.30: Nilai established business ownership berdasarkan kota tinggal	38
Gambar 2.31: Perbandingan nilai established business ownership dan baby entrepreneurship berdasarkan tingkat pendidikan	39
Gambar 2.32: Nilai established business ownership berdasarkan tingkat pendapatan	39
Gambar 2.33: Alasan untuk berhenti usaha	40
Gambar 3.1: Perbandingan antara EFCs di Indonesia dan negara-negara pada tahap efficiency-driven	45
Gambar 4.1: Perbandingan subjective well-being antara Indonesia dan Asia Pasifik dan Asia Selatan	49
Gambar 4.2: Nilai rata-rata subjective well-being di Indonesia	50
Gambar 4.3: Nilai rata-rata subjective well-being untuk TEA di Indonesia	50
Gambar 4.4: Nilai rata-rata entrepreneurship condition di Indonesia	51
Gambar 4.5: Nilai rata-rata entrepreneurship condition untuk TEA di Indonesia	51
Gambar 4.6: Nilai rata-rata work life balance di Indonesia	53
Gambar 4.7: Nilai rata-rata work life balance untuk TEA di Indonesia	53



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Indikator penelitian GEM	4
Tabel 2.1: Intensi kewirausahaan (entrepreneurial intention) negara Asia Tenggara	20
Tabel 2.2: High status of successful entrepreneurship berdasarkan tingkat pendidikan	21
Tabel 2.3: Fear of Failure untuk Negara ASEAN	26
Tabel 2.4: Jenis usaha di Indonesia	31
Tabel 2.5: Nilai TEA untuk negara ASEAN	32
Tabel 2.6: Nilai established business ownership untuk negara ASEAN	37
Tabel 3.1: Rata-rata nilai Entrepreneurial Framework Conditions untuk Indonesia	45

CoE SME DEVELOPMENT LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT - UNPAR



Di awal tahun 2008, World Bank di bawah program, telah mendukung upaya UNPAR dalam memberdayakan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dengan memfasilitasi pendirian Center of Excellence in Small and Medium Enterprises Development–CoE-SMED di UNPAR.

UMKM telah memberikan peran penting dalam kegiatan ekonomi Indonesia. Data dari Biro Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa UMKM Indonesia telah berkontribusi terhadap 58% dari GDP Indonesia di tahun 2012. Data dari Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa jumlah UMKM pada tahun 2012 telah mencapai 56,5 juta unit, dengan jumlah tenaga kerja sekitar 107,7 juta orang (97,2% lapangan pekerjaan).

Visi UNPAR yang berlandaskan nilai keberpihakan kepada kaum miskin “Preference for the Poor” telah membuat UNPAR untuk tetap berkonsolidasi dan memperkuat aktivitas dalam pengembangan masyarakat. Kontribusi nyata yang dilakukan adalah memberikan dukungan pada pengembangan dan keberlanjutan aktivitas ekonomi masyarakat, seperti UMKM. Kontribusi ini dilakukan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat UNPAR dengan mendirikan Center of Excellence in Small and Medium Enterprises Development.

Pusat studi ini memiliki visi untuk menjadi pusat unggulan dari unik mikro, kecil dan menengah dan menekankan pertumbuhan yang berkelanjutan dari para UMKM di tingkat lokal dan regional melalui pengembangan aktivitas berbasis pengetahuan. Untuk mencapai visi tersebut, CoE-SMED memiliki empat aktivitas berbasis pengetahuan

utama, yaitu: pengetahuan penciptaan, (knowledge of creation), pengetahuan berbagi (knowledge of dissemination), pengetahuan penerapan (knowledge of application) dan pengetahuan konservasi dan jejaring (knowledge of conservations and networking). Setiap basis pengetahuan tersebut didukung oleh berbagai sub kegiatan berikut:

Pengetahuan penciptaan:

- Pemetaan UKM lokal dan regional melalui survei secara periodik.
- Penelitian di berbagai topik KM oleh para peneliti di pusat studi ini.
- Kolaborasi penelitian nasional dan internasional.

Pengetahuan berbagi:

- Pengerjaan lembar kerja (working paper), laporan penelitian dan publikasi mengenai UKM.
- Pemutahiran laman pusat studi dengan artikel dan laporan serta majalah elektronik.
- Pengadaan seminar atau konferensi tahunan.

Pengetahuan penerapan:

- Pengadaan pelatihan yang disesuaikan dengan kebutuhan unik UKM.
- Pemberian konsultasi bisnis.
- Program pengembangan UKM.
- Pengadaan lokakarya dan seminar yang disesuaikan dengan kebutuhan.
- Pelaksanaan pendidikan level pascasarjana.

Pengetahuan konservasi dan jejaring:

- Pembuatan basis data UKM.
- Pengelolaan koleksi artikel mengenai UKM dan pembuatan perpustakaan.
- Pengembangan jejaring dan kolaborasi dengan pusat studi lain.

Untuk menunjukkan kontribusi yang berarti pada pengembangan UMKM Indonesia dan untuk memperkuat aktivitas pada empat area pengetahuan di atas, CoE SMED menjalin kolaborasi dengan berbagai organisasi, termasuk Kementerian Koperasi dan UKM, Kementerian Perencanaan/Bappenas, Pemerintah Jawa Barat, Pemerintah Kota Bandung dan Kota Cimahi, perusahaan di Indoensia yang memiliki fokus kegiatan pada UMKM untuk program Corporate Social Responsibility (CSR) mereka, lembaga perbankan yang memiliki program yang mendukung UKM dan berbagai lembaga lain. Secara internasional, CoE SMED juga melakukan kolaborasi secara aktif dengan World Bank, Maastricht School of Management Belanda, dan Jianshu University China. Pada tahun 2013, CoE SMED bergabung dengan Global Entrepreneurship Monitor (GEM) untuk memperkuat kegiatan penelitian dalam pemantauan UMKM Indonesia dan global.



#1

KEWIRUSAHAAN DAN MODEL GEM

GEM telah berdiri selama lima belas tahun dan didirikan untuk mengukur dan memantau kegiatan kewirausahaan dengan menggunakan cara pandang yang holistik. Pada tahun 1999, GEM mulai memantau kegiatan kewirausahaan, baik yang cenderung ambisius dan tidak ambisius, dan pada tahun 2000, mereka mulai mengidentifikasi motivasi kunci kegiatan usaha, yaitu didorong oleh kebutuhan (necessity-driven) atau didorong oleh kesempatan(opportunity-driven). Sejak tahun 2001, indikator kunci GEM disamakan untuk setiap negara dan setiap tahun untuk memungkinkan analisis antar waktu (lintas tahun). Pada tahun 2006, Indonesia bergabung dengan GEM untuk mempelajari kewirausahaan. Setelah absen selama 6 tahun, Indonesia kembali bergabung dengan GEM pada tahun 2013.



1.1 Penelitian GEM

GEM didirikan pada bulan September tahun 1997 oleh Michael Hay dari London Business School (LBS) dan Bill Bygrave dari Babson College. Pada tahun itu, LBS dan Babson mendanai prototipe penelitian untuk beberapa negara. Sepuluh tim nasional (negara G7: Kanada, Perancis, Jerman, Italia, Jepang, UK dan USA, dengan tambahan tiga negara: Denmark, Finlandia, dan Israel) menjalankan studi GEM yang pertama pada tahun 1999 dengan Paul Reynolds sebagai peneliti utama. Dibawah koordinasi Reynolds, proyek tersebut berkembang menjadi penelitian pada 31 ekonomi negara nasional di tahun 2003. Untuk mengatur kepentingan dari tim nasional GEM, didirikanlah Global Entrepreneurship Research Association (GERA) pada tahun 2004 yang berfungsi sebagai badan pengawas GEM. GERA adalah organisasi non-profit yang dikendalikan oleh perwakilan dari beberapa tim nasional, kedua insitusi yang mendirikan, dan institusi sponsor.

Sekarang, lima belas tahun kemudian, GEM mengukur sudah mengukur kewirausahaan di 104 ekonomi negara, dan telah mendapat pengakuan luas sebagai penelitian kewirausahaan longitudinal yang memiliki kewenangan yang kuat di dunia. Pada tahun 2013, lebih dari 197.000 individu telah disurvei dan sekitar 3.800 pakar kewirausahaan berpartisipasi dalam penelitian 70 ekonomi negara, masing-masing pakar tersebut mewakili berbagai negara di berbagai belahan dunia. Sampel penelitian GEM mencakup 75% populasi dunia dan 90% dari total GDP dunia. Tidak hanya melakukan pengukuran aktivitas kewirausahaan secara tahunan, GEM juga menganalisi kualitas hidup (well-being) sebagai topik penelitian khusus di tahun 2013.

Misi GERA adalah untuk berkontribusi dalam perkembangan ekonomi global melalui kewirausahaan. Untuk mencapai hal ini, GERA berusaha untuk meningkatkan pengetahuan dunia tentang kewirausahaan dengan cara melakukan penelitian tingkat global, dengan cara:

- Mencari dan mengukur faktor yang berdampak pada dinamika kewirausahaan pada berbagai ekonomi yang memiliki fase pengembangan yang berbeda.
- Mencoba mengidentifikasi arah yang dapat membantu mengembangkan aktivitas kewirausahaan.
- Meningkatkan pengaruh pendidikan dalam mendukung kewirausahaan yang sukses.

GEM berfokus pada sasaran-sasaran utamanya, antara lain:

- Untuk mendapatkan perbandingan level dan karakteristik aktivitas kewirausahaan pada negara-negara yang berbeda.
- Untuk mencari tahu keluasan pengaruh kewirausahaan terhadap pertumbuhan ekonomi dari berbagai negara.
- Mengidentifikasi faktor yang membantu/menghambat kewirausahaan.
- Menentukan rekomendasi yang efektif untuk menstimulasi iklim kewirausahaan.

GEM memberikan sebuah pandangan yang komprehensif terhadap kewirausahaan secara global dengan cara melihat sikap sebuah populasi dan aktivitas dan karakteristik individual yang terlibat

dalam berbagai fase dan tipe aktivitas kewirausahaan.

Tim penelitian dari masing-masing negara yang berpartisipasi menyelenggarakan sebuah survei yang disebut Adult Population Survey (APS) dari paling sedikit 2000 orang dewasa setiap tahunnya. Untuk melengkapi APS adalah National Expert Survey (NES), yang menyediakan opini mendalam dari pakar-pakar nasional terpilih tentang berbagai faktor yang berdampak pada level kewirausahaan dari masing-masing ekonomi negara.

GEM melakukan penelitiannya dengan didasarkan pada premis-premis berikut. Pertama, kemakmuran sebuah ekonomi sangat tergantung pada sektor kewirausahaan yang dinamis. Meskipun hal ini memang benar dalam semua fase perkembangan, sifat dari kegiatan tersebut dapat beragam karakter dan dampaknya. Kewirausahaan yang didorong oleh kebutuhan (necessity-driven) khususnya di wilayah yang kurang berkembang atau wilayah yang sedang mengalami penurunan lapangan kerja, dapat membantu ekonomi dari inisiatif wirausaha jika memang lapangan pekerjaan terbatas. Di sisi lain, pada wilayah yang lebih berkembang, kesempatan wirausaha terjadi lebih karena akibat dari kemakmuran dan kemampuan inovasi mereka. Di samping itu, ekonomi yang sudah lebih berkembang juga menawarkan tawaran gaji yang menarik, sehingga tidak terlalu memotivasi orang untuk menjadi wirausaha. Jika kesempatan wirausaha dan inovasi ini ingin dijalani, negara tersebut perlu menanamkan motif berbasis kesempatan (opportunity-based) dan menawarkan insentif pada para wirausaha.

Kedua, kapasitas kewirausahaan sebuah ekonomi didasarkan pada kemampuan dan motivasi individunya untuk memulai suatu usaha, dan dapat diperkuat oleh persepsi positif masyarakat tentang kewirausahaan. Kewirausahaan memerlukan partisipasi dari semua kelompok masyarakat, termasuk wanita, kaum minoritas yang tidak terperhatikan, dan berbagai kelompok berdasarkan usia dan tingkat pendidikan yang berbeda.

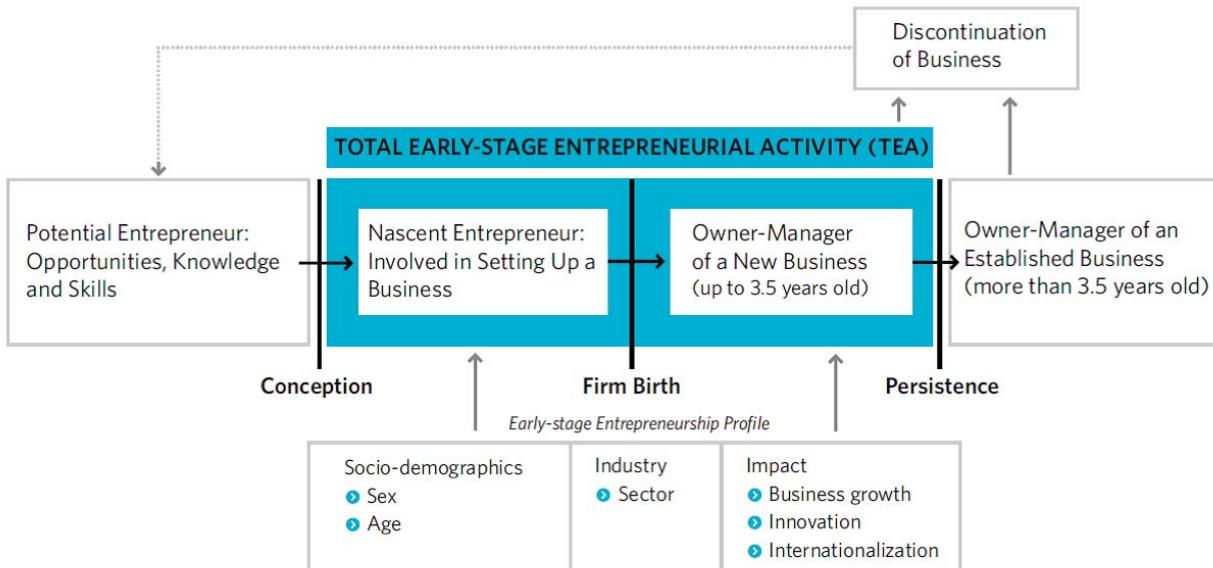
Terakhir, pertumbuhan tinggi kewirausahaan adalah kontributor utama untuk penyediaan lapangan pekerjaan, dan persaingan antar negara bergantung pada usaha yang inovatif.

1.2 Bagaimana GEM menilai kewirausahaan

Proyek penelitian GEM melihat kewirausahaan sebagai sebuah proses yang terdiri dari fase-fase berbeda, dimulai dari niat untuk mendirikan suatu usaha, menjalankan usaha yang sudah baru atau sudah berdiri, sampai ke penghentian sebuah usaha. Proses kewirausahaan diilustrasikan pada Gambar 1.1 berikut (Amoros & Bosma, 2014). Proses ini dimulai dengan keterlibatan individu yang berpotensi untuk menjadi wirausaha, yaitu mereka yang percaya bahwa mereka mempunyai kemampuan untuk memu-

lai suatu usaha, individu yang melihat kesempatan untuk berwirausaha, dan individu yang tidak takut gagal dalam memulai suatu usaha.

Fase berikut adalah wirausaha nascent, yaitu mereka yang telah memulai suatu usaha baru namun masih sangat dini (<3 bulan). Pemilik usaha baru (new business owners) didefinisikan sebagai mantan wirausaha nascent yang sudah menjalani usaha selama lebih dari tiga bulan tetapi kurang dari tiga setengah tahun.



Gambar 1.1: Fase Kewirausahaan

Wirausaha nascent dan pemilik usaha baru termasuk dalam Total Early-stage Entrepreneurial Activity (TEA) dalam sebuah ekonomi, sebuah ukuran kunci unik yang dimiliki GEM.

4 Fase yang berikutnya adalah wirausaha mapan (established entrepreneurs), individu yang sudah menjalankan sebuah usaha lebih dari tiga setengah tahun. Penting untuk dipertimbangkan juga pemilik usaha dan wirausaha yang sudah menghentikan atau meninggalkan usahanya karena kedua kategori ini mewakilkan sebuah informasi penting mengenai keberlanjutan usaha.

Untuk lebih memahami fase-fase kewirausahaan, perlu harus dimengerti mengenai indikator-indikator penting yang sudah digunakan selama lima belas tahun dalam proyek penelitian GEM. Indikator-indikator ini mencakup semua aktivitas kewirausahaan dan persepsi, perilaku dan juga aspirasi wirausaha untuk semua fase kewirausahaan.

Tabel 1.1 dibawah ini menyebut dan membahas semua indikator-indikator tersebut.

Indikator	Deskripsi
New Product Early-stage Entrepreneurial (TEA) Activity	Persentase dari TEA yang mengindikasikan bahwa produk atau jasa mereka masih baru (setidaknya untuk beberapa konsumen).
Growth Expectation Early-stage Entrepreneurial Activity: Relative Prevalence	Persentase dari TEA yang berharap untuk mempekerjakan paling sedikit lima karyawan dalam waktu lima tahun kedepan.
Informal Investors Rate	Persentase dari populasi berusia 18-64 yang telah menyediakan dana untuk sebuah usaha baru, didirikan oleh orang lain, dalam waktu 3 tahun terakhir.
Total Early-stage Entrepreneurial Activity for Female Working Age Population	Persentase dari populasi wanita berusia 18-64 yang antara lain merupakan seorang wirausaha <i>nascent</i> atau pemilik-manager dari sebuah usaha baru.

Tabel 1.1: Indikator penelitian GEM

Indikator	Deskripsi
<i>Total Early-stage Entrepreneurial Activity for Male Working Age Population</i>	persentase dari populasi pria berusia 18-64 yang antara lain merupakan seorang wirausaha <i>nascent</i> atau pemilik-manager dari sebuah usaha baru.
<i>Improvement-Driven Opportunity Entrepreneurial Activity : Relative Prevalence</i>	persentase orang yang terlibat dalam TEA yang mengklaim bahwa mereka didorong oleh kesempatan, bukan karena kurangnya pilihan pekerjaan.
<i>Necessity-Driven Entrepreneurial Activity : Relative Prevalence</i>	persentase orang yang terlibat dalam TEA yang berwirausaha karena mereka tak punya pilihan pekerjaan lain.
<i>Established Business Ownership Rate</i>	Persentase dari populasi berusia 18-64 yang pada waktu tersebut merupakan pemilik-manager dari sebuah usaha yang mapan, yakni memiliki/mengelola sebuah usaha yang sudah menghasilkan gaji atau untung apapun ke pemiliknya selama lebih dari 42 bulan.
<i>Total Early-stage Entrepreneurial Activity</i>	persentase dari populasi berusia 18-64 yang antara lain merupakan wirausaha <i>nascent</i> atau pemilik-manager sebuah usaha baru.
<i>New Business Ownership Rate</i>	Persentase dari populasi berusia 18-64 yang pada waktu tersebut merupakan pemilik-manager dari sebuah usaha yang mapan, yakni memiliki/mengelola sebuah usaha yang sudah menghasilkan gaji atau untung apapun ke pemiliknya selama lebih dari 3 bulan, tetapi tak lebih dari 42 bulan.
<i>Nascent Entrepreneurship Rate</i>	Persentase dari populasi berusia 18-64 yang pada waktu tersebut merupakan wirausaha <i>nascent</i> , yakni terlibat secara aktif memulai suatu usaha yang mereka miliki sendiri/bersama.
<i>Media Attention for Entrepreneurs</i>	persentase dari populasi berusia 18-64 yang setuju dengan pernyataan bahwa di negara mereka, mereka sering melihat atau mendengar cerita di media masa tentang usaha baru yang sukses.
<i>High Status Successful Entrepreneur</i>	persentase dari populasi berusia 18-64 yang setuju dengan pernyataan bahwa di negara mereka, wirausaha yang sukses memiliki dihormati dan bercitra tinggi.
<i>Entrepreneurship as Desirable Career</i>	persentase dari populasi berusia 18-64 yang setuju dengan pernyataan bahwa di negara mereka, kebanyakan orang mempertimbangkan untuk memulai usaha baru sebagai karir yang diinginkan.
<i>Know Startup Entrepreneur Rate</i>	persentase dari populasi berusia 18- yang kenal seseorang yang mendirikan suatu usaha dalam waktu 2 tahun terakhir secara pribadi.

Tabel 1.1: Indikator penelitian GEM (lanjutan)

Indikator	Deskripsi
<i>Entrepreneurial Intention</i>	persentase dari populasi berusia 18-64 (individu yang terlibat dalam kegiatan wirausaha tidak termasuk) yang bertekad untuk mendirikan suatu usaha dalam waktu tiga tahun kedepan.
<i>Fear of Failure Rate</i>	persentase dari populasi berusia 18-64 dengan perceived opportunities yang positif yang mengindikasikan bahwa takutnya gagal dapat menghambat mereka dalam mendirikan suatu usaha.
<i>Perceived Opportunities</i>	persentase dari populasi berusia 18-64 yang melihat kesempatan bagus untuk memulai suatu usaha di daerah tempat tinggal mereka.
<i>Perceived Capabilities</i>	persentase dari populasi berusia 18-64 yang merasa mempunyai kemampuan dan pengetahuan yang cukup untuk mendirikan suatu usaha.

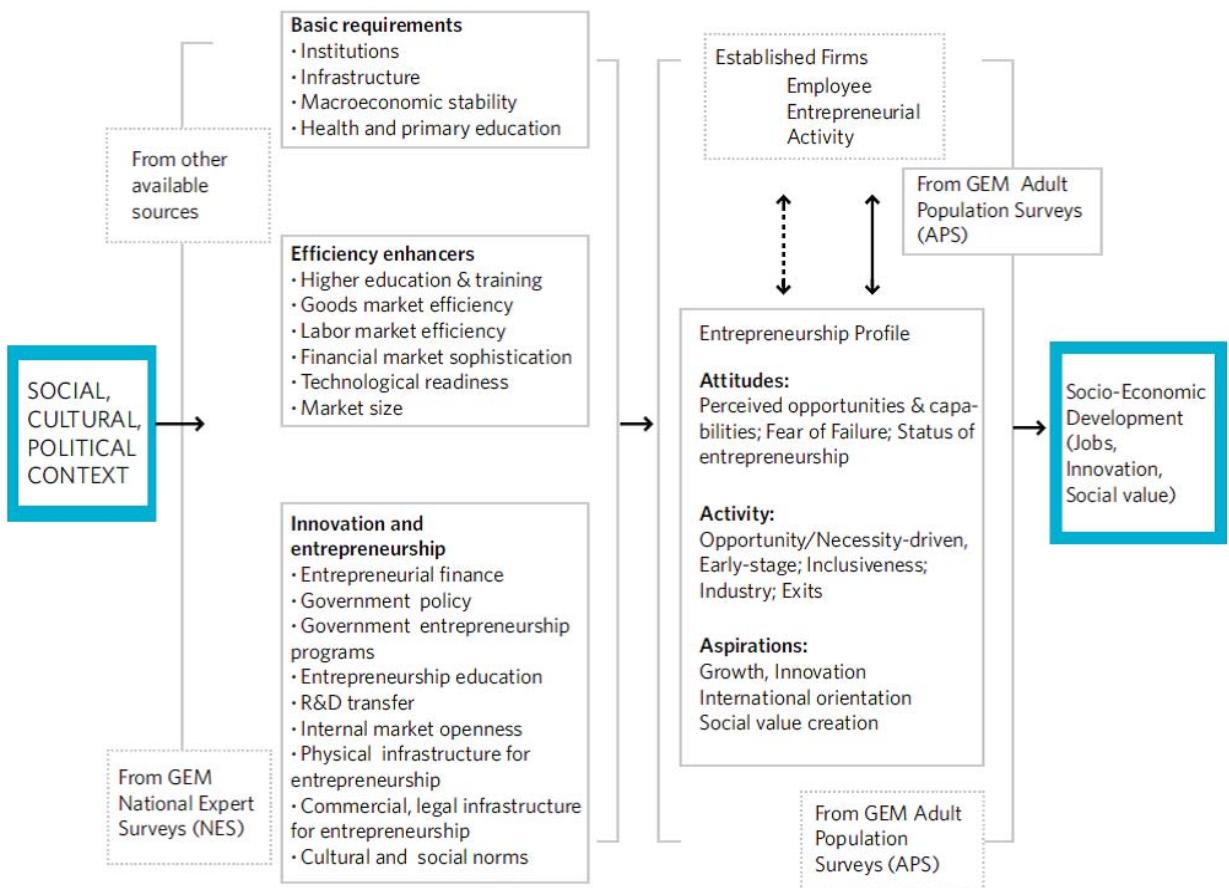
Tabel 1.1: Indikator penelitian GEM (lanjutan)

1.3 MODEL KONSEPTUAL GEM

GEM telah mengembangkan suatu kerangka model konseptual yang mengidentifikasi elemen-elemen penting dari sebuah hubungan antara kewirausahaan dengan pertumbuhan ekonomi dan bagaimana elemen-elemen tersebut saling berinteraksi (Amoros & Bosma, 2014). Berbagai kerangka kondisi kewirausahaan (Entrepreneurial Framework Conditions atau EFCs) yang berbeda dan kesempatan dan kapasitas wirausaha diperlukan untuk mendorong kegiatan usaha yang baru. Kerangka konseptual ini pertama kali digambarkan secara lengkap dan detil oleh Levie dan Autio (2008).

