

Kode/ Nama Rumpun Ilmu: 594 / Ilmu Administrasi

**LAPORAN AKHIR
PENELITIAN HIBAH BERSAING**



**MODEL
ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN KELEMBAGAAN EKONOMI
PENDUDUK ASLI “SUKU USING” DALAM MENINGKATKAN
PRODUKTIFITAS DAN KESEJAHTERAANNYA
DI KABUPATEN BANYUWANGI**

**Dr. ZARAH PUSPITANINGTYAS, S.Sos., S.E., M.Si.
NIDN. 0020027903**

**Dr. PUJI WAHONO, M.Si.
NIDN. 0001026010**

**Dr. DJOKO POERNOMO, M.Si.
NIDN. 0019026004**

**UNIVERSITAS JEMBER
DESEMBER 2013**

RINGKASAN

Tujuan penelitian ini ialah terungkap fenomena orientasi kewirausahaan usaha ekonomi masyarakat suku Using serta kelembagaan ekonominya yang menopang pada peningkatan produktivitas dan kesejahteraan mereka ditengah-tengah dinamika perkembangan ekonomi dan persaingan yang semakin ketat. Lokasi penelitian di Kabupaten Banyuwangi. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif. Informan penelitian adalah pelaku usaha kreatif kerajinan batik dan usaha manisan buah.

Hasil penelitian menunjukkan mereka memiliki kemandirian, tidak menggantungkan pada pemerintah, proaktif mencari peluang, inovatif, berani mengambil risiko dalam arti berani melakukan usaha yang mungkin bagi orang lain tidak akan memberikan keuntungan, terus maju untuk mencari peluang dan siap menghasilkan produk yang lebih baik agar tidak kalah dengan penghasil produk yang sama, sehingga informan yang lokasinya sulit dijangkau tersebut mampu terus mempertahankan dan mengembangkan usahanya untuk memperoleh keuntungan ekonomi. Kerja keras mereka selama ini telah mampu membangun kelembagaan ekonomi yang dalam jangka panjang akan meningkatkan produktifitas usaha informan dan kesejahteraan mereka.

Kata kunci: Orientasi Kewirausahaan, Kelembagaan Ekonomi

**MODEL ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN KELEMBAGAAN EKONOMI
PENDUDUK ASLI “SUKU USING” DALAM MENINGKATKAN
PRODUKTIFITAS DAN KESEJAHTERAANNYA
DI KABUPATEN BANYUWANGI**

**Zarah Puspitaningtyas
Puji Wahono
Djoko Poernomo**

Email: zara_4yu@yahoo.com

PENDAHULUAN

Suku Using merupakan penduduk asli Kabupaten Banyuwangi. Suku Using meskipun bukan penduduk mayoritas di Kabupaten Banyuwangi, namun mereka merupakan penduduk mayoritas di sejumlah kecamatan. Pada konteks budaya, keberadaan suku Using dianggap merupakan perpaduan budaya dan tradisi yang ada di Banyuwangi yang multi kultur.

Stereotipe karakter Banyuwangi sangat unik. Keunikan itu dibentuk dari dua elemen masyarakat yang dominan yakni Suku Jawa Mataraman, yang banyak berdomisili di wilayah dataran tinggi dan subur serta ditumbuhi tanaman dan hutan seperti daerah-daerah Tegaldlimo, Purwoharjo, Bangorejo, dan Tegalsari. Selanjutnya adalah Suku Madura-Pendalungan yang banyak tinggal di daerah pantai dan perbatasan dengan Kabupaten Jember yang berada di sebelah barat dan juga Kabupaten Situbondo yang berada di sebelah utara-. Daerah-daerah tersebut adalah daerah Muncar, Glenmore, dan Wongsorejo yang juga menjadi bagian daerah yang dikenal sebagai “tapal kuda”.

Masyarakat Suku Using yang dikenal sebagai penduduk asli Banyuwangi lebih banyak tinggal di daerah subur di sekitar Kota Banyuwangi, seperti Kecamatan Glagah, Kabat, Rogojampi, Songgon, Singojuruh, Cluring dan Genteng. Sebagai gambaran kasar, dapat disebutkan jumlah mereka sekitar 20 persen dari total populasi yang mencapai 1,5 juta jiwa. Mayoritas penduduk Banyuwangi (60 persen lebih) adalah Suku Jawa, kemudian disusul suku Using sebesar 20 persen, ketiga Suku Madura 12 persen, dan sisanya adalah etnis lainnya seperti Cina, Sulawesi, Bali (Laporan Khusus Kompas, 25/07/2008).

Meski bukan sebagai penduduk mayoritas dan keberadaannya berkelompok dalam kantong-kantong wilayah tertentu, masyarakat Using tidak bersifat eksklusif

seperti masyarakat minoritas pada umumnya di daerah-daerah lain di wilayah Indonesia. Suku Using memiliki kelebihan dalam bidang sosial, mereka terbuka dan sangat adaptif, terbuka dan kreatif terhadap pengaruh unsur kebudayaan lain. Karakter egaliter menjadi ciri yang sangat dominan dalam masyarakat Using. Ini tampak dalam bahasa Using yang tidak mengenal tingkatan bahasa seperti bahasa Jawa atau bahasa Madura. Struktur masyarakat Using pun tidak berorientasi pada priayi seperti orang Jawa juga tidak pada kyai seperti orang Madura dan tidak juga pada Ksatria seperti kasta orang Bali (Heru SP Saputra, Shrintil, 2007).

