



DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

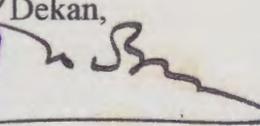
SERTIFIKAT

No: 1080/J.25.1.5/PP.7/2000

Dekan FKIP Universitas Jember dengan ini menerangkan bahwa:

N a m a : ...DRS. MUTROFIN, M.Pd.....
N I M/NIP : ...131 660 786.....
PT./Instansi : ...FKIP UNIVERSITAS JEMBER.....

telah mengikuti *Pelatihan Kewirausahaan* yang diselenggarakan oleh
Laboratorium Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan
dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember bekerja sama dengan Unit
Career Planning Development Universitas Jember pada tanggal
26 s/d 27 April 2000 sebagai.....*Pemateri*.....

Jember, 27 April 2000
Dekan,


SOEKARDJO BW
NIP. 130 287 101

PROSPEK BERWIRSAUSAHA¹

Mutrofin²

SEKURANG-KURANGNYA empat kali dalam pengantar brosur *Pelatihan Kewirausahaan* ini, substansi makna globalisasi ekonomi dan atau liberalisasi perdagangan disebut-sebut melalui dua istilah yang saling bergantian, yakni era perdagangan bebas dan era global. Globalisasi ekonomi, sebagaimana dikatakan Giddens (1999) adalah nyata, dan tidak hanya merupakan kelanjutan, atau kebalikan dari kecenderungan-kecenderungan tahun-tahun sebelumnya. Namun demikian perlu diingatkan bahwa globalisasi sebagai salah satu dilema dunia bukan hanya tentang saling ketergantungan ekonomi, tetapi sekaligus tentang transformasi waktu dan ruang dalam kehidupan kita. Peristiwa di tempat yang jauh, entah yang berkaitan dengan ekonomi atau tidak, mempengaruhi kita secara lebih langsung dan segera daripada yang pernah terjadi sebelumnya. Sebaliknya, setiap keputusan yang kita ambil sebagai individu-individu seringkali memiliki implikasi global.

Dirujuknya istilah itu sebagai kunci bagi dibukanya wawasan baru dalam kancah pengayaan wacana para calon wirausahawan menjadi sangat relevan. Bukan hanya karena globalisasi ternyata “mendesak ke samping” dengan jalan menciptakan wilayah ekonomi dan kultural baru yang kadangkala melintasi batas-batas negara-bangsa. Lebih dari itu karena globalisasi juga “menekan ke bawah” dengan cara

¹ Makalah disampaikan dalam “Pelatihan Kewirausahaan untuk Mahasiswa” pada tanggal 26 April 2000 di Gedung Pusat Kegiatan Mahasiswa Universitas Jember, Jember.

Comment [h1]: * Kertas kerja disampaikan dalam *Pelatihan Kewirausahaan* di Universitas Jember, Rabu, 26 April 2000. Pembicara adalah staf pengajar FKIP-Universitas Jember.

Comment [h2]:

menciptakan tuntutan-tuntutan dan kesempatan-kesempatan baru guna meregenerasikan identitas lokal. Kita garisbawahi soal tuntutan dan kesempatan, karena kedua hal itulah yang paling berperan bagi siapa pun dalam upaya mengenali prospek berwirausaha.

Penting ditegaskan bahwa kertas kerja ini disusun oleh seorang akademisi, bukan wirausahawan. Meskipun kesempatan berwirausaha hingga saat ini masih dijalankan, namun ada keyakinan bahwa pengalaman dimaksud belum tentu relevan untuk diketengahkan sehingga diragukan kemanfaatannya. Barangkali yang lebih relevan adalah basis pengetahuan yang diperlukan guna mengungkap tabir misteri prospek kewirausahaan yang nyata-nyata ada di depan mata. Oleh karena itu secara berturut-turut akan dibicarakan beberapa hal antara lain adalah soal: pentingnya mengakhiri perdebatan tentang kewirausahaan dan sektor informal; modal dasar yang diperlukan untuk menciptakan prospek; dan faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan ekonomi bagi wirausahawan.