Didasarkan oleh model tersebut, kerangka konseptual GEM yang sekarang mencerminkan kompleksitas hubungan antara kewirausahaan dan pertumbuhan ekonomi secara global (Bosma et al., 2009; Bosma and Levie, 2010).

Kerangka konseptual tersebut menggabungkan tiga komponen utama yang menangkap aspek multifase kewirausahaan; sikap wirausaha, kegiatan wirausaha, dan aspirasi wirausaha. Kerangka konseptual yang digunakan pada penelitian tahun 2013 diperlihatkan di Gambar 1.2 berikut ini. Pada gambar tersebut ditunjukkan bagaimana kondisi kerangka konseptual tersebut dievaluasi (menggunakan NES) dan bagaimana profil kewirausahaan, sikap, kegiatan dan aspirasi diukur (menggunakan APS).



Gambar 1.2: Model Kerangka Penelitian GEM

1.4 METODOLOGI PENELITIAN GEM

Berdasarkan metodologi penelitian GEM dan untuk memastikan bahwa data hasil penelitian dapat diharmonisasi dengan data dari seluruh negara yang berpartisipasi, Indonesia menggunakan desain penelitian yang sama dengan negara GEM lain yang berpartisipasi. Ada dua survei utama dalam penelitian GEM: Adult Population Survey (APS) dan National Expert Survey (NES).

Adult Population Survey (APS)

APS adalah sebuah survei dari populasi orang dewasa di Indonesia, yaitu pria dan wanita berusia antara 18-64 tahun. Sebagaimana diperlukan GEM, masing-masing negara harus menjalankan survei tersebut diantara perwakilan sampel yang acak berjumlah paling sedikit 2.000 orang dewasa. Indonesia mengambil sample sebanyak 4.500 orang dewasa, dari daerah perkotaan dan pedesaan di sekitar ibukota provinsi. Enam belas provinsi terpilih untuk survei tersebut dan 16 provinsi ini dipilih dari 16 provinsi dengan populasi terbanyak (dari 34 provinsi di Indonesia), yang mewakili hampir 85% dari seluruh populasi Indonesia. Provinsi yang terpilih antara lain: DI Aceh, Sumatera Utara, Sumatra Barat, Riau, Sumatera Selatan, Lampung, Banten, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Nusa Tenggara Barat, Nusa Tenggara Timur, Kalimantan Barat dan Sulawesi Utara.

Perancangan sampel didasarkan pada pengambilan sampel secara acak dari beberapa fase.

Fase-fase pengambilan data utama dari desain sample untuk APS adalah:

- Fase 1: Negara dibagi menjadi 34 provinsi.
- Fase2: Masing-masing provinsi dibagi menjadi wilayah (perkotaan dan pedesaan) dalam tingkat kota.
- Fase 3: Masing-masing strata di tingkat kota dibagi lagi menjadi tingkat kecamatan. Strata (perkotaan/desa) di tingkat kelurahan akan dipilih secara acak.
- Fase 4: Masing-masing kelurahan kemudian dibagi menjadi RT, yang merupakan kelompok komunitas terkecil. Sampel akan dipilih secara acak.
- Fase 5: Langkah terakhir adalah memilih responden yang sesuai dari masing-masing kepala keluarga (KK) di tingkat RT. Pemilihan responden dari sebuah KK akan didasarkan metode “Kish Grid”.

Pemilihan responden memberikan keterwakilan profil penduduk dewasa Indonesia, dengan distribusi usia dan kelamin yang sesuai dengan karakteristik populasi. Data karakteristik populasi pada tingkat provinsi (berdasarkan jenis kelamin dan usia) didasarkan pada data sensus BPS 2010.

National Experts Survey (NES)

NES memberikan penilaian dan wawasan secara mendalam tentang iklim kewirausahaan di masing-masing negara. NES diselenggarakan dengan cara mewawancara/mensurvei empat orang pakar dari masing-masing kategori dari sembilan kondisi kerangka kewirausahaan (Entrepreneurial Framework Conditions), yaitu:

1. Dukungan keuangan
2. Kebijakan pemerintah
3. Program pemerintah
4. Pendidikan dan pelatihan)
5. Transfer hasil penelitian dan pengembangan
6. Infrastruktur komersial dan profesional
7. Keterbukaan pasar
8. Akses infrastruktur Fisik
9. Norma sosial dan budaya.

Tiga puluh enam pakar disurvei secara daring (online), dan terdiri dari 9 wirausaha yang juga tergolong sebagai pakar, dan 27 pejabat pemerintah, akademik, dan peneliti. Survei diselenggarakan dalam bahasa Inggris karena semua responden fasih dalam berbahasa Inggris.

Sumber data tambahan

Sebagai pelengkap hasil APS dan NES, GEM juga menggunakan data dari berbagai sumber data internasional seperti World Bank, the World Economic Forum, dan United Nations (PBB). Data ini kemudian digunakan untuk menentukan hubungan antara kegiatan wirausaha dengan pertumbuhan ekonomi nasional.

#2

ALUR KEWIRAUSAHAAN INDONESIA



Bab ini memfokuskan pada alur kewirausahaan. Sesuai dengan alur kewirausahaan, bab ini dibagi menjadi tiga bagian:

Bagian I: Penduduk yang Berpotensi Menjadi Wirausaha

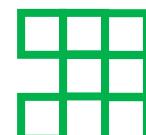
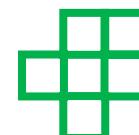
Bagian ini dimulai dengan definisi dari penduduk yang berpotensi untuk menjadi wirausaha dan bagaimana indikator Perceived Opportunities, Perceived Capabilities dan Role Model untuk penduduk Indonesia.

Bagian II: Intensi Kewirausahaan

Bagian ini dimulai dengan intensi atau keinginan dari para pengusaha berdasarkan berbagai karakteristiknya, seperti usia, gender, tingkat pendidikan, pendapatan dan keadaan sosial ekonomi serta domisili dimana mereka tinggal.

Bagian III: Pengusaha Aktif

Bagian ini menggali karakteristik dari pengusaha aktif, yang terdiri dari pengusaha nascent, pemilik usaha baru dan pengusaha mapan.

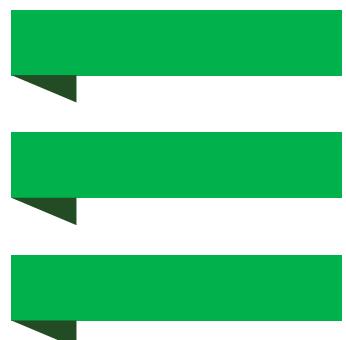


BAGIAN 1



Penduduk yang Berpotensi Menjadi Wirausaha

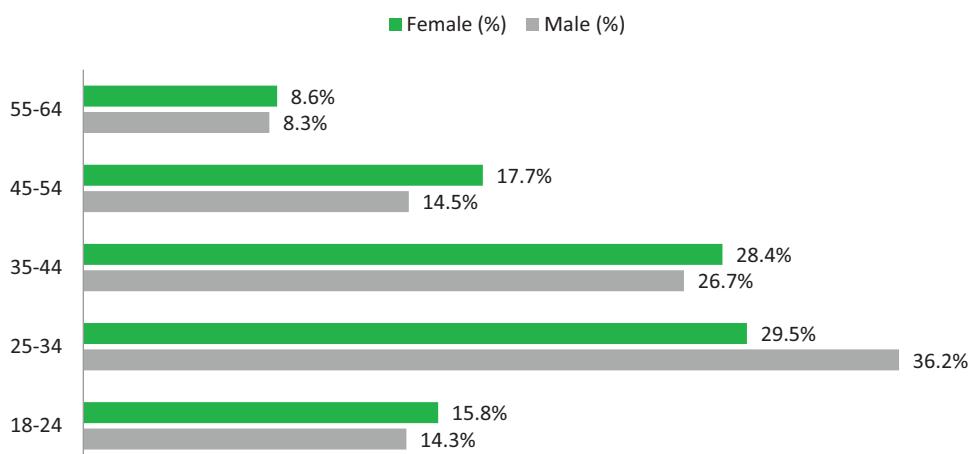
Untuk memahami faktor-faktor yang mendukung intensi penduduk dewasa Indonesia untuk memulai usaha, tiga indikator dijelaskan secara mendekil, yaitu: perceived opportunities, perceived capabilities, dan role model.



Perceived Opportunities

Perceived Opportunities, atau persepsi mengenai kesempatan wirausaha, mengukur persentase dari orang dewasa antara usia 18 sampai 64 tahun yang melihat kesempatan bagus untuk memulai usaha di tempat mereka tinggal. Seperti telah ditunjukkan sebelumnya, perceived opportunities pada orang dewasa di Indonesia cukup tinggi (47%). Proporsi yang cenderung sama ditemukan baik untuk pria (51% dari proporsi) maupun wanita (49% dari proporsi).

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.



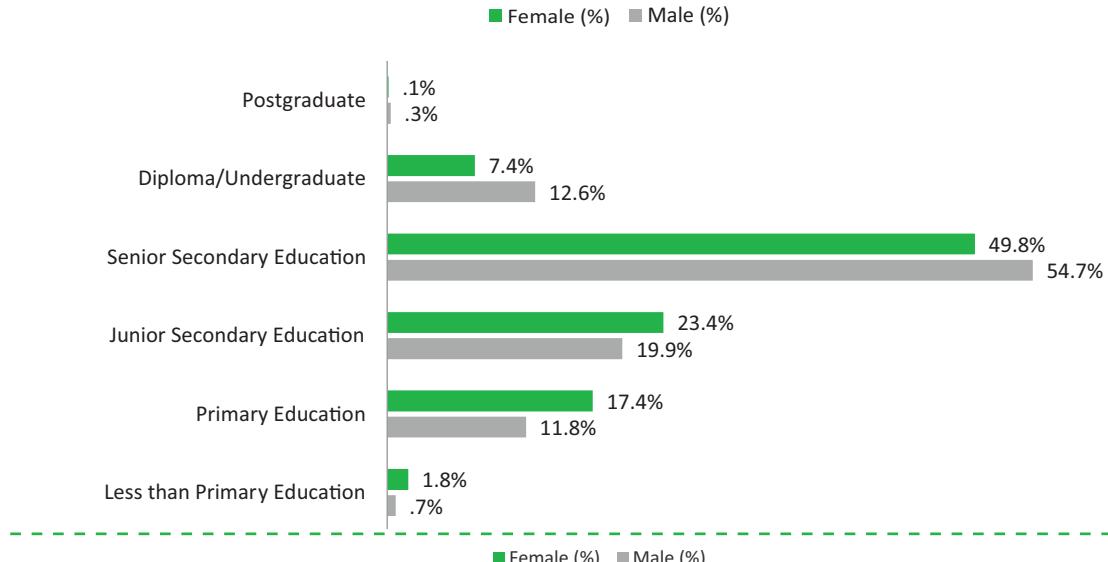
Gambar 2.1: Komposisi perceived opportunity untuk kelompok usia yang berbeda

Satu-satunya kasus dimana pria memiliki perceived opportunities lebih tinggi dari wanita adalah pada kelompok usia 25 – 34 tahun. Salah satu alasan yang membedakan mungkin karena ketika pria mencapai usia 25 - 34 tahun, mereka telah lulus dari universitas dan merasa perlu untuk mencari atau menciptakan lapangan kerja yang dapat mendukung mereka untuk memperoleh masa depan yang cerah, khususnya ketika mereka akan menikah.

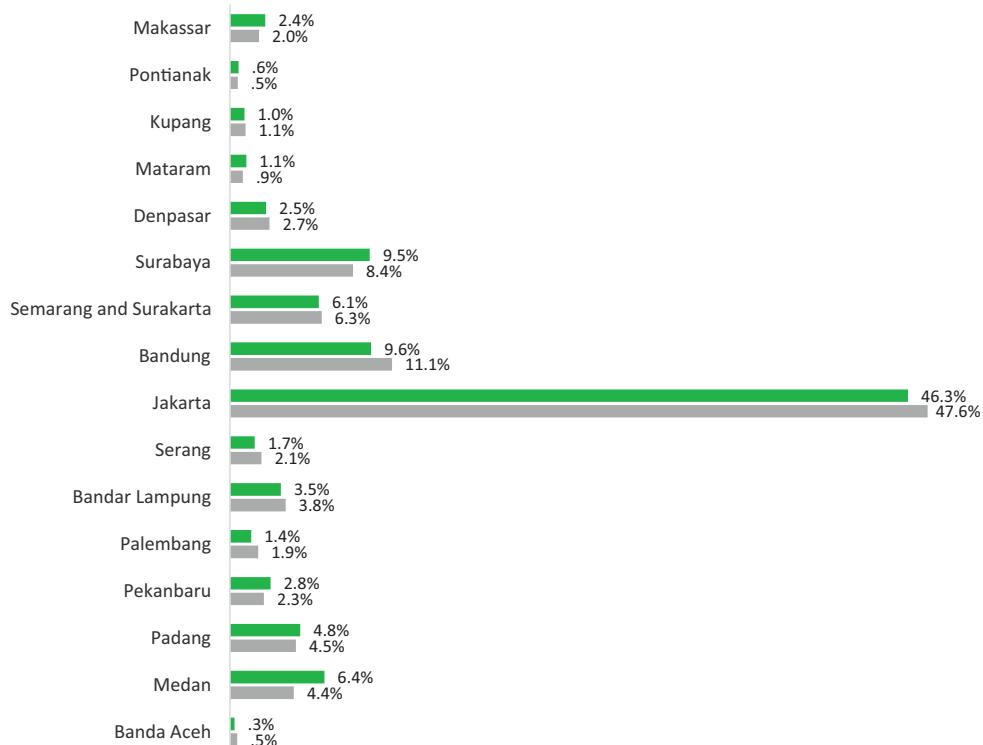
Setelah berusia 35 tahun, terdapat kecenderungan pada budaya Indonesia bahwa berganti-ganti pekerjaan atau membuka usaha baru menjadi sedikit lebih beresiko karena mereka harus menjaga stabilitas pendapatan bagi keluarganya. Hal ini menyebabkan pria mungkin di berusia 35 tahun ke atas tidak cenderung tidak melihat atau cenderung berkurang dalam melihat adanya kesempatan membuka usaha. Sementara itu, wanita yang telah menikah di Indonesia dan berusia 35 tahun ke atas biasanya ingin mendukung kondisi ekonomi keluarga dengan mencoba mencari atau membuka usaha.

Pernyataan “Semakin tinggi tingkat pendidikan, semakin tinggi perceived opportunities untuk orang dewasa Indonesia” hanya berlaku sampai mereka yang mengenyam pendidikan di sekolah

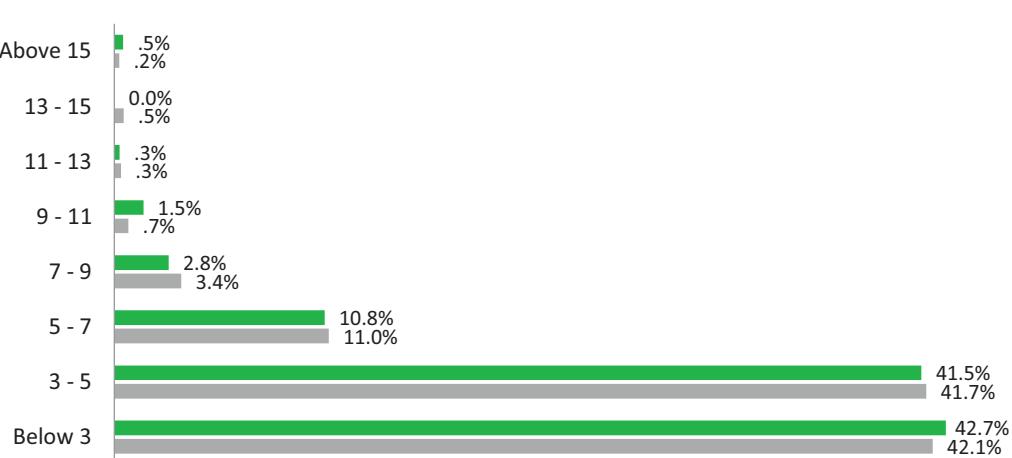
Gambar 2.2:
Komposisi
perceived
opportunity
untuk tingkat
pendidikan
yang berbe-
da



Gambar 2.3:
Komposisi
perceived
opportunity
berdasarkan
domisili



Gambar 2.4:
Komposisi
perceived
opportunity
berdasarkan
pendapatan



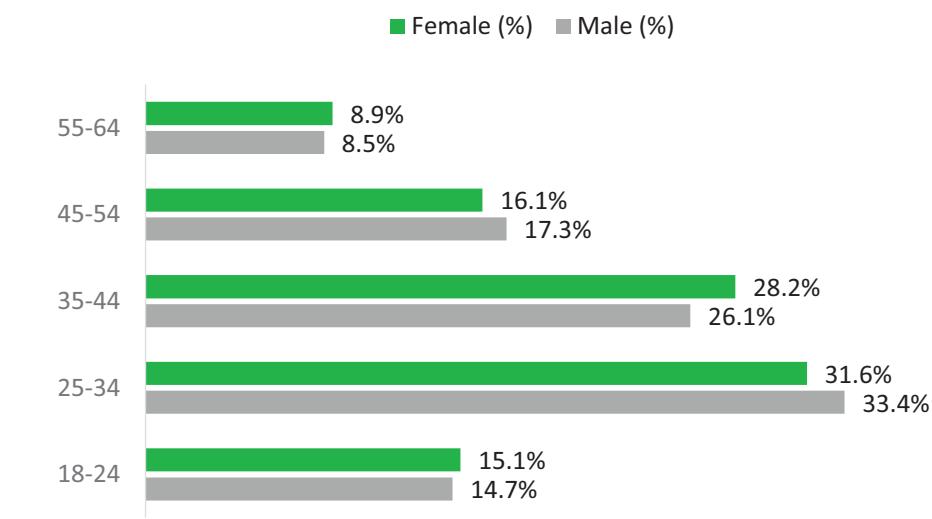
menengah. Orang dewasa yang berpendidikan sekolah menengah atas memiliki perceived opportunities paling tinggi di antara orang dewasa Indonesia. Ketika mereka menjalani pendidikan di universitas untuk pendidikan yang lebih tinggi, perceived opportunities mereka cenderung menurun (Lihat Gambar 2.2).

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 2.3).

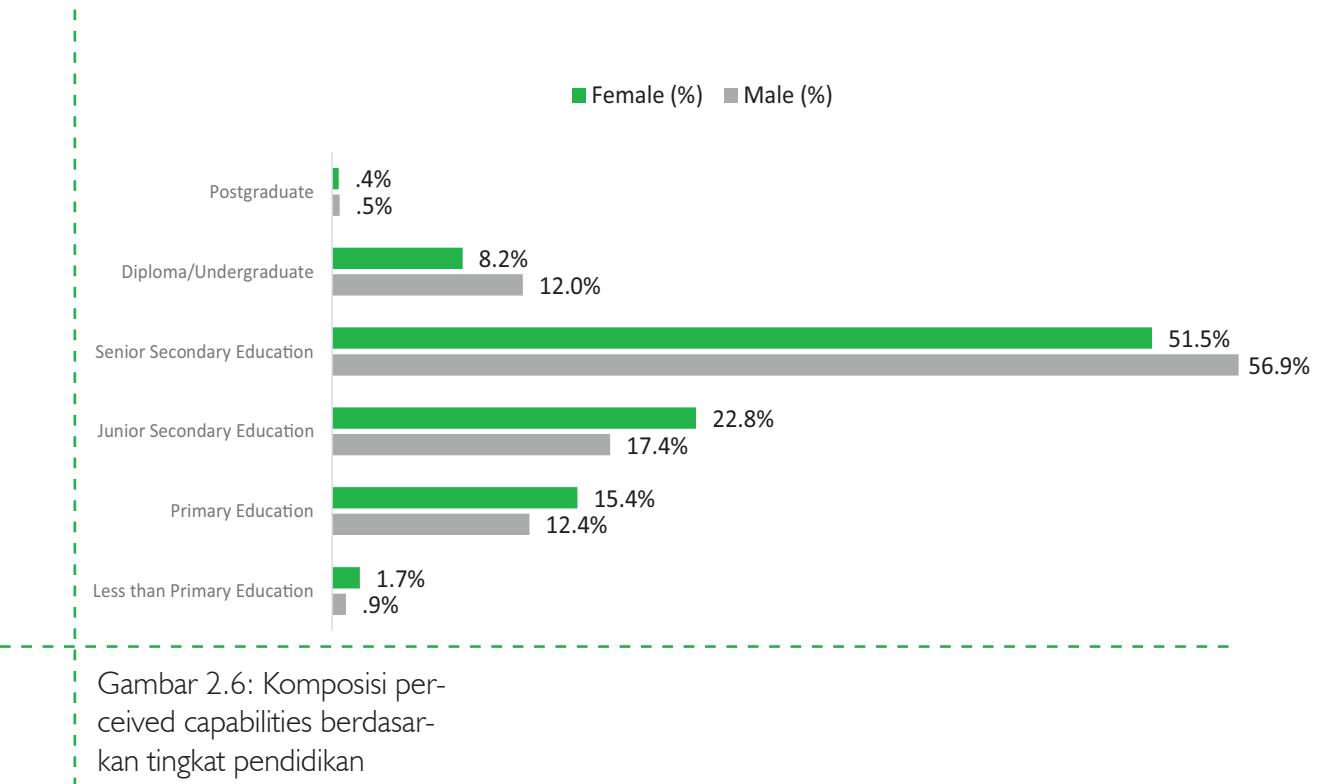
Berdasarkan tingkat pendapatan dan berdasarkan jenis kelamin, tidak ada perbedaan jenis kelamin pada perceived opportunities antara tingkat pendapatan. Terdapat 83,8% pria dan 84,2% wanita dengan pendapatan per bulan dibawah 5 juta rupiah yang mempertimbangkan adanya kesempatan yang baik untuk memulai 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 2.4).

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.



Gambar 2.5:
Komposisi
perceived
capabilities
berdasarkan
usia

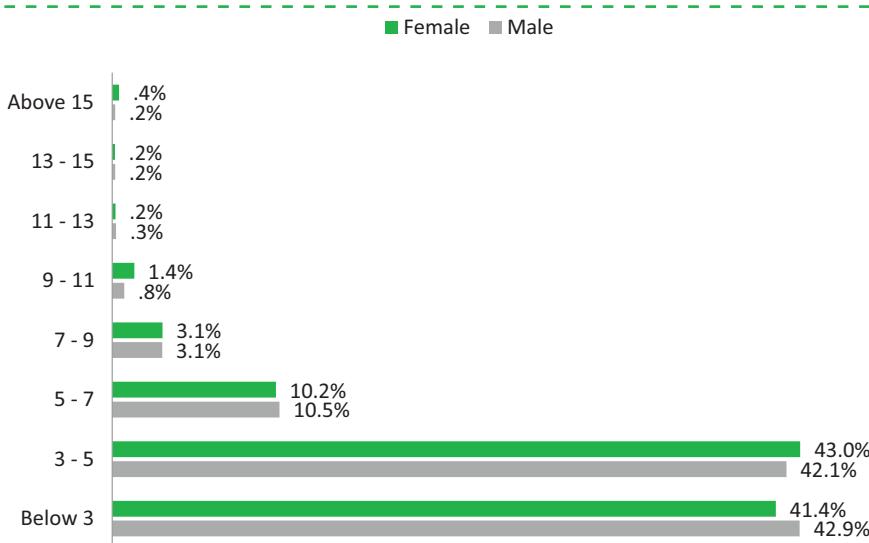


Gambar 2.6: Komposisi perceived capabilities berdasarkan tingkat pendidikan

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 2.6).

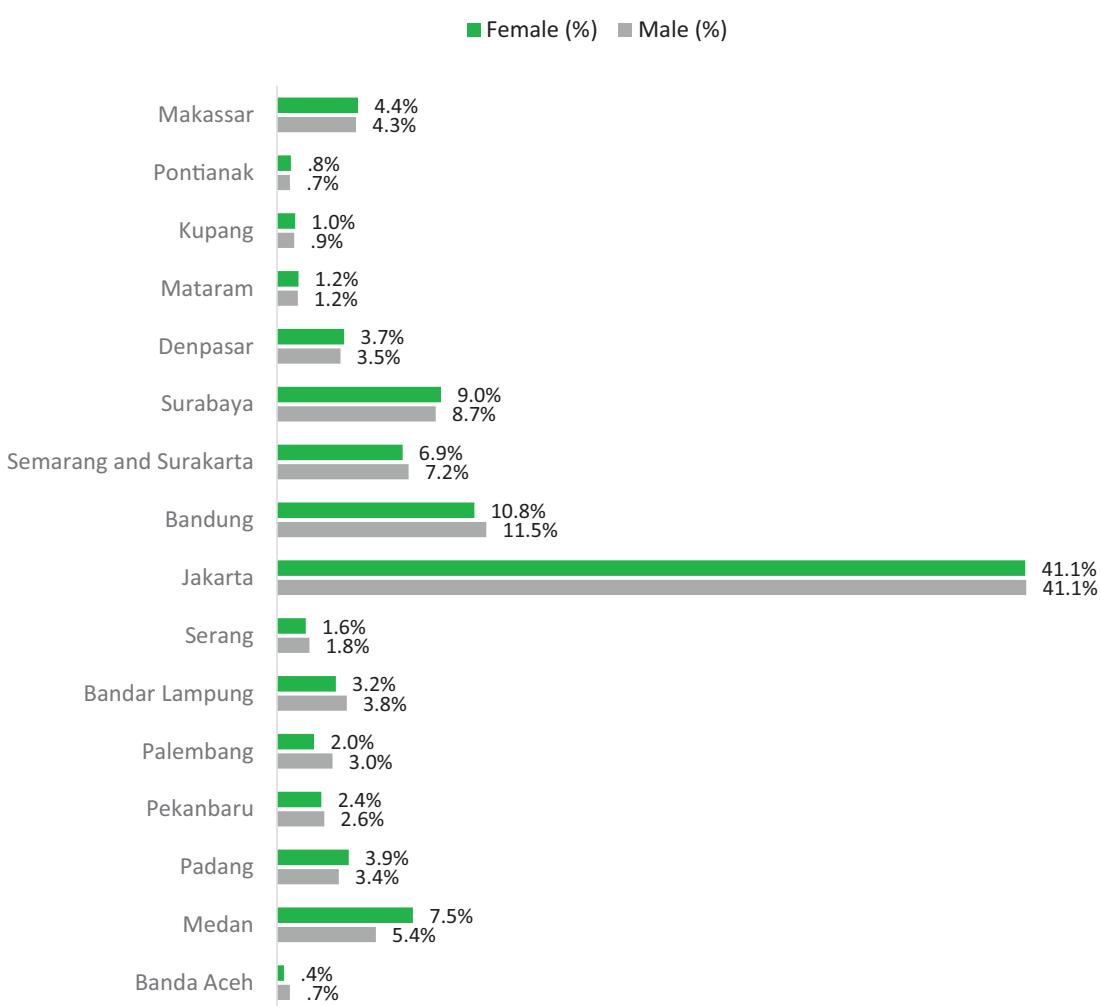
Perceived Capabilities mengindikasikan persentase dari populasi 18 dan keatas, yang percaya mereka memiliki kemampuan dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk memulai sebuah usaha. Ber-

dasarkan 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 2.7).