Secara ekonomi wilayah ini mampu tumbuh di atas rata-rata yakni 6,0 persen (Antara Jatim, 07/09/2-13). Dari sisi investasi, Kabupaten Banyuwangi dalam tiga tahun terakhir ini mampu menempatkan diri pada ranking ke-3 dari 38 kabupaten/kota yang ada di provinsi Jawa Timur. Sebelumnya Kabupaten Banyuwangi berada pada urutan ke 31 untuk tujuan investasi. Ini tidak lepas dari pesatnya perkembangan ekonomi dan juga infrastruktur yang dibangun Pemerintah Kabupaten Banyuwangi. Selain jalan raya juga dibuka lapangan terbang di Belimbingsari Kecamatan Rogojampi, dan juga jalur kereta api serta kapal laut yang membuka akses luar ke Kabupaten Banyuwangi. Bahkan jalur kereta *double track* dari Banyuwangi-Surabaya akan segera dibangun dan diharapkan selesai pada 2014.

Di bidang profesi, Suku Using tidak banyak berbeda dengan etnis lainnya di Kabupaten Banyuwangi. Mereka sebagian berprofesi sebagai petani, sebagian lainnya adalah pedagang, pengusaha, dan pegawai di bidang formal seperti karyawan, guru dan pegawai pemerintah daerah. Meskipun demikian secara keseluruhan suku Using dalam banyak hal dan terutama dalam bidang ekonomi mengalami banyak tantangan dibanding etnis-etnis lainnya. Bertolak dari hal tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk mengungkap secara ilmiah orientasi kewirausahaan masyarakat suku Using serta jaringan ekonomi penduduk asli Kabupaten Banyuwangi yang mendukung peningkatan produktivitas dan kesejahteraan masyarakat Using di tengah-tengah dinamika perkembangan ekonomi, masyarakat, dan wilayah Kabupaten Banyuwangi secara keseluruhan.

Selain masalah pokok tersebut, penelitian terdahulu terkait dengan suku Using lebih banyak terkait dengan masalah daya tarik budaya. Namun penelitian yang melihat pada perspektif kelembagaan ekonomi dalam rangka untuk meningkatkan produktivitas

dan kesejahteraan masyarakat suku Using belum pernah dilakukan, setidaknya bila ditelusuri melalui penelusuran digital. Padahal kelembagaan ekonomi masyarakat suku Using merupakan bagian dari kekayaan budaya yang khas dan dapat menjadi pengungkit (*leverage*) yang sangat penting bagi suku Using dalam memajukan produktivitas dan kesejahteraan mereka.

Orientasi kewirausahaan pada masyarakat merupakan salah satu indikator penting dari produktivitas dan kemajuan ekonomi suatu masyarakat. Orientasi kewirausahaan tersebut dapat dicerminkan oleh tingginya tingkat kreatifitas, inovasi, kemampuan melihat potensi, peluang, dan tantangan, serta penguasaan pengetahuan yang memungkinkan untuk dapat mencari alternatif lain dalam menghadapi berbagai tantangan dan persaingan yang dihadapi. Sebaliknya, lemahnya orientasi kewirausahaan akan menjadikan ancaman serius terhadap produktivitas dan kesejahteraan ekonomi suatu komunitas masyarakat baik dalam skala lokal, regional, maupun nasional, selain akan menjadi ancaman bagi proses pelestarian dan pengembangan dari nilai-nilai kekayaan budaya itu sendiri.

Mengingat begitu pentingnya orientasi kewirausahaan serta sebuah bentuk rekayasa kelembagaan ekonomi yang dapat menopang produktivitas dan kesejahteraan ekonomi suatu masyarakat, maka penelitian ini sangat penting dilakukan dalam rangka melestarikan dan sekaligus memberdayakan nilai-nilai luhur masyarakat kita untuk kepentingan kemajuan dan kesejahteraan bersama dan khususnya masyarakat suku Using yang memiliki tradisi dan nilai-nilai budaya tersebut.

TINJAUAN PUSTAKA

Orientasi Kewirausahaan

Perkembangan teori kewirausahaan dewasa ini mengakui berbagai peran kewirausahaan dalam perubahan ekonomi (Stam, 2008). Variasi peran kewirausahaan tersebut diantaranya ialah: (1) orang yang menanggung ketidakpastian (Knight, 1921), (2) seorang inovator (Schumpeter, 1934), (3) pembuat keputusan (Casson, 2003), (4) seorang pemimpin industri (Schumpeter, 1934), (5) seorang *organizer* dan *coordinator* sumber daya ekonomi (Marshall, 1890), (6) seorang *arbitrageur*, jeli terhadap peluang (Kirzner, 1973, 1997), (7) alokator sumber daya di antara sejumlah alternatif penggunaan (Schultz, 1975). Mencermati multi peran kewirausahaan tersebut,

maka dapat dipahami kewirausahaan sangat penting bagi kemajuan pembangunan ekonomi sebuah wilayah. Ini menandakan tanpa adanya orang-orang atau insan yang berperan kewirausahaan maka dapat diartikan tidak akan terjadi kemajuan pembangunan ekonomi pada suatu wilayah.

Ahmad *et al.* (2008) mengungkapkan bahwa terdapat perbedaan mendasar antara wirausaha (*entrepreneurs*), aktivitas kewirausahaan (*entrepreneurial activity*), dan kewirausahaan (*entrepreneurship*). Wirausaha diartikan sebagai insan (para pemilik bisnis/ *industry*/ usaha) yang berikhtiar menghasilkan nilai melalui kreasi atau ekspansi aktivitas ekonomi dengan mengidentifikasi dan mengoptimalkan produk-produk baru, proses-proses baru atau pasar-pasar baru. Aktivitas kewirausahaan merupakan tindakan insan yang berupaya menghasilkan nilai melalui kreasi atau ekspansi aktivitas ekonomi dengan mengidentifikasi dan mengeksploitasi produk-produk baru, proses-proses baru atau pasar-pasar baru. Kewirausahaan adalah fenomena dikaitkan dengan aktivitas kewirausahaan.

