KEWIRAUSAHAAN

Mardia • Abdurrozzaq Hasibuan • Janner Simarmata • Kuswanto
Endang Lifchatullaillah • Liharman Saragih • Dewi Suryani Purba
Martono Anggusti • Bonaraja Purba • Nina Noviastuti • Idah Kusuma Dewi
Fhajri Arye Gemilang • Sukarman Purba • Rahman Tanjung

KEWIRAUSAHAAN

UU 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Perlindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

a. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
b. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
c. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah diumumkan sebagai bahan ajar; dan
d. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

Kewirausahaan

Mardia, Abdurrozzaq Hasibuan, Janner Simarmata, Kuswanto
Endang Lifchatullaillah, Liharman Saragih, Dewi Suryani Purba
Martono Anggusti, Bonaraja Purba, Nina Noviastuti, Idah Kusuma Dewi
Fhajri Arye Gemilang, Sukarman Purba, Rahman Tanjung

Penerbit Yayasan Kita Menulis

Kewirausahaan

Copyright © Yayasan Kita Menulis, 2021

Penulis:
Mardia, Abdurrozzaq Hasibuan, Janner Simarmata, Kuswanto
Endang Lifchatullaillah, Liharman Saragih, Dewi Suryani Purba
Martono Anggusti, Bonaraja Purba, Nina Noviastuti
Idah Kusuma Dewi Fhajri Arye Gemilang, Sukarman Purba
Rahman Tanjung

Editor: Abdul Karim
Desain Sampul: Tim Kreatif Kita Menulis
Sampul: pexels.com

Penerbit
Yayasan Kita Menulis
Web: kitamenulis.id
e-mail: press@kitamenulis.id
WA: 0821-6453-7176

Mardia, dkk.
Kewirausahaan
Yayasan Kita Menulis, 2021
xvi; 218 hlm; 16 x 23 cm
ISBN: 978-623-6840-71-9 (print)
E-ISBN: 978-623-6840-72-6 (online)
Cetakan 1, Februari 2021
I. Kewirausahaan
II. Yayasan Kita Menulis

Katalog Dalam Terbitan

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak maupun mengedarkan buku tanpa
Izin tertulis dari penerbit maupun penulis

Kata Pengantar

Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya serta kemampuan yang diberikan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan penulisan buku kolaborasi Kewirausahaan. Di dalam penyusunan buku kolaborasi Kewirausahaan penulis telah berusaha semaksimal mungkin sesuai dengan kemampuan penulis dalam menyelesaikan buku ini. Tetapi sebagai manusia biasa, penulis tidak luput dari kesalahan maupun kekhilafan baik dari segi teknik penulisan ataupun tata bahasa yang kami gunakan.

Buku ini berjudul " Kewirausahaan " yang merupakan rangkuman dari berbagai sumber. Buku ini diharapkan menjadi bahan referensi dan dapat memberikan gambaran bahwa Kewirausahaan adalah kewirausahaan bisa didefinisikan sebagai kemampuan untuk menjadi kreatif dan inovatif (menciptakan yang baru dan berbeda), digunakan sebagai singkatnya keterampilan, fondasi, sumber daya, proses, dan upaya untuk menciptakan produk dan layanan bernilai tambah untuk berani menghadapi risiko.

Penulis menyadari jika di dalam penyusunan buku ini mempunyai kekurangan, namun penulis meyakini sepenuhnya bahwa sekecil apapun buku ini tetap akan memberikan manfaat bagi pembaca. Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak dan anggota yang telah berkonstribusi dalam menyusun, memberi dukungan, pendampingan dan penguatan hingga tuntasnya proses penyusunan sampai pada terbitnya buku ini.

Akhir kata, untuk penyempurnaan buku ini, kritik dan saran yang sifatnya membangun dari pembaca sangatlah berguna untuk penulis kedepan.

Semoga buku ini dapat memberi manfaat kepada pembaca serta generasi penerus yang akan datang.

Wabillahi Taufik Walhidayah.
Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.
Makassar , 17 Januari 2021

Penulis

Daftar Isi

Kata Pengantar v
Daftar Isi vii
Daftar Gambar xiii
Daftar Tabel xv

Bab 1 Kewirausahaan dan Tantangan Bangsa
1.1 Pendahuluan 1
1.2 Perspektif Kewirausahaan 5
1.2.1 Hakikat Kewirausahaan 8
1.2.2 Karakteristik Kewirausahaan 9
1.2.3 Nilai -Nilai Hakiki Kewirausahaan 10
1.3 Proses Kewirausahaan 11
1.4 Fungsi dan Peran Kewirausahaan 12
1.5 Ide dan Peluang Kewirausahaan 14
1.6 Tantangan dan Hambatan Kewirausahaan di Indonesia 15

Bab 2 Kewirausahaan: Konsep yang Berevolusi
2.1 Pendahuluan 19
2.2 Konsep Dasar dan Hakikat Kewirausahaan 22
2.3 Konsep Dasar Kewirausahaan 25
2.3.1 Disiplin Ilmu Kewirausahaan 25
2.3.2 Objek Studi Kewirausahaan 26
2.3.3 Kewirausahaan Eksistensial 27
2.3.4 Hakikat dan Kerangka Berpikir Kewirausahaan 30

Bab 3 Falsafah dan Spirit Kewirausahaan
3.1 Pendahuluan 35
3.2 Falsafah Wirausaha 36
3.3 Falsafah dari Profil Wirausaha 37
3.4 Sikap Orang yang Tidak Memiliki Spirit Wirausaha yang Baik 42

Bab 4 Motivasi Wirausaha
4.1 Pendahuluan 45
4.2 Konsep Teori Motivasi, Minat dan Berwirausaha 46
4.2.1 Definisi Motivasi 46
4.2.2 Definisi Minat 47
4.2.3 Definisi Berwirausaha 48
4.3 Motivasi untuk Meraih Kunci Sukses Berbisnis dan Membangun Usaha .. 49
4.4 Contoh Kasus Pada Motivasi Berwirausaha 52

Bab 5 Kreativitas Dalam Kewirausahaan
5.1 Definisi Kreativitas 53
5.2. Kreativitas dalam Kewirausahaan 55
5.3 Kreativitas melalui Inovasi 58
5.4 Hubungan Kreativitas dengan Intelegensi 60
5.5 Upaya Meningkatkan Kreativitas 61

Bab 6 Inovasi Dalam Kewirausahaan
6.1 Pendahuluan 65
6.2 Inovasi 67
6.3 Hubungan Konseptual Antara Kewirausahaan dan Inovasi 69
6.4 Model Bisnis Inovasi 69
6.5 Perilaku Inovatif dalam Berwirausaha 71
6.6 Hambatan Inovasi 73

Bab 7 Perspektif Kewirausahaan Pada Individu
7.1 Pengertian Perspektif Kewirausahaan 75
7.2 Perspektif Kewirausahaan Pada Individu 77
7.2.1 Karakteristik Wirausahawan 78
7.2.2 Sikap Wirausahawan 79
7.3 Faktor-faktor yang memengaruhi kewirausahaan 80
7.3.1 Keberhasilan dan Kegagalan Kewirausahaan 81
7.3.2 Keuntungan dan Kerugian Kewirausahaan 84

Bab 8 Kecerdasan Wirausaha
8.1 Pengertian Kecerdasan 89
8.1.1 Strategi Cerdas Masa Depan 91
8.1.2 Pengusaha Cerdas Masa Depan 95
8.1.3 Ekonomi Inovasi 96
8.1.4 Big Data Revolution 98

8.1.5 Apa yang The Marketplace Ajarkan 99
8.1.6 Empat Domain Cerdas Masa Depan 100
8.1.7 Pengertian Kecerdasan Intelektual (IQ) 103
8.1.8 Pengertian Kecerdasan Emosional (EQ) 103
8.1.9 Pengertian Kecerdasan Spiritual (SQ) 104
8.1.10 Pengertian Kecerdasan Moral (MQ) 104
8.1.11 Pengertian Kecerdasan Adversitas Quotient (AQ) 104
8.1.12 Pengertian Kecerdasan Emosional Spiritual (ESQ) 105
8.1.13 Pengertian Kecerdasan Kreativitas (CQ) 105
8.1.14 Pengertian Love Quotient (LQ) 106
8.1.15 Kecerdasan Mindset 106
8.1.16 Pengertian Kecerdasan Konektivitas 108
8.1.17 Pengertian Kecerdasan Entrepreneur (Entre-Q) 109
8.1.18 Faktor – Faktor Kecerdasan 111
8.2 Wirausaha model "MOONA LAE" 116
8.3 Proses Perencanaan & Pengembangan Usaha 118

Bab 9 Intrapreneurship
9.1 Pendahuluan 121
9.2 Teori dan Konsep Intrapreneurship 125
9.3 Faktor Penghambat Pengembangan Intrapreneurship 129