Gambar 2.7:
Komposisi perceived capabilities berdasarkan tingkat pendapatan bulanan (dalam juta rupiah)

"Pada saat memulai usaha, pengetahuan saya mengenai jenis bahan, harga, dan aplikasi material kertas dan kulit masih sangat terbatas. Keterbatasan tersebut saya tutupi dengan pengetahuan mengenai pengaturan proses produksi dan sumber daya manusia yang cukup baik. Setelah hampir 1 tahun mengeluti usaha ini, pengetahuan saya mulai bertambah dan dapat mengaplikasikan lebih banyak bahan dalam pembuatan produk De Clover Art" (Mario, pengusaha muda De Clover Art dan mahasiswa)



Gambar 2.8: Komposisi perceived capabilities berdasarkan domisili

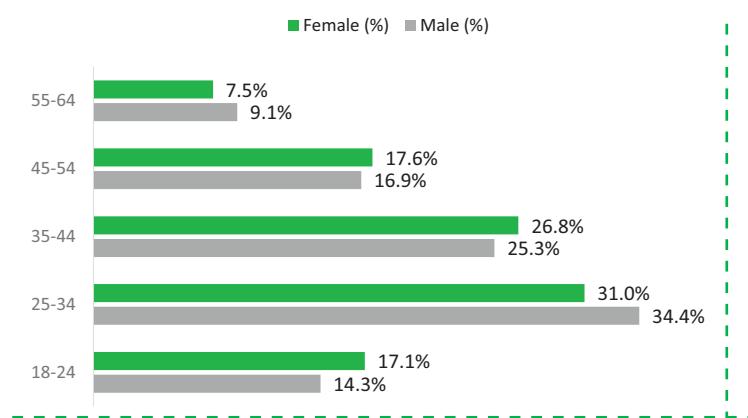
Selaras dengan Perceived Opportunities, Jakarta memperoleh Perceived Capabilities lebih tinggi dalam orang-orang yang percaya memiliki kemampuan, pengetahuan dan pengalaman untuk memulai usaha baru (41,1%), juga diikuti oleh Bandung, Surabaya, Semarang dan Surakarta. Persentase Perceived Capabilities 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 menunjukan baik pria maupun wanita percaya bahwa mereka memiliki syarat kemampuan untuk ikut dalam kegiatan kewirausahaan.

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.

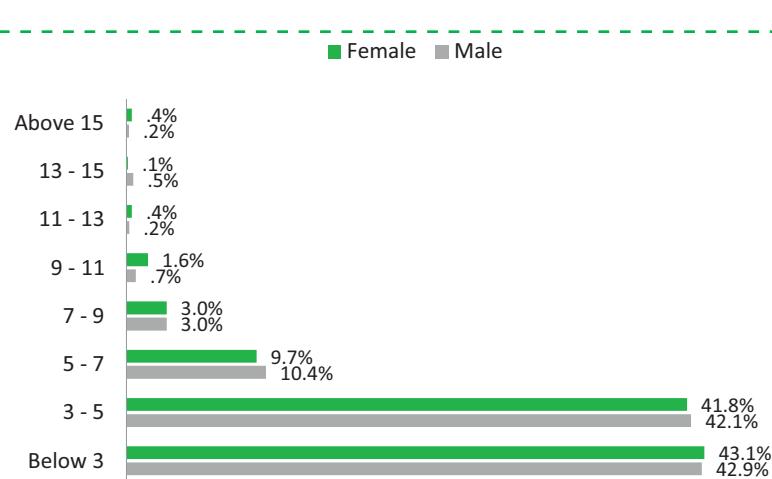
Seperti ditunjukkan pada Gambar

2.9, 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.



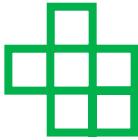
Gambar 2.9:
Persepsi tentang
role model ber-
dasarkan usia

Berdasarkan 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 2.10).



Gambar 2.10:
Persepsi tentang
role model ber-
dasarkan tingkat
pendapatan

"suami saya sudah lebih dulu jadi wirausaha, dulu suami bilang "udah kamu jualan aja", saya jawab : "ah, nggalah, saya bisanya beli bukan jualan"...tapi suami tidak putus asa, terus mendorong untuk saya coba dulu, akhirnya sekarang saya merasa sangat menyenangkan melakukan usaha ini, bahkan lebih menyenangkan ketimbang harus berdiri di depan mahasiswa" (Ibu Leny Puspadevi, an entrepreneur of Rumah Lentik and a lecturer)



BAGIAN

2



Intensi Kewirausahaan

Intensi kewirausahaan (Entrepreneurial Intentions) didefinisikan sebagai persentase dari individu yang berharap untuk memulai usaha dalam waktu kurang dari tiga tahun ke depan (mereka yang saat ini telah aktif berwirausaha tidak termasuk dalam pengukuran ini). Indonesia memiliki intensi yang tinggi dalam melakukan kegiatan kewirausahaan. Berdasarkan survei, persentase dari 18 – 64 individu (yang belum pernah terlibat dalam tingkat kegiatan kewirausahaan apapun) dan yang tertarik untuk memulai usaha baru dalam tiga tahun ke depan adalah 35%. Nilai ini lebih tinggi dari Malaysia (12%) dan Thailand (18.5%), yang merupakan negara tetangga dalam kategori fase pembangunan yang sama (efficiency-driven). Diantara negara di Asia Tenggara yang termasuk dalam penelitian GEM, penduduk Indonesia memiliki intensi untuk memulai sebuah usaha kedua tertinggi setelah Filipina (Lihat Tabel 2.1).



Tahap pembangunan ekonomi		Entrepreneurial intentions
Singapore	Innovation-driven	15.1
Malaysia	Efficiency-driven (in transition to innovation-driven)	11.8
Indonesia	Efficiency-driven	35.1
Thailand	Efficiency-driven	18.5
Philippines	Factor-driven	44.1
Vietnam	Factor-driven	24.1

Tabel 2.1: Intensi kewirausahaan (entrepreneurial intention) negara Asia Tenggara

Penentu dari Entrepreneurial Intentions

Persepsi kewirausahaan juga diukur berdasarkan persepsi individu tentang High Status Successful Entrepreneurship. Persepsi ini mengukur persentase penduduk yang setuju dengan pernyataan bahwa di negara mereka pengusaha yang sukses menerima status yang tinggi. Juga, Media Attention for Entrepreneurship diukur dengan melihat persentase individu yang setuju dengan pernyataan bahwa di negara mereka, mereka sering mendapatkan berita atau cerita di media mengenai kesuksesan para pengusaha.

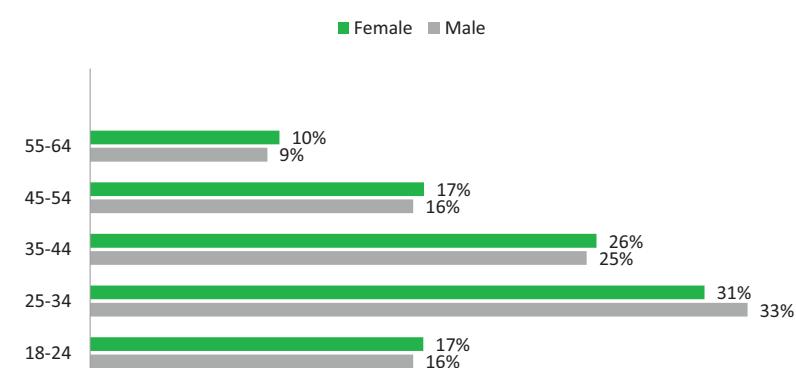
Kedua nilai tersebut cukup tinggi, di mana High Status Successful Entrepreneurship sebesar 80% (lebih tinggi daripada rata-rata nilai dari negara yang dikategorikan dalam efficiency-driven yang sebesar 64%) dan Media Attention for Entrepreneurship sebesar 75% (rata-rata nilai dari negara yang dikategorikan dalam efficiency-driven adalah 61,4%).

High Status Successful Entrepreneurship

Gender bukanlah faktor pembeda bagi persepsi untuk pria dan 31% untuk wanita).

individu tentang High Status Successful Entrepreneurship. Namun, usia, pendidikan, tempat tinggal, dan pendapatan per bulan berbeda berdasarkan masing-masing kategorinya. Seperti dapat dilihat pada Gambar 2.11, untuk klasifikasi usia, individu pada usia 25 – 44 memiliki persepsi positif bahwa pengusaha yang sukses menerima status yang tinggi dengan persentase tertinggi untuk orang dewasa usia 25 – 34 (33%

Walaupun tidak ada perbedaan signifikan antara pria dan wanita, wanita dengan tingkat pendidikan lebih rendah memiliki persepsi yang lebih tinggi bahwa pengusaha yang sukses akan menerima status tinggi. Untuk mereka yang menyelesaikan sekolah menengah lanjut atau menjadi sarjana, pria memiliki persepsi lebih tinggi mengenai hal tersebut daripada wanita Lihat Tabel 2.2).

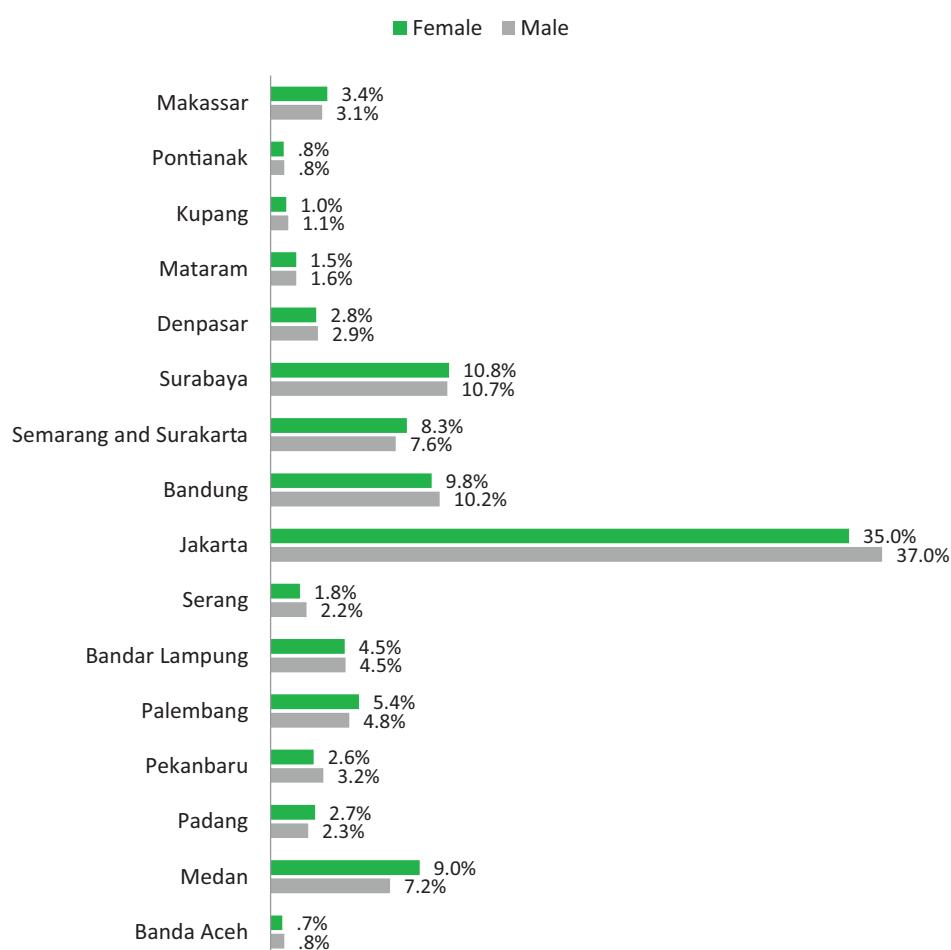


Gambar 2.11: High status of successful entrepreneurship untuk kategori usia

Tingkat Pendidikan	Pria	Wanita
Tidak Tamat Pendidikan Dasar	1%	2%
Pendidikan Dasar	12%	15%
Pendidikan Menengah Awal	19%	23%
Pendidikan Menengah Lanjutan	56%	52%
Diploma	11%	8%
Pascasarjana	0%	0%

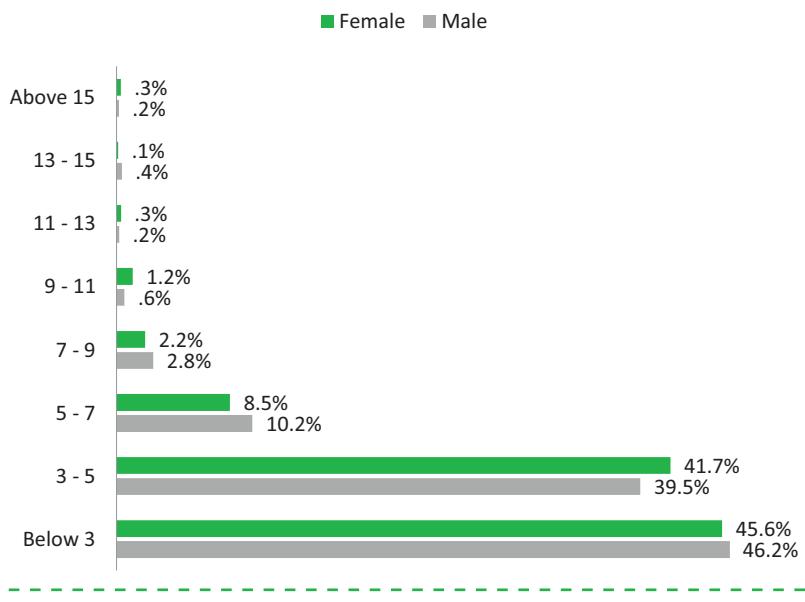
Tabel 2.2: High status of successful entrepreneurship berdasarkan tingkat pendidikan

"Wirausaha mengalami 'procedural utility', dimana proses menjadi seorang wirausaha memberikan kesenangan yang melebihi dari sekedar kesuksesan finansial semata" (Amoros & Bosma, 2014)



Gambar 2.12: High status of successful entrepreneurship berdasarkan kota tinggal

Entrepreneurship, dibandingkan dengan mereka yang tinggal di luar Pulau Jawa. Seperti dapat dilihat pada Gambar 2.12, untuk luar Jawa, mereka yang tinggal di Medan dan sekitarnya memiliki presepsi tertinggi tentang High Status Successful Entrepreneurship dengan persentase wanita lebih tinggi dibanding pria. Hal yang cukup menarik adalah hasil survei yang menunjukkan bahwa orang dengan pendapatan per bulan dibawah 5 juta rupiah memiliki presepsi tertinggi pada High Status Successful Entrepreneurship. Semakin tinggi tingkat pendapatan, semakin rendah mereka melihat ide bahwa pengusaha sukses akan memperoleh status yang tinggi (Lihat Gambar 2.13).



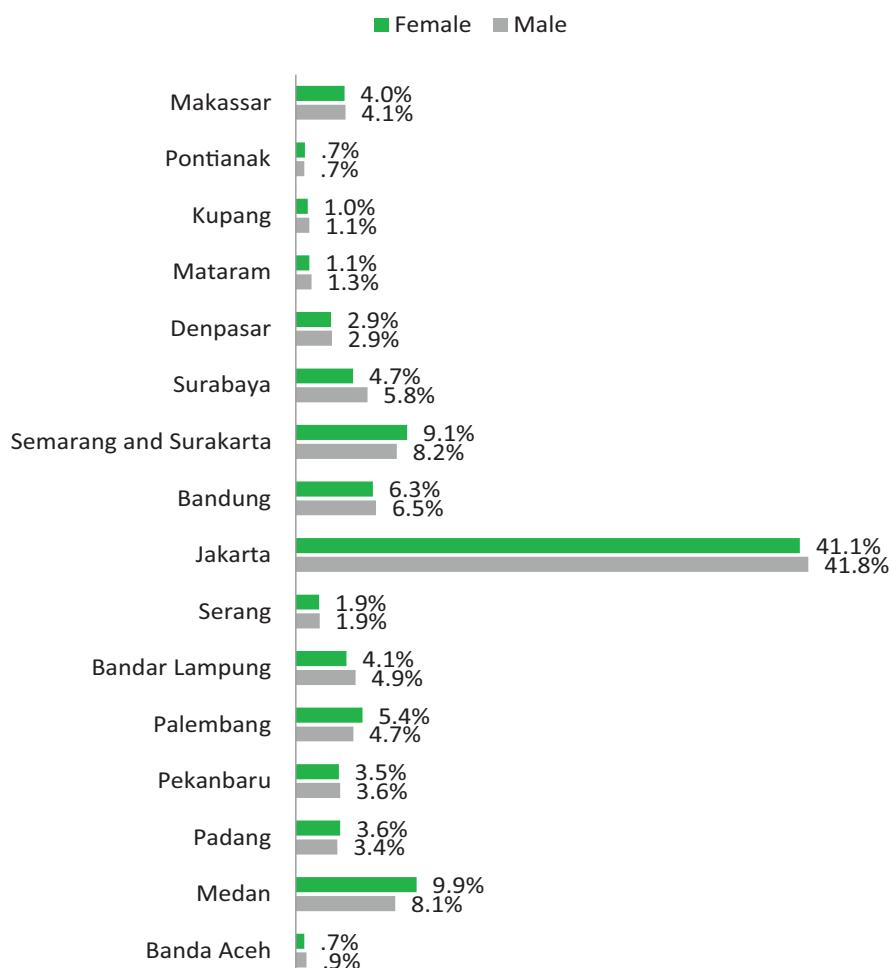
Gambar 2.13: High status of successful entrepreneurship berdasarkan tingkat pendapatan

Public Media Attention mengenai Kisah Sukses Wirausaha

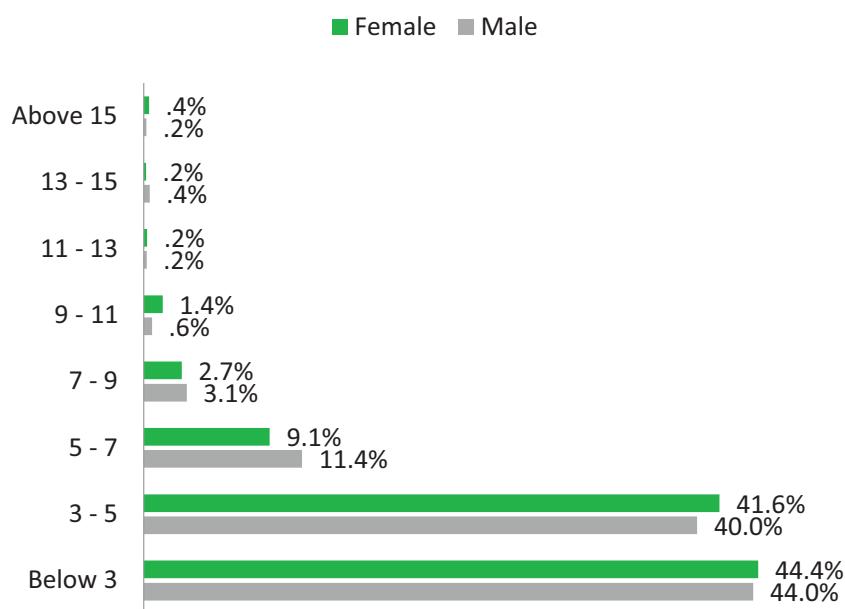
Proporsi penduduk Indonesia yang melihat bahwa mereka sering melihat kisah sukses para wirausaha di media di Indonesia sangatlah tinggi. Juga, tidak ada perbedaan presepsi antara pria dan wanita dewasa di Indonesia. Tren yang mirip pada High Status Successful Entrepreneurship berlaku untuk liputan media ini (Public Media Attention), walaupun, secara keseluruhan, presepsi mengenai niat media untuk melaporkan cerita usaha yang sukses lebih tinggi ketimbang presepsi tentang High Status Successful Entrepreneurship.

Tren yang berbeda hanya berlaku pada tempat tinggal. Walaupun orang di Jakarta memiliki presepsi terbesar pada niat media untuk melaporkan cerita usaha yang sukses (41.8% for males and 41.1% for wanita), presepsi terbesar kedua justru bukan dari area lain di Jawa, tetapi di Medan dan sekitarnya. Seperti ditunjukkan pada Gambar 2.14, hampir

sepuluh persen wanita di Medan (9.9%) dan 8.1% pria di Medan memperhatikan adanya liputan media mengenai kisah sukses berwirausaha. Persentase perhatian pada media di Jawa Tengah (Semarang and Surakarta) hamplr sama tinggi dengan di Medan, tetapi hal ini tidak terjadi dengan orang yang tinggal di Bandung dan Surabaya dan sekitarnya.



Gambar 2.14: Public Media Attention berdasarkan kota tinggal

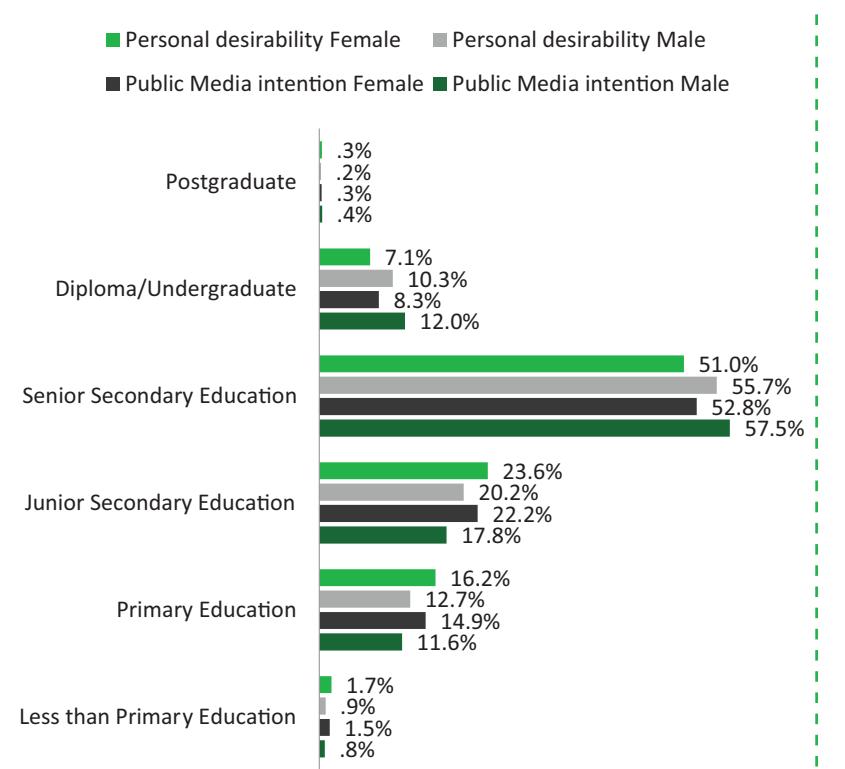


Gambar 2.15: Public Media Attention berdasarkan tingkat pendapatan

Personal Desirability

Personal Desirability atau keinginan pribadi dalam kegiatan kewirausahaan diukur melalui penentuan persentase dari penduduk berusia 18-64 tahun yang mempertimbangkan untuk membuka usaha baru sebagai pilihan karir yang diinginkan. Jenis kelamin untuk konteks Indonesia bukanlah faktor yang mempengaruhi dalam hal ini, namun, pendapatan yang mempengaruhi hal tersebut. Berdasarkan survei dan seperti ditunjukkan pada Gambar 2.15, mereka yang memiliki pendapatan di bawah Rp 5 juta sebulan tampaknya memiliki persepsi yang lebih positif terhadap kegiatan kewirausahaan daripada orang-orang yang memiliki pendapatan di atas 5 juta.