Gurbuz *et al.*, (2009) mencatat definisi kewirausahaan yang disampaikan oleh Schumpeter (1934) sebagai berikut: “*entrepreneurship as introduction of new methods of production, opening of new market, utilization of new sources of supply and carrying out new organizational form.*” Miller (1983:770) dalam Schiavone (2007) menyatakan “perusahaan kewirausahaan” sebagai “*an entrepreneurial firm is one that engages product-market innovation, undertakes somewhat risky ventures, and is first to come up with proactive, innovations, beating competitor to the punch. A non-entrepreneurial firm is one that innovates very little, is highly risk averse, and imitates the moves of competitors instead of leading the way.*”

Bertolak dari pandangan Schumpeter serta Miller maka orientasi kewirausahaan akan semakin dibutuhkan oleh para usahawan khususnya usahawan berskala mikro dan kecil karena umumnya mereka menghadapi hambatan keterbatasan sumber daya sebagaimana ditengarai Freel (2000a) dalam Espallardo *et al.* (2009). Ini berarti keterbatasan sumber daya usaha mikro dan kecil harus dapat diatasi melalui pendekatan orientasi kewirausahaan. Orientasi kewirausahaan yang dimaksud adalah seperangkat nilai-nilai yang sangat dibutuhkan untuk menuntun penggunaan sumber daya unik secara efektif guna menciptakan kesejahteraan ekonomi. Nilai-nilai orientasi kewirausahaan tersebut, misalnya mandiri, inovatif, proaktif, berani mengambil risiko,

dan agresif dalam berusaha atau bersaing. Adanya nilai-nilai kewirausahaan ini berpotensi besar melahirkan cara-cara baru yang masih perlu dikelola secara baik untuk meningkatkan produktivitas kesejahteraan ekonomi.

Dess dan Lumpkin (1996) mendefinisikan orientasi kewirausahaan sebagai proses-proses, praktek-praktek, dan aktivitas-aktivitas pengambilan keputusan yang masuk ke hal-hal baru. Konstruk ini menyiratkan bahwa bakat-bakat psikologi individu, nilai-nilai, atribut-atribut, dan sikap-sikap yang kuat berkaitan dengan motivasi, masuk ke dalam aktivitas kewirausahaan. Demikian juga Frank *et al.* (2010) mengutip gambaran orientasi kewirausahaan yang disampaikan oleh Guth dan Ginsberg (1990) serta Zahra dan Covin (1995) sebagai cara-cara potensial untuk merevitalisasi usaha-usaha yang ada melalui pengambilan risiko, inovasi, dan perilaku-perilaku berusaha dan bersaing yang agresif.

Lumpkin dan Dess (1996) berpandangan bahwa orientasi kewirausahaan berkaitan dengan akankah usaha mikro dan kecil mempunyai komitmen pada diri sendiri ke dalam perilaku kewirausahaan. Lebih jauh, mereka berpendapat bahwa tindakan utama kewirausahaan dikarakteristikan oleh input baru. Ini dapat diraih jika ada sebuah bisnis baru yang diluncurkan. Dengan demikian orientasi kewirausahaan mengekspresikan sebuah independensi tindakan, kemauan mengeksplor ide-ide, pasar, dan upaya-upaya baru untuk menghancurkan posisi pemimpin pasar oleh penemuan pasar baru.

Dimensi Orientasi Kewirausahaan

Dess dan Lumpkin (1996, 1997, 2001) menyatakan bahwa terdapat 5 (lima) dimensi kunci orientasi kewirausahaan, yakni: (1) *autonomy*, (2) *innovativeness*, (3) *risk taking*, (4) *proactiveness*, (5) *competitive aggressiveness*. *Autonomy* merujuk pada tindakan-tindakan independen seorang individu atau kelompok dalam memunculkan sebuah ide atau visi dan menyelesaikannya sampai tuntas. *Innovativeness* merujuk pada kecenderungan terlibat dan mendukung ide-ide baru, keunikan, eksperimen, dan proses kreatif yang memungkinkan menghasilkan produk, jasa, atau proses-proses baru. *Risk taking* merujuk pada derajat yang mana individu-individu berbeda dalam kemauan mereka mengambil risiko dan imbalan yang diterima. *Proactiveness* merujuk pada penggerak pertama dan tindakan-tindakan lain yang ditujukan pada pencarian

keselamatan dan melindungi pangsa pasar dan melihat ke depan perspektif yang direfleksikan dalam tindakan antisipasi yang diambil atas permintaan masa depan. *Competing aggressiveness* merujuk pada intensitas upaya-upaya mengeluarkan pesaingnya dari industri. Upaya ini akan membantu menjamin pangsa pasar yang tinggi dan oleh sebab itu akan menyebabkan memiliki kinerja yang lebih baik.

Menurut Certo *et al.* (2009) penerapan orientasi kewirausahaan dapat terjadi pada tiga level, yakni: (a) level individu atau tenaga kerja, (b) level pendiri usaha atau *entrepreneurs*, dan (c) perusahaan yang telah mapan. Namun, terdapat perbedaan dalam memaknai kelima dimensi orientasi kewirausahaan pada penerapannya di tataran individu atau tenaga kerja, pendiri usaha atau *entrepreneurs*, dan tim manajemen puncak perusahaan yang telah mapan. Detil pandangan Certo *et al.* (2009) terhadap penerapan kelima dimensi orientasi kewirausahaan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Penerapan Dimensi Orientasi Kewirausahaan