A. Kewirausahaan dan Sektor Informal

Bagi seseorang yang akan memasuki dunia usaha dan berkesempatan mempelajari lika-liku diskursus bisnis, beberapa penyebutan seperti pengusaha besar, pengusaha kecil, sektor formal dan informal, pengusaha menengah, wiraswasta, wirausaha dan lain-lain seringkali menjadi beban mental tersendiri. Sebab pada

² Drs. Mutrofin, M.Pd. adalah staf pengajar dan Ketua Laboratorium Manajemen Pendidikan

tataran tertentu “pemilihan” peran yang kelak dimainkannya dalam dunia usaha akan membawa konsekuensi-konsekuensi logis yang mau tidak mau, suka tidak suka mesti dihadapinya. Ketika seseorang memutuskan untuk menjadi seorang pengusaha menengah di mana sebutan itu didasarkan atas besarnya modal dan omzet periodiknya misalnya, maka ia mesti berkuat dengan kepiawaian dalam hal bentuk badan usaha, menyusun proposal usaha, menyusun *company profile*, menentukan sistem rekrutmen karyawan, skala penggajian, *products pricing*, *marketing*, ekspansi atau perluasan usaha, dan sebagainya.

Mengingat hal-hal yang demikian, maka akan lebih bermanfaat apabila peran sebagai wirausahawan lebih diarahkan kepada *informal sector* sebagai istilah resmi yang sudah dikenal publik di seluruh dunia. Sikap tidak peduli terhadap berbagai khotomi yang menghadap-hadapkan *entrepreneurial class* adalah *starting point* yang paling baik bagi seseorang guna memasuki kawasan dunia usaha. Hal ini penting oleh karena sebutan kewirausahaan sebagaimana dipahami masyarakat luas amatlah berbeda dengan yang ada dalam kajian-kajian ilmu ekonomi. Makna *enterprise* sebagai kata benda menunjuk pada pengertian keberanian berusaha atau kegiatan memulai usaha. Sedangkan makna *reinvention* atau kewirausahaan adalah *the fundamental transformation of public systems and organizations to create dramatic increases in their effectiveness, efficiency, adaptability, and capacity to innovate*. Proses transformasi tersebut dilakukan melalui perubahan yang cerdas dalam hal

tujuan, penghargaan, pertanggungjawaban, struktur kekuasaan dan kebudayaan (David Osborne dan Peter Plastrik, 1997).

Ketika krisis moneter dan ekonomi melanda kawasan Asia dan selanjutnya menghantam Indonesia, para analis ekonomi menyebut-nyebut betapa penting memperkuat posisi pengusaha kecil dalam struktur ekonomi nasional. Sebab pada kenyataannya, para pengusaha kecil itulah yang nyaris tidak terjamah krisis. Pengusaha kecil yang dimaksud tidak lain adalah para pengusaha yang terjun di sektor informal yang, selain mengandalkan usahanya pada pembiayaan rupiah, juga nyaris tidak begitu *instens* mengandalkan jasa Bank dalam permodalannya.

Menurut beberapa kajian (Mc Gee, 1973; Mazumdar, 1976; Sethuraman, 1985), di sejumlah kawasan, antara lain di Amerika Latin dan negara-negara berkembang di Asia, sektor informal dianggap sebagai wadah persemaian benih-benih (*benign*) kewiraswastaan yang sangat diperlukan dalam mendorong munculnya kelompok pengusaha pribumi yang sangat diperlukan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan tercapainya kesejahteraan sosial. Bahwa Indonesia kemudian benar-benar terpuruk berkepanjangan akibat krisis, salah satu penyebabnya adalah karena daya topang ekonomi semata-mata diletakkan pada konglomerasi; sementara usaha membantu sektor informal - seperti bantuan kredit, introduksi program bapak-angkat, lokalisasi, pelatihan keterampilan dan sistem manajemen, formalisasi melalui penyediaan infrastruktur seperti pasar, lokasi berdagang di swalayan dan pusat

jajanan, dsb - lebih banyak memunculkan masalah ketimbang menyelesaikan masalah (lihat kembali kajian Turnham, Salome dan Schwarz, 1990).