Bab 10 Woman and Home Entrepreneurship
10.1 Pendahuluan 131
10.2 Entrepreneurship 132
10.2.1 Pengertian Entrepreneurship 132
10.2.2 Syarat Menjadi Entrepreneurship 134
10.3 Motivasi 136
10.3.1 Motivasi Wirausahawan Wanita 136
10.3.2 Faktor-Faktor Yang Memotivasi Wanita Berwirausaha 137
10.4 Tantangan 138
10.4.1 Tantangan Wanita dalam Berwirausaha 138
10.4.2 Tantangan Menjadi Wirausahawan 140
10.5 Etika Bisnis 142
10.5.1 Definisi Etika Bisnis 142
10.5.2 Prinsip dalam Etika Bisnis 143
10.5.3 Manfaat Penerapan Etika Bisnis 144

Bab 11 Menemukan Dan Mengembangkan Ide Usaha

11.1 Pendahuluan 147
11.1.1 Pengertian Ide 147
11.1.2 Presentasi Ide 148
11.1.3 Karakteristik Ide 148
11.1.4 Ide Dan Peluang 148
11.2 Menemukan Ide Usaha 149
11.2.1 "Thinking Out of the Box" 150
11.2.2 Ide Usaha Menjadi Peluang Usaha 151
11.3 Mengembangkan Ide Usaha 152
11.4 Seleksi Ide Usaha 153
11.5 Ide Usaha 153
11.5.1 Klasifikasi Ide Usaha 153
11.5.2 Contoh Ide Usaha 154

Bab 12 Technopreneur dan Inspirasi

12.1 Orang Terkaya Di Dunia 157
12.2 Perbedaan Technopreneurship Dengan Yang Lain 158
12.3 Technopreneur, Anak Muda Dan Inovasi. 160
12.4 Technopreneur Dan Hadirnya Internet 161
12.5 Alasan Dibalik Munculnya Perusahaan Teknologi (Technopreneurship) . 163
12.6 Orang Terkaya Di Dunia & Technopreneur 164
12.7 Technopreneur dan Inspirasi 169

Bab 13 Pendidikan Kewirausahaan

13.1 Pendahuluan 171
13.2 Konsep Pendidikan Kewirausahaan 172
13.3 Pentingnya Pendidikan Kewirausahaan 175
13.4 Tujuan Pendidikan Kewirausahaan 177
13.5 Pengintegrasian Pendidikan Kewirausahaan 179
13.6 Nilai-nilai Pokok dalam Pendidikan Kewirausahaan 182

Bab 14 Peran Teknologi Informasi dalam Kewirausahaan

14.1 Pendahuluan 185
14.2 Konsep Teknologi Informasi 187
14.2.1 Definisi Teknologi Informasi 187
14.2.2 Peran Teknologi Informasi 187
14.2.3 Keuntungan Teknologi Informasi 188
14.2.4 Komponen Teknologi Informasi 189

14.3 Teknologi Informasi dalam Kewirausahaan 190
14.3.1 Peran Teknologi Informasi dalam Kewirausahaan 191
14.3.2 Teknologi Informasi dan Revolusi Digital bagi Wirausaha 193
14.3.3 Teknologi Informasi dan Technopreneurship..... 194

Daftar Pustaka 195
Biodata Penulis 211

Daftar Gambar

Gambar 1.1: Perspektif Kewirausahaan.....6
Gambar 2.1: Wirausaha.....32
Gambar 5.1: Tahap-tahap Inovasi 60
Gambar 11.1: Kios buku bekas.....154
Gambar 11.2: Aneka Frozen Food.....155
Gambar 11.3: Tahu bakso Mercon.....155
Gambar 11.4: Jasa Printing 156
Gambar 12.1: Daftar 10 Orang terkaya di Dunia dalam 500
orang terkaya di Dunia Versi Bloomberg Billionaires Index 165
Gambar 12.2: Daftar Orang terkaya di Indonesia dalam 500
orang terkaya di Dunia versi Bloomberg Billionaires Index 169
Gambar 14.1: Komponen Teknologi Informasi.....189

Daftar Tabel

Tabel 13.1: Nilai-nilai Pokok dalam Pendidikan Kewirausahaan 182

Bab 1

Kewirausahaan dan Tantangan Bangsa

1.1 Pendahuluan

Pada tahun 2020, kita akan memasuki era "perdagangan bebas" di kawasan ini Asia Pacific. Di era ini dibutuhkan wirausaha yang mampu menjawab tantangan dan peluang yang ada di kawasan ini. Oleh karena itu, negara Indonesia khususnya di perguruan tinggi perlu seaktif mungkin mempersiapkan diri untuk berwirausaha (entrepreneurship). Para ekonom dan manajemen secara khusus memberikan informasi tentang pentingnya para wirausahawan ini, misalnya, Schumpeter (1934) menunjukkan bahwa kewirausahaan adalah penggerak pertumbuhan ekonomi (Pinayani, 2005)

Menurut kamus bahasa Indonesia Purnomo (1999), wira mengacu pada pejuang atau pahlawan, sehingga pengusaha cenderung menggambarkan, semangat, pionir, kepribadian yang maju, dan orang yang patut dicontoh bisa eksis secara mandiri. Kewirausahaan mengacu pada pelopor dalam bisnis di bidang ekonomi, seperti pertanian, pemasaran, industri manufaktur dan jasa. Istilah wirausaha berasal dari istilah wirausahawan Perancis yaitu wirausaha yang pertama kali dipromosikan oleh Richard Castillon pada tahun 1755. Istilah wirausaha sudah dikenal luas sejak abad ke-16, sedangkan di Indonesia baru dikenal luas pada akhir abad ke-20 (Musyadar, 2006).

Kewirausahaan adalah fenomena yang terkenal zaman ini, akan menjadi model yang sangat trend dalam kehidupan masyarakat di masa depan. Bagi beberapa partai politik, kewirausahaan adalah seni pahat batu dan membutuhkan pendidikan. Secara umum kewirausahaan telah tertanam dan dikembangkan dalam kehidupan masyarakat luas di Indonesia, namun tetap menjadi tradisi dan warisan orang tua (Harti, 2018).

Teori kewirausahaan adalah hasil dari proses yang sistematis dan disiplin yang menggunakan kreativitas dan inovasi dalam memenuhi kebutuhan dan peluang pasar. Dunia kewirausahaan adalah dunia usaha yang penuh dengan risiko dan ketidakpastian, artinya mudah terjadi antara sukses dan gagal, oleh karena itu dalam hal ini anda harus memiliki penguasaan dan pemahaman yang baik tentang kewirausahaan (Siagian *et al.*, 2020). Tahu caranya. Kewirausahaan sangat penting bagi masyarakat, agar masyarakat dapat melakukan kegiatan kewirausahaan dan bagaimana memanfaatkan sebaik-baiknya kemampuan yang dimilikinya agar dapat merebut peluang usaha yang tersedia setiap saat dan melakukan kegiatan secara mandiri. Tujuan utama pembelajaran kewirausahaan adalah membentuk jiwa pengusaha, terutama mahasiswa, menjadikan orang-orang yang relevan menjadi orang-orang kreatif, inovasi dan efisiensi. Modus umum pembelajaran kewirausahaan meliputi teori, praktek dan implementasi.

Teori tersebut bertujuan untuk mempelajari pengetahuan tentang kewirausahaan agar dapat menyentuh dan mengisi aspek kognitif siswa, sehingga memiliki paradigma kewirausahaan. Magang dirancang untuk melaksanakan kegiatan berdasarkan teori-teori yang dipelajari oleh mahasiswa, sehingga mereka dapat mempraktikkan teori-teori yang telah dipelajari dan bermanfaat bagi diri sendiri dan orang lain, yang berkaitan dengan emosi seseorang. Implementasi mengacu pada pelaksanaan kegiatan yang sebenarnya dan kemampuan untuk merumuskan rencana bisnis untuk menggunakan pengetahuan yang diperoleh melalui teori pembelajaran dan wawasan yang diperoleh melalui pembelajaran praktis.

David Osborne dan Ted Gaebler (1992) dalam "Remodeling" mengatakan bahwa Pemerintah meyakini bahwa dalam perkembangan dunia diperlukan adanya pemerintahan yang berwirausaha. Hal ini dikarenakan birokrasi dan kelembagaan memiliki jiwa kewirausahaan dan memiliki motivasi, optimisme dan daya saing untuk menciptakan cara-cara baru yang lebih efektif, efektif, inovatif, fleksibel dan mudah beradaptasi (Iksan, no date).

Dari sudut pandang perkembangannya, kewirausahaan populer pada awal abad ke-18. Ini karena pada tahun 1755, seorang Irlandia yang tinggal di Perancis

bernama Richard Cantillon (Richard Cantillon) memelopori penggunaan istilah "kewirausahaan" dalam bukunya "Commercial Nature" (1755). Dalam bukunya dijelaskan bahwa kewirausahaan adalah orang yang mengambil risiko. Semula istilah "kewirausahaan" mengacu pada istilah pedagang yang membeli barang di daerah tersebut dan kemudian menjualnya dengan harga yang tidak pasti.