<i>Entrepreneurial orientation element</i>	<i>Application for individuals / employees</i>	<i>Application for startups / founders / entrepreneurs</i>	<i>Application for established / top management team / boards</i>
<i>Autonomy</i>	<i>Show an ability to develop independent thought and not require step by step instructions</i>	<i>Create processes and system that allows employees to develop independent thinking</i>	<i>Allow individuals and teams freedom to champion new ideas</i>
<i>Competitive aggressiveness</i>	<i>Develop proposals that specifically react to, or anticipate the actions of, competitors</i>	<i>Establish a culture of unconventional tactics rather than head to head competition with incumbents</i>	<i>Engage in aggressive marketing, quality improvement, and value compared to competitors</i>
<i>Innovativeness</i>	<i>Highlight how you can provide new and creative ideas or processes</i>	<i>Identify how new combinations of current products and services can serve new markets</i>	<i>Be willing to cannibalize existing products, services or processes and venture beyond current limits</i>
<i>Proactiveness</i>	<i>Demonstrate an ability to think ahead, and anticipate future organizational needs</i>	<i>Be a first mover or a fast follower in new or existing markets</i>	<i>Influence market trends and create demand</i>
<i>Risk Taking</i>	<i>Recommend proposals that have more attractive return although they may have a lower probability of success</i>	<i>Incur debt or take other risk in order to seize an opportunity</i>	<i>Commit significant resources to a project to ensure high returns</i>

Sumber: Certo *et al.* (2009)

Perusahaan mikro (dan kecil) biasanya sangat sulit memanfaatkan pengaruhnya di pasar untuk mendapatkan keuntungan atau pertumbuhan usaha. Keuntungan atau pertumbuhan perusahaan sesungguhnya mempunyai dua makna, yakni makna yang bersifat internal (berupa efek pembelajaran) dan makna yang bersifat eksternal (berupa posisi pasar). Dalam pengertian ini, pertumbuhan nampaknya muncul sebagai sebuah hal yang penting bagi perilaku kewirausahaan perusahaan mikro (dan kecil). Pertumbuhan perusahaan, dengan demikian, sebagai bagian yang melengkapi proses kewirausahaan. Pada perspektif proses pertumbuhan dalam perusahaan kecil, dapat disimpulkan bahwa prosesnya adalah hasil dari kombinasi tiga komponen dasar yakni: (a) karakteristik wirausaha; (b) karakteristik perusahaan kecil; dan (c) pembangunan strategi perusahaan. Ketiga komponen tersebut tidak saling terpisah dan mereka mempengaruhi pertumbuhan perusahaan kecil melalui cara kombinasi. Ketika mempelajari strategi perusahaan kecil dan secara khusus pilihan-pilihan strategik, yang dapat mempengaruhi pertumbuhan, ini berkaitan dengan dimensi-dimensi orientasi kewirausahaan.

Lumpkin dan Dess (1996) berpendapat bahwa tindakan utama kewirausahaan adalah dikarakteristikan oleh masukan baru. Ini dapat dicapai jika ada sebuah luncuran bisnis baru. Oleh sebab itu, ekspresi "orientasi strategik" dapat dimengerti sebagai strategi kewirausahaan perusahaan dalam komitmen ke perilaku kewirausahaan. Orientasi kewirausahaan menganjurkan sebuah independensi tindakan, kemauan mengeksplor ide-ide, pasar, dan upaya-upaya baru untuk menghancurkan posisi pemimpin pasar oleh penemuan pasar baru. Covin dan Slevin (1991) berpendapat bahwa orientasi kewirausahaan selain mempengaruhi penciptaan bisnis baru, juga mempengaruhi kinerja perusahaan. Oleh sebab itu, orientasi kewirausahaan adalah sebuah orientasi strategis yang sangat penting bagi eksistensi perusahaan.

Bukti empiris telah banyak mendukung bahwa perusahaan dengan derajat orientasi kewirausahaan tinggi sangat mungkin melibatkan inovasi (Manimala, 1992) dan menikmati kinerja perusahaan yang lebih baik (Smart dan Conant, 1994). Wiklund (1999) menyatakan bahwa pengaruh orientasi kewirausahaan pada kinerja sangat besar dan kekuatan pengaruhnya meningkat sepanjang waktu. Oleh sebab itu, banyak peneliti berpendapat bahwa melakukan investasi pada orientasi kewirausahaan adalah bermanfaat pada aspek finansial karena akan mendapat kompensasi lebih dalam periode

waktu lama (dalam Zhang *et al.*, 2011). Konsep Zhang dan koleganya tersebut menyiratkan kecukupan sumber daya yang dimiliki perusahaan memiliki keterkaitan dengan investasi penciptaan orientasi kewirausahaan.

METODE PENELITIAN

Analisis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif dimaksudkan untuk memperoleh pemahaman dan penafsiran secara lebih mendalam terhadap fenomena yang terjadi pada masyarakat suku Using yang memiliki usaha ekonomi di Kabupaten Banyuwangi. Penelitian ini mendeskripsikan dan sekaligus menganalisis secara mendalam terhadap sebuah atau sejumlah makna atas kenyataan dan fakta yang relevan pada usaha ekonomi masyarakat suku Using tersebut dalam kaitannya dengan orientasi kewirausahaan mereka. Penelitian ini dengan demikian akan lebih banyak menggunakan pendekatan fenomenologis.

Obyek penelitian ini adalah masyarakat suku Using yang memiliki usaha ekonomi, yang tinggal di sejumlah kecamatan di wilayah Kabupaten Banyuwangi. Mereka ini memiliki keunikan-keunikan dan kekayaan budaya dan *intangible asset* yang sangat penting seperti bahasa, adat-istiadat, kesenian, filosofi, dan kelembagaan ekonomi yang khas dan berbeda dari masyarakat lainnya, yang ber-etnis Jawa dan Madura-Pendalungan, serta etnis lainnya yang menjadi bagian masyarakat Kabupaten Banyuwangi yang ditengarai dapat berkaitan dengan orientasi kewirausahaan mereka.