Di Amerika Latin, bantuan pendidikan dan pelatihan yang intensif atas sektor informal sejak tahun 1980-an, hingga kini menampakkan hasil yang sangat memuaskan. Itulah antara lain mengapa negara-negara di Amerika Latin begitu kuat daya *survival* ekonominya meskipun di wilayah lain, bahkan di negara-negara maju terguncang masalah moneter. Satu-satunya korelat yang paling signifikan mengguncang ekonomi mereka hanyalah masalah politik dan perebutan kekuasaan karena sebagian besar di antara mereka masih berada dalam tradisi pemerintahan otoritarian yang seringkali menafikan demokrasi (lihat kajian mendalam jurnal *Education* 55/56, 1997).

B. Modal Dasar dan Prospek

Suatu tuntutan selalu merefleksikan kebutuhan. *Space* di antara tuntutan dan kebutuhan itulah esensi ruang gerak kesempatan. Bagi wirausahawan, makin jernih dan tinggi melihat serta memanfaatkan kesempatan, makin cerah dan luas prospek berwirausaha yang terbentang di hadapannya. Demikian pula sebaliknya. Teoritis, penciptaan kesempatan dapat saja dimulai dari terlebih dahulu melihat peluang pasar yang ada. Segmentasi pasar diperlukan untuk mengetahui pasar sasaran (*target market*) di mana sebenarnya suatu unit usaha dengan produk terbatas dijalankan. Guna membangun prospek berwirausaha yang memadai, selain diperlukan modal

usaha yang *sustainable*, diperlukan pula tiga modal dasar lain yang sangat mendasar, yakni modal intelektual, referensi (rujukan), dan kemampuan pemasaran.

Dengan meminjam istilah Stewart (1998), modal pertama, yakni modal intelektual adalah jumlah semua hal yang diketahui dan diberikan oleh semua orang dalam suatu unit usaha yang memberikan keunggulan berkompetisi. Tidak seperti aset yang dikenal secara umum oleh kalangan bisnis dan akuntan dewasa ini, seperti tanah, pabrik, peralatan, uang tunai, dan sebagainya, sifat modal intelektual tidak berwujud. Suatu kolaborasi - proses pembelajaran yang dibagikan - antara unit usaha dan konsumen yang menciptakan ikatan di antara mereka dan selalu membawa konsumen kembali. Modal intelektual dengan demikian adalah - materi intelektual, pengetahuan, informasi, hak pemilikan intelektual - pengalaman yang dapat menciptakan kekayaan.

Modal kedua, yakni referensi atau rujukan bisa dibangun melalui sejumlah jalan. Antara lain lewat upaya menghimpun atau mengorganisasikan informasi spesifik yang berkaitan dengan unit usaha atau melalui relasi intensif dengan wirausahawan lain yang telah dianggap sukses sebelumnya. Referensi menjadi sangat penting maknanya oleh karena dari situlah kita sebagai calon wirausahawan bercermin atas kesuksesan dan kegagalan seseorang. Kekeliruan dalam memilih referensi bisa berakibat fatal, demikian pula sebaliknya.

Modal terakhir adalah kemampuan pemasaran (*marketing*). Pemasaran dalam pengertian ini bukan semata-mata menunjuk pada kemampuan menjual suatu produk, lebih dari itu adalah bagaimana memuaskan kebutuhan konsumen secara

menguntungkan (*satisfying needs profitably*) (lihat Philip Kotler, 1994). Jika suatu unit usaha hanya mencari keuntungan semata tanpa memperhatikan kepuasan konsumen, maka usaha tersebut dapat dipastikan tidak akan bertahan lama. Namun sebaliknya, jika yang dipentingkan hanya kepuasan konsumen semata, lambat namun pasti akan bangkrut. Bagi kalangan wirausahawan yang tergolong pengusaha kecil atau terjun di sektor informal, maka strategi *market niche* adalah yang paling jitu, yakni mencari pasar sempit yang belum dimasuki sektor formal dan atau unit usaha besar.