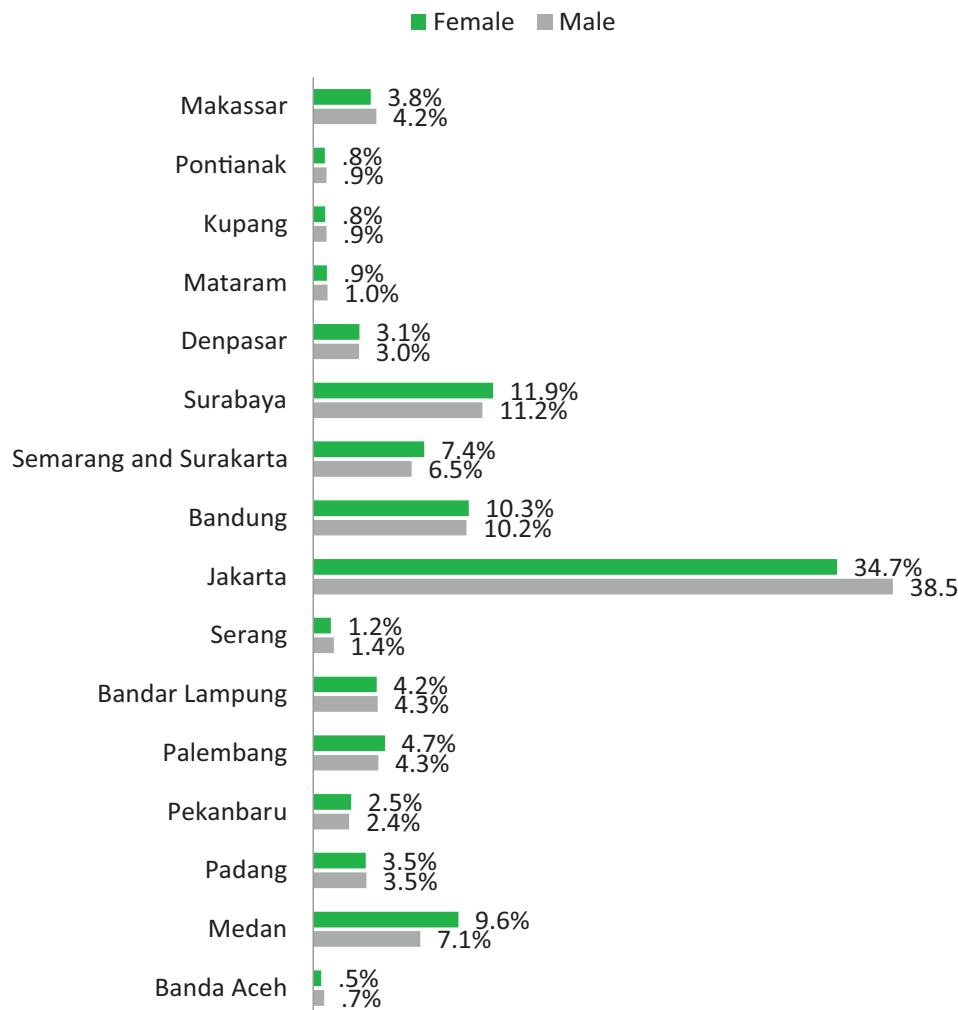
Untuk tingkat pendidikan yang berbeda, kecenderungan keinginan pribadi untuk berwirausaha menunjukkan kecenderungan yang sama dengan perhatian akan liputan media mengenai kewirausahaan. Perbedaan hanya ditemui pada mereka yang telah menyelesaikan Sekolah Menengah Atas dan Perguruan Tinggi. Pada tingkat pendidikan tersebut, meskipun mereka sering melihat kisah sukses usaha di media publik, keinginan mereka cenderung lebih rendah dalam memilih usaha sebagai pilihan karir mereka (Lihat Gambar 2.16).



Gambar 2.16: Public Media Attention dan Personal Desirability berdasarkan tingkat pendidikan

Di sisi lain, untuk orang-orang yang memiliki tingkat pendidikan yang lebih rendah (SMP atau lebih rendah), mereka merasa kewirausahaan merupakan sebagai pilihan karir yang diinginkan dibandingkan dengan ketertarikan terhadap media publik.

Berdasarkan daerah tempat tinggal, orang-orang yang tinggal di wilayah Jakarta dan sekitarnya masih memiliki anggapan yang tertinggi bahwa kewirausahaan adalah pilihan karir yang diinginkan (34.7% untuk wanita dan 38,5% untuk pria). Sedangkan, orang dewasa di Surabaya memiliki anggapan kedua tertinggi setelah Jakarta terhadap kegiatan kewirausahaan dari keinginan pribadi meskipun anggapan akan ketertarikan media publik lebih rendah (11,9% untuk wanita dan pria dan 11,2%) (Lihat Gambar 2.17). Untuk daerah lain hidup, kecenderungan untuk inidicator ini (Personal Desirability) ini mirip seperti kecenderungan pada High Status Successful Entrepreneurship.



Gambar 2.17:
Personal Desirability berdasarkan kota tinggal

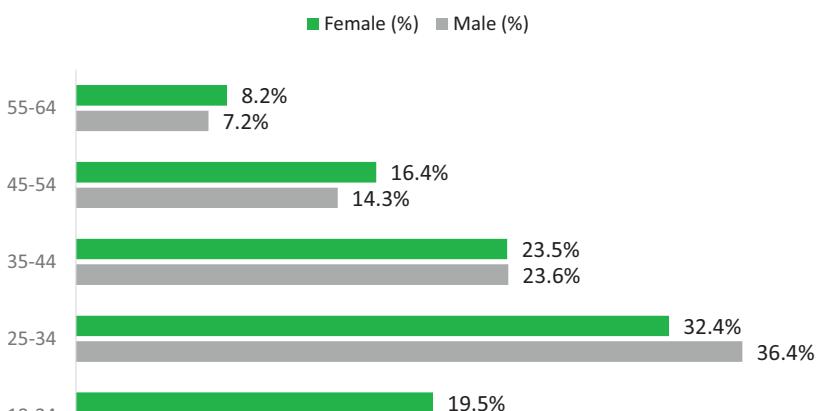
Fear of Failure

Fear of Failure mengindikasikan bahwa Fear of Failure akan menghambat keinginan mereka untuk mendirikan sebuah usaha. Fear of Failure diukur untuk orang dewasa berusia antara 18 dan 64 tahun yang memiliki Perceived Opportunities positif. Di antara negara-negara Asia Tenggara, Fear of Failure untuk orang dewasa di Indonesia relatif lebih rendah, dan merupakan nilai terendah kedua setelah Malaysia. Hal ini menunjukkan bahwa orang dewasa Indonesia relatif cukup berani untuk mengambil risiko dalam kewirausahaan (Lihat Tabel 2.3).

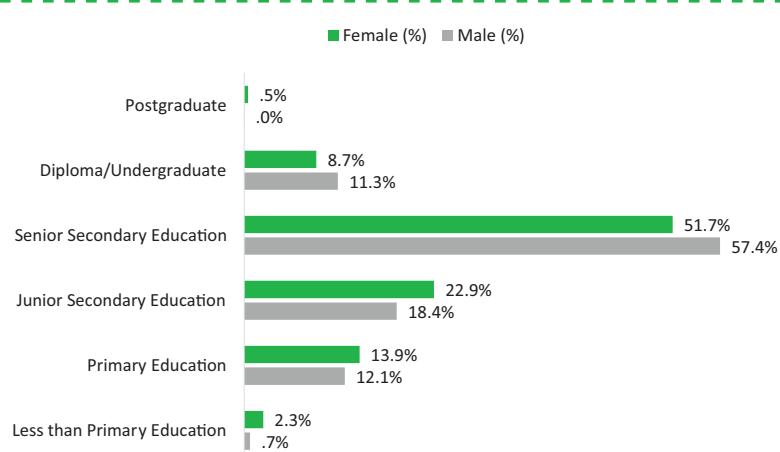
Di Indonesia, tren karena Fear of Failure ini mirip dengan tren Perceived Opportunities (Lihat bagian 1). Ketika seseorang memiliki anggapan yang lebih tinggi akan kesempatan terhadap kewirausahaan, fear of failure ini juga lebih tinggi. Hal ini sejalan dengan pernyataan “high risk, high return”.

Country	Stage of economic development	Fear of Failure Rate
Singapore	Innovation-driven	40
Malaysia	Efficiency-driven (in transition to innovation-driven)	33
Indonesia	Efficiency-driven	35
Thailand	Efficiency-driven	49
Philippines	Factor-driven	36
Vietnam	Factor-driven	57

Tabel 2.3: Fear of Failure untuk Negara ASEAN



Gambar 2.18: Fear of Failure berdasarkan kategori usia



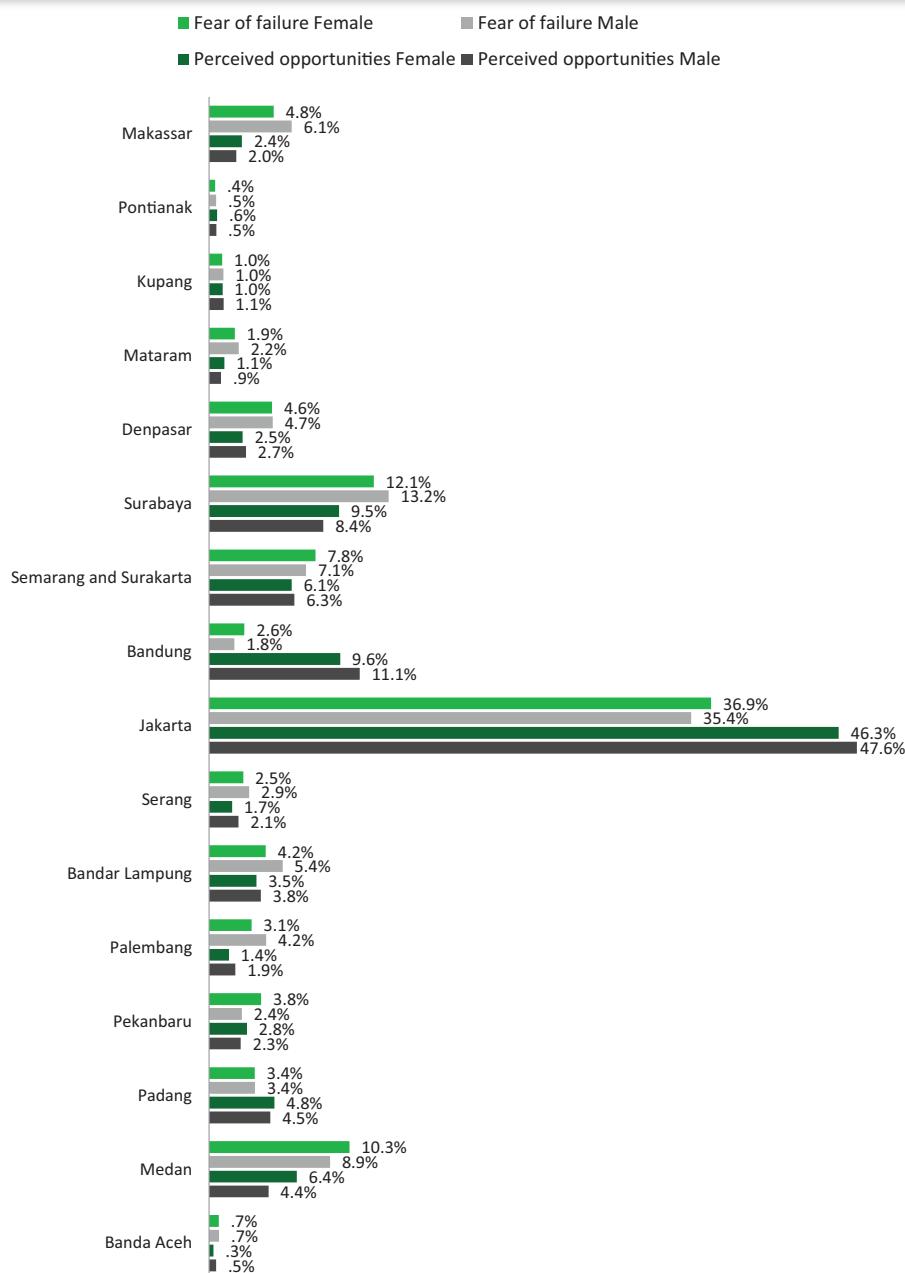
Gambar 2.19: Fear of Failure berdasarkan tingkat pendidikan

Tidak ada apapun perbedaan yang signifikan dalam Fear of Failure antara pria dan wanita di Indonesia. Meskipun tidak signifikan, pria relatif memiliki Fear of Failure yang lebih rendah daripada wanita. Satu-satunya kasus di mana pria memiliki Fear of Failure yang lebih tinggi daripada wanita adalah ketika mereka berusia 25-34 tahun (Lihat Gambar 2.18).

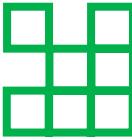
Fear of failure tertinggi ditemukan pada orang dewasa yang sudah menyelesaikan Sekolah Menengah Atas. Hal ini konsisten dengan Perceived Opportunities sebagai bagian tertinggi dengan Perceived Opportunities juga untuk kategori tingkat persamaan tersebut. Ada beberapa anggapan yang berbeda dari Fear of Failure antara pria dan wanita apabila dilihat dari tingkat pendidikan. Seperti dapat dilihat pada Gambar 2.19 dan sesuai dengan kecenderungan pada Perceived Opportunities, pria cenderung untuk memiliki Fear of Failure yang lebih rendah daripada wanita ketika mereka memiliki tingkat pendidikan yang rendah (Sekolah Menengah Pertama atau lebih rendah). Wanita memiliki Fear of Failure yang lebih rendah ketika mereka memiliki pendidikan yang lebih tinggi (mulai dari Sekolah Menengah Atas atau diatasnya).

Berdasarkan daerah tempat tinggal, orang dewasa yang tinggal di Jakarta melihat kesempatan yang lebih tinggi (Perceived Opportunities) daripada orang dewasa yang tinggal di daerah lain, dan juga memiliki Fear of Failure yang tinggi. Namun, mereka memiliki Fear of Failure yang lebih rendah dibandingkan dengan anggapan terhadap peluang. Menariknya, tren yang sama berlaku untuk Bandung dan sekitarnya. Di Bandung, Fear of Failure bahkan jauh lebih rendah daripada Perceived Opportunities. Sebaliknya, orang dewasa di Makassar, Denpasar, Surabaya dan Medan memiliki Fear of Failure lebih tinggi dibandingkan dengan Perceived Opportunities. Untuk daerah lain, orang-orang cenderung memiliki tingkat yang sama antara Perceived Opportunities dan Fear of Failure (Lihat Gambar 2.20).

“Usaha ini punya peluang bagus, jadi dikerjakan saja. Sekaligus untuk memanfaatkan lahan Tahura Djuanda” (pengusaha kecil untuk pesemaian bibit di Tahura Djuanda, Bandung)



Gambar 2.20:
Fear of Failure
dan Perceived
Opportunities
berdasarkan
kota tinggal

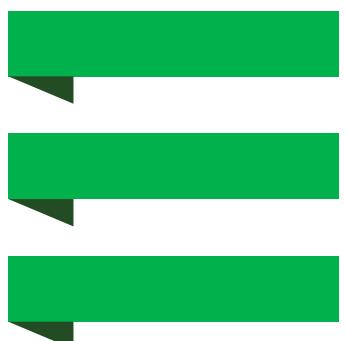


BAGIAN 3



Aktivitas Kewirausahaan di INDONESIA

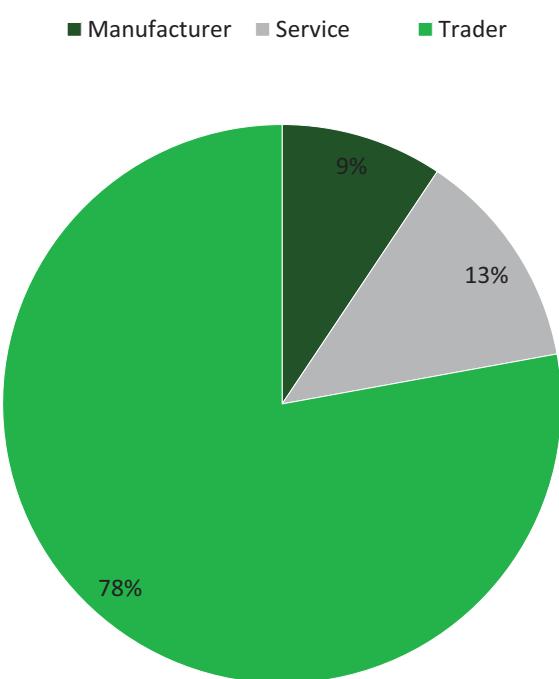
Dilihat dari lamanya usaha, aktivitas kewirausahaan dapat dibagi dalam berbagai kategori, seperti kewirausahaan nascent hingga kewirausahaan mapan jika dikategorikan berdasarkan lama usaha. Selain itu, jika dilihat dari usia memulai usaha, wirausaha dapat dikategorikan sebagai wirausaha muda hingga pengusaha usia lanjut; dan jika dilihat dari ukuran usaha, wirausaha dapat dikategorikan sebagai usaha mikro, usaha kecil dan besar.



Berbagai aktivitas kewirausahaan di Indonesia juga berlaku untuk jenis usaha yang sedang berjalan. Penelitian ini mengategorikan usaha ke dalam tiga kategori utama: produsen (produksi), penyedia jasa dan pedagang. Melihat hasil pada tahun 2013 untuk pemilik usaha baru dan pemilik usaha yang sudah mapan, jenis usaha yang paling umum dilakukan di Indonesia adalah pedagang (78%), penyedia layanan (13%) dan baru yang terakhir adalah produsen (9%). Pedagang makanan dan bahan makanan merupakan usaha yang paling umum di Indonesia. Pedagang grosir seperti pemilik toko (atau yang disebut warung), pemilik toko di kedua jenis pasar baik itu pasar tradisional atau pasar modern, atau toko mandiri. Kategori yang sejenis yaitu untuk pedagang makanan.

Untuk pemilik usaha yang berfokus pada produksi, proporsi petani dan peternak unggas adalah yang paling tinggi diikuti dengan penjahit dan pengrajin aksesoris.

Gambar 2.21: Tipe usaha di Indonesia



Untuk penyedia layanan, terdapat banyak layanan yang berbeda yang ditawarkan oleh pemilik usaha. Layanan kecantikan, kesehatan dan kesejahteraan merupakan tipe usaha yang umum dalam kategori ini. Ada banyak pengusaha melakukan berbagai jenis layanan (dikategorikan sebagai lain-lain), seperti menyediakan layanan jasa pengurusan ijin, jasa penerjemah, jasa pembayaran, dan pemilik rumah kos.

Tabel berikut menunjukkan berbagai usaha yang dimiliki oleh pemilik usaha baru dan pemilik usaha yang sudah mapan.





Manufacturer	Agricultural and Husbandry Products	90
	Fashion	58
	Other	1
	TOTAL	149
Service	Automotive	54
	Beauty, Health and Wellbeing	36
	Education	1
	Electrical and Mechanical supplies	9
	Entertainment	9
	Financial	2
	Interior and Exterior Furniture	3
	Internet	15
	Logistics	7
	Office Supplies (photocopy, printing and typing)	17
	Other	41
	Rental (Car or Boat)	9
	TOTAL	203
Trader	Agricultural and Marine Products	6
	Automotive	28
	Beauty, Health and Wellbeing	10
	Construction	15
	Electrical Equipment and Accessories	99
	Entertainment (CD, DVD, Games)	8
	Fashion	91
	Food - Raw (eggs, fish, fruit, spices, vegetable)	51
	Food (Food and drink)	462
	Furniture and accessories	0
	Groceries	421
	Mining and Petroleum	1
	Office Supplies	3
	Other (Plastics)	37
	Telecommunication	6
	TOTAL	1238

Tabel 2.4: Jenis usaha di Indonesia

Bagian I: Early-stage Entrepreneurial Activity (TEA)

Tingkat keterlibatan dalam tahap awal kewirausahaan kegiatan (the Early-stage Entrepreneurial Activity atau TEA) diukur dengan menggabungkan persentase rata-rata pengusaha nascent dan para pemilik usaha baru.

Seperti yang sudah disebutkan sebelumnya, pengusaha nascent adalah orang-orang antara usia 18 dan 64 tahun, yang telah berperan dalam penciptaan usaha baru pada tahun 2013. Pengusaha nascent adalah mereka telah mengambil bagian dari usaha yang mereka mulai (sebagai pemilik dan pengelola) dan belum membayar upah atau gaji apapun selama lebih dari tiga bulan. Selain itu, pemilik usaha baru adalah individu yang aktif sebagai pemilik sekaligus manajer usaha baru yang telah membayar upah atau gaji untuk lebih dari tiga bulan, tetapi kurang dari 42 bulan.

Pertanyaan-pertanyaan yang akan membedakan pemilik usaha baru, pengusaha nascent dan pemilik usaha yang sudah mapan adalah sebagai berikut:

1. Apakah bisnis baru ini telah membayarkan gaji atau pembayaran jenis apapun termasuk untuk Anda sendiri selama 3 bulan atau lebih?
2. Apakah pendiri dari bisnis ini menerima gaji, keuntungan atau pembayaran jenis apapun sebelum tanggal 1 Januari 2010?

Pengusaha nascent akan menjawab tidak untuk kedua pertanyaan sementara pemilik usaha baru akan menjawab ya untuk pertanyaan pertama dan tidak untuk pertanyaan kedua. Pemilik usaha yang sudah mapan, di sisi lain, akan menjawab ya untuk pertanyaan kedua.

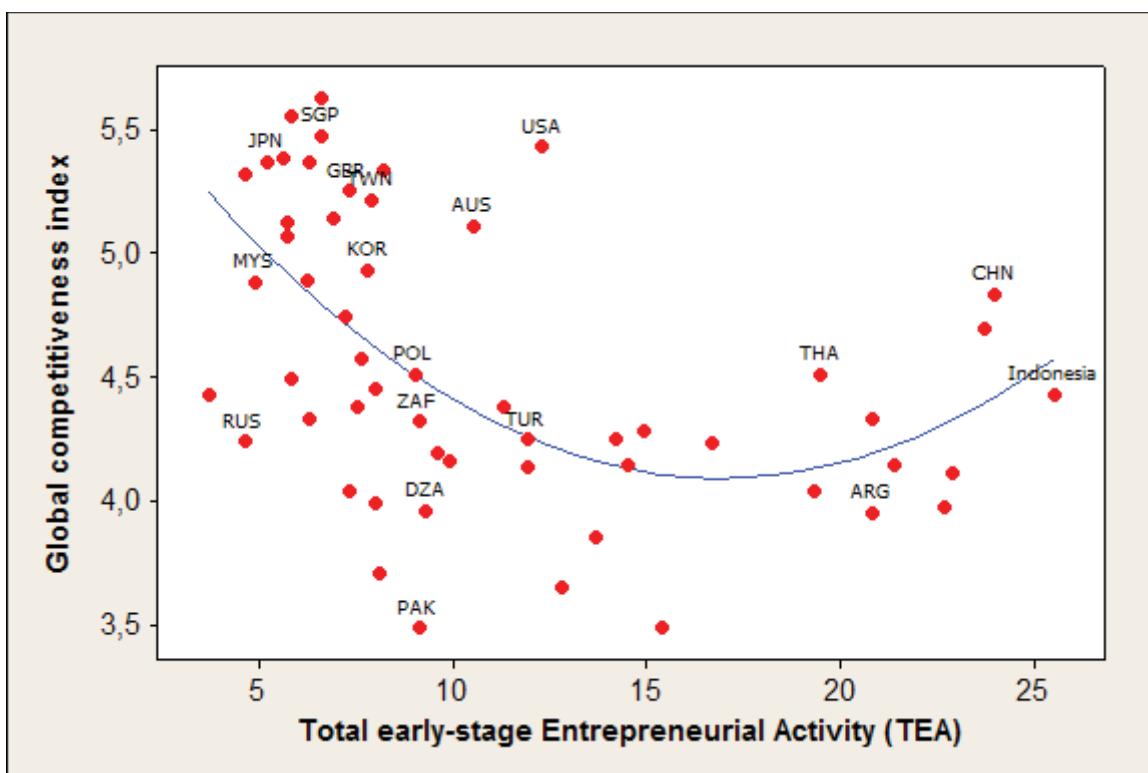
Profil dari early-stage entrepreneurs di Indonesia

Pengusaha Indonesia memiliki tingkat aktivitas kewirausahaan awal yang relatif tinggi. Tingkat keterlibatan New Business Ownership Rate pada tahun 2013 adalah 5,7% dan tingkat kepemilikan usaha baru adalah 20,4% yang membuat the Total Early-stage Entrepreneurial Activity (TEA) sebesar 25,5%. Dibandingkan dengan negara tetangga, Indonesia memiliki tingkat tertinggi akan kewirausahaan baru (20,4%) yang membuat Indonesia memiliki nilai TEA tertinggi di antara negara-negara Asia Tenggara lainnya. Filipina memiliki tingkat kewirausahaan baru tertinggi tetapi kewirausahaan nascent yang rendah.

Dibandingkan dengan negara lain menurut the Global Competitiveness Index yang diukur oleh the World Economic Forum (Schwab, 2012), digambarkan peta rata-rata TEA terhadap GCI 2012-2013 (Lihat Gambar 2.22). Dari gambar dapat dilihat bahwa Indonesia salah satu dengan rata-rata nilai TEA tertinggi dengan indeks daya saing global 4,4 (ekonomi didorong efisiensi). Tren menujukkan bahwa negara yang termasuk dalam kategori innovation-driven (seperti Jepang, Singapur, Inggris Raya) memiliki rata-rata TEA rendah dibandingkan dengan negara yang masuk dalam kategori efficiency-driven (seperti Cina, Indonesia dan Thailand).