Perkembangan konsep kewirausahaan menurut Peter F. dan Drucker (1994) mendefinisikan kewirausahaan sebagai kemampuan untuk menciptakan hal-hal baru dan hal-hal baru. Peter Hisrich (1995: 10) mengemukakan definisi ini secara lebih luas, dikatakan bahwa kewirausahaan adalah proses menciptakan sesuatu yang berbeda, menciptakan nilai dengan menginvestasikan waktu dan tenaga, kemudian menggunakan uang, materi, dan risiko. Kemudian hasilkan reward dalam bentuk reward. Uang, kepuasan pribadi, dan kebebasan. Definisi ini sama dengan Thomas W. Zimmerer (1996: 51) mengemukakan bahwa kewirausahaan adalah proses menerapkan kreativitas dan inovasi, memecahkan masalah yang dihadapi setiap orang dan mencari peluang.

Pengaruh kewirausahaan terhadap pertumbuhan ekonomi tidak hanya untuk meningkatkan output dan pendapatan per kapita, tetapi juga untuk memperkenalkan atau menerapkan perubahan dalam struktur bisnis dan sosial (Hisrictr, Peters and Shepherd, 2008). Perubahan ini diikuti dengan peningkatan atau peningkatan output sehingga membawa kesejahteraan yang lebih besar bagi semua pihak yang terlibat (Franky Slamet, 2016).

Kewirausahaan berkembang pesat tidak hanya di dunia bisnis, tetapi juga di berbagai bidang seperti industri, perdagangan, pendidikan, kesehatan dan institusi lainnya seperti birokrasi pemerintahan, perguruan tinggi dan lembaga swadaya masyarakat lainnya. Di beberapa bidang, kewirausahaan telah menjadi kemampuan inti untuk menciptakan perubahan, pembaharuan, dan kemajuan. Kewirausahaan tidak hanya dapat digunakan sebagai strategi bisnis jangka pendek, tetapi juga sebagai strategi hidup jangka panjang umum untuk menciptakan peluang. Misalnya dalam bidang bisnis, banyak perusahaan yang berhasil dan memperoleh banyak peluang karena kreativitas dan kemampuan inovasinya. Melalui proses inovasi dan inovasi, kewirausahaan menciptakan nilai tambah bagi barang dan jasa sehingga menciptakan banyak keunggulan kompetitif.

Kewirausahaan sendiri sudah dikenal luas di negara kita sejak Suparman Sumahamidjaya mempopulerkan istilah wirausaha, seluruh lapisan masyarakat sudah mulai. Sejak saat itu istilah wirausaha muncul di berbagai media massa, seperti surat kabar, majalah, stasiun radio dan televisi, bahkan pada

perkembangan selanjutnya berbagai ceramah dan seminar, mata kuliah, ceramah dan seminar telah diadakan. Dan kursus untuk merangsang minat. Kewirausahaan adalah proses penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan menemukan peluang untuk meningkatkan kehidupan (bisnis dan pekerjaan). Definisi ini menitikberatkan pada kreativitas dan inovasi. Karena esensi kreativitas dan inovasi dapat ditemukan peluang.Kreativitas adalah pembentukan kombinasi baru atau hubungan baru antar elemen, data dan variabel yang sudah ada sebelumnya (Nursalam, 2016 and Fallis, 2013).

Indonesia dan semua sumber daya alamnya saja di mana jumlah pengusaha tidak melebihi 0,18% dari jumlah penduduk. Secara historis dan berdasarkan konsensus, suatu negara harus memiliki setidaknya 2% dari total populasi wirausaha untuk maju. Negara Indonesia bersaing dengan negara lain yang sudah maju. Padahal, negara-negara yang pernah mengalami krisis ekonomi seperti Indonesia semakin jauh dari pengganti peserta aktif dunia usaha. Perusahaan baru terus bermunculan dan dikendalikan oleh kaum muda yang memiliki visi bisnis yang kuat dan jiwa kewirausahaan yang kuat. Pengusaha muda terus bermunculan dan siap untuk mengembangkan ekonomi mereka dengan lebih cepat.

Disisi lain, ada masalah lain yaitu penglihatan yang masih kabur dan rendah para birokrat dan pembuat kebijakan publik berkomitmen untuk membangun pentingnya kewirausahaan di masyarakat, terutama di kalangan kaum muda. Kewirausahaan hanya bisa dihasilkan ketika Anda memiliki lahan subur untuk menumbuhkan, mengolah, melindungi dan mempertahankan kepentingan Anda. Dengan kekuatan modal, teknologi, dan sumber daya manusia, mereka akan terus menggunakan kekuatannya untuk memperluas dan memanfaatkan kekayaan di negara-negara tertinggal atau berkembang tempat mereka beroperasi.

Untuk mengimbangi meningkatnya prevalensi perusahaan multinasional, tidak ada selain seaktif mungkin membangun kewirausahaan di kalangan masyarakat Indonesia , lahir lebih banyak pelaku bisnis dan didirikan perusahaan baru yang sehat dan tangguh. Oleh karena itu, untuk mempercepat perkembangan kewirausahaan di tanah air, upaya serius harus dilakukan untuk menciptakan masyarakat yang mampu merebut peluang yang ada dan menciptakan lapangan kerja bagi diri sendiri dan orang lain. Institusi pendidikan harus mampu berperan lebih besar dalam menumbuhkan kewirausahaan dan menumbuhkan masyarakat yang tangguh menghadapi segala kesulitan yang dihadapi dalam membangun kemandirian. Tanpa semua itu, Indonesia hanya akan menjadi

pasar yang besar bagi produk dalam negeri dan perusahaan asing. Negara lain akan menikmati lebih banyak kekayaan berupa potensi sumber daya alam, dan negara ini sendiri dengan senang hati mengkonsumsi pekerjaan negara lain. Kemampuan humanistik mereka dalam memproduksi barang dunia tidak diragukan lagi. Namun semua itu bisa saja menjadi memori kapitalisme global saat ini, yang mengutamakan keunggulan modal, teknologi dan inovasi manusia, yang kini menjadi kelemahan negara.

Tantangan tersulit pengembangan kewirausahaan di kalangan mahasiswa bersumber dari kesinambungan usaha yang terbatas, modal produksi, keterampilan kerja, kualitas produk, kepastian pasar produk, dan minimnya kemitraan (Purnomo *et al.,* 2020). Hasil laporan survei pendahuluan kegiatan Tracer research Universitas Jenderal Soedirman tahun 2012 menunjukkan bahwa pengembangan kewirausahaan di kalangan mahasiswa sebenarnya memiliki potensi yang besar, karena saat ini minat dan pendapat mahasiswa telah berubah, semula hanya sebagai pencari kerja. Minat tersebut kemudian diubah menjadi pencipta atau penyedia siswa. Pekerjaan (orang yang menciptakan pekerjaan). Tentunya hal ini sangat mengasyikkan dan memang menggembirakan (Santosa, 2014).

1.2 Perspektif Kewirausahaan

Banyak ahli memiliki pandangan yang sangat kaya tentang wirausaha, termasuk Peter F. Drucker menyampaikan bahwa kewirausahaan adalah “kemampuan menciptakan hal-hal baru dan hal-hal baru (kemampuan menciptakan hal-hal baru dan hal-hal baru)”. Thomas W. Zimmerer percaya bahwa kewirausahaan adalah "penggunaan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan memanfaatkan peluang yang dihadapi orang setiap hari." Dalam kesempatan yang sama, Andrew J. Dubrin mengatakan bahwa kewirausahaan adalah "orang yang memiliki kemampuan membangun dan menjalankan bisnis yang inovatif (wirausaha adalah orang yang menciptakan dan menjalankan bisnis yang inovatif)" (Direktorat Pemberdayaan Koperasi dan UKM, 2013).

Dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 1.1: Perspektif Kewirausahaan

Entrepreneurship berasal dari kata entrepreneur yang berasal dari bahasa Perancis entrepreneur yang artinya melakukan usaha, yaitu nama pemimpin ekspedisi militer di awal abad ke-16. Ekonom Perancis Richard Cantillon (Richard Cantillon) mengusulkan peran penting kewirausahaan dalam bidang ekonomi pada awal abad 18. Cantillon menemukan bahwa perbedaan antara penawaran dan permintaan menciptakan peluang untuk pembelian murah dan penjualan dengan harga tinggi. Untuk mencapai keseimbangan dalam pasar yang sangat kompetitif.

Kirzner (1973) menunjukkan bahwa wirausahawan memiliki ketangkasan berwirausaha. Kesadaran ini merupakan sikap (kondisi emosional, kemudian kecenderungan untuk bertindak), yang diwujudkan sebagai bentuk keinginan atau kesediaan untuk menerima peluang pasar yang sering dilewatkan oleh banyak orang. Seorang wirausahawan terus-menerus memindai lingkungan sehingga dia dapat melihat kekurangan pasar yang akan menginspirasi aktivitas baru. Wirausaha memiliki karakteristik kemampuan menangkap dan menciptakan peluang serta kemampuan mengajukan hal-hal baru untuk memenuhi dan menciptakan tuntutan pasar. Dari segi ekonomi, karena kreativitas membantu memenuhi kebutuhan hidup manusia/masyarakat, ide-ide baru diwujudkan dalam bentuk nilai tambah, dan nilainya dapat ditukar dengan materi lain.