Apa pun bidang usaha yang akan digeluti, jika keempat modal dasar tersebut diperhatikan benar, niscaya prospek berwirausaha akan terus tumbuh seiring dengan tertularnya “virus” kewirausahaan pada setiap orang, terutama mereka yang belum sepenuhnya memasuki sektor tenaga kerja formal. Beberapa sektor yang terus terbuka prospeknya antara lain produksi, distribusi dan jasa, terutama di bidang industri dan perdagangan.

Tentu saja, sebelum membuka kesempatan baru dan atau prospek baru, maka diperlukan perencanaan matang. Perencanaan dimaksud sebenarnya tidak terlalu *njlimet* benar; yang terpenting adalah BAGAIMANA MENJAGA KONSISTENSI untuk tidak keluar dari pakem perencanaan yang diwujudkan dalam bentuk rincian VISI, MISI dan TEKNIS. VISI adalah basis filosofi dunia usaha yang hendak dikembangkan. MISI adalah tujuan utama pengembangan usaha. Sementara TEKNIS adalah pilihan strategis jenis usaha yang hendak dikembangkan. Berdasar pengertian

tersebut, yang mungkin bisa berubah-ubah adalah aspek **TEKNIS** dalam perencanaan usaha, sementara **VISI** dan **MISI** tak perlu berubah kecuali karena alasan-alasan khusus seperti ekspansi dan atau perluasan usaha.

C. Faktor-faktor Kesuksesan

Terus terang harus dikatakan bahwa konsep “sukses” merupakan subjek umum yang mempunyai ragam interpretasi dan penuh dengan kesan subjektif. Namun secara universal kesuksesan adalah suatu kuantitas relatif yang selalu berkaitan dengan pencapaian tujuan khusus. Ada kajian menarik yang pernah dilakukan Gunnar Specht (1997) terhadap para pengusaha kecil di kota Manila, Phillipina. Berdasar hasil riset Specht, ciri-ciri kesuksesan para pengusaha kecil itu adalah:

1. Mata pencaharian itu menjamin keperluan sehari-hari seperti pemenuhan bahan makanan, pakaian, akomodasi dan garansi pendidikan yang baik untuk anak-anaknya.
2. Dalam jangka panjang, mata pencaharian itu menjamin kemungkinan peningkatan kondisi dan taraf hidup.
3. Mata pencaharian itu mengembangkan kepribadian dan atau gaya hidup tekun sejalan dengan kemampuan diri sendiri.
4. Mata pencaharian itu mampu mengingatkan kembali fungsi sosial seseorang dan atau dapat menjalin peningkatan hubungan sosial.

Dalam hubungan tersebut, terdapat tiga ukuran yang bisa dilaksanakan, yakni kehati-hatian dalam mengelola unit usaha terutama di sektor penghasilan tambahan;

akumulasi simpanan (deposit mata uang); dan adaptasi terhadap standar kehidupan berkaitan dengan situasi ekonomi yang lebih luas.

Jika yang dimaksud kesuksesan usaha persis atau mendekati sama dengan yang dikemukakan Specht, maka ada beberapa faktor yang menjadi prasyarat penentu. Prasyarat penentu tersebut adalah berbagai kompetensi yang mesti dimiliki dan atau ditumbuhkembangkan oleh seseorang sebelum memasuki dunia usaha, yakni:

1. Kompetensi teknis/pekerjaan. Termasuk dalam kompetensi ini antara lain adalah keterampilan manual, mengoperasikan mesin-mesin, memperbaiki mesin-mesin, memahami kaitan-kaitan teknik, mampu menggambar dan membaca teknik, memiliki pengetahuan atas teknologi baru.
2. Kompetensi manajemen. Termasuk dalam kompetensi ini antara lain adalah mampu menganalisis pasar, mempresentasikan dan atau mempromosikan produk, menjalankan organisasi usaha, bernegosiasi, melaksanakan transaksi keuangan, mengarahkan karyawan dan melatih tenaga kerja, mengerjakan pembukuan, mengkalkulasi biaya, meraih informasi yang relevan dengan dunia usahanya, menguasai strategi perencanaan, melayani dan mengembangkan produk baru, dan penuh tanggung jawab.
3. Kompetensi pribadi. Termasuk dalam kompetensi ini antara lain adalah rasa percaya diri dan tenang, memiliki inisiatif pribadi, berkemampuan untuk belajar, fleksibel dan adaptif, kreatif, mampu berimprovisasi, berani mengambil dan

menghadapi risiko, berkemampuan mengambil keputusan cepat, toleran terhadap rasa frustrasi, proporsional dalam menggunakan kekuasaannya, dan disiplin.

4. Kompetensi sosial. Termasuk dalam kompetensi ini antara lain adalah kemampuan berkomunikasi, kemampuan bekerja sama, kemampuan membangun hubungan sosial, kemampuan berprestasi dan solidaritas.

Jika dicermati secara sungguh-sungguh hal-hal di muka, agaknya bukan sesuatu yang mudah meraih kesuksesan dalam berwirausaha, dan tidaklah gampang meretas jalan bagi terbentangnya prospek berwirausaha yang cerah. Tapi, apabila kita mau bersungguh-sungguh untuk berusaha - seperti iklan layanan masyarakat pengusaha ayam goreng *dhadha menthok* di televisi - niscaya akan bisa mengatasi berbagai kesulitan. Gagal adalah biasa, berusaha baru luar biasa. Akhirnya relevan dikutip pernyataan milyarder muda ternama dari Amerika Serikat, Bill Gates, yang menjadi raja *software* terkemuka *Microshoft*, “kesempatan tidak pernah datang dengan sendirinya, melainkan harus diciptakan.” Semoga bermanfaat.

-----Ooo0ooo-----

DAFTAR PUSTAKA

Giddens, Anthony, 1999. *The third way: the renewal of social democracy*. Malden, USA: Blackwell Publisher Ltd.

Institute for Scientific Co-Operation, 1997. *Education*, Volume 55/56. *Focus: Education and training for the informal sector*. Tubingen, Germany: ISFC.

- Kotler, Philip, 1994. *Marketing management: analysis, planning, implementation, and control*, 8th. Englewood Cliff, N.J.: Prentice Hall International, Inc.
- Mazumdar, D., 1976. "The informal sector." Dalam *World Development*, 4 (8): 655-679.
- Mc. Gee, T.G., 1973. *Hawkers in Hongkong: a case study of planning and policy in a third world city*. Hongkong: Centre of Asian Studies.
- Osborne, David & Peter Plastrik, 1997. *Banishing bureaucracy: the five strategies for reinventing government*. Reading, USA: Addison-Wesley Publishing Company, Inc.
- Porter, Michael, E., 1980. *Competitive strategy, techniques for analysis industries and competitors*. New York, USA: The Free Press, A Division of Macmillan Publishing Co, Inc.
- Sethuraman, S.P., 1985. *The urban informal sector in developing countries: employment and environment*. Geneva: International Labour Organization.
- Specht, Gunnar, 1997. "Economic success factors for micro-enterprises in the informal sector: consequences management training." Dalam *Education* Volume 55/56, 70-95. Tubingen, Germany: Institute for Scientific Co-Operation.
- Stewart, Thomas A., 1998. *Intellectual capital: the new wealth of organizations*. Manhattan, USA: Doubleday.
- Turnham, David; Bernard Shone, Antoine Schwarz, 1990. *The informal sector revisited*. Paris: Development Centre of The Organization for Economic Co-Operation and Development.