	Tingkat Nascent Entrepreneurship	Tingkat Pengusaha Baru (New business Entrepreneurship)	The Early stage entrepreneurial activity (TEA)
Singapura	6.4	4.4	10.7
Malaysia	1.5	5.2	6.6
Indonesia	5.7	20.4	25.5
Thailand	7.9	10.4	17.7
Filipina	12	6.7	18.5
Vietnam	4.1	11.5	15.4

Tabel 2.5: Nilai TEA untuk negara ASEAN

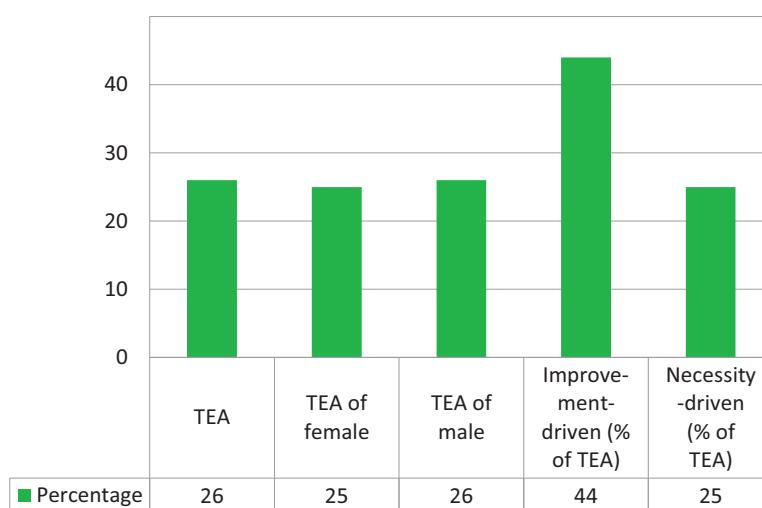


Total Early-stage Entrepreneurial Activity (TEA)

Gambar 2.22: Nilai TEA dibandingkan Global Competitive-ness Index

Berdasarkan jenis kelamin, pada dasarnya tidak ada perbedaan significant antara tingkat TEA untuk wanita Indonesia (25%) dan TEA pria Indonesia (26%) (Lihat Gambar 2.23).

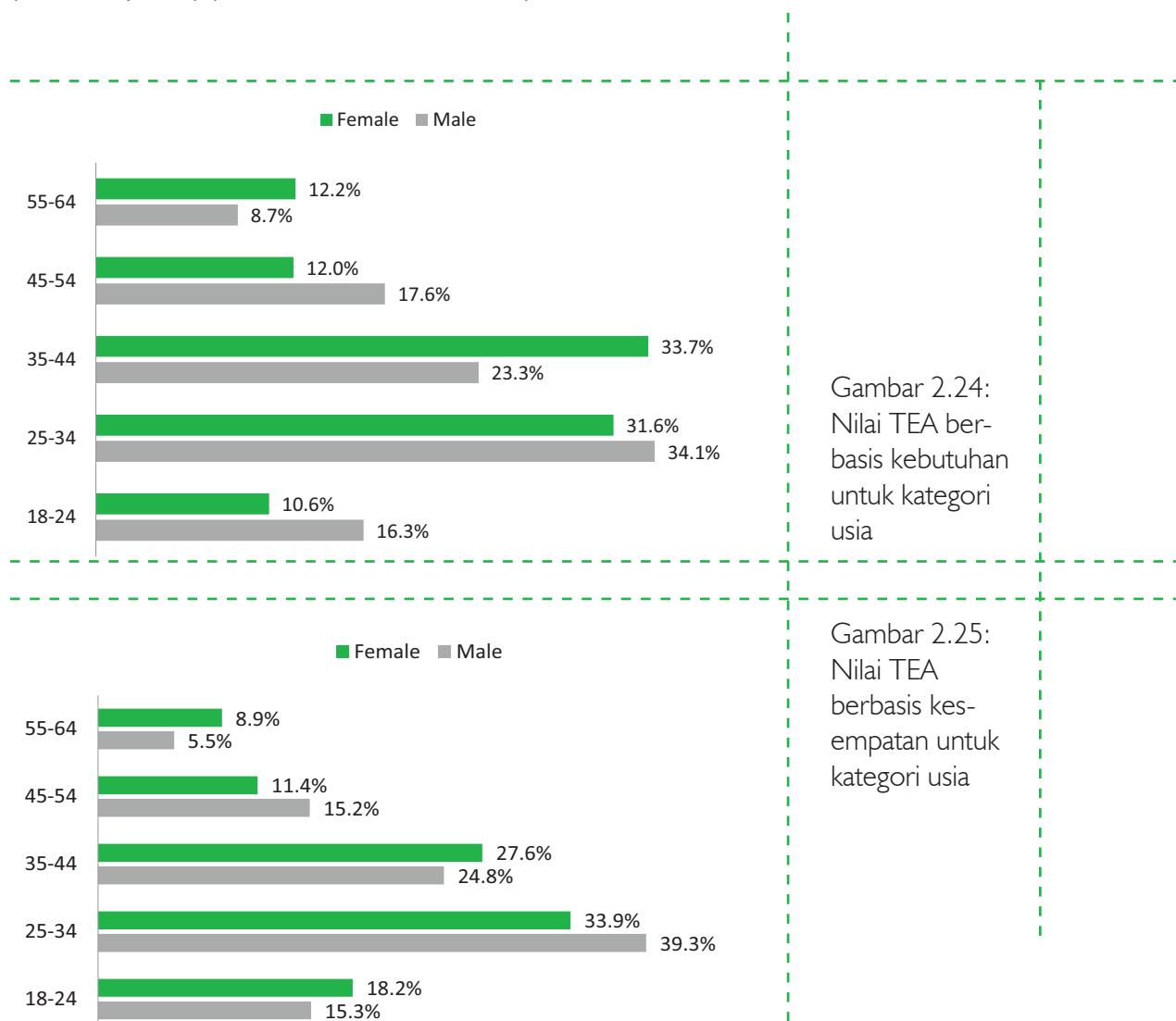
Berdasarkan motivasi individu yang terlibat dalam tahap awal kewirausahaan, lebih banyak pengusaha yang masuk dalam kategori TEA ini yang memulai usaha karena didorong oleh kesempatan (improvement TEA), dengan nilai keterlibatan sebesar 44%. Nilai ini tinggi dibandingkan dengan mereka yang memulai usaha dibandingkan dengan yang tidak ada pilihan lain untuk bekerja (necessity TEA, yang nilainya adalah 25%).



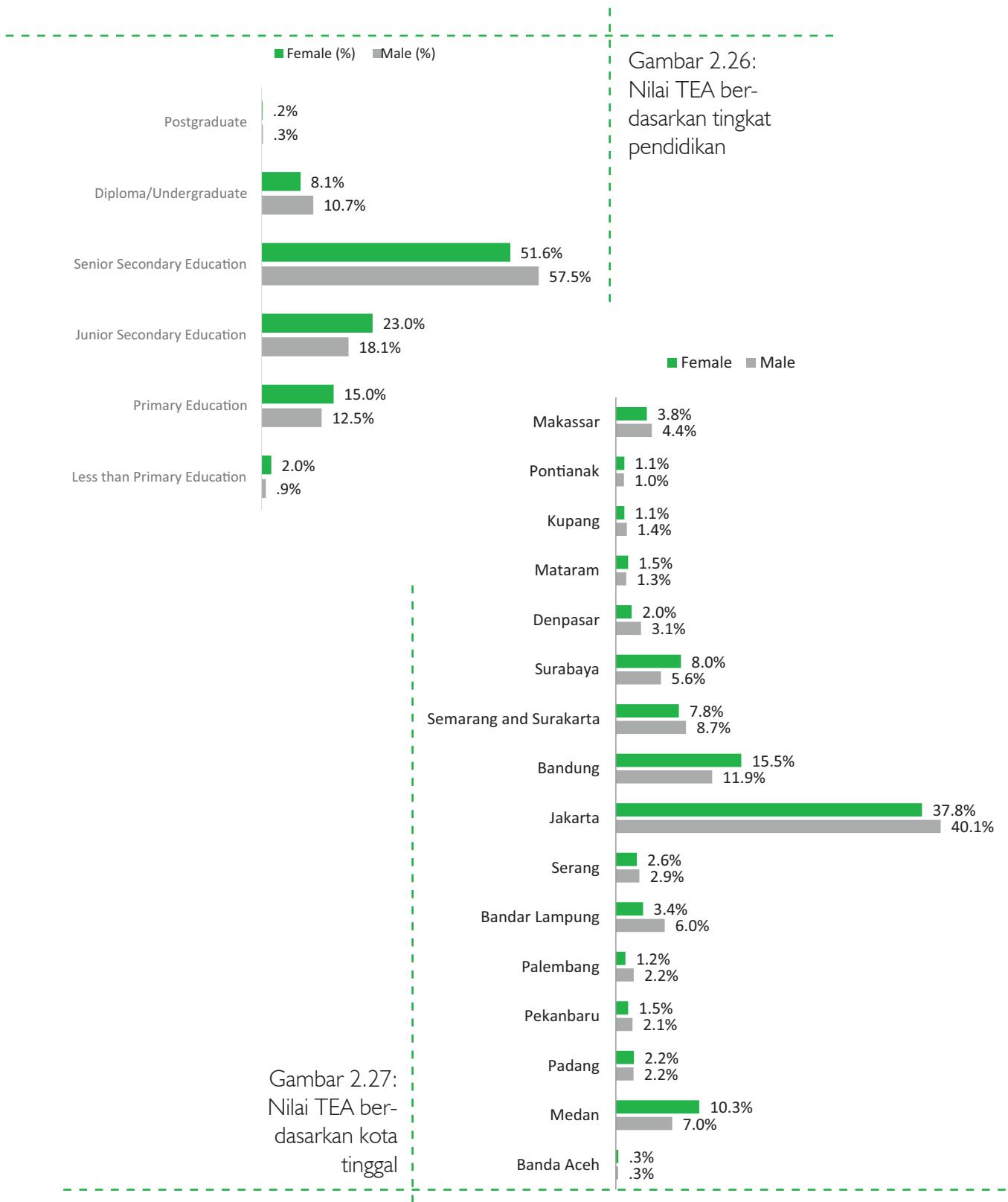
Gambar 2.23: Nilai TEA untuk kategori usia

Nilai TEA yang didorongkan oleh kebutuhan (necessity-driven TEA) diperoleh dari mereka yang memilih menjadi pengusaha karena keterpaksaan. Sementara nilai TEA yang didorong karena adanya kesempatan (opportunity-driven TEA) menunjukkan bahwa alasan utama mereka menjadi pengusaha adalah karena mereka melihat peluang untuk masa depan mereka yang lebih baik dengan menjadi pengusaha.

Secara umum di Indonesia, kecenderungan pada necessity-TEA ini mirip dengan opportunity-TEA . Proporsi tertinggi untuk kategori necessity-TEA dan opportunity-TEA adalah pria berusia antara 25-34 tahun. Kecenderungan antara pria dan wanita pada setiap kategori sama kecuali untuk mereka yang berusia 18-24 tahun. Pada kelompok usia ini (18-24 tahun), lebih sedikit wanita yang melakukan kegiatan kewirausahaan pada tahap awal karena keterpaksaan atau kebutuhan (necessity-TEA) dibandingkan pria, namun, lebih banyak wanita dalam kelompok usia ini yang mulai usaha karena ada kesempatan untuk masa depan mereka (opportunity-TEA) (Lihat Gambar 2.24 dan 2.25).

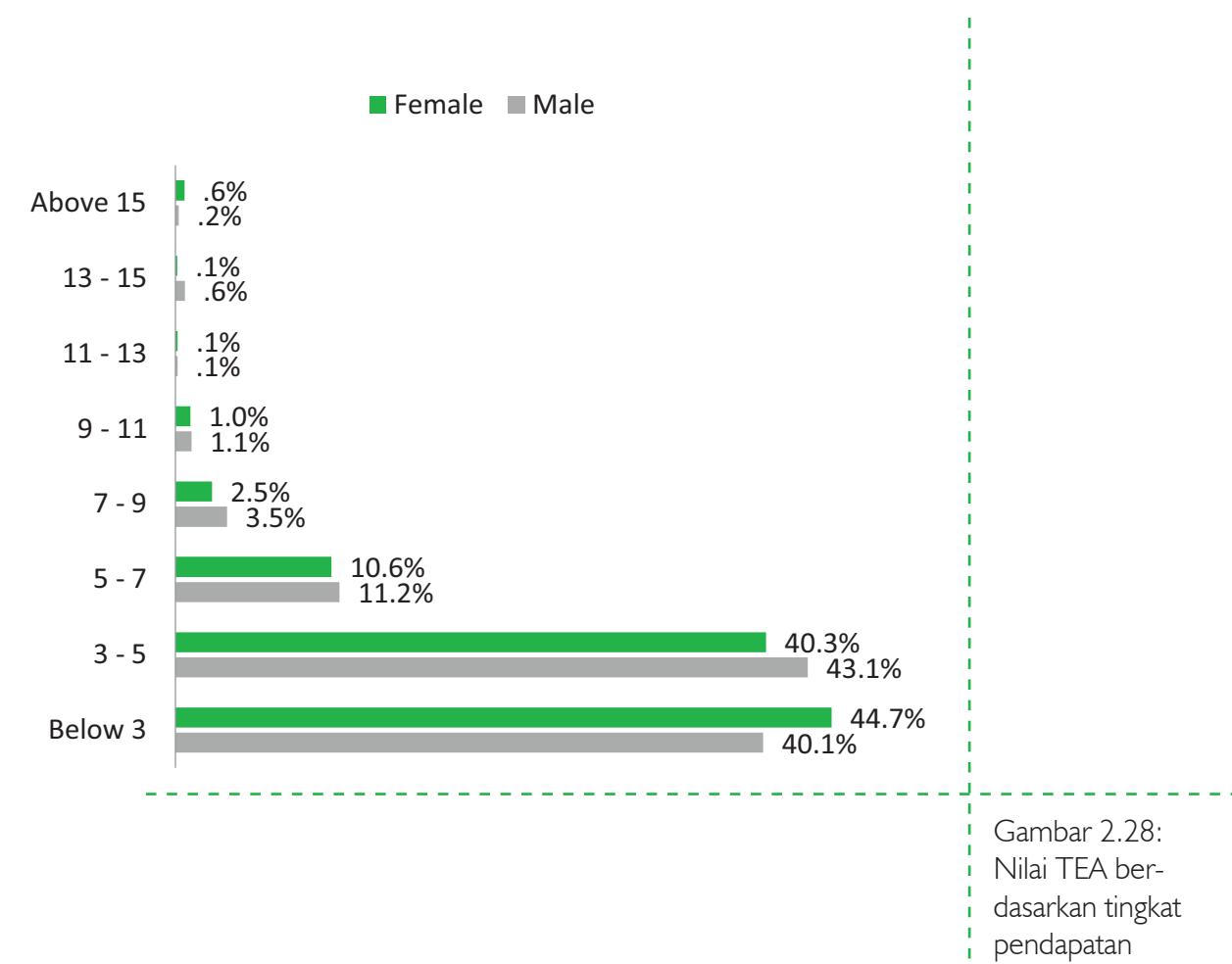


Berdasarkan tingkat pendidikan, orang-orang yang terlibat dalam tahap awal kewirausahaan adalah mereka yang telah menempuh pendidikan hingga jenjang Sekolah Menengah Atas (58% pada pria dan pada wanita sebesar 52%). Seperti ditunjukkan pada Gambar 2.26, pengusaha Indonesia yang memiliki tingkat pendidikan yang rendah (tidak lulus SD) dan yang terlibat pada awal tahap kewirausahaan (TEA) jumlahnya sangat rendah (3%); dan orang Indonesia dengan pendidikan tinggi (telah menempuh pendidikan di jenjang universitas) yang terlibat tahap awal kewirausahaan jumlahnya juga relatif rendah; hanya sekitar 10%.



Berdasarkan kota tinggal, tingkat TEA tertinggi ditemukan di Jakarta, sebagai ibu kota Indonesia, dimana kegiatan ekonomi dan politik terkonsentrasi (Lihat Gambar 2.27). Hal ini menarik karena besarnya kesempatan dari orang tersebut untuk bekerja dan mendapatkan uang selain dari menjalankan usaha. Kecenderungan yang sama terjadi di kota Surabaya, Bandung, Medan, Semarang dan Surakarta. Nampaknya, pertumbuhan ekonomi, seperti yang ditunjukkan dengan meningkatnya jumlah perusahaan-perusahaan mapan yang lebih besar, akan merangsang peningkatan peluang yang memotivasi kewirausahaan. Tiga kota yakni Pontianak, Banda Aceh dan Kupang, memiliki tingkat TEA yang sangat rendah.

Nilai TEA untuk kategori tingkat pendapatan per bulan bervariasi dari satu kategori dengan kategori lainnya. Meskipun ada kecenderungan bahwa semakin rendah tingkat pendapatan, maka semakin tinggi keterlibatan dalam tahap awal kewirausahaan di Indonesia, hal ini tidak berlaku untuk pria dengan tingkat pendapatan terendah (kurang dari 3 juta per bulan), namun berlaku untuk wanita. Pada Gambar 2.28 ditunjukkan, nilai TEA cenderung lebih tinggi untuk pria di semua tingkat pendapatan. Tingkat wanita yang memperoleh pendapatan kurang dari 3 juta per bulan adalah jumlah persentase tertinggi di antara semua kategori lainnya (44%). Hal ini mungkin disebabkan karena ketika pendapatan rumah tangga rendah, wanita memiliki rasa tanggung jawab untuk ikut menopang ekonomi rumah tangga dengan menjalankan usaha.



Bagian 2: Pengusaha Mapan (Established Business Ownership)

Pengusaha yang sudah mapan adalah orang dewasa yang berusia antara 18-64 tahun yang memiliki dan mengelola usaha yang telah membayar upah atau gaji untuk lebih dari 42 bulan. Persentase pengusaha mapan penting untuk mengukur keberlanjutan usaha.

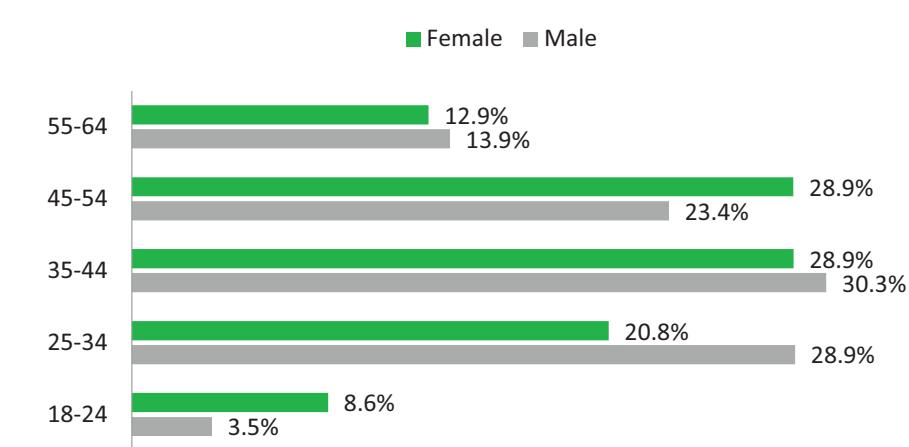
Dibandingkan dengan negara tetangga dan seperti ditunjukkan pada Tabel 2.6, Indonesia memiliki tingkat kepemilikan usaha yang cukup tinggi (21.2%), yaitu adalah yang kedua tertinggi setelah Thailand. Indonesia dan Thailand berada pada tahap yang sama dalam fase pembangunan (efficiency-driven) yang kemungkinan memiliki kondisi pendukung yang sama untuk membuat usaha yang berkelanjutan.

Nilai Established business ownership	
Singapura	4.2
Malaysia	6
Indonesia	21.2
Thailand	28
Filipina	6.6
Vietnam	16.4

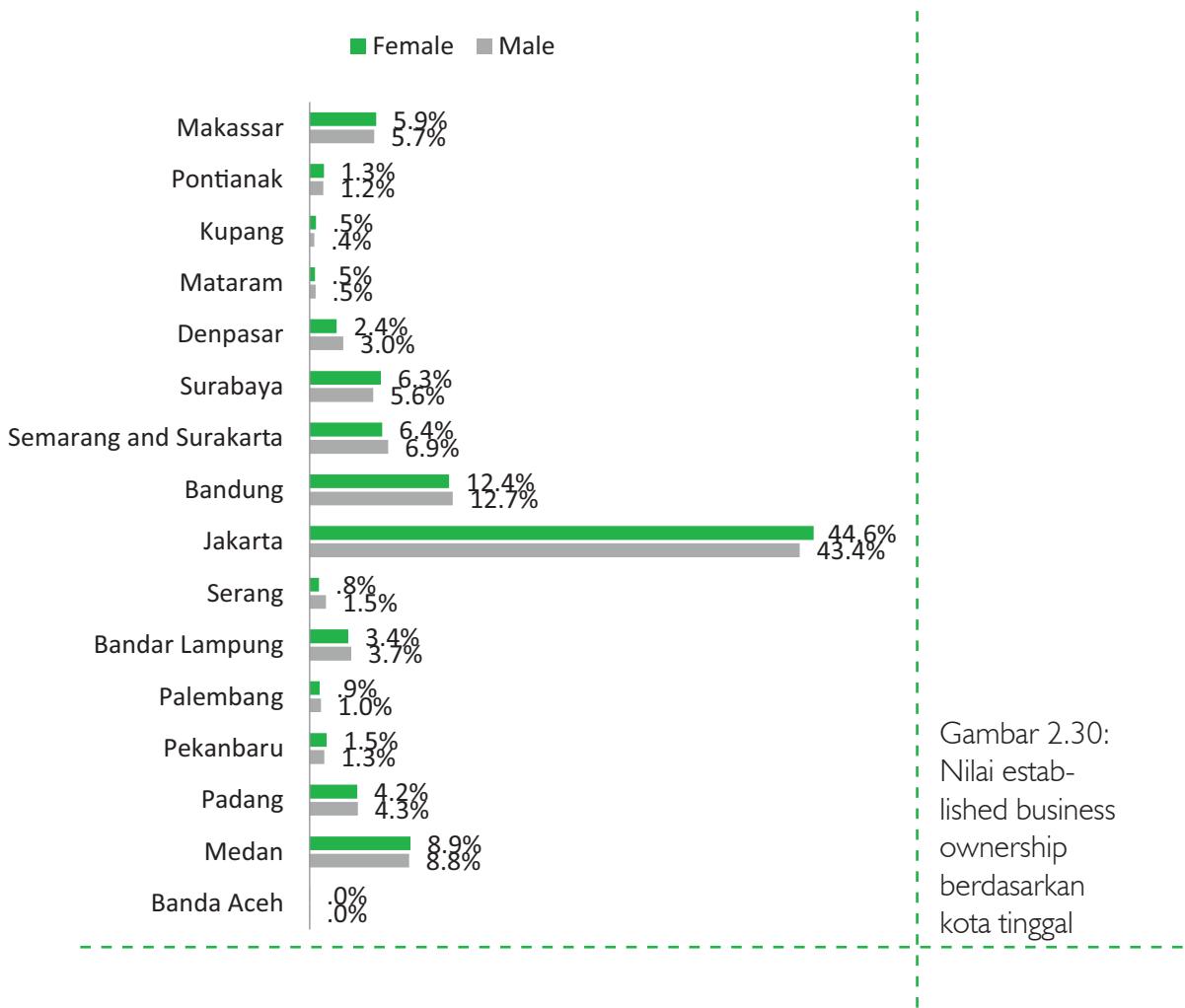
Tabel 2.6: Nilai established business ownership untuk negara ASEAN

Berdasarkan kategori usia dan jenis kelamin, terdapat berbagai kecenderungan pada pengusaha mapan. Secara proporsi, wanita lebih banyak menjadi pengusaha mapan dibandingkan pria pada kategori usia 18-24 tahun dan 45-54 tahun. Sementara untuk pria, proporsi pengusaha mapan lebih besar dibandingkan wanita untuk kategori usia 25-44 tahun. Bagi mereka yang berusia 55-64, persentase antara wanita dan pria sama (Lihat Gambar 2.29).

Hasil survei menunjukkan untuk kategori kota tinggal, kecenderungan kepemilikan usaha mapan memiliki pola yang sama dengan kecenderungan nilai TEA. Kota Jakarta memiliki tingkat kepemilikan usaha mapan yang tertinggi dan diikuti oleh Surabaya, Bandung, Medan, Semarang dan Surakarta. Kota Pontianak, Banda Aceh dan Medan memiliki tingkat kepemilikan usaha yang rendah (Lihat Gambar 2.30).