Peran inti kewirausahaan melekat pada unsur-unsur `` human nature " karena berkaitan dengan karakter dan motivasi, di antaranya kemauan untuk menerima risiko, toleransi dalam menghadapi ketidakpastian, kebutuhan untuk berprestasi atau menghasilkan sesuatu, kreativitas Dan kemampuan untuk melakukan kontrol. Pada tataran ini kajian kewirausahaan sebagai individu mengarah pada analisis karakteristik pribadi, baik dimensi psikologis tersebut di atas maupun variabel non psikologis, seperti latar belakang pendidikan, pengalaman, keluarga, jaringan sosial, dan faktor lain yang memengaruhi kewirausahaan. Kapasitas kewirausahaan dan kekuatan serta niatnya tidak ada di ruang kosong. Variabel lingkungan sosial budaya, kelembagaan dan ekonomi, struktur pasar, teknologi dan dinamika industri merupakan faktor pendorong yang mendorong perkembangan kegiatan kewirausahaan.

Secara umum, para ahli telah mengemukakan beberapa poin dari perspektif yang berbeda: Harvey Leibenstein (1968, 1979) percaya bahwa kewirausahaan mencakup kegiatan yang diperlukan untuk membuat atau menerapkan perusahaan tanpa adanya pasar yang mapan atau jelas. Komponen-komponen dari fungsi produksinya belum sepenuhnya dipahami. Penrose (Penrose, 1963): Kegiatan kewirausahaan termasuk menemukan peluang dalam sistem ekonomi. Kemampuan atau kemampuan manajemen berbeda dengan kemampuan berwirausaha. Frank Knight (1921): Pengusaha mencoba untuk memprediksi dan merespon perubahan pasar. Definisi ini menekankan pada peran wirausahawan dalam menghadapi ketidakpastian dalam dinamika pasar. Pengusaha diharuskan menjalankan fungsi manajemen dasar, seperti pembinaan dan pengawasan (Rahim and Basir, 2019).

Konsisten dengan ini, Cuervo et al. (2007) merangkum tiga konsep dasar untuk menjelaskan keberadaan aktivitas kewirausahaan. Ide pertama berfokus pada individu, dengan kata lain percaya bahwa perilaku kewirausahaan dipahami sebagai atribut "manusia" dengan karakteristik pribadi yang membedakan kewirausahaan dari anggota masyarakat lainnya. (Diadaptasi dari Kihlstrom dan Laffont, 1979; Mc Clelland, 1961). Konsep dasar kedua menekankan faktor ekonomi dan lingkungan lain yang mempromosikan dan mempromosikan kegiatan kewirausahaan, seperti ukuran pasar dan dinamika perubahan teknologi (dari Tushman dan Anderson, 1986), struktur pasar (regulasi dan struktur demografis) (dari Acs dan Audretsch, 1990), atau hanya dinamika industri. Faktor ketiga terkait dengan fungsi, budaya dan nilai sosial lembaga.

Li, Du, Yian (2017) mengidentifikasi tiga jenis kewirausahaan yaitu wirausaha bisnis, wirausaha pengetahuan dan wirausaha institusional. Kewirausahaan

bisnis adalah jiwa kewirausahaan yang mengarah pada pembentukan usaha baru atau usaha baru. Pengetahuan kewirausahaan terkait dengan mencari peluang berdasarkan informasi dan pengetahuan, membangun basis pengetahuan di bidang tertentu, dan mendirikan bisnis yang terkait dengan bidang pengetahuan tersebut. Diartikan sebagai kegiatan para pelaku yang memiliki perhatian/kepentingan dan sumber daya untuk membuat lembaga baru atau mengubah lembaga yang ada (Juliawati, 2018).

1.2.1 Hakikat Kewirausahaan

Dilihat dari beberapa konsep yang ada, kewirausahaan memiliki 6 unsur penting sebagai berikut (Suryana, 2003) sebagai berikut:

1. Kewirausahaan adalah nilai yang dinyatakan sebagai perilaku, yang digunakan sebagai dasar sumber daya, kekuatan pendorong, tujuan, strategi, keterampilan, proses dan hasil bisnis (Acmad Sanusi, 1994).
2. Kewirausahaan adalah kemampuan menciptakan hal-hal baru dan hal-hal baru (kemampuan menciptakan hal-hal baru dan hal-hal baru) (Drucker, 1959).
3. Kewirausahaan adalah proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan masalah dan menemukan peluang untuk meningkatkan kehidupan (Zimmerer 1996).
4. Kewirausahaan adalah nilai yang diperlukan untuk berwirausaha (tahap awal) dan pengembangan bisnis (pertumbuhan risiko) (Soeharto Prawiro, 1997).
5. Kewirausahaan adalah proses melakukan hal-hal baru (berkreasi) dan melakukan hal-hal berbeda (inovasi) yang sangat berguna untuk menambah nilai.
6. Kewirausahaan adalah upaya menciptakan nilai tambah dengan memadukan sumber daya dengan cara baru dan berbeda untuk memenangkan persaingan. Kita dapat menciptakan nilai tambah dengan mengembangkan teknologi baru, menemukan pengetahuan baru, menemukan cara baru untuk menghasilkan produk dan layanan baru dengan efisiensi yang lebih tinggi, meningkatkan produk dan layanan yang ada, serta menemukan cara baru untuk memuaskan konsumen.

Berdasarkan enam konsep di atas, kewirausahaan bisa didefinisikan sebagai kemampuan untuk menjadi kreatif dan inovatif (menciptakan yang baru dan berbeda), digunakan sebagai singkatnya keterampilan, fondasi, sumber daya, proses, dan upaya untuk menciptakan produk dan layanan bernilai tambah untuk berani menghadapi risiko (Nora, 2019).

Perilaku dan sikap kewirausahaan ditandai dengan keberanian mengambil risiko, keberanian untuk berubah dan menunjukkan hal-hal baru. Istilah yang bisa diubah dengan menghadirkan hal-hal baru adalah inovasi. Sekarang telah disadari bahwa inovasi bukanlah sejenis. Inovasi dapat dilakukan dalam hal produk atau layanan, atau dalam hal proses. Inovasi tidak hanya radikal, tetapi juga berskala kecil dan berkelanjutan, sering disebut sebagai perbaikan. Kaizen adalah metode "perbaikan terus-menerus" (perbaikan berkelanjutan kaizen) yang dikembangkan oleh perusahaan Jepang (Sandiasa, Sos and Si, 2009).

1.2.2 Karakteristik Kewirausahaan

Menurut Scarborough (M. Scarborough) dan Thomas W. Zimmerer (Thomas W. Zimmerer) mengusulkan karakteristik kewirausahaan sebagai berikut:

1. Keinginan untuk tanggung jawab, yang bertanggung jawab atas upaya mereka.
2. Preferensi untuk risiko sedang, yaitu risiko sedang, artinya selalu menghindari risiko terlalu rendah atau terlalu tinggi.
3. Keyakinan dalam kesuksesan mereka, inilah keyakinan untuk sukses.
4. Hasrat untuk mendapatkan umpan balik yang cepat, yaitu memiliki semangat dan kerja keras untuk mewujudkan keinginannya untuk masa depan yang lebih baik.
5. Energik, penuh semangat, dan berusaha mewujudkan keinginannya dan menciptakan masa depan yang lebih baik.
6. Orientasi masa depan, yaitu menghadapi masa depan, memiliki visi dan visi jangka panjang.
7. Keterampilan organisasi, yaitu kemampuan mengorganisasi sumber daya untuk menciptakan nilai tambah.

Berhasil tidaknya wirausaha sangat dipengaruhi oleh fitrah dan moralitas. Kepribadiannya. Pejabat propaganda Small Business Administration percaya bahwa wirausahawan sukses biasanya memiliki ciri-ciri kepribadian berikut: 1)

Memiliki kepercayaan diri untuk bekerja keras secara mandiri dan berani menghadapi risiko untuk mencapai hasil, 2) Memiliki keterampilan organisasi, dapat menetapkan tujuan, berorientasi pada hasil, dan bertanggung jawab atas kerja keras, 3)Menjadi kreatif dan mampu melihat peluang dalam berwirausaha, 4) Bersikaplah menantang dan cari kepuasan pribadi saat mengajukan ide.

Agar sukses, pengusaha memiliki karakteristik tertentu. Dalam "Entrepreneurship and Small Business Development Report" (1986), yang dikutip dalam Scarborough dan Thomas sebagai berikut:

1. Bersikaplah proaktif, ambil inisiatif, dan tegas
2. Berorientasi pada prestasi yang tercermin dari pandangan dan tindakan terhadap peluang, penekanan pada efisiensi penekanan pada kualitas kerja, perumusan rencana dan penekanan pada pengawasan.
3. Memiliki komitmen yang kuat terhadap orang lain.