Fokus penelitian ini adalah menekankan pada orientasi kewirausahaan dan rekayasa kelembagaan ekonomi yang mendukung peningkatan produktivitas dan kesejahteraan dari masyarakat suku Using yang menggeluti usaha ekonomi kreatif di bidang batik dan manisan buah di Kabupaten Banyuwangi. Secara substansi penelitian ini akan terfokus pada pengungkapan orientasi kewirausahaan masyarakat suku Using pada usaha-usaha tersebut, dengan menekankan pada pertanyaan bagaimana dan mengapa hal itu dapat terjadi. Analisis dilakukan dengan mempelajari kedalaman perilaku mereka dikaitkan dengan realitasnya pada peningkatan produktivitas dan kemajuan kesejahteraan mereka.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Orientasi Kewirausahaan Pelaku Usaha

Berdasarkan hasil observasi di lapang maka dapat disimpulkan bahwa semua informan penelitian ini masuk kategori usaha berskala mikro berdasarkan Undang-undang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Kasus 1: Usaha Kreatif Kerajinan Batik Berskala Mikro

Informan Usaha Kreatif Kerajinan Batik Berskala Mikro berjumlah tiga orang selaku pemilik yakni ibu Hani, ibu Susi, dan ibu Fonny. Ibu Hani, pemilik usaha kreatif kerajinan batik berskala mikro dengan nama *Art Shop* “Srikandi” beralamat di Jalan Alam Indah Lestari Karanganyar – Karang bendo, Rogojampi – Banyuwangi. Ibu Susi, pemilik usaha kreatif kerajinan batik berskala mikro dengan nama *Art Shop* “Gondo Arum” beralamat di Dusun Kepuh Desa Pakistaji, Kecamatan Kabat, Kabupaten Banyuwangi. Ibu Fonny, pemilik usaha kreatif kerajinan batik berskala mikro dengan nama *Art Shop* “Sayuwit” beralamat di Jalan Sayuwit, Temenggungan, Kabupaten Banyuwangi dan lingkungan Sritanjung, Temenggungan, Kabupaten Banyuwangi. Mereka bertiga adalah suku Using. Adapun setting kajian ini difokuskan kepada salah satu informan yakni ibu Hani sedangkan lainnya (ibu Susi dan ibu Fonny) oleh tim peneliti ditempatkan berperan sebagai triangulator.

Informan 4 (ibu Hani) mempunyai keterampilan membatik mulai kecil yang diwarisi dari orang tuanya. Keterampilan membatik semakin baik karena informan 4 ini pernah bekerja pada usaha batik ‘Sayu Wiwit’ dan ‘Virde’ sekitar 5 tahun. Kemudian sekitar 9 tahun yang lalu informan 4 mulai membuka usaha batik sendiri di tempat tinggalnya dan baru 5 tahun yang lalu informan 4 membuka galeri batik yang diberi nama “Srikandi”.

Dimensi Proaktif

Berdasarkan fenomena lapang dimensi proaktif orientasi kewirausahaan usaha kreatif kerajinan batik berskala mikro serta analisisnya maka konstruksi proposisi minornya adalah sebagai berikut: “Proaktif pada kegiatan usaha ekonomi akan memberi manfaat ekonomi maupun non ekonomi bagi pelakuknya”.

Dimensi Inovatif

Bercermin dari fenomena lapang yang ada serta perspektif teori orientasi kewirausahaan dan inovasi maka inovasi yang terjadi pada informan usaha kreatif kerajinan batik berada pada tataran inovasi (produk) yang inkremental. Dikatakan

inkremental karena perubahan motif dan juga pewarnaan serta teknik membatik secara keseluruhan mengalami perubahan secara perlahan dan bertahap, tidak secara frontal dan mendasar dalam artian meninggalkan cara-cara lama untuk digantikan dengan cara dan teknik membatik yang benar-benar baru. Karena itu tim peneliti menilai perubahan atau inovasi yang dilakukan para pembatik tersebut sebagai inovasi yang bersifat inkremental.

Berpijak pada fenomena lapangan dimensi inovasi orientasi kewirausahaan usaha kreatif kerajinan batik berskala mikro serta analisisnya maka konstruksi proposisi minornya adalah sebagai berikut: "Hal baru yang dihasilkan pada kegiatan usaha ekonomi apabila ditangkap sesuatu yang baru juga oleh penggunanya akan mendatangkan manfaat"

Dimensi Keberanian Mengambil Risiko

Bertolak dari fenomena lapangan pada dimensi keberanian mengambil risiko orientasi kewirausahaan usaha kreatif kerajinan batik berskala mikro serta analisisnya maka konstruksi proposisi minornya ialah "Kemampuan mengelola risiko sebagai bagian tidak terpisahkan dalam proses usaha ekonomi adalah awal keberhasilan".

Dimensi Agresif Bersaing

Berpijak pada fenomena lapangan dimensi agresif bersaing pada orientasi kewirausahaan usaha kreatif kerajinan batik berskala mikro dan analisisnya maka konstruksi proposisi minornya ialah "Agresif bersaing tidak berarti ada yang kalah dan menang melainkan tumbuh bersama melalui kerjasama"

Dimensi Kemandirian

Berdasarkan fenomena lapangan dimensi kemandirian orientasi kewirausahaan usaha kreatif kerajinan batik berskala mikro dan analisisnya maka konstruksi proposisi minornya adalah "Kemandirian pada usaha ekonomi membutuhkan tekad dan keberanian".