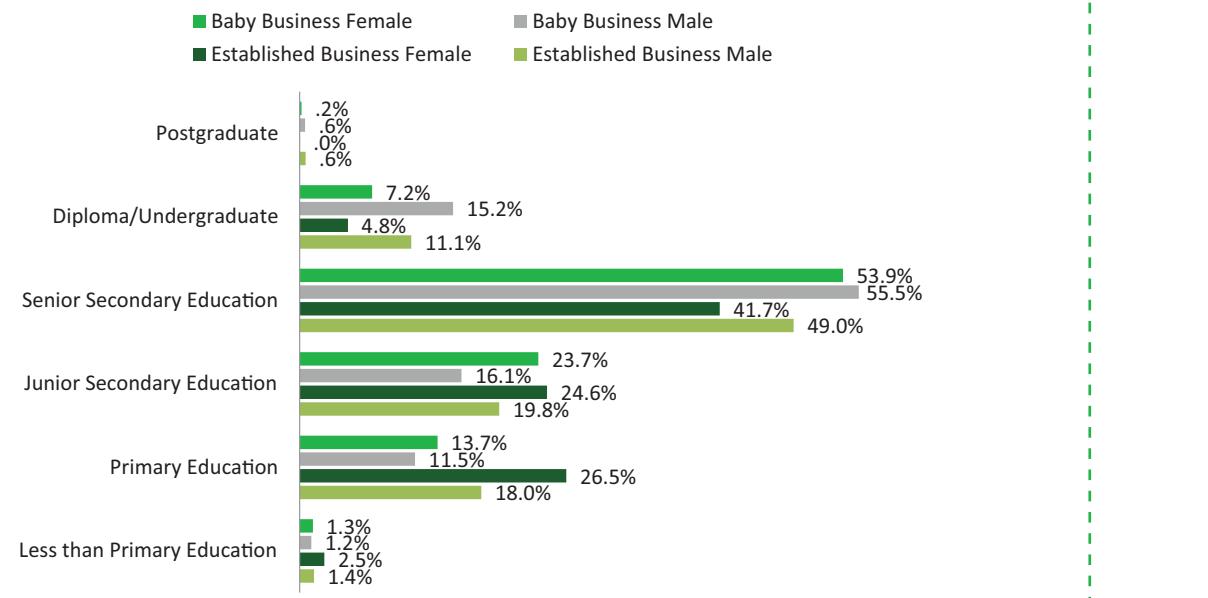
Gambar 2.29:
Nilai established business ownership berdasarkan kategori usia



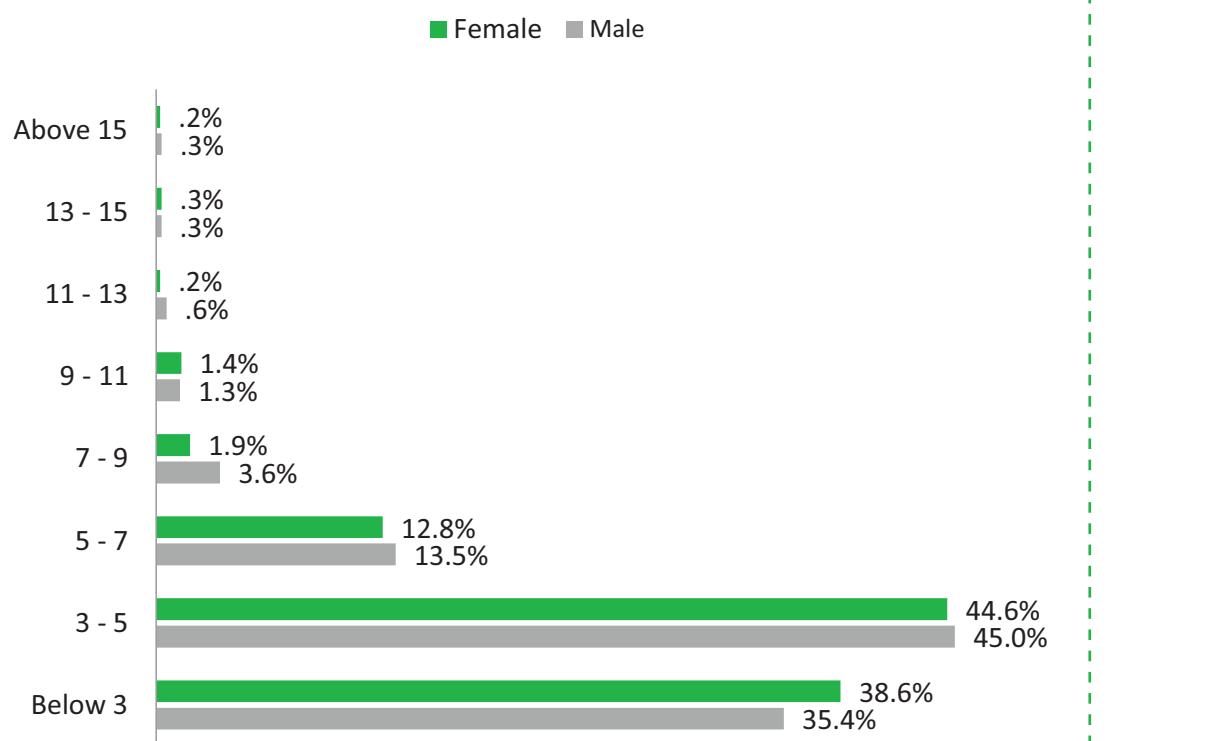
Gambar 2.30:
Nilai estab-
lished business
ownership
berdasarkan
kota tinggal

Berdasarkan tingkat pendidikan, terdapat kecenderungan yang menarik yang membedakan pengusaha baru dan pengusaha mapan. Meskipun tingkat tertinggi kepemilikan usaha untuk pengusaha mapan maupun pengusaha baru sama (yaitu mereka yang telah menyelesaikan pendidikan hingga Sekolah Menengah Atas), pengusaha baru cenderung memiliki tingkat pendidikan yang lebih tinggi daripada pengusaha mapan. Pengusaha mapan banyak yang hanya menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar, namun, untuk banyak pemilik usaha baru yang menyelesaikan telah menyelesaikan pendidikan di tingkat universitas (program diploma atau sarjana) (Lihat Gambar 2.31).

Kecenderungan pengusaha mapan berdasarkan tingkat pendapatan mirip dengan kecenderungan pengusaha pada tahap awal (TEA). Seperti ditunjukkan pada Gambar 2.32, terdapat kecenderungan bahwa lebih banyak pengusaha mapan memiliki tingkat pendapatan yang rendah. Persentase tertinggi untuk kategori pengusaha mapan adalah tingkat pendapatan sebesar 3-5 juta rupiah per bulan (44,6% untuk wanita dan 45% untuk pria). Mirip dengan pengusaha tahap awal (TEA), proporsi pengusaha mapan untuk pria lebih tinggi di semua tingkat pendapatan, kecuali untuk mereka yang mendapatkan kurang dari 3 juta per bulan.



Gambar 2.31: Perbandingan nilai established business ownership dan baby entrepreneurship berdasarkan tingkat pendidikan



Gambar 2.32: Nilai established business ownership berdasarkan tingkat pendapatan

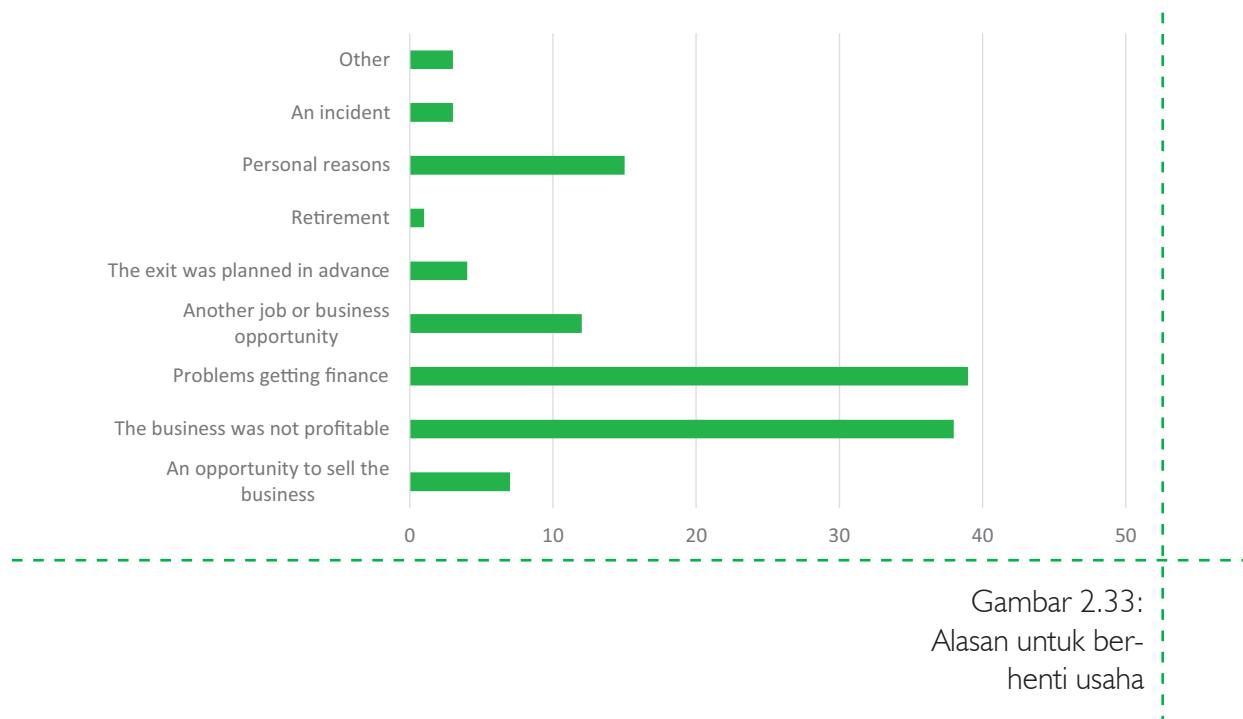
Bagian 3: Keberlanjutan dari Kegiatan Kewirausahaan

Berhenti Usaha dan Alasan untuk Berhenti

Di antara semua orang usia dewasa yang diwawancara pada tahun 2013, survei juga menilai rasio dari para pengusaha yang berhenti usaha. Pertanyaan terkait dengan hal ini adalah “Apakah Anda dalam 12 bulan terakhir menjual, menutup, menghentikan atau keluar dari bisnis yang Anda miliki dan kelola, atau segala bentuk wirausaha, atau penjualan barang atau jasa ke orang lain? ”.

Hasil survei menunjukkan bahwa rasio para pengusaha di Indonesia yang berhenti usaha sangat kecil, yaitu hanya 2,4 % dari seluruh pengusaha, atau 106 orang. Ada beberapa penyebab berhentinya seseorang dalam melakukan adalah masalah keuangan dan usahanya tidak menguntungkan. Alasan-alasan berhenti usaha dan persentasenya digambarkan pada Gambar 2.33.

“Tobucil pernah mencoba buka di Denpasar, pada tahun 2003 dan hanya bertahan kalau tidak salah sampai 2006. Dari situ kami menyadari bahwa membuat usaha dalam bentuk komunitas ternyata harus memperhatikan kultur setempat. Kenapa akhirnya tutup, yang pertama karena yang menjalankannya tidak bisa full time, yang kedua karena kemampuan untuk membaca situasi kondisi setempat yang kurang sesuai” (Tarlen, social entrepreneur, pemilik Tobucil)



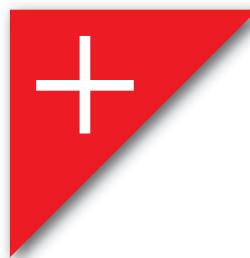
Penciptaan Lapangan Pekerjaan: Harapan dan Aktual

Growth Expectation Early-stage Entrepreneurial Activity mengukur persentase dari para pengusaha tahap awal (TEA) yang merencanakan untuk dapat mempekerjakan sedikitnya lima orang karyawan dalam kurun waktu lima tahun dari sekarang. Survei dilakukan dengan menanyakan kepada pengusaha tahap awal berapa banyak karyawan (selain pemilik) mereka dan jumlah karyawan yang mereka harapkan dalam lima tahun ke depan. Hasil ini berkaitan dengan harapan pengusaha terhadap potensi dari usaha mereka dan juga terkait dengan cerminan ambisi mereka untuk menumbuhkan usaha mereka. Hasil survei menunjukkan bahwa harapan untuk peningkatan jumlah tenaga kerja dari para pelaku usaha tahap awal (TEA) Indonesia hanyalah 4 %.

“Saya bisa maju karena bantuan orang-orang di sekitar kami”. Karena itu ia (Kiki Gumelar) berusaha membangun bisnisnya sendiri dengan berbisnis cokelat di Garut. (diambil dari Suganda & Psirtiwanto, 2014, Daya: Kisah Inspiratif untuk Dayakan Indonesia, story about Kiki Gumelar: Merambah dunia cokelat dengan “Chocodot”, hal. 135)

#3

ENTREPRENEURIAL FRAMEWORK CONDITIONS



Berdasarkan kerangka konseptual GEM, aktivitas kewirausahaan dibentuk oleh satu set faktor disebut Entrepreneurial Framework Conditions (EFCs), yang merupakan kondisi yang kondusif untuk mendukung pertumbuhan usaha baru. Untuk menilai status EFCs, maka National Expert Survey (NES) dilakukan.

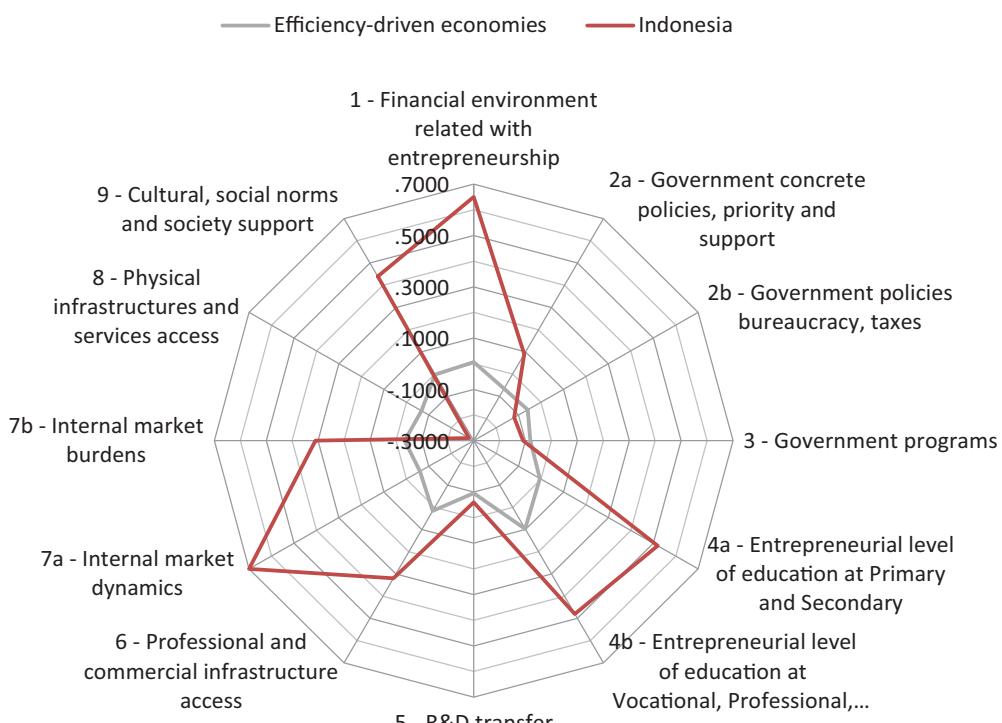
NES dirancang untuk memberikan penilaian dari para ahli mengenai status EFCs yang terdiri dari kriteria-kriteria berikut:

1. Keuangan dalam kewirausahaan: Kriteria ini mengukur ketersediaan sumber daya, kondisi keuangan dan hutang untuk usaha kecil dan menengah (SME) termasuk hibah dan subsidi).
2. Kebijakan pemerintah: Kriteria ini mengukur sejauh mana kebijakan publik yang memberikan dukungan kepada pengusaha. Terdapat dua komponen pada kriteria ini, yaitu:
 - 2a. Kebijakan kewirausahaan yang terkait dalam masalah ekonomi.
 - 2b. Pajak atau peraturan baik untuk seluruh jenis usaha atau yang mendorong usaha baru dan SME.
3. Program kewirausahaan dari pemerintah: Kriteria ini mengukur keberadaan dan kualitas program yang ditujukan untuk membantu SME di semua tingkat pemerintahan (nasional, provinsi dan kota).
4. Pendidikan kewirausahaan: Kriteria ini mengukur sejauh mana pelatihan dalam penciptaan dan pengelolaan UKM diimasukkan dalam kurikulum sistem pendidikan dan pelatihan di semua tingkat. Terdapat dua komponen pada kriteria ini, yaitu:
 - 4a. Pendidikan kewirausahaan di sekolah dasar (SD dan SMP)
 - 4b. Pendidikan kewirausahaan di tingkat lanjutan (pendidikan menengah atas seperti pada SMK maupun pada pendidikan di perguruan tinggi atau sekolah bisnis).
5. Transfer riset dan pengembangan: Kriteria ini mengukur sejauh mana riset dan pengembangan nasional akan memberi peluang untuk kesempatan komersialisasi untuk para pelaku UKM.
6. Infrastruktur komersial dan legal: Kriteria ini mengukur dukungan terhadap kekayaan intelektual, layanan komersial, layanan akuntansi dan berbagai lembaga hukum dan penilaiannya yang mendukung atau mempromosikan UKM.
7. Aturan dan kebijakan pasar. Kriteria ini memiliki dua komponen:
 - 7a. Dinamika pasar: tingkat perubahan dalam pasar dari tahun ke tahun,
 - 7b. Keterbukaan pasar: sejauh mana perusahaan-perusahaan baru bebas untuk memasuki pasar yang ada.
8. Infrastruktur fisik: Kriteria ini mengukur kemudahan untuk mengakses sarana fisik, komunikasi, transportasi, dan lahan dan bangunan yang tidak mendiskriminasikan para pelaku UKM.
9. Norma sosial dan budaya: Kriteria ini mengukur sejauh mana norma-norma sosial dan budaya mendorong atau memungkinkan pengembangan usaha baru atau kegiatan yang berpotensi untuk meningkatkan kekayaan pribadi dan pendapatan.

Tabel 3.1 menunjukkan nilai rata-rata dari EFCs Indonesia. Nilai didasarkan pada skala 1 sampai 5, dimana 1 berarti sangat tidak setuju atau tidak benar dan skala 5 adalah sepenuhnya benar untuk keberadaan kriteria-kriteria dari sembilan EFCs di atas. Dari tabel dapat dilihat bahwa menurut para ahli di Indonesia yang memberikan penilaian, pasar (7a) adalah yang terbaik (3,92 dari skala 5), diikuti dengan infrastruktur fisik (3,45) serta norma sosial dan budaya (3,29). Para ahli menilai bahwa kondisi yang dapat menghambat aktivitas wiraswasta ini karena rendahnya kebijakan pemerintah dan, khususnya, pajak (2b) (dengan nilai 2,22 dari skala 5) dan transfer litbang (2,31).

Entrepreneurial Framework Condition	Mean
1 - Keuangan terkait dengan kewirausahaan	3,06
2a - Kebijakan pemerintah terkait ekonomi	2,69
2b - Kebijakan pemerintah terkait pajak	2,22
3 - Program pemerintah	2,53
4a - Pendidikan kewirausahaan pada SD dan SMP	2,54
4b - Pendidikan kewirausahaan pada SMK, professional, dan universitas	3,3
5 - Transfer penelitian dan pengembangan (litbang)	2,31
6 - Infrastruktur komersial dan legal	3,25
7a - Dinamika pasar	3,92
7b - Keterbukaan pasar	2,82
8 - Infrastruktur fisik dan akses layanan	3,45
9 - Norma sosial dan budaya	3,29

Tabel 3.1: Rata-rata nilai Entrepreneurial Framework Conditions untuk Indonesia

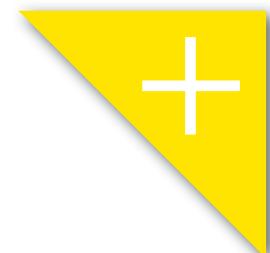


Gambar 3.1 status EFCs di Indonesia dibandingkan dengan rata-rata negara efficiency-driven. Nilai indikator tersebut didasarkan pada nilai rata-rata yang standarisasi (standardized mean atau z-value) dari setiap status EFCs. Dari gambar dapat dilihat bahwa sebagian besar dari EFCs di Indonesia lebih baik daripada rata-rata negara efficiency-driven kecuali dalam infrastruktur fisik jasa & akses, kebijakan pemerintah, serta kebijakan pemerintah terkait dengan pajak. Meski para ahli di indonesia menilai infrastruktur fisik lebih baik dari berbagai kriteria lain, perbandingan dengan negara lain menunjukkan bahwa infrastruktur fisik dan kualitas akses pelayanan Indonesia masih rendah dibandingkan dengan negara-negara setara.

Gambar 3.1: Perbandingan antara EFCs di Indonesia dan negara-negara pada tahap efficiency-driven

#4

TOPIK KHUSUS 2013 – KUALITAS HIDUP (WELL BEING)



Pendahuluan

Topik mengenai kualitas hidup telah banyak diteliti termasuk dalam kegiatan kewirausahaan. Faktor promosi yang dapat meningkatkan kualitas hidup bangsa, seperti kebahagiaan nasional (national happiness) merupakan suatu penelitian dan temuan penting. Sejak the Centre for Bhutan Studies memperkenalkan gagasan “gross national happiness” (Ura et al. , 2012) banyak langkah-langkah yang telah dikembangkan untuk memberikan elemen tambahan dalam langkah-langkah pembangunan ekonomi (Angner, 2010). Kebahagiaan kini dapat dibandingkan antar negara. Berbagai laporan penelitian, termasuk World Happiness Report (Helliwell et al. , 2013) yang memberikan penilaian perbandingan tingkat kebahagiaan rata-rata antar negara.

Pada tahun 2013, GEM memiliki sebuah topik khusus yang berfokus pada kualitas hidup. Menurut Amoros dan Bosma (2014), sejalan dengan tujuan GEM untuk memahami pengalaman pengusaha dibandingkan dengan karyawan dan untuk mengukur apakah kualitas hidup menjadi faktor pendorong kewirausahaan, beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan kepuasan hidup (subjective well-being), kondisi kerja dan kewirausahaan(work/entrepreneurial condition) dan keseimbangan antara kehidupan pribadi dan pekerjaan (work life balance) dinilai dalam survei ini.

Sebagaimana dinyatakan dalam GEM 2013 Global Report (Amoros & Bosma, 2014), tujuan utama dari topik khusus ini adalah untuk mengukur berbagai aspek dari kualitas hidup individu-di negara-negara yang berpartisipasi dalam penelitian GEM. Selain itu, tujuan penelitian ini adalah mengorelasikan kualitas hidup dengan dinamika kewirausahaan di berbagai negara. Sesuai dengan ruang lingkut dan metodologi penelitian DEM, topik khusus ini menghasilkan informasi mengenai kualitas hidup dari para wirausaha maupun populasi suatu negara secara umum. Pendekatan ini merupakan upaya pertama kali untuk me mempelajari hubungan antara kualitas hidup dan kewirausahaan di tingkat individu.

Kualitas Hidup Wirausaha

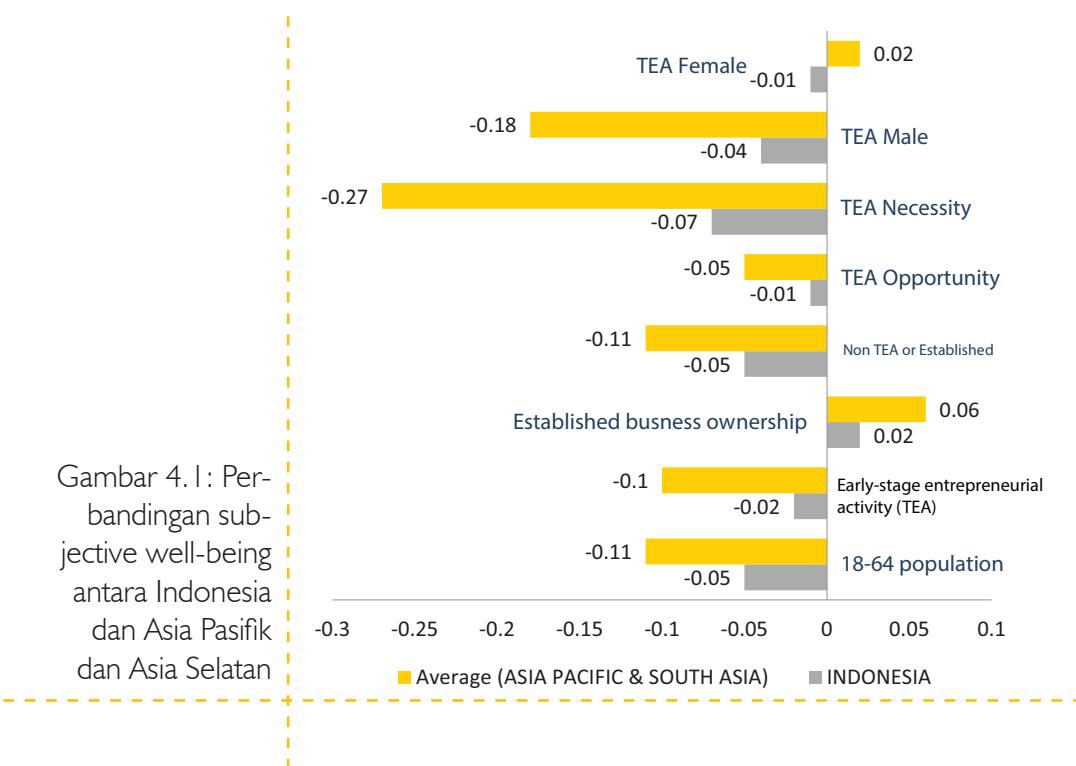
Topik khusus ini mengadopsi serangkaian variabel yang berhubungan dengan kepuasan hidup atau yang sering disebut subjective well-being, kualitas hidup (subjective well-being), kondisi kerja dan kewirausahaan(work/entrepreneurial condition) dan keseimbangan antara kehidupan pribadi dan pekerjaan (work life balance).