1.2.3 Nilai -Nilai Hakiki Kewirausahaan

Beberapa nilai – nilai hakiki kewirausahaan adalah sebagai berikut:

1. Percaya diri merupakan pedoman untuk menuntun sikap dan keyakinan seseorang saat menghadapi tugas atau pekerjaan. Kepercayaan diri ini bersifat internal, sangat intim, ditanamkan, dan sangat bergantung pada kemampuan untuk memulai, melaksanakan, dan menyelesaikan pekerjaan.
2. Seseorang yang berorientasi pada tugas dan berorientasi pada hasil adalah orang yang selalu mengutamakan tugas dan hasil. Seseorang yang selalu mengedepankan nilai motivasi berprestasi adalah yang berorientasi pada keuntungan, tekun dan tekun, bertekad untuk bekerja keras, dan kuat Termotivasi, energik dan giat (selalu ingin mencari dan mulai melakukan sesuatu).
3. Kemampuan mengambil risiko Kemampuan dan kemauan untuk mengambil risiko merupakan salah satu nilai utama dalam berwirausaha. Pengusaha yang tidak mau mengambil risiko akan kesulitan untuk belajar dan mengambil inisiatif.
4. Pengusaha sukses terkemuka selalu memiliki sifat kepemimpinan, kepeloporan dan keteladanan. Dia ingin selalu tampil berbeda, tetap terdepan dan menonjol. Dengan menggunakan kreativitas dan kemampuan

inovasinya, ia akan selalu lebih dulu menunjukkan barang dan jasa yang ia produksi lebih cepat dan langsung membedakan dirinya di pasar, sehingga menjadikannya pelopor dalam proses produksi dan pemasaran.

5. Seseorang yang menghadapi masa depan adalah orang yang memiliki visi dan visi untuk masa depan. Karena visinya yang jauh dari masa depan, ia selalu berusaha untuk proaktif dan pekerja keras.
6. Kreativitas: Kreativitas dan kreativitas inovasi, kreativitas dan fleksibilitas adalah elemen kreativitas pribadi. Pengusaha inovatif adalah orang-orang kreatif yang percaya akan adanya metode baru dan lebih baik dengan ciri-ciri sebagai berikut: (a) Kalaupun metode tersebut cukup baik, mereka tidak akan pernah puas dengan metode yang ada, (b) Selalu gunakan imajinasi dalam karyanya, (c) Selalu ingin tampil beda atau memanfaatkan perbedaan.

1.3 Proses Kewirausahaan

Proses kewirausahaan diawali dengan sebuah aksioma, yaitu keberadaan tantangan. Dari tantangan tersebut melahirkan ide, kemauan dan dorongan untuk berinisiatif, yang tidak lebih dari pemikiran kreatif dan tindakan inovatif untuk mengatasi dan memecahkan tantangan awal. Setiap tindakan pasti berisiko, jadi wirausahawan adalah orang yang berani menghadapi risiko dan tantangan. Ide-ide kewirausahaan tentang kreativitas dan inovasi biasanya mendahului peniruan dan peniruan, kemudian berkembang menjadi proses perkembangan, akhirnya sampai pada proses penciptaan hal-hal baru dan hal-hal berbeda (inovasi). Tahapan inovasi dipengaruhi oleh faktor personal dan lingkungan. Faktor pribadi yang memicu kewirausahaan adalah motivasi berprestasi, komitmen, nilai-nilai pribadi, pendidikan dan pengalaman. Pemicu dari lingkungan selama inovasi adalah peluang, model peran dan aktivitas.

Tahapan umum kewirausahaan adalah sebagai berikut:

1. Tahap awal adalah tahap di mana orang yang berniat untuk memulai bisnis mempersiapkan segala sesuatu yang mereka butuhkan, pertama-tama mencari kemungkinan peluang bisnis baru, baik itu memulai bisnis baru, melakukan akuisisi atau membuat franchise. Pilih juga jenis bisnis yang

ingin Anda geluti, apakah itu pertanian, industri/manufaktur/produksi atau jasa.

2. Tahap pengembangan bisnis atau diringkas sebagai tahap "pengembangan", tahap ini adalah tahap ketika pengusaha mengelola semua aspek yang terkait dengan bisnis mereka, termasuk keuangan, sumber daya manusia, kepemilikan, organisasi, kepemimpinan, dll, termasuk bagaimana mengambil risiko dan membuat Buat keputusan, pasarkan, dan evaluasi.
3. Menjaga usaha merupakan tahapan di mana wirausahawan menganalisis hasil yang telah dicapai, tahapan ini menganalisis kemajuan yang akan dibuat sesuai dengan keadaan saat ini.
4. Pengembangan bisnis jika hasil yang diperoleh tergolong positif atau mengalami perkembangan atau kelangsungan hidup, maka ekspansi bisnis merupakan tahap opsional.

Menurut Carol Noore (1996: 3) yang dikutip oleh Bygrave, proses kewirausahaan dimulai dengan inovasi. Inovasi ini dipengaruhi oleh berbagai faktor personal dan eksternal, seperti pendidikan, sosiologi, organisasi, budaya, dan lingkungan. Mengenai masalah budaya, dapat dilihat beberapa sudut pandang berikut: “Budaya organisasi muncul sebagai kekuatan untuk stabilitas dan perubahan. Begitu budaya terbentuk, citra merek akan selalu diperumit dengan menyelaraskan visi strategis dengan budaya organisasi dan citra pemangku kepentingan (Hatch). & Schultz, 2008 p.95). Faktor-faktor tersebut berupa sumber kendali, kreativitas, inovasi, implementasi dan pertumbuhan, kemudian berkembang menjadi perusahaan besar. Secara internal, inovasi dipengaruhi oleh faktor-faktor personal, seperti sumber kendali, Toleransi, nilai, pendidikan, pengalaman.

1.4 Fungsi dan Peran Kewirausahaan

Menurut Roopke (1995), pengusaha didasarkan pada perannya sebagai berikut adalah: (1) Kewirausahaan konvensional, yaitu pengusaha yang melakukan kegiatan sehari-hari sering kali menekankan pada pemecahan masalah dan peningkatan standar pencapaian tradisional. Fungsi wirausahawan disini adalah meningkatkan standar wirausaha. (2) Arbitrase pengusaha, yaitu pengusaha

yang selalu mencari peluang melalui penemuan (ilmu) dan menggunakan pembukuan. Ketiga, wirausahawan inovatif, yaitu wirausahawan energik, yang menghasilkan ide dan kreasi baru tentang cara kerja, produk, manajemen, dan pemasaran (Sandiasa, Sos and Si, 2009).

Fungsi dan peran kewirausahaan juga dapat dilihat dari dua hal artinya, di level mikro dan makro. Secara mikro, kewirausahaan memiliki dua fungsi yaitu sebagai inovator dan perencana. Sebagai wirausahawan, wirausahawan menemukan dan menciptakan hal-hal baru, seperti produk, teknologi, metode, ide, organisasi, dll. Sebagai seorang perencana kewirausahaan, ia berperan dalam merancang tindakan dan bisnis baru, merencanakan strategi bisnis baru, merencanakan ide dan peluang yang berhasil, dan membangun organisasi perusahaan baru. Secara makro, kewirausahaan berperan dalam mewujudkan kesejahteraan, pemerataan kekayaan dan kesempatan kerja yang merupakan motor penggerak pertumbuhan ekonomi suatu negara.

Hal ini didukung oleh tulisan yang dapat menetapkan tiga fungsi ekonomi utama bagi pengusaha sebagai berikut:

1. Pengakuan peluang. Pengusaha adalah agen yang menemukan atau menciptakan peluang ekonomi baru. Ini mungkin peluang arbitrase, atau mungkin terkait dengan produk, teknologi, atau teknologi baru.
2. Eksplorasi peluang. Apa yang melampaui pengakuan adalah bahwa wirausahawan sebenarnya adalah agen yang mengeksplorasi peluang baru. Mereka mengatur sumber daya yang diperlukan dan mengelola proses implisit.
3. Perawatan risiko. Dengan menjelajahi wilayah baru dan belum dipetakan, pengusaha berisiko gagal. Kewirausahaan berarti mengambil risiko ini.

Pendidikan tinggi selalu menjunjung tinggi tradisi ilmiah menjadi skeptis terhadap "theory in use" dan selalu berusaha menemukan kebaruan atau istilah yang diperkenalkan Schumpeter, yaitu creative destruksi, sebenarnya dapat melakukan ini. Mengapa perguruan tinggi Indonesia, terutama yang ada di daerah tidak bisa menjadi sumber inovasi dan tidak bisa meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui pemikiran dan karya? Sebagai seorang wirausaha, penulis berpendapat bahwa kewirausahaan masih sangat rendah.

Ekonom Austria Schumpeter Andangan, kemudian menetap Amerika Serikat (1883-1950) tentang kewirausahaan. Dia mengatakan bahwa perilaku dan

karakteristik kewirausahaan yang khas adalah kemampuannya, kecerdasan dan keberaniannya, berkat tekad dan tekadnya untuk mengeksplorasi upaya baru, dengan mencari kemungkinan kemungkinan masa depan dan mengubah kesuksesannya menjadi kenyataan yang efektif. Satu hal yang terinspirasi dari pandangan Schumpeter adalah evaluasinya terhadap wirausahawan yang sama sekali berbeda dengan wirausaha (pebisnis). Pengusaha memiliki "sikap sensitif" terhadap kemungkinan potensial yang dibayangkan dalam perkembangan masa depan, dan kemudian dapat memulai dan membakukan inovasi, dan mengadopsi model penggunaan sumber daya keuangan dan kapasitas produksi baru dengan kombinasi terbaik baru (kombinasi baru).