Kasus 2: Pengusaha Manisan Berskala Mikro

Informan Pengusaha Manisan Berskala Mikro berjumlah dua orang yakni ibu Nurimamah (sebagai informan kunci) dan ibu Laela (informan berikutnya bertindak sebagai triangulator). Informan 5 ini seorang ibu rumah tangga yang bertempat tinggal di Desa Kelir Kecamatan Kalipuro yang bernama Nurimamah. Ia dibantu suaminya

yang sama-sama suku Using menjalankan usaha Manisan Buah sudah puluhan tahun. Tempat tinggal mereka berada jauh dari keramaian kota dan sulit dijangkau dengan kendaraan roda empat karena cukup terpencil dan jalan makadam, atau berbatuan. Sedangkan Ibu Laela, rumah harus dijangkau dengan kendaraan roda dua karena melalui jalan setapak. Terkait dengan konteks orientasi kewirausahaan, fenomena yang terdapat pada informan 5 ini dapat dideskripsikan sebagai berikut.

Dimensi Proaktif

Pada perspektif teoritik, *proactiveness* merujuk ke sebagai penggerak pertama dan tindakan-tindakan lain yang ditujukan pada pencarian keselamatan dan melindungi pangsa pasar dan dengan melihat kedepan perspektif yang direfleksikan dalam tindakan antisipasi yang diambil atas permintaan masa depan (Dess dan Lumpkin (2001). Fenomena lapang yang ada pada Usaha Manisan di atas dapat dikategorikan memenuhi substansi konsep *proactiveness*.

Berdasarkan fenomena lapang dimensi proaktif dari orientasi kewirausahaan pada usaha manisan berskala mikro dan analisisnya maka konstruksi proposisi minornya, ialah: “Proaktif pada kegiatan bisnis akan cenderung menciptakan faedah ekonomi dan non ekonomi bagi para pelakunya”.

Dimensi Inovatif

Inovasi yang dilakukan para pengrajin manisan buah ini memang tidak sebatas pada inovasi produk belaka tapi juga dalam rangka memperoleh bahan baku, proses, dan juga dalam hal pemasarannya. Jadi mereka ini para pengrajin dan simpul-simpul produksi manisan buah ini telah melakukan sistem inovasi, meski dalam tingkatan yang paling sederhana. Orientasi kewirausahaan tergambar jelas dari aktivitas dan kegiatan yang mereka lakukan dari hari ke hari dalam menghasilkan produk inovatif khas Banyuwangi yang berasal dari lingkungan sekitarnya.

Berdasarkan fenomena lapang dimensi inovatif dari orientasi kewirausahaan pada usaha manisan buah berskala mikro dan analisisnya maka konstruksi proposisi minornya sebagai berikut: “Hal baru yang dihasilkan oleh pelaku bisnis dan ditangkap baru oleh pengguna akan memberi manfaat bagi pelakunya”.

Dimensi Keberanian Mengambil Risiko

Berdasarkan fenomena lapang pada dimensi keberanian mengambil risiko dari orientasi kewirausahaan usaha manisan buah berskala mikro serta analisisnya maka

konstruksi proposisi minornya ialah “Kemampuan mengelola risiko sebagai bagian tidak terpisahkan dalam proses bisnis adalah awal keberhasilan bisnis”.

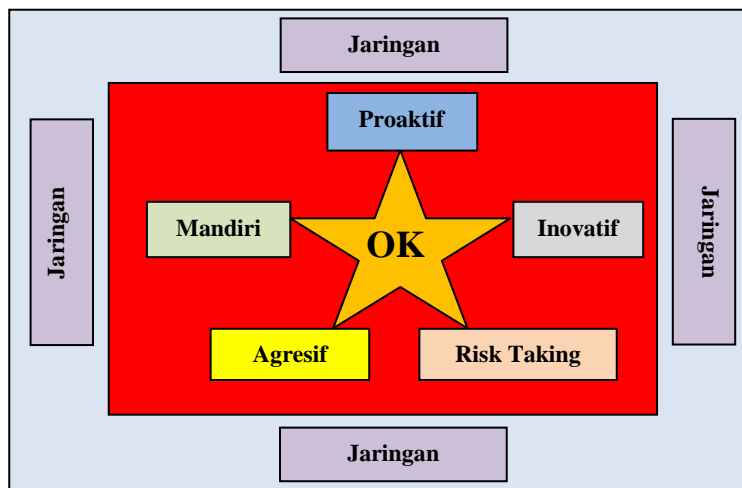
Dimensi Agresif Berkompentisi

Berdasarkan fenomena lapang dimensi agresif berkompentisi atau bersaing orientasi kewirausahaan usaha manisan buah berskala mikro dan analisisnya maka konstruksi proposisi minornya ialah “agresif bersaing tidak berarti ada musuh melainkan memotivasi untuk menampilkan produk yang dihasilkan lebih baik dari lainnya”.

Dimensi Kemandirian

Bertolak dari fenomena lapang dimensi kemandirian orientasi kewirausahaan usaha manisan buah berskala mikro dan analisisnya maka konstruksi proposisi minornya adalah “Kemandirian pada usaha ekonomi membutuhkan tekad dan keberanian”.

Berdasarkan semua fenomena lapang dari informan usaha kreatif kerajinan batik dan usaha manisan buah berskala mikro serta analisisnya maka dapat disusun konstruksi orientasi kewirausahaan kelembagaan ekonomi mereka seperti di bawah ini.



Keterangan: OK = Orientasi Kewirausahaan.

Sumber: Hasil Penelitian 2013. Interpretasi Tim Peneliti.