Kepuasan Hidup

Kepuasan hidup atau subjective well-being ini terkait dengan bagaimana perilaku seseorang dalam mengalami kualitas hidup mereka. Penilaian terdiri dari reaksi emosional penilaian kognitif (yang didasarkan pada penelitian Diener, 1984). Untuk mengukur kepuasan hidup subjective well-being digunakan instrumen the Satisfaction With Life Scale (Pavot dan Diener, 2008), yang menggunakan 5 variabel . Pertanyaan menggunakan skala Likert (5 poin), dari 1 yang berarti "sangat tidak setuju" hingga 5 yang berarti " sangat setuju". Pertanyaan dibangun berdasarkan studi dari Ed Diener, Robert A. Emmons, Randy J. Larsen and Sharon Griffin (1985):

1. Dalam berbagai hal, hidup saya sangat dekat dengan apa yang saya cita-citakan
2. Kondisi hidup saya sangat baik
3. Saya puas dengan hidup saya
4. Sejauh ini, saya mendapatkan hal-hal penting yang saya inginkan dalam hidup saya
5. Kalau saya hidup sekali lagi, saya tidak ingin mengubah apapun

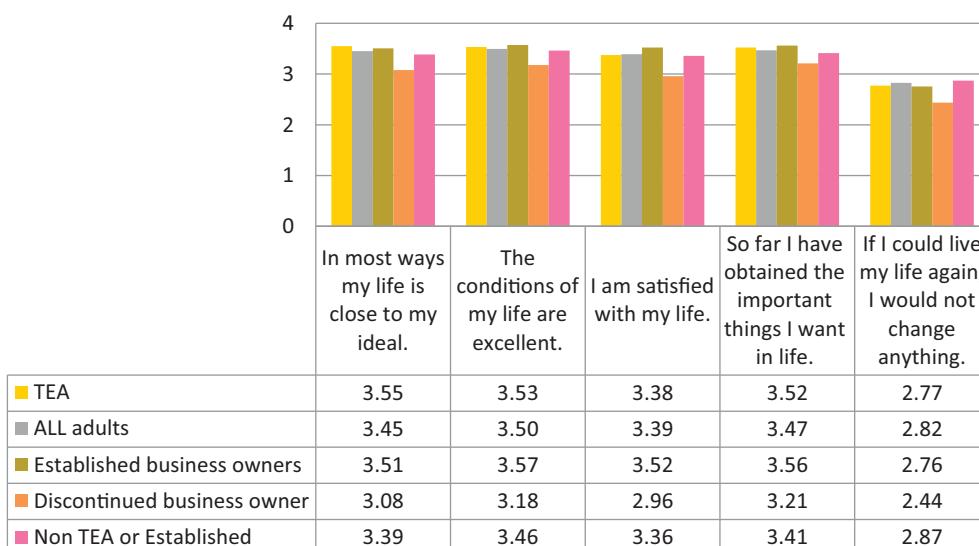
Berdasarkan GEM 2013 Global Report (Amoros & Bosma, 2014), kepuasan hidup (subjective well-being) orang Indonesia relatif rendah dibandingkan dengan rata-rata orang dewasa di Asia Pasifik dan Asia Selatan. Gambar 4.1 menunjukkan bahwa pengusaha mapan wanita saja yang memiliki rata-rata kepuasan hidup lebih tinggi dibandingkan rata-rata orang dewasa di Asia Pasifik dan Asia Selatan.



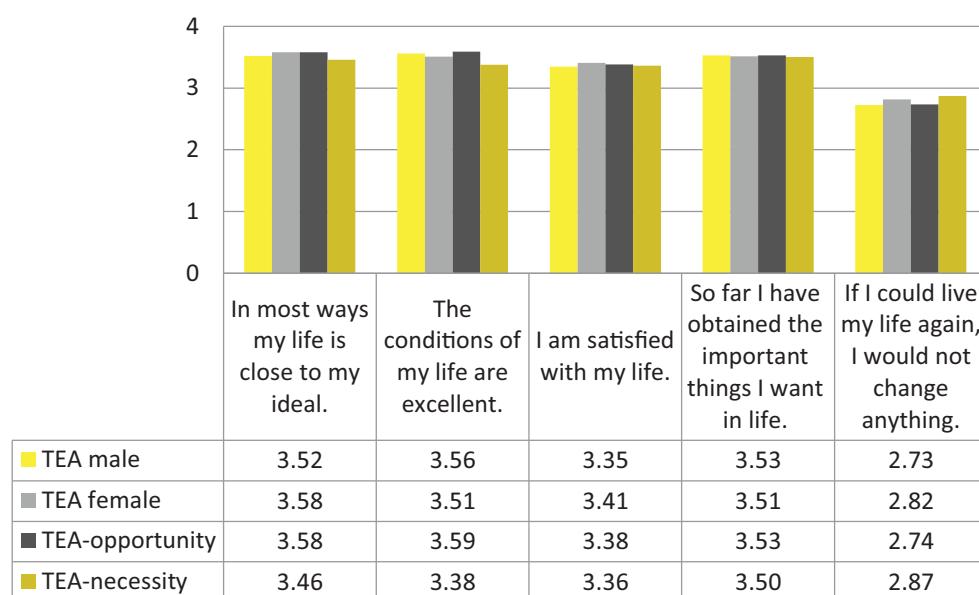
Untuk tiap tipe pengusaha dan penduduk Indonesia secara umum, Gambar 4.2 menunjukkan rata-rata kepuasan hidup di Indonesia. Dari gambar dapat terlihat bahwa mereka yang berhenti usaha memiliki kepuasan hidup yang relatif lebih rendah dibandingkan dengan kelompok lainnya. Meskipun tidak signifikan, baik pengusaha nascent maupun pengusaha mapan memiliki persepsi lebih tinggi mengenai kepuasan hidup mereka dibandingkan dengan kelompok lain.

Seluruh kelompok memiliki kepuasan hidup yang relatif rendah untuk pertanyaan "Kalau saya hidup sekali lagi, saya tidak ingin mengubah apapun".

Gambar 4.3 menunjukkan nilai kepuasan hidup untuk para TEA atau pengusaha di tahap awal. Ada kemiripan respons untuk para TEA, baik untuk wanita, pria maupun motivasi mereka untuk memulai usaha (opportunity-TEA atau necessity-TEA).



Gambar 4.2:
Nilai rata-rata
subjective
well-being di
Indonesia



Gambar 4.3:
Nilai rata-rata
subjective
well-being
untuk TEA di
Indonesia

Kondisi Kerja dan Kewirausahaan dan Keseimbangan antara Kehidupan Pribadi dan Pekerjaan

Untuk melengkapi penilaian akan kualitas hidup, pertanyaan yang berhubungan dengan kondisi kerja dan keseimbangan antara kehidupan pribadi dan pekerjaan telah ditambahkan. Indonesia mengadakan survei terkait dengan pertanyaan-pertanyaan ini. Menurut Amoros dan Bosma (2014) dan berdasar penelitian dari Spreitzer et al. (1997), pertanyaan mengenai kondisi kerja disusun untuk mengidentifikasi kesamaan dan perbedaan kondisi pekerjaan serta tingkat tekanan kerja antara karyawan dan para pengusaha.

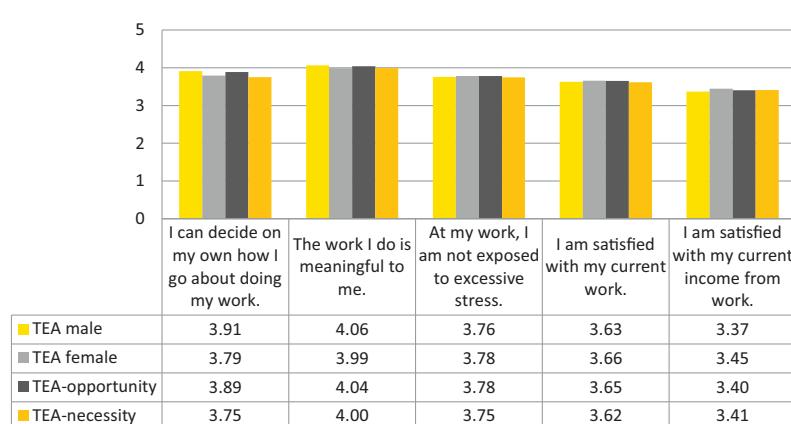
Pertanyaan yang diberikan kepada responden terkait kondisi kerja adalah :

1. Saya dapat memutuskan sendiri mengenai bagaimana saya bekerja
2. Pekerjaan yang saya lakukan berarti buat saya
3. Dalam pekerjaan saya, saya tidak mengalami tekanan yang berlebihan
4. Saya puas dengan pekerjaan saya sekarang
5. Saya puas dengan penghasilan yang saya peroleh.

Hasil menunjukkan bahwa banyak dari orang dewasa di Indonesia tidak puas dengan pendapatan mereka jika dibandingkan dengan pertanyaan kondisi kerja lainnya (Lihat Gambar 4.4). Nilai variabel ini paling rendah bagi mereka yang berhenti usaha. Hal ini sejalan dengan alasan mereka tidak melanjutkan usaha-ya seperti yang dipaparkan di Bab 3 (usaha mereka tidak menguntungkan dan adanya masalah keuangan).



Gambar 4.4: Nilai rata-rata entrepreneurship condition di Indonesia



Gambar 4.5: Nilai rata-rata entrepreneurship condition untuk TEA di Indonesia

Dari Gambar 4.4 juga dapat dilihat bahwa secara keseluruhan, pengusaha mapan lebih puas dengan kondisi kerja mereka. Non-pengusaha (non TEA dan pengusaha mapan) memiliki persepsi kedua paling

Gambar 4.5 menunjukkan persepsi para pengusaha tahap awal (TEA). Persepsi tentang kondisi kerja bagi para TEA cenderung mirip, tanpa ada perbedaan yang signifikan menurut jenis kelamin maupun motivasi mereka melakukan usaha. Persepsi tentang kebebasan (“Saya dapat memutuskan sendiri mengenai bagaimana saya bekerja”) cenderung lebih tinggi untuk para pengusaha tahap awal (TEA) pria dibandingkan wanita. Namun, TEA wanita lebih puas terhadap pendapatan mereka dibandingkan dengan TEA pria.

Untuk tekanan kerja (“Dalam pekerjaan saya, saya tidak mengalami tekanan yang berlebihan”) dan kepuasan kerja (“Saya puas dengan pekerjaan saya sekarang”), penilaian cenderung hampir sama untuk kedua variabel tersebut.

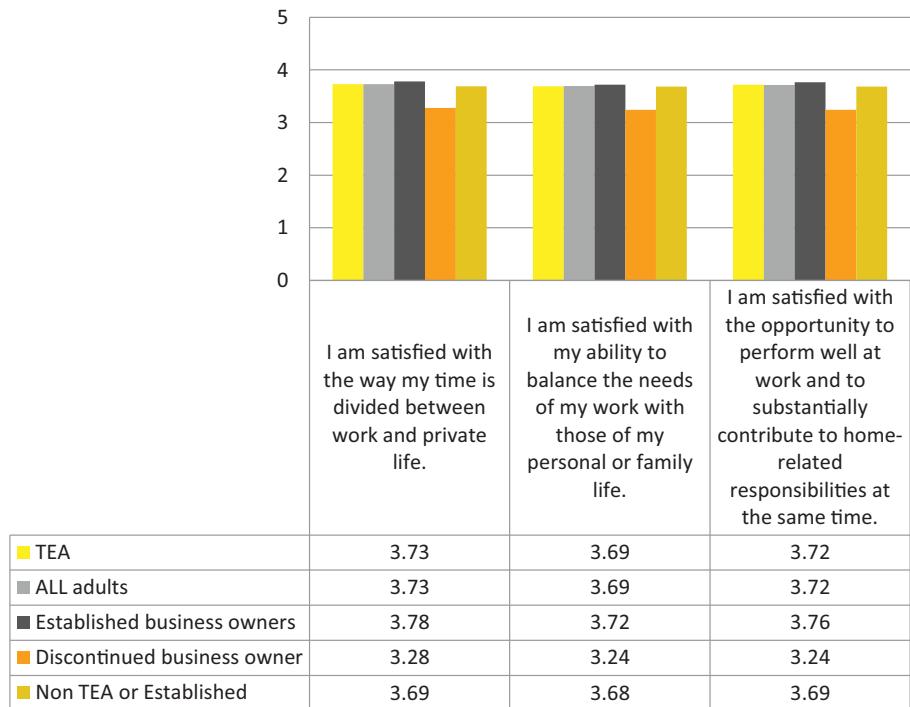
Keseimbangan antara kehidupan pribadi dan pekerjaan diukur menggunakan tiga pertanyaan berikut ini:

1. Saya puas dengan pembagian waktu antara pekerjaan dan kehidupan pribadi saya
2. Saya puas dengan kemampuan saya menyeimbangkan kebutuhan dari pekerjaan saya dan kehidupan pribadi atau keluarga saya
3. Saya puas dengan kesempatan saya untuk berkinerja baik dalam pekerjaan dan berperan dalam tanggung jawab rumah tangga pada saat yang bersamaan.

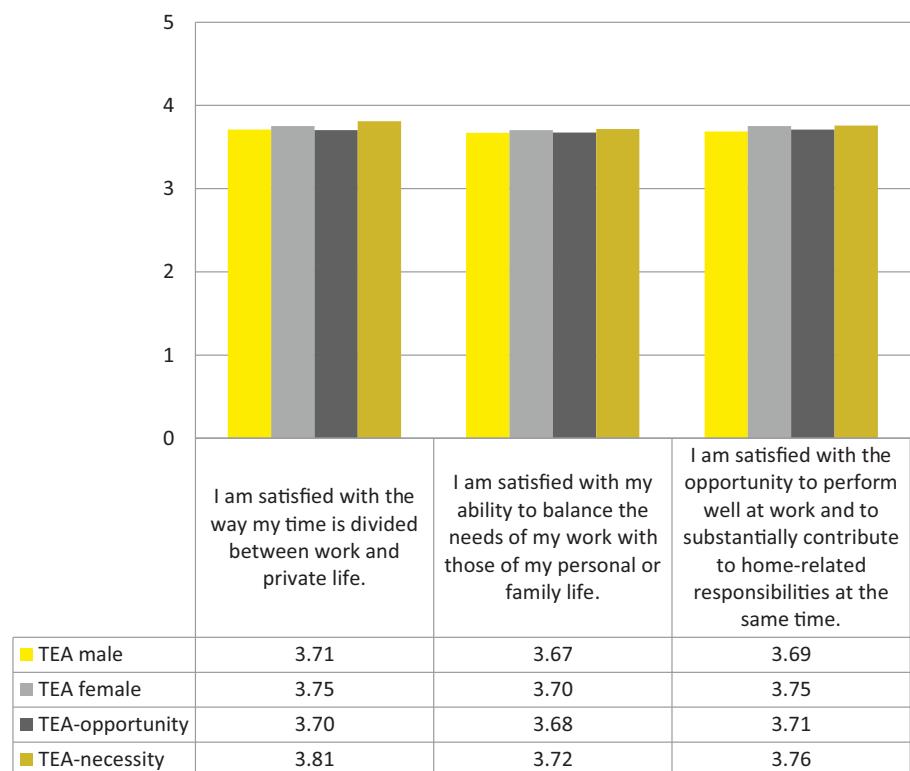
Gambar 4.6 dan 4.7 menunjukkan penilaian atas keseimbangan antara kehidupan pribadi dan pekerjaan. Mirip dengan dua pengukuran sebelumnya, orang yang berhenti usaha memiliki rata-rata nilai lebih rendah dibandingkan dengan pengusaha ataupun rata-rata orang dewasa di Indonesia. Nampaknya keseimbangan antara kehidupan pribadi dan pekerjaan dirasa seimbang untuk mereka yang menjadi karyawan maupun wirausaha, tidak ada perbedaan antara pengusaha (dalam setiap fasenya) maupun karyawan. Kecenderungan ini berlaku bagi pengusaha nascent.

Selain itu, tidak ada perbedaan persepsi tentang keseimbangan kehidupan pribadi dan pekerjaan antara para pengusaha tahap awal, baik pria dan wanita dan antara necessity-TEA dan opportunity-TEA. Keseimbangan kehidupan pribadi dan pekerjaan untuk para TEA cenderung hampir sama dengan kecenderungan seluruh orang dewasa.

Gambar 4.6: Nilai rata-rata work life balance di Indonesia



Gambar 4.7: Nilai rata-rata work life balance untuk TEA di Indonesia



#5

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Studi GEM memberikan uraian menyeluruh dari aktivitas kewirausahaan di Indonesia. Studi ini menggambarkan sikap dan perilaku, aspirasi dan aktivitas kewirausahaan di Indonesia. Hal ini juga menegaskan beberapa hipotesis, seperti kondisi kerangka kewirausahaan di Indonesia, gambaran yang berbeda dari aktivitas kewirausahaan berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan dan berbagai gambaran lainnya. Hal ini nantinya dapat memperkaya pemanfaatan tentang aktivitas kewirausahaan Indonesia ketika data GEM dikaitkan dengan temuan penelitian lainnya, seperti Doing Business (World Bank), Global Competitiveness Index (World Economic Forum) atau World Happiness Index.

Indonesia memiliki jumlah keterlibatan dalam aktivitas kewirausahaan yang tinggi, baik aktivitas wirausaha tahap awal (TEA) maupun usaha wirausaha yang sudah mapan. Juga, hasil survei menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara pria dan wanita dalam kegiatan kewirausahaan mereka. Pria dan wanita memiliki peluang dan kemampuan yang serupa dalam kewirausahaan. Hal ini menunjukkan bahwa pengusaha wanita layak untuk dapat diberdayakan dan didukung untuk memulai usaha baru seperti halnya pengusaha pria.

Masyarakat dapat memperoleh manfaat dari semangat kewirausahaan orang-orang di semua kelompok usia. Untuk generasi muda (yang berusia 18-34 tahun), mereka telah mengenal aktivitas kewirausahaan. Sebagian besar pengusaha nascent adalah pengusaha muda yang berusia antara 25-34 tahun, dan pengusaha muda memandang kewirausahaan sebagai sebuah kesempatan bukan sebuah kebutuhan. Hasil ini merupakan titik awal yang baik, namun, perlu didukung oleh kerangka kewirausahaan yang memadai untuk membuat pengusaha tahap awal ini dapat melanjutkan usahanya dengan baik.



Rekomendasi

Laporan ini menyoroti bahwa selain banyak temuan menarik, terdapat banyak pula aspek kewirausahaan yang potensial untuk digali lebih lanjut. Di antara sekian isu-isu penting untuk digali tersebut, kami mengidentifikasi beberapa masalah yang perlu diberikan perhatian khusus.

Penelitian menunjukkan rendahnya niat dari pengusaha untuk memperluas atau memperbesar usaha usaha mereka. Dari data tingkat pendapatan dan ukuran usaha saat ini, sebagian besar pengusaha adalah pengusaha mikro dan berpendapatan kecil. Perlu disadari oleh pengusaha-pengusaha akan pentingnya mengembangkan usaha mereka karena dapat membantu mengurangi pengangguran dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu, sangat berguna apabila lebih mengetahui apa saja penggerak dan rintangan dalam mengembangkan usaha.

Juga, berdasarkan hasil penelitian, adanya jumlah yang sangat signifikan dari pengusaha yang ingin mengekspor produk mereka. Sementara ekspor dan masuk perdagangan internasional merupakan isu kecil dalam kewirausahaan Indonesia, namun, untuk siap masuk pasar global dan komunitas ekonomi ASEAN 2015, kita perlu untuk menyoroti isu-isu penting seperti ekspor yang dapat meningkatkan ketahanan kerangka kewirausahaan Indonesia terhadap kondisi global.

Berdasarkan kondisi kerangka kerja kewirausahaannya dan dibandingkan dengan ekonomi-ekonomi negara Asia Tenggara lain, Indonesia memiliki kesiapan infrastruktur yang rendah, R&D transfer dan regulasi yang kurang baik. Hal tersebut adalah pekerjaan rumah yang perlu diperhatikan para pemangku kepentingan dalam kewirausahaan.

Untuk rekomendasi program dan kebijakan yang sesuai dalam isu-isu kunci ini, harus melihat dari berbagai aspek karena tidak ada satu program yang cocok untuk semua isu. Rekomendasi untuk isu sehubungan dengan kewirausahaan perlu disesuaikan dengan konteks. Studi ini memiliki profil yang memadai untuk berbagai fase kewirausahaan, karakteristik demografis yang berbeda, seperti jenis kelamin, usia, pendidikan, wilayah, dan ukuran usaha. Jika dikombinasikan dengan temuan lainnya, hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran yang lebih luas dan analisis yang tepat dan mampu menciptakan rekomendasi terkait suatu isu kewirausahaan.

DAFTAR PUSTAKA



Amorós, J. E. and Bosma, N. and (2011). Global Entrepreneurship Monitor, 2013 Global Report. Babson Park MA, Santiago, Chile: Babson College, Universidad del Desarrollo, Global Entrepreneurship Research Association.

Angner, E. (2010). Subjective well-being. *Journal of Socio-Economics*, 39, 361–368.

Bosma, N.S. and Levie, J. (2010). Global Entrepreneurship Monitor, 2009 Executive Report. Babson Park, MA, U.S.: Babson College; Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo; Reykjavík, Iceland: Háskólinn Reykjavík University; and London, U.K.: Global Entrepreneurship Research Association.

Bosma, N.S., Acs, Z., Autio, E., Coduras, A. and Levie, J. (2009). Global Entrepreneurship Monitor 2008 Executive Report. London Business School, London, UK, Universidad del Desarrollo, Santiago, Chile, and Babson College, Wellesley, MA, US.

Diener, E. (1984). Subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 95, 542–575.

Helliwell, J. F., Layard, R. and Sachs, J. (Eds.). (2013). World Happiness Report. New York: UN Sustainable Development Solutions Network.

Levie, J. and Autio, E. (2008). A theoretical grounding and test of the GEM model. *Small Business Economics*, 31(3), 235-263.

Pavot, W., and Diener, E. (2008). The Satisfaction with Life Scale and the emerging construct of life satisfaction. *Journal of Positive Psychology*, 3, 137–152.

Schwab, K. (Ed.) (2013). The Global Competitiveness Report 2013-2014. Geneva, Switzerland: World Economic Forum.

Ura, K., Alkire, S., Zangmo, T. and Wangdi, K. (2012), An extensive analysis of GNH Index, Bhutan: The Centre for Bhutan Studies.

LAMPIRAN 1.

SIKAP DAN PRESEPSI KEWIRAU-SAHAAAN PADA NEGARA PESERTA GEM PADA TAHUN 2013

Country	Fear of Failure Rate	Entrepreneurial Intention	Know Startup Entrepreneur Rate	Entrepreneurship as Desirable Career Choice	Media Attention for Entrepreneurship	High Status Successful Entrepreneurship	Perceived Opportunities	Perceived Capabilities
Algeria	33	36	53	80	47	84	62	56
Angola	64	38.3	72	67	62	73	57	56
Argentina	25	31	35	-	-	-	41	62
Belgium	47	7.9	19	55	44	52	32	34
Bosnia & Herzego-vina	26	21.8	34	82	39	72	23	51
Botswana	19	59.2	45	81	86	84	66	67
Brazil	39	27.2	-	85	84	82	51	53
Canada	35	13.5	28	61	70	70	57	48
Chile	28	46.5	42	69	66	67	68	60
China	34	14.4	-	70	71	74	33	36
Colombia	32	54.5	23	91	68	71	68	58
Croatia	35	19.6	24	61	43	43	18	47
Czech Republic	36	13.7	23	-	-	48	23	43
Ecuador	35	39.9	38	66	79	68	57	74
Estonia	39	19.4	37	53	41	59	46	40
Finland	37	8.3	45	44	69	85	44	33
France	41	12.6	33	55	41	70	23	33
Germany	39	6.8	-	49	50	75	31	38
Ghana	25	45.6	59	82	82	94	69	86
Greece	49	8.8	25	60	32	65	14	46
Guatemala	33	39	32	87	55	71	59	66
Hungary	45	13.7	28	46	28	74	19	38
India	39	22.8	39	61	61	70	41	56
Indonesia	35	35.1	67	71	75	80	47	62
Iran	36	30.6	43	64	60	82	37	57
Ireland	40	12.6	-	50	60	81	28	43
Israel	52	24	41	61	49	80	47	36
Italy	49	9.8	17	66	48	72	17	29
Jamaica	27	39.5	45	79	82	81	51	79
Japan	49	4.1	17	31	58	53	8	13
Korea (South)	42	12.1	31	51	68	68	13	28
Latvia	42	22.7	31	61	59	59	35	48
Libya	33	62.1	28	85	38	84	52	59
Lithuania	42	22.4	37	69	48	57	29	35
Luxem-bourg	43	14.1	36	39	36	71	46	43
Macedo-nia	36	29.1	33	69	67	68	37	50
Malawi	15	66.7	78	-	-	-	79	89
Malaysia	33	11.8	45	42	62	45	41	28
Mexico	32	16.9	57	58	51	62	54	59
Nether-lands	37	9.1	35	79	55	66	33	42
Nigeria	16	46.8	80	81	77	62	85	87
Norway	35	5.2	32	49	57	75	64	34
Panama	29	27	58	64	70	59	59	66
Peru	26	33.9	46	70	71	71	61	62
Philippines	36	44.1	41	85	87	79	48	68
Poland	47	17.3	38	67	59	60	26	52
Portugal	40	13.2	26	-	-	-	20	49
Puerto Rico	25	13.1	23	18	69	50	28	53
Romania	37	23.7	28	74	61	73	29	46
Russia	29	2.6	39	66	49	68	18	28

Country	Fear of Failure Rate	Entrepreneurial Intention	Know Startup Entrepreneur Rate	Entrepreneurship as Desirable Career Choice	Media Attention for Entrepreneurship	High Status Successful Entrepreneurship	Perceived Opportunities	Perceived Capabilities
Singapore	40	15.1	-	51	75	59	22	25
Slovak Republic	33	16.4	39	49	52	59	16	51
Slovenia	30	12.4	39	57	51	68	16	51
South Africa	27	12.8	31	74	78	75	38	43
Spain	36	8.4	31	54	46	52	16	48
Suriname	24	13.1	46	76	66	79	53	54
Sweden	37	9.5	37	52	59	72	64	39
Switzerland	28	9.8	30	41	48	65	42	45
Taiwan	41	27.8	35	73	87	64	42	27
Thailand	49	18.5	36	75	77	75	45	44
Trinidad & Tobago	20	28.7	39	80	61	72	58	75
Uganda	15	60.7	69	88	88	95	81	84
United Kingdom	36	7.2	29	54	50	79	36	44
United States of America	31	12.2	27	-	-	-	47	56
Uruguay	27	25.3	-	58	58	56	48	61
Vietnam	57	24.1	57	63	81	82	37	49
Zambia	15	44.5	73	67	69	71	77	80

LAMPIRAN 2.