Kemitraan antara perguruan tinggi dan dunia bisnis merupakan prasyarat hal ini pasti bisa merangsang inovasi pendidikan tinggi dan lulusannya. Banyak tugas akhir mahasiswa yang memiliki nilai komersial, namun karena tidak adanya tradisi kerjasama antara perguruan tinggi dan dunia usaha, maka hanya disimpan di perpustakaan. Ke depan, dunia usaha perlu mempertimbangkan untuk lebih memperkuat kerja sama dengan kalangan perguruan tinggi untuk meningkatkan daya saing dan menyebarkan tradisi kewirausahaan di perguruan tinggi.

1.5 Ide dan Peluang Kewirausahaan

Kewirausahaan dapat menambah nilai barang dan jasa dengan cara-cara berikut inovasi, jika wirausahawan menggunakan produk, proses, dan layanan inovatif sebagai alat untuk mengeksplorasi perubahan, mereka dapat mencapai kesuksesan. Inovasi merupakan sarana penting untuk memberikan sumber daya untuk menciptakan hal-hal baru dan menciptakan nilai. Inovasi tersebut awalnya berasal dari ide-ide yang luar biasa. Menurut Zimmerer, ide-ide tersebut dapat menciptakan peluang untuk memenuhi kebutuhan wirausahawan dan menciptakan sistem produksi, promosi dan pemasaran yang potensial. Dalam pandangan jiwa kewirausahaan, terdapat banyak tantangan dan risiko (risiko teknis, pasar, persaingan dan keuangan) dan peluang.

Zimmerer percaya bahwa ide dapat menciptakan peluang dengan berbagai cara, termasuk:

1. Adalah mungkin untuk mentransfer ide secara internal melalui perubahan berkelanjutan atau metode yang lebih baik untuk melayani dan memenuhi kebutuhan pelanggan.

2. Kreativitas dapat mendorong produksi produk dan layanan baru yang kompetitif.
3. Ide dapat dihasilkan dengan memodifikasi cara kerja atau memodifikasi cara kerja.

Oleh karena itu, sumber peluang potensial dapat digali melalui pemikiran produk baru dan berbeda sedang dibuat; peluang diamati; produk dan proses dianalisis secara mendalam, dan kemungkinan risiko dipertimbangkan.

Setiap orang berhak menjadi pengusaha, dan setiap orang bisa menjadi pengusaha. Pengusaha sukses adalah mereka yang mampu mengatasi tantangan untuk mencapai tujuan mereka. Kegagalan dan penolakan yang dialami dipandang sebagai cambuk, motivasi untuk maju dan menginspirasi kesuksesan. Jangan berhenti bekerja keras, tantangan dan umpan balik positif, ini sangat berharga bagi kita untuk melakukan introspeksi, introspeksi, untuk meningkatkan dan mencapai tujuan yang ingin kita capai. Tanpa tantangan atau rintangan, kesuksesan tidak bisa diraih. Orang sukses adalah mereka yang mampu mengatasi hambatan dan tantangan yang dihadapinya, semua itu dimulai dari bawah.

1.6 Tantangan dan Hambatan Kewirausahaan di Indonesia

Tentunya dalam berbisnis khususnya berwirausaha tidak dapat dilakukan tanpa hambatan dan tantangan. Berikut beberapa kendala dan tantangan yang dihadapi saat menjalankan usaha wirausaha:

1. Kurangnya pengetahuan. Pendidikan formal seseorang secara tidak langsung akan memengaruhi tingkat pengetahuan tentang kewirausahaan. Namun untuk mengatasi keterbatasan informasi dan merangsang kreativitas, para wirausahawan dapat mengikuti berbagai pelatihan kewirausahaan yang semakin sering diadakan. Kurangnya kesempatan pelatihan akan berdampak pada kurangnya jaringan informasi untuk pemasaran dan distribusi produksi.

2. Batasan budaya sampai saat ini masih banyak yang beranggapan bahwa peran perempuan hanya sebatas dalam bidang keluarga yaitu mengurus keluarga dan keluarga. Pandangan ini secara tidak langsung akan membatasi pergerakan perempuan untuk bisa mulai bekerja dan membantu keuangan keluarga.
3. Kurangnya layanan pinjaman. Tanpa modal, perusahaan tidak dapat beroperasi. Bagi pengusaha yang baru memulai bisnis biasanya hal ini menjadi kendala besar. Ketidakmampuan mendapatkan layanan pinjaman membuat pengusaha merasa ruangnya terbatas. Pengembalian yang diharapkan wirausahawan tidak hanya dapat menutupi hilangnya waktu dan uang investasi, tetapi juga berbagi risiko dan rencana yang telah mereka adopsi dalam menjalankan bisnis mereka sendiri secara adil.
4. Biaya bahan baku relatif mahal biasanya, pewaralaba menyediakan pemasok bahan baku kepada pengusaha untuk menghasilkan produknya. Mereka berargumen bahwa bahan baku pemasok yang mereka undang oleh pemilik waralaba memenuhi standar kualitas. Oleh karena itu dibandingkan dengan harga pasar, harga bahan baku tergolong mahal. Oleh karena itu, margin keuntungan bagi pengusaha kecil.
5. Pengaturan lokasi yang buruk. Waralaba yang mempertimbangkan strategi lokasi biasanya hanya mengizinkan waralaba untuk mewakili jarak tertentu. Namun, ada juga beberapa orang yang memiliki banyak waralaba terkonsentrasi di satu tempat. Ini tidak bagus, karena pengusaha harus bersaing dengan merek dan produk yang sama di tempat yang sama. Oleh karena itu, sebelum memulai usaha, sebaiknya dilakukan pengecekan apakah lingkungan sekitar sudah memadai.
6. Kreativitas yang terbatas. Kebanyakan pengusaha membuat semua aksesoris yang digunakan dalam usahanya sama, agar tidak menimbulkan kreativitas usaha. Jika terus berlanjut, mungkin negatif. Karena konsumen akan bosan, tidak ada yang unik

Kebanyakan orang Indonesia memilih bekerja di lembaga pemerintah karena mereka berpikir prospek menjadi pengusaha buruk dan risikonya lebih tinggi. Pada saat yang sama, di negara maju seperti Amerika Serikat, hanya 6% populasi negara tersebut yang ingin bekerja di lembaga pemerintah. Pada tahun

1990-an diketahui bahwa 60% siswa SMA di Amerika Serikat ingin menjadi wirausaha, jika hal ini terus berlanjut maka kewirausahaan Indonesia tidak akan berkembang dan tidak akan mampu meningkatkan perekonomian Indonesia. Oleh karena itu, pengembangan kewirausahaan membutuhkan perhatian pemerintah dan kesadaran masyarakat. Karena dengan berkembangnya kewirausahaan dapat mengembangkan perekonomian negara. Misalnya, karena peningkatan devisa akibat banyaknya investor yang menanamkan modalnya di Indonesia, masyarakat dapat membantu mencapai pertumbuhan ekonomi dengan memulai usaha dan memanfaatkan sumber daya alam Indonesia.

Bab 2

Kewirausahaan: Konsep yang Berevolusi

2.1 Pendahuluan

Seiring dengan perubahan global yang terjadi dalam hampir seluruh aspek kehidupan, perhatian terhadap pentingnya kewirausahaan hamper dirasakan oleh setiap orang dan setiap bangsa. Hidup di era reformasi, rekonstruksi organisasi, perampingan struktur, dan perkembangan teknologi, telah berdampak pada perubahan cara pandang manajemen dalam mengelola organisasi yang lebih terpusat pada pengimplementasian organisasi yang padat modal. Untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan efektivitas perusahaan, manajemen lebih berfokus pada penerapan teknologi terkini dibandingkan dengan investasi pada tenaga kerja. Dalam konteks kompetisi industri yang terjadi di negara-negara berkembang, di Indonesia kebijakan dan cara pandang seperti ini, telah menimbulkan kebijakan pemutusan hubungan kerja yang berujung pada bertambahnya jumlah penduduk pengangguran. Jumlah penduduk Indonesia yang sangat besar serta ketersediaan lapangan kerja yang sangat terbatas serta kondisi ekonomi yang belum pulih sebagai dampak krisis mata uang dan krisis ekonomi, telah menimbulkan kesengsaraan bangsa yang berlarut-larut. Kondisi tersebut kini bahkan semakin diperparah oleh serangkaian bencana alam yang melanda sebagian wilayah Indonesia, bencana tanah longsor, wabah Pandemi Covid-19 yang melanda seluruh negara di dunia

dan banjir di Pulau Jawa, guncangan gempa dan kekeringan di Nusa Tenggara Timur, serta gempa tektonik yang melanda Nias, telah menempatkan bangsa Indonesia pada posisi yang semakin terpuruk di tengah-tengah upaya pemulihan ekonomi yang sedang berjalan (Darojat and Sumiyati, 2015).