Gambar 4.5
Konstruksi Orientasi Kewirausahaan Kelembagaan Ekonomi Informan

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan informasi dan analisis yang telah dipaparkan dalam laporan penelitian mulai bab satu sampai bab empat, dapat ditarik kesimpulan dan saran sebagai berikut:

Para pelaku usaha suku Using sebagaimana diwakili para informan yang diwakili para pengusaha batik dan juga usaha manisan buah asam, cereme, tomat dan pepaya, mereka memiliki Orientasi kewirausahaan yang bagus sebagaimana dikatakan Schumpeter, Miller, Freel (2000) atau juga Espallardo dan kawan-kawan (2009). Para pelaku usaha suku Using ini memiliki nilai-nilai dan semangat tinggi untuk dapat menggunakan sumber daya yang ada, baik itu yang nyata dan sumber daya yang tidak nyata sebagai sumber kehidupan mereka dengan jalan mengubah selebar kain putih menjadi produk batik dengan motif khas Banyuwangi yang bernilai ekonomi tinggi, atau mengubah buah-buahan yang tidak banyak dilirik orang karena rasanya tidak enak dimakan begitu saja menjadi makanan yang digemari banyak orang. Mereka ini adalah para wirausaha yang mewakili karakteristik suku Using yang orientasi usahanya sangat baik, mereka mengubah dari sesuatu yang kurang berharga menjadi sesuatu yang berharga dan bernilai ekonomi tinggi.

Dilihat dari dimensi kewirausahaan, mereka juga memiliki kemandirian, tidak menggantungkan pada pemerintah, proaktif tidak menunggu tetapi berupaya mencari peluang, kreatif dan inovatif yakni melakukan sesuatu yang baru atau memperbaiki serta mengubah yang ada untuk menjadi baru, berani mengambil risiko dalam artian berani melakukan usaha yang mungkin bagi orang lain tidak akan memberikan keuntungan, terus maju untuk mencari peluang dan siap menghasilkan produk yang lebih baik agar tidak kalah dengan penghasil produk yang sama, sehingga para pengrajin batik dan makanan olahan manisan buah atau manisan buah yang letaknya sulit dijangkau tersebut mampu terus mempertahankan dan mengembangkan usahanya untuk memperoleh keuntungan ekonomi sehingga mampu menjadi sumber penghasilan dan lebih dari itu mereka mampu membuka lapangan pekerjaan baru bagi diri dan lingkungan sekitarnya.

Sebagai pelaku bisnis dalam skalanya masing-masing, tidak semua pelaku usaha suku Using ini mampu memanfaatkan kelembagaan ekonomi formal yang disediakan pemerintah. Tingkat pemahaman dan juga kultur yang mereka anut serta tingkat

pendidikan dan lingkungan sosial masing-masing dari mereka mempengaruhi persepsi masing-masing dalam melihat dan memanfaatkan kelembagaan ekonomi yang tersedia. Belum adanya semacam asosiasi atau wadah yang menjadi naungan bagi mereka semua juga menjadikan para pelaku usaha ini belum secara merata mampu mendapatkan keuntungan dari berbagai fasilitas yang kerap ada dari pemerintah baik pusat maupun daerah. Jaringan kelembagaan mereka juga masih terbatas sebagaimana diwujudkan dalam jaringan pemasaran dan juga pasokan input untuk produk mereka.

Saran

Berdasarkan analisis hasil penelitian dan juga simpulan yang telah diajukan di atas maka disini dapat disampaikan saran sebagai berikut:

Orientasi kewirausahaan masyarakat pelaku usaha suku Using yang sudah cukup baik tersebut perlu terus dikembangkan dan diperkuat agar mampu menjadi modal dasar yang tangguh dalam melaksanakan kegiatan usaha mereka ketika dihadapkan pada persaingan yang kian keras akibat dari adanya peningkatan pelayanan dari para konsumen seperti dalam hal peningkatan kualitas dan kuantitas produk, serta semangat dan orientasi kewirausahaan yang sudah baik ini perlu dikenalkan kepada calon-calon wirausaha yang berpotensi menjadi wirausaha baru khususnya dari suku Using. Penanaman semangat dan orientasi kewirausahaan ini penting untuk meningkatkan jumlah usahawan penduduk asli suku Using.

Kurangnya kemampuan dari para pelaku usaha suku Using dalam penelitian ini sebagaimana diwakili oleh para pelaku usaha batik dan makanan olahan manisan buah asam, papaya, pala, dan cereme, serta tomat tersebut perlu ditindaklanjuti oleh para pengrajin dan pelaku usaha ini untuk membentuk semacam wadah bersama diantara mereka agar dapat lebih bersatu sehingga bisa memiliki peran yang lebih besar dalam memperjuangkan kepentingan mereka dan juga dalam memanfaatkan kelembagaan ekonomi yang tersedia. Selain itu dengan adanya semacam wadah bersama diantara mereka diharapkan juga akan memiliki pengaruh yang lebih besar dan juga akses yang lebih besar kepada pengambil keputusan dan juga lembaga-lembaga kerjasama ekonomi lainnya seperti dari BUMN dan lainnya.

Penelitian ini perlu dilanjutkan dengan pendalaman terhadap peran masing-masing pelaku usaha dan juga potensinya untuk dapat berkembang menjadi pengusaha