AKTIVITAS DAN PERSEPSI KE-WIRAUSAHAAN PADA NEGARA PESERTA GEM PADA TAHUN 2013

Country	New Business Ownership Rate	Informal Investors Rate	Established Business Ownership Rate	Nascent Entrepreneurship Rate	Total early-stage Entrepreneurial Activity (TEA)	TEA for Male Working Age Population	TEA for Female Working Age Population	Improvement-Driven Opportunity Entrepreneurial Activity: Relative Prevalence	Necessity-Driven Entrepreneurial Activity: Relative Prevalence
Algeria	2.6	9.8	5.5	2.2	4.9	6.4	3.3	62	21
Angola	14.7	24.8	8.5	8	22.2	24.3	20.4	40	26
Argentina	5.6	3.8	9.6	10.5	15.9	19.2	12.9	47	30
Belgium	1.9	2.8	5.9	3.1	4.9	6.4	3.4	44	29
Bosnia & Herzegovina	4.6	4.5	4.5	5.8	10.3	13.5	7.1	22	59
Botswana	10.2	10.4	3.4	11	20.9	21.9	19.9	52	26
Brazil	12.6	-	15.4	5.1	17.3	17.2	17.4	57	29
Canada	4.7	5.7	8.4	7.8	12.2	14.6	9.9	67	15
Chile	9.6	15.6	8.5	15.4	24.3	30	19	58	20
China	8.9	-	11	5.2	14	15.8	12.2	36	34
Colombia	10.3	7.4	5.9	13.6	23.7	30.5	17.3	27	18
Croatia	2	3.4	3.3	6.3	8.3	11.5	5.1	30	37
Czech Republic	2.7	7.7	5.3	4.9	7.3	10.5	4.1	60	23
Ecuador	13.6	6.7	18	25.3	36	39.5	32.6	32	34
Estonia	4.5	6.6	5	8.8	13.1	17	9.4	50	15
Finland	2.7	3	6.7	2.8	5.3	6.5	4	66	18
France	1.8	3.3	4.1	2.7	4.6	6.1	3.1	61	16
Germany	2	-	5.1	3.1	5	6	3.9	56	19
Ghana	17.7	15.4	25.9	8.5	25.8	23.5	27.9	44	33
Greece	2.3	2.5	12.6	3.3	5.5	7.8	3.2	36	23
Guatemala	4.9	2.2	5.1	7.6	12.3	14.4	10.5	44	31
Hungary	3.8	3.4	7.2	6	9.7	12.4	7	39	28
India	4.9	1.4	10.7	5.1	9.9	13.2	6.4	36	39
Indonesia	20.4	3.2	21.2	5.7	25.5	26	25.1	44	25
Iran	6.1	7.6	10.6	6.4	12.3	18.1	6.5	36	38
Ireland	3.8	-	7.5	5.6	9.3	12.2	6.4	44	18
Israel	4.8	5	5.9	5.3	10	13.7	6.6	49	17
Italy	1.1	1.7	3.7	2.4	3.4	4.8	2.1	18	19
Jamaica	6	7.3	6.3	8	13.8	15.3	12.3	34	41
Japan	1.5	1.3	5.7	2.2	3.7	4.8	2.7	60	25
Korea (South)	4.3	3.2	9	2.7	6.9	9.7	3.9	51	36
Latvia	5.3	7.9	8.8	8.1	13.3	16.6	10.1	53	21
Libya	4.7	4.5	3.4	6.6	11.2	14.8	7.2	60	8
Lithuania	6.4	7.3	8.3	6.1	12.4	17.5	7.8	55	23
Luxembourg	2.8	5.6	2.4	6	8.7	11.6	5.6	57	6
Macedonia	3.5	6.3	7.3	3.4	6.6	9.4	3.8	23	61
Malawi	18.8	14.1	12	10.1	28.1	28.9	27.3	29	44
Malaysia	5.2	2.4	6	1.5	6.6	7.6	5.5	65	18
Mexico	3.3	7.8	4.2	11.9	14.8	16.8	13	26	7
Netherlands	4.8	3.5	8.7	4.7	9.3	11.7	6.8	67	8
Nigeria	20.7	11.6	17.5	20	39.9	39	40.7	52	25
Norway	3.4	3.3	6.2	2.9	6.3	8.9	3.6	61	4
Panama	5.3	7	3.5	15.4	20.6	23.8	17.4	40	19
Peru	5.9	6.2	5.4	17.8	23.4	27.3	19.6	54	22
Philippines	6.7	1.7	6.6	12	18.5	19.1	18	38	44
Poland	4.3	3.1	6.5	5.1	9.3	12.4	6.2	33	47
Portugal	4.2	2.4	7.7	4.2	8.3	10.8	5.8	51	21
Puerto Rico	1.8	1.2	2	6.6	8.3	10.7	6.1	43	22
Romania	4.2	5.2	5.4	6.2	10.1	12.4	7.9	32	32
Russia	2.8	2.3	3.4	3.1	5.8	6.2	5.4	42	35

Country	New Business Ownership Rate	Informal Investors Rate	Established Business Ownership Rate	Nascent Entrepreneurship Rate	Total early-stage Entrepreneurial Activity (TEA)	TEA for Male Working Age Population	TEA for Female Working Age Population	Improvement-Driven Opportunity Entrepreneurial Activity: Relative Prevalence	Necessity-Driven Entrepreneurial Activity: Relative Prevalence
Singapore	4.4	-	4.2	6.4	10.7	13.2	8.2	69	8
Slovak Republic	3.6	7.4	5.4	6.1	9.5	11.7	7.3	40	40
Slovenia	2.9	3.7	5.7	3.6	6.5	8.8	4	53	24
South Africa	4.1	2	2.9	6.6	10.6	12.3	9	32	30
Spain	2.2	3.3	8.4	3.1	5.2	6.2	4.2	33	29
Suriname	1.3	1.5	1.7	3.9	5.1	6.8	3.5	58	18
Sweden	2.5	5.9	6	5.9	8.3	10.2	6.2	58	10
Switzerland	3.7	6.4	10	4.6	8.2	8.3	8	67	7
Taiwan	5	6.1	8.3	3.3	8.2	11.1	5.3	46	29
Thailand	10.4	5	28	7.9	17.7	18	17.3	68	19
Trinidad & Tobago	8.5	6.8	11.4	11.4	19.5	23.3	15.6	76	11
Uganda	20	25.6	36.1	5.6	25.2	25.3	25.1	48	25
United Kingdom	3.7	2.1	6.6	3.6	7.1	8.8	5.5	45	16
United States of America	3.7	4.6	7.5	9.2	12.7	15.1	10.4	57	21
Uruguay	5.7	-	4.9	8.5	14.1	19.7	9	37	12
Vietnam	11.5	7.7	16.4	4.1	15.4	16.8	14	62	25
Zambia	18	14.8	16.6	22.6	39.9	39	40.7	37	39

LAMPIRAN 3.

KONDISI KERANGKA KEWIRAU- SAHAAN KEWIRUSAHAAN

2013

	1	2a	2b	3	4a	4b	5	6	7a	7b	8	9
Algeria	3.4	3.2	2.6	2.8	2.5	3.2	2.9	2.9	4	3	3.5	3.2
Angola	2.6	2.9	2.2	2.2	1.6	2.1	1.9	2.5	3.1	2	2.3	2.8
Argentina	2.2	2	1.5	2.8	2.2	3.3	2.7	3.1	3.2	2.6	3.5	3.2
Barbados	2	2.8	2	2.3	2	2.7	1.6	3	2.5	2.4	3.4	2.5
Belgium	2.6	2.6	2.2	3.3	2	3.1	2.6	3.3	2.8	2.7	3.8	2.2
Bosnia & Herzegovina	2.2	2	1.8	2	2	2.6	1.9	2.7	3.4	2	3.3	2.2
Botswana	2.7	2.6	2.7	2.6	2.3	3.1	2.1	2.7	3.1	2.8	3.3	2.8
Brazil	2.3	2.5	1.7	2.3	1.6	2.4	2	2.4	3	2.1	3	2.7
Canada	2.6	2.9	2.4	2.8	2.2	2.7	2.5	3.1	3	2.6	3.9	3.2
Chile	2.5	3.4	3.2	3.1	1.7	2.7	2.2	2.7	2.4	2.3	4.2	2.8
China	2.5	2.7	2.6	2.6	1.6	2.7	2.5	2.6	3.9	2.6	4	3
Colombia	2.3	2.8	2.6	3	2.3	3.2	2.4	2.8	2.9	2.8	3.3	3.1
Croatia	2.3	2.2	1.8	2.5	1.9	2.6	2.1	2.7	3.6	2.1	3.5	2
Czech Republic	2.5	2	2	2.3	1.6	2.4	2.2	3.1	2.6	2.6	4	2
Ecuador	2.2	2.9	2.1	2.5	2	3.2	2.1	2.9	2.3	2.4	4.2	3.1
Estonia	2.7	2.5	3.1	3.3	2.3	3	2.9	3	3.6	2.5	4.3	3.5
Finland	2.8	3.3	3.1	2.9	2.7	2.9	3	3.5	2.8	2.9	4.3	2.9
France	2.9	3.3	3	3.2	1.7	2.7	2.5	3	3.2	2.4	4.2	2.2
Germany	2.8	2.6	2.6	3.4	1.9	2.6	2.8	3.3	3.2	2.8	3.7	2.8
Ghana	2.6	2.7	2.2	2.3	2.1	2.9	2.1	3	3.1	3	3	3.1
Greece	2	2.1	1.8	2	1.7	2.6	2.2	3.2	3.2	2.2	3.6	2.3
Guatemala	2.2	2.2	2.1	2.4	1.8	3.2	2.2	3.4	2.4	2.4	3.8	2.6
Hungary	2.8	2.3	1.9	2.4	1.9	2.8	2.5	3.4	3.1	2.7	3.9	2.6
India	2.8	1.9	1.8	2.1	1.5	2.4	1.9	3	3.5	2.5	3.7	2.7
Indonesia	3.1	2.7	2.2	2.5	2.5	3.3	2.3	3.3	3.9	2.8	3.5	3.3
Iran	2	1.9	1.6	1.5	1.5	2.1	1.9	2.1	3.2	1.8	4.1	2.2
Ireland	2.6	2.9	2.8	3.2	2	2.8	2.9	3.4	2.7	2.9	3.9	3
Israel	2.8	2	1.7	2.3	2	3	2.4	3.3	2.7	2.2	4.1	3.8
Italy	2.5	2	1.5	2.1	1.7	2.6	2.5	3.1	3.5	2.5	3.3	2.1
Jamaica	2.9	2.6	2.2	2.3	2.2	3.5	2.3	3.2	3.8	2.7	3.8	3.5
Japan	2.3	3.4	2.7	3	2.1	2.5	2.5	2.3	4.1	2.3	4	3.1
Korea (South)	2.9	2.9	3	3	2.7	3.3	2.4	3.4	2.6	3	4.1	3.1
Latvia	2.1	2	2.6	1.8	1.4	2.3	1.8	2.9	3.2	2.8	3	2.5

	1	2a	2b	3	4a	4b	5	6	7a	7b	8	9
Libya	2.8	2.4	2	2.6	2.4	2.8	2.4	3.5	4	2.6	4.2	3
Lithuania	2.6	3.4	3.4	3.6	2.2	2.9	2.8	3.3	3	2.9	3.9	2.4
Luxembourg	2.3	2.7	2.9	2.5	2.3	3.1	2.4	3	3	2.4	3.5	2.8
Macedonia	1.9	2.3	1.9	2.1	2.2	2.9	1.9	2.8	3.4	2.7	2.8	2.4
Malawi	3.4	3.1	2.5	3	2.3	3	2.9	3.2	3.4	2.7	4.2	3.1
Malaysia	2.4	3	2.2	3.1	2	3.3	2.6	2.7	2.5	2.4	3.9	3.1
Mexico	2.6	3	2.1	2.4	2.8	3.1	2	2.8	3	2.6	3.5	3.2
Netherlands	2.8	3	3.2	3	3.1	3.3	2.8	3.9	2.9	3.3	4.6	3.1
Nigeria	2.1	2	1.8	2.2	2.1	2.8	1.7	2.6	3.3	2.3	3	3.3
Norway	2.8	2.4	2.8	3	2.6	2.6	2.9	3.6	2.9	2.6	4.1	2.8
Panama	2.4	2.7	2.8	3.1	1.6	2.8	2.3	2.8	2.8	2.4	3.8	3
Peru	2.3	2	2.1	2.2	2.1	2.8	1.9	2.7	2.6	2.6	3.5	2.9
Philippines	3.2	3	2.3	3.1	3.1	3.4	2.5	3.4	3.8	2.9	3.7	3.6
Poland	2.7	2.6	2.1	2.7	1.8	2.4	2.2	3	3.8	2.8	3.6	2.8
Portugal	2.9	2.6	1.8	2.9	2.2	3	2.7	3.4	2.4	2.5	4.4	2.6
Puerto Rico	1.9	2.3	1.5	2.5	1.6	3	2.1	2.9	3	2.2	3.4	2.5
Romania	2.3	2.4	2	2.4	2.3	2.9	2.6	3	3.3	2.7	2.9	2.3
Russia	2	1.9	1.9	1.8	2.2	2.7	2.1	3.1	3.2	2.1	3.1	2.5
Singapore	3.5	3.7	4.1	3.7	2.8	3.2	3.2	3.5	3.5	3.4	4.5	3.2
Slovak Republic	2.2	1.9	1.9	2.2	1.9	2.8	1.9	2.8	3	2.5	3.9	1.9
Slovenia	2.2	1.9	2.1	2.5	2.1	2.8	2.4	2.8	3.1	2.4	3.9	2.2
South Africa	3.3	3	2.1	2.2	1.8	2.3	2.1	2.7	2.8	3.1	2.8	3
Spain	1.8	2.3	2	3.1	1.4	2.3	2.2	2.5	2.1	2.3	3.9	2.1
Suriname	2.4	2.4	2.2	2	2.1	3.3	1.8	2.8	2.7	2.2	3.3	2.8
Sweden	2.3	2.7	2.5	2.7	2.3	2.4	2.4	3	3.4	2.6	4.2	3.2
Switzerland	3	3.4	3.7	3.5	2.4	3.4	3.5	3.6	2.7	3.3	4.7	3.3
Taiwan	3.7	2.7	2.8	2.3	2	2.7	2.5	3.4	3	2.8	3	3.6
Thailand	3	2.5	2.4	2.4	2.3	3.1	2.6	3.4	3.7	2.8	4.1	3
Trinidad & Tobago	3.1	2.2	2.2	2.4	2.1	3	2	3.1	2.8	2	3.8	3
Turkey	2.7	3	2.7	2.7	2.3	2.9	2.5	3.1	3.2	2.7	3.8	3.2
Uganda	2.5	2.3	2	2.4	2.2	3.1	2.1	3.3	3.9	2.8	3.4	3.1
United Kingdom	2.7	3	2.6	2.7	2.2	2.6	2.5	3.1	2.8	2.7	3.9	3.1
United States of America	2.2	2.3	2.8	3.2	1.7	3.5	3	3.1	2	2.8	3.8	2.4
Uruguay	2.6	2.8	2.2	2.6	2.2	3.1	2.4	3.2	3.2	2.9	4.2	3.9
Vietnam	2.4	2.9	2.8	2.5	2	2.6	2.5	2.9	3.5	2.7	3.6	3.1
Zambia	1.9	2.1	2.3	2.2	2.1	2.5	1.7	2.6	3.1	2.7	2.9	2.6

- 1 Lingkungan keuangan terkait dengan kewirausahaan
 2a Kebijakan konkret pemerintah, prioritas dan dukungan
 2b Kebijakan birokrasi pemerintah, pajak
 3 Program-program pemerintah
 4a Tingkat kewirausahaan pada pendidikan awal dan menengah (primer dan sekunder)
 4b Tingkat kewirausahaan pada pendidikan di SMK, pro-

- fessional, perguruan tinggi dan universitas
 5 Transfer R & D
 6 Akses infrastruktur professional dan komersial
 7a Dinamika dalam pasar
 7b Beban dalam pasar
 8 Prasarana fisik dan akses layanan
 9 Budaya, norma-norma sosial dan dukungan masyarakat

TENTANG PENULIS



Catharina Badra Nawangpalupi

Gandhi Pawitan

Agus Gunawan

Maria Widyarini

Triyana Iskandarsjah

Catharina Badra Nawangpalupi

Catharina Badra Nawangpalupi

Catharina Badra Nawangpalupi adalah research fellow dalam Centre of Excellence in SME Development, Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Katolik Parahyangan (UNPAR), Bandung, Indonesia. Catharina juga Ketua Jurusan Teknik Industri UNPAR. Catharina mendapatkan gelar sarjana dari Institut Teknologi Bandung, Indonesia, pada tahun 1997 (ST), gelar magister (MEng.Sc. dan MTD) dari University of New South Wales, Australia dan Delft University of Technology di Belanda. Pada tahun 2010, Catharina mendapatkan gelar doktor (PhD) di desain produk berkelanjutan dari University of New South Wales, Australia.

Catharina telah memberikan berbagai pelatihan tentang keuangan, pengembangan diri, keselamatan kerja dan berbagai pelatihan terkait dengan penelitian dan pembuatan proposal penelitian. Catharina mendapatkan sertifikasi sebagai komite keselamatan dan kesehatan kerja (Occupational Health and Safety) yang diberikan oleh WorkCover, Australia dan Master Trainer untuk penulisan proposal penelitiannya. Selain itu, Catharina juga mendapatkan sertifikasi dari IAMPI (Ikatan Ahli Manajemen Proyek Indonesia) untuk manajemen proyek. Catharina juga terlibat dalam program peningkatan kapasitas pelaku UKM sebagai pelatih untuk pelatihan mengenai pembuatan rencana bisnis. Dia juga melakukan berbagai penelitian dalam menilai kemampuan UKM dan kesadaran UKM akan usaha berkelanjutan. Catharina memiliki pengalaman menjadi seorang pemimpin tim dan anggota tim dari beberapa proyek-proyek penelitian dan memperoleh beberapa hibah penelitian. Beberapa proyek dan hibah yang berdedikasi untuk penelitian di kewirausahaan, melibatkan analisis data kualitatif dan kuantitatif memberikan rekomendasi untuk pertumbuhan usaha.

Gandhi Pawitan

Gandhi Pawitan adalah Direktur pada Centre of Excellence in SME Development Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Katolik Parahyangan (UNPAR) pada tahun 2010-2011. Saat ini, Gandhi adalah Ketua Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UNPAR. Gandhi saat ini mengajar untuk tingkat S1 dan mahasiswa S2 bidang administrasi bisnis, dalam statistika bisnis/sosial, metode kuantitatif, metode penelitian.

Gandhi mendapatkan penghargaan Australian Endeavour Award pada tahun 1996 untuk menyelesaikan program doktor (PhD) di bidang statistika di Universitas Wollongong, Australia dan gelar doktor diperoleh pada tahun 2001. Disertasi doktornya mengambil topik mengenai analisis sensus dan survei data dengan menggunakan analisis spasial.

Gandhi memperoleh beasiswa penelitian Indonesia dari Endeavour Awards pada tahun 2007. Beasiswa ini membawanya kepada penelitian bersama Centre for Statistical and Survey Methodology, University of Wollongong, Australia, University of Wollongong, Australia. Gandhi terlibat dalam penelitian pengembangan metodologi dalam analysis survei dan data sensus. Gandhi menerima

bantuan penelitian dari Direktorat Pendidikan Indonesia dalam penelitiannya tentang “Mapping of performance of small and medium Manufacturing Industry in the era of ACFTA at the West Java province” (2010) dan “The Impact of KUPS Implementation of Dairy Farmers’ Performance in West Java “(2014).

Agus Gunawan

Agus Gunawan saat ini memegang posisi sebagai Direktur Centre of Excellence in SME Development, Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Katolik Parahyangan (UNPAR), Bandung, Indonesia. Agus juga seorang peneliti dan dosen di Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UNPAR. Fokus keahliannya adalah dalam bidang sistem informasi bisnis.

Agus berhasil menyelesaikan studi sarjananya (SSi.) dari UNPAR pada tahun 2002 sebagai lulusan terbaik Jurusan Administrasi Bisnis. Ia juga bergabung dengan program kolaborasi yang merupakan kerja sama antara pendidikan komputer APTECH, India dan Southern Cross University (SCU), Australia. Ia memperoleh Advance Diploma in Software Engineering pada tahun 2005 dan Bachelor of Applied Computing dari SCU pada tahun 2006.

Agus memperoleh gelar Master of Business Administration (MBA) pada tahun 2005 dari Institut Teknologi Bandung, Indonesia. Agus dianugerahi Beasiswa dari Netherlands Organisation for International Co-operation in Higher Education (NUFFIC) untuk menyelesaikan program diploma tingkat pascasarjana pada Managerial Control and Management Information System at the Maastricht School of Management (MSM), Maastricht, Belanda. Agus juga menerima Japan Indonesia Presidential Scholarship Program (JIPS) di bawah pengelolaan World Bank, dan memperoleh gelar Master of Philosophy dari MSM (2010) dan gelar PhD dari Tilburg Center for Cognition and Communication (TiCC), Tilburg University (2012).

Agus adalah Ketua Pusat Studi Bisnis (CEBIS) di UNPAR (2006-2008), di mana ia terlibat dalam berbagai proyek-proyek penelitian, konsultasi, pelatihan, dan program pengembangan masyarakat. Pada tahun 2006, ia diberikan penghargaan sebagai dosen terbaik dari Administrasi Bisnis, UNPAR. Ia juga merupakan asisten dosen di dua lembaga, yaitu Master Program Personal Leadership in Innovation and Change, Universitas Zuyd dan Pendidikan Eksekutif MSM.

Maria Widyarini

Maria terlibat dalam kegiatan UKM terutama sebagai pelatih dan peneliti dalam masalah-masalah pembiayaan mikro. Maria adalah dosen di Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan (UNPAR), Bandung, Indonesia sejak tahun 2001. Sebelum bergabung dengan UNPAR, ia adalah auditor internal perusahaan swasta di Jakarta. Maria memperoleh gelar sarjana dari Program Akuntansi, UNPAR. Dia mendapatkan gelar Magister Teknik dari Institut Teknologi Bandung (Program Studi Manajemen Industri) dan saat ini sedang melanjutkan studi doktoral di Sekolah Bisnis dan Manajemen, Institut Teknologi Bandung,

Indonesia.

Maria memiliki spesialisasi dalam pengelolaan keuangan dan keuangan mikro untuk UKM. Dia juga adalah research fellow pada Centre of Excellence in SME Development, Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM), UNPAR. Maria berpartisipasi sebagai pelatih keuangan dan memberikan pelatihan untuk program peningkatan kapasitas. Dia dianugerahi NFP dua kali untuk menghadiri Finance Course and CRED (Corporate Responsibility and Economic Development) Course di Belanda. Pada tahun 2014 Maria (bersama dengan Gandhi Pawitan), menerima bantuan penelitian dari Direktorat tinggi pendidikan Indonesia dalam penelitian “The Impact of KUPS Implementation of Dairy Farmers’ Performance in West Java”.

Triyana Iskandarsjah

Triyana saat ini adalah Ketua Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan (UNPAR), Bandung, Indonesia. Triyana memperoleh gelar Master di bidang manajemen (MSi) di Universitas Indonesia, Jakarta, Indonesia pada tahun 1996.

Triyana saat ini aktif mengajar di Jurusan Manajemen pada bidang organisasi, manajemen perubahan, dan manajemen sumber daya manusia. Triyana memiliki sertifikasi untuk bidang-bidang berikut: workplace assessment, graphology, dan assessment centre. Triyana juga aktif terlibat dalam pelatihan dan konsultasi untuk pengelolaan sumber daya manusia.







Centre of Excellence for SME Development
Institute for Research & Community Service
Parahyangan Catholic University [UNPAR]
Jl. Ciumbuleuit 94 Bandung 40141
INDONESIA
bakuning hyang mrih guna sanyaya bhakti