Globalisasi yang didorong oleh kemajuan ilmu pengetahuan dan perkembangan teknologi terutama teknologi informasi telah berimplikasi pada kaburnya batas-batas antarnegara, dunia semakin terbuka, transparan, dan menjadi satu yang oleh Kenichi Ohmae disebut sebagai the borderless world atau desa dunia. Pada konteks inilah setiap bangsa dituntut untuk melakukan perubahan-perubahan mendasar dalam berbagai aspek kehidupan, ekonomi, politik, sosial dan budaya, serta bidang pendidikan.

Sejarah membuktikan, keberhasilan pembangunan yang diraih oleh negara-negara maju di kawasan Eropa dan Amerika karena negara tersebut didukung oleh sejumlah entrepreneurs yang tangguh. Amerika telah menempatkan entrepreneurs sebagai cornerstone dalam pelaksanaan pembangunan ekonominya (Kuratko dan Hodgetts 1989). Tokoh, seperti Ezra Cornell pendiri Comell University yang sangat populer, Nolan Bushnell pencipta Nintendo dalam industri videogame, Bill Gates yang sukses melalui kreativitasnya dalam industri Microsoft Software, mereka adalah Sebagian contoh wirausahawan yang telah ikut membangun pilar ekonomi Amerika Serikat. Patut disyukuri bahwa di negara kita pula telah lahir sejumlah wirausahawan di berbagai sektor ekonomi, seperti Willy Sidharta sebagai komandan minuman Aqua, Budi Yuwono yang berhasil menjual "misteri" minuman Cap Kaki Tiga, Ir. H. Aburizal Bakrie (Ical) yang sukses dalam mengelola grup perusahaan Bakrie & Brothers bersama dua saudaranya Nirwan Dermawan Bakrie, MBA (Iwan), dan Indra Usmansyah Bakrie, BBA (Indra), dan masih banyak lagi. Walaupun, pada umumnya para wirausahawan tersebut masih dominan bermain di pasar lokal, tetapi kehadiran mereka telah ikut mewarnai dunia usaha kita dan patut dijadikan teladan dalam pengembangan kewirausahaan nasional (Darojat and Sumiyati, 2015).

Wirausahawan juga mampu memberikan nilai tambah melalui waktu, melalui usaha yang dikeluarkan, melalui uang atau modal untuk memulai usaha, memanfaatkan keterampilan, bersedia menanggung risiko jika pasar ternyata penuh dengan persaingan dan menyadari imbalan yang akan diperoleh dari usaha yang dilakukan. Wirausahawan boleh dianggap sebagai katalisator yang secara agresif berusaha mengubah dunia usaha. Wirausahawan juga merupakan

orang-orang dengan pemikiran bebas (independen) yang berani memunculkan gagasan yang berbeda dari pemikiran masyarakat umum.

Manfaat dari proses globalisasi ditentukan oleh produktivitas dan efisiensi di dalam berproduksi. Modal penggeraknya adalah dana dan penguasaan teknologi SDM yang andal. SDM yang andal tidak hanya menguasai iptek, tetapi juga warga negara yang baik dalam bermasyarakat dan bernegara. Selanjutnya, tatanan ekonomi dunia yang mengalami proses perubahan yang cepat dan mendasar, terutama sebagai akibat globalisasi ekonomi yang semakin meluas dan perkembangan teknologi yang semakin pesat. Kemajuan pesat di bidang teknologi menyebabkan kekuatan daya saing suatu negara yang berbasis pada keunggulan komparatif dengan mengandalkan kekayaan sumber alam dan tenaga kerja yang berlimpah, cenderung tidak lagi menjadi andalan. Bersamaan dengan itu, ketersediaan sumber daya alam, baik dalam jenis dan jumlah maupun mutunya juga semakin berkurang. Demikian pula, sumber pendanaan bagi keperluan investasi akan semakin langka Sumber daya manusia semakin menentukan dalam memenangkan persaingan dibandingkan dengan sumber daya lainnya. Dalam perkembangan demikian, tantangan masa mendatang adalah mengupayakan daya saing dan keunggulan kompetitif yang mengandalkan keterampilan dan kreativitas SDM, kemampuan teknologi, dan kemampuan manajemen dengan tetap memanfaatkan keunggulan komparatif yang telah dimiliki.

Berdasarkan penjelasan di atas menunjukkan betapa besar tantangan yang harus dihadapi sekarang dan masa depan, serta betapa penting peran pendidikan tinggi dalam menghasilkan lulusan yang profesional, andal, serta berkemampuan tinggi, yang dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi dalam berproduksi agar industri di Indonesia berdaya saing tinggi. Sehubungan dengan hal tersebut, pengembangan kewirausahaan (entrepreneurship) sangat penting bagi mahasiswa. Hal tersebut mendorong munculnya berbagai kesempatan berusaha dalam era perkembangan teknologi tinggi. Berkembangnya teknologi informasi dan program-program komputer yang canggih telah mendorong tumbuhnya kesempatan kerja lokal yang semakin beragam. Perkembangan baru dalam industri jasa seperti konsultan komputer, manajemen, periklanan, dan kepariwisataan juga terus berkembang secara meluas sebagai sektor penunjang industry (Dr. Drs. H. A. Rusdiana, 2013).

2.2 Konsep Dasar dan Hakikat Kewirausahaan

Kata entrepreneur atau “wirausahawan“ berasal dari kata kerja enterprendre dari bahasa Perancis, yang berarti 'melakukan'. Ini merujuk pada mereka yang “melakukan” risiko perusahaan baru. Suatu perusahaan diciptakan oleh seorang entrepreneur atau wirausahawan. Proses penciptaan tersebut dikenal sebagai “kewirausahaan“ (Chand, 2016). Di Inggris selama periode yang sama, Revolusi Industri tumbuh dan pengusaha memainkan peran yang terlihat dalam pengambilan risiko dan transformasi sumber daya. Ekonom cukup lama mengklaim kata kewirausahaan sebagai milik mereka (Kirzner, 1979). Hingga tahun 1950-an, pemahaman teori kewirausahaan masih bersumber dari para ekonom. Misalnya, Richard Cantillon (1680–1734), ekonom terkenal Prancis Jean Baptiste Say (1767–1832) dan ekonom abad kedua puluh Joseph Schumpeter (1883–1950) semuanya menulis tentang kewirausahaan dan dampaknya terhadap pembangunan ekonomi (Filion, 2011). Selama beberapa dekade, ilmuwan terus mencoba menggambarkan atau mendefinisikan apa itu wirausaha.

> “Kewirausahaan”, terdiri dari melakukan hal-hal yang umumnya tidak dilakukan dalam kegiatan rutin bisnis biasa; ini pada dasarnya adalah fenomena yang berada di bawah aspek kepemimpinan yang lebih luas“. (Schumpeter, 1951).
>
> “Kewirausahaan”, setidaknya dalam semua masyarakat non-otoriter, merupakan jembatan antara masyarakat secara keseluruhan, terutama aspek-aspek non-ekonomi masyarakat itu, dan berorientasi pada keuntungan, lembaga yang didirikan untuk mengambil keuntungan dari kekayaan ekonominya dan untuk memuaskan, sebaik mungkin, keinginan ekonominya“ (Cole, 1959).
>
> “Dalam” kewirausahaan, ada kesepakatan bahwa kita berbicara tentang semacam perilaku yang meliputi: (1) pengambilan inisiatif, (2) pengorganisasian atau pengorganisasian kembali mekanisme sosial ekonomi untuk mengubah sumber daya dan situasi ke akun praktis, dan (3) penerimaan risiko kegagalan“ (Shapero, 1975).
>
> “Kewirausahaan adalah proses dinamis untuk menciptakan kekayaan tambahan. Kekayaan ini diciptakan oleh individu yang menanggung

> risiko utama dalam hal kesetaraan, waktu, dan atau komitmen karier untuk memberikan nilai bagi beberapa produk atau layanan. Produk atau layanan itu sendiri mungkin atau mungkin bukan baru atau unik tetapi nilainya harus disuntikkan oleh pengusaha dengan mengamankan dan mengaplikasikan keterampilan dan sumber daya yang diperlukan" (Ronstadt, 1984).

Pada abad kedua puluh, kata wirausahawan telah dikaitkan dengan perusahaan secara bebas. Juga, secara umum diakui bahwa pengusaha berfungsi sebagai agen perubahan; menyediakan ide-ide kreatif dan inovatif untuk perusahaan bisnis; dan membantu bisnis tumbuh serta menjadi menguntungkan. Sekarang, pengusaha telah dikaitkan dengan orang-orang yang menciptakan nilai tambah, apakah itu nilai sosial atau bisnis. Apapun aktivitas spesifik yang pengusaha lakukan, para wirausahawan di abad ke-20 saat ini dianggap sebagai pahlawan perusahaan di era bebas dan penjelajah sosial. Banyak dari mereka menggunakan inovasi dan kreativitas untuk membangun perusahaan sosial dan bisnis yang sangat bernilai dari usaha patungan. Wirausahawan ini menciptakan produk dan layanan baru dan menanggung risiko yang terkait dengan usaha ini. Banyak orang sekarang menganggap kewirausahaan sebagai pelopor di garis depan bisnis. Semakin banyak pengusaha yang dipandang sebagai kunci untuk memecahkan teka-teki pemanasan global dan perubahan iklim (Frederick, O'Connor and Kuratno, 2016; Agung Purnomo, Acai Sudirman, Abdurrozzaq Hasibuan, 2020).