suku Using yang lebih maju lagi di dalam kerangka kelembagaan dan jaringan ekonomi yang ada selama ini. Apa yang harus dilakukan dan bagaimana mereka bisa melakukan itu adalah sangat penting untuk dapat dikaji agar kedepan bisa membantu meningkatkan kapasitas dan juga kemampuan daya saing para pelaku usaha suku Using yang merupakan penduduk asli Banyuwangi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Nadim & Hoffmann, Anders N., 2008, A Framework for Addressing and Measuring Entrepreneurship, *OECD Statistics Working Paper*.
- Awang, Amran; Ahmad, Zainal Arifin; Asghar, Abdul Rashid Said; Subari, Khairul Anwar, 2010, Entrepreneurial Orientation among Bumiputera Small and Medium Agro-Based Enterprises (BSMAEs) in West Malaysia: Policy Implication in Malaysia, *International Journal of Business and Management*, Vol. 5, No. 5, pp. 130-143.
- Coulthard, Max, 2007, *The Role of Entrepreneurial Orientation on Firm Performance and The Potential Influence of Relational Dynamism*, Monash University, Working Paper, Download <http://www.ssrn.com>.
- Covin, Jeffrey G., Green, Kimberly M., Slevin, Dennis P., 2006, Strategic Process Effects on the Entrepreneurial Orientation-Sales Growth Rate Relationship, *Entrepreneurship Theory and Practice*, January, 57-81.
- Creswell, John W., 2009, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, Sage Publications, Inc. California.
- Denzin, Norman K., Lincoln, Yvonna S., 2009, *Handbook of Qualitative Research*, Edisi Indonesia, Penerbit Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Espallardo, Miguel Hernandez., Ballester, Elena Delgrado, 2009, Product innovation in small manufacturers, market orientation and the industry's five competitive forces, *European Journal of Innovation Management*, Vol. 12 No. 4, pp. 470-491
- Ferreira, Joao, Azevedo, Susana Garedo, 2008, *The Impact of Entrepreneurial Orientation and Resource-based View on Growth of Small Firms*, Download <http://www.ssrn.com>,
- Frank, Herman, Kessler, Alexandes, Fink, Matthias, 2010, Entrepreneurial Orientation and Business Performance - A Replication Study, *Strategic Business Review* 62, 175-198.
- Gurbuz, Gulruh; Aykol, Sinem, 2009, Entrepreneurial management, entrepreneurial orientation and Turkish small firm growth, *Management Research News*, Vol 32, No 4, pp. 321-336
- Lumpkin, G.T., Dess, G.G., 1996, Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance, *The Academy of Management Review*, 21 (1):

- 135-172.
-, 2001, Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: the moderating role of environment and industry life cycle, *Journal of Business Venturing*, 16: 429-451.
- Madsen, Einar Lier., 2007, The significance of sustained entrepreneurial Orientation on Performance of Firms – A Longitudinal Analysis, *Entrepreneurship & Regional Development*, 19: 185-204.
- Manig, Winfried.1991. Rural Social Economic Structure and Social Development. Dalam Winfried Manig (ed). Stability and Change in Rural Institutions in North Pakistan. Socio Economic Studies on Rural Development. Vol.85. Alano. Aachen.
- North., Douglas C.1990., Institution., Institutional Change and Economic Performance. Cambridge University Press. Cambridge.
- Ostrom, Elinor., 1990., Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action. Cambridge University Press.
- Pranab Bardhan (ed 1989), *Conversations between Economists and Anthropologists: Methodological Issues in Measuring Economic Change in Rural India*, Oxford University Press
- Reid, Gavin C., Xu, Zhibin, 2009, *Entrepreneurial Orientation, Intangible Assets and Firm Growth: the impact of „Spirit and Material“ on the growth of Chinese Private Firms*, download <http://www.ssrn.com>, 2010.
- Rutherford, Malcolm. 1994. Institutions in Economic: The Old and New Institutionalism. Cambridge University Press. Cambridge.
- Schiavone, Francesco, 2007, Linking the Division of Labour to Entrepreneurial Orientation of Firms: a Theoretical Proposal, *Int. J. Entrepreneurship and Small Business*, Vol. 4, No. 2, pp. 163-178.
- Sisbintari, Ika, & Poernomo, Djoko, 2006, *Strategi Bertahan Hidup Usaha Batik Lokal di Era Perdagangan Bebas (studi pada pengrajin batik Desa Sumber Pakem Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember)*, Dibiayai PHB A-2 PS ADNI FISIP UNEJ.
-, 2008, *Model Strategi Pertumbuhan Sentra Industri Batik Lokal (studi kasus pada sentra industri batik di Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi)*, Dibiayai Dikti, dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan penelitian Hibah Penelitian Nomor 022/SP2H/PP/DP2M/III/2008 Tanggal 6 Maret 2008.
- Sisbintari, Ika; Poernomo, Djoko; Wahono, Puji, 2010, *Knowledge Creation Industri Batik Khas Jawa Timur di Bangkalan, Tuban, dan Banyuwangi*, Dibiayai Dikti, Surat Perjanjian Pelaksanaan Hibah Penelitian Nomor 022/SP2H/PP/DP2M/III/2010 Tanggal 1 Maret 2010.
- Stam, Erik, 2008, Entrepreneurship and Innovation Policy, *The Jena Economic Research Papers* is a joint publication of the Friedrich Schiller University and the Max Planck Institute of Economics, Jena, Germany.

- Suwandi & Basrowi., 2008, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta
- Wahono, Puji., Poernomo, Djoko., Sisbintari, Ika., 2009/2010., *Knowledge Creation dan Inovasi dalam Industri Batik di Jawa Timur* (Tahun I: Bangkalan, Tuban, dan Banyuwangi), Laporan Penelitian, Lembaga Penelitian Universitas Jember.
- Wahono, Puji., Poernomo, Djoko., Sisbintari, Ika., Karyadi, Hari., 2011/2012, *Transfer of Knowledge* pada Industri Batik di Jawa Timur (Tahun I: Lumajang, Tuban, dan Pacitan), Laporan Penelitian, Lembaga Penelitian Universitas Jember.
- Wiklund, Johan and Dean, Shephend, 2003, Knowledge-Based Resources, Entrepreneurial Orientation, and The Performance of Small and Medium- Sized Business, *Strategic Management Journal*, 24: 1307-1314.

Sumber Lain

Antara Jatim, 07/09/2-13

Kompas, 25/07/2008

(<http://www.antarajatim.com/lihat/berita/94624/hatta-radjasa-puji-pertumbuhan-ekonomi-banyuwangi> (12 Maet 2013).

UU RI Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, Penerbit Asa Mandiri.