"Kewirausahaan adalah proses dinamis dari visi, perubahan dan penciptaan. Ini membutuhkan aplikasi energi dan semangat menuju penciptaan dan implementasi ide-ide baru yang menambah nilai dan solusi kreatif. Bahan-bahan penting termasuk kesediaan untuk mengambil risiko yang telah diperhitungkan waktu, ekuitas atau karier; kemampuan untuk merumuskan tim ventura yang efektif; keterampilan kreatif untuk mengumpulkan sumber daya yang dibutuhkan; dan, akhirnya, visi untuk mengenali peluang yang dilihat orang lain kekacauan, kontradiksi dan kebingungan" (Frederick, O'Connor and Kuratno, 2016).

Teori kewirausahaan dimaknai sebagai formulasi hubungan yang dapat diverifikasi dan secara logis koheren atau prinsip-prinsip mendasar yang menjelaskan kewirausahaan. Prinsip-prinsip kewirausahaan memprediksi aktivitas kewirausahaan. Misalnya, dengan mengkarakterisasi kondisi yang cenderung mengarah pada penciptaan nilai atau peluang sosial dan pembentukan perusahaan baru. Atau, memberikan panduan normatif yaitu,

meresepkan tindakan yang tepat dalam keadaan tertentu (Shane and Venkataraman, 2000; Connelly et al., 2010).

Dalam milenium baru, semakin jelas bahwa kita perlu memiliki beberapa teori atau klasifikasi yang kohesif untuk lebih memahami bidang kewirausahaan yang muncul ini. Kita perlu mengenali keragaman teori sebagai munculnya pemahaman kewirausahaan. Dalam studi kewirausahaan kontemporer, satu konsep berulang yaitu bahwa kewirausahaan adalah interdisipliner, yang berarti menggabungkan bidang dan melintasi batas antar disiplin ilmu. Dengan demikian, kewirausahaan berisi berbagai pendekatan yang dapat meningkatkan pemahaman seseorang tentang kewirausahaan di lapangan (Gartner, 1990).

Di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mendefinisikan "Wiraswasta adalah orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya" (KBBI, 2020b). "Pengusaha adalah orang yang mengusahakan (perdagangan, industri, dan sebagainya); orang yang berusaha dalam bidang perdagangan. Usaha adalah kegiatan di bidang perdagangan (dengan maksud mencari untung); perdagangan; perusahaan" (KBBI, 2020a).

Kosakata wirausaha atau wirausahawan belum masuk di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) (KBBI, 2020c). Wirausaha dan pengusaha menurut KBBI seakan-akan memiliki fungsi yang berbeda. Namun, kenyataan di lapangan dunia wirausaha Indonesia, antara istilah wiraswasta, pengusaha, dan wirausahawan memiliki makna yang serupa dalam bahasa Inggris dikenal sebagai entrepreneur.

Entrepreneur atau wirausahawan atau pengusaha atau wiraswasta adalah orang yang mengabdikan diri untuk mencari sesuatu yang baru dan mengeksplorasi gagasan dan visi baru menjadi peluang yang menguntungkan dengan menanggung risiko yang terlibat dalam proses. Wirausahawan memahami ide perusahaan, hidup bersamanya, dan akhirnya mendirikan perusahaan (Dhar, 2020).

Wirausahawan adalah pencipta, inovator, dan pemimpin yang memberikan kembali kepada masyarakat sebagai dermawan, direktur, dan wali, dan yang, lebih dari yang lain, mengubah cara orang hidup, bekerja, belajar, bermain, dan memimpin. Pengusaha menciptakan teknologi, produk, proses, dan layanan baru yang menjadi gelombang industri baru berikutnya, dan ini pada gilirannya mendorong perekonomian. Pengusaha menciptakan nilai dengan perusahaan

berpotensi tinggi dan pertumbuhan tinggi, yang merupakan mesin penciptaan lapangan kerja ekonomi di hampir seluruh dunia (Spinelli and Adams, 2016).

Entrepreneurship atau kewirausahaan adalah proses tindakan seorang wirausahawan sebagai orang yang selalu mencari sesuatu yang baru dan mengeksploitasi ide-ide tersebut menjadi peluang yang menguntungkan dengan menerima risiko dan ketidakpastian dengan perusahaan (Chand, 2016). Kewirausahaan adalah tindakan memulai sendiri dan memulai bisnis alih-alih bekerja untuk orang lain dalam bisnisnya (Kimmons, 2019). Kewirausahaan mengacu pada proses kegiatan yang dilakukan oleh seorang pengusaha.

Kewirausahaan adalah proses yang menggabungkan kegiatan seperti memvisualisasikan, menanggung risiko, mengorganisir dan mendirikan perusahaan bisnis. Kewirausahaan sebagai proses yang dinamis dimanifestasikan melalui upaya para wirausahawan untuk menghasilkan kombinasi baru, produk baru, proses produksi baru, dan pendirian perusahaan baru (Dhar, 2020; Agung Purnomo, Acai Sudirman, Abdurrozzaq Hasibuan, 2020) Secara singkat, pengusaha atau wirausahawan adalah orang yang berinovasi, membangun organisasi, dan membuat organisasi berjalan dengan kemampuannya yang khas.

2.3 Konsep Dasar Kewirausahaan

Sebelum seseorang memulai atau menciptakan suatu usaha, haruslah memiliki konsep dasar tentang kewirausahaan agar usaha yang akan dirintis berjalan lancar dan dapat mengatasi problematika yang terjadi. Konsep dasar kewirausahaan merupakan titik awal dalam memulai suatu usaha dan juga menentukan berhasil tidaknya usaha yang dirintis. Selain itu, dengan berwirausaha seseorang akan berusaha mandiri, kreatif, dan inovatif agar usahanya dapat diterima di masyarakat.

2.3.1 Disiplin Ilmu Kewirausahaan

Ilmu kewirausahaan adalah suatu disiplin ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan (ability), dan perilaku seseorang untuk memperoleh peluang dengan berbagai risiko yang mungkin dihadapinya. Dahulu, kewirausahaan dianggap hanya dapat dilakukan melalui pengalaman langsung di lapangan dan merupakan bakat yang dibawa sejak lahir (entrepreneurship are bom not made),

sehingga kewirausahaan tidak dapat dipelajari dan diajarkan. Sekarang, kewirausahaan bukan hanya urusan lapangan, melainkan disiplin ilmu yang dapat dipelajari dan diajarkan. Entrepreneurship are not only born but also made, artinya kewirausahaan tidak hanya bakat bawaan sejak lahir atau urusan pengalaman lapangan, tetapi juga dapat dipelajari dan diajarkan. Seseorang yang memiliki bakat kewirausahaan dapat mengembangkan bakatnya melalui Pendidikan. Oleh karena itu, untuk menjadi wirausaha yang sukses, hanya memiliki bakat tidak cukup, tetapi juga harus memiliki pengetahuan mengenal segala aspek usaha yang akan ditekuninya. Menurut Soeharto Prawirokusumo (1997), pendidikan kewirausahaan telah diajarkan sebagai disiplin ilmu tersendiri yang independen (independent academic dicipline) karena kewirausahaan berisi *body of knowledge* yang utuh dan nyata distinctive, yaitu ada teori, konsep, dan metode ilmiah yang lengkap. Kewirausahaan merupakan disiplin ilmu yang memiliki objek tersendiri, yaitu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Kewirausahaan merupakan alat untuk menciptakan pemerataan berusaha dan pemerataan pendapatan wealth creation process an entrepreneurial endeavor by its own night, nation's prosperity, individual selfreliance atau kesejahteraan rakyat yang adil dan makmur. Seperti halnya ilmu manajemen yang awalnya berkembang di bidang industri, kemudian berkembang dan diterapkan di berbagai bidang lainnya, disiplin ilmu kewirausahaan dalam perkembangannya mengalami evolusi yang pesat. Pada mulanya, kewirausahaan berkembang dalam bidang perdagangan, kemudian diterapkan di berbagai bidang lain, seperti industri, perdagangan, pendidikan, kesehatan, dan institusi-institusi lain, seperti lembaga pemerintah, perguruan tinggi, dan lembaga swadaya lainnya. Dalam bidang-bidang tertentu, kewirausahaan telah dijadikan kompetensi inti (core competency) dalam menciptakan perubahan, pembaharuan, dan kemajuan. Kewirausahaan tidak hanya dapat digunakan sebagai kiat-kiat bisnis jangka pendek, tetapi juga sebagai kiat kehidupan secara umum dalam jangka panjang untuk menciptakan peluang.

2.3.2 Objek Studi Kewirausahaan

Objek studi kewirausahaan adalah nilai-nilai dan kemampuan (ability) seseorang yang diwujudkan dalam bentuk perilaku. Kewirausahaan mempelajari nilai, kemampuan, dan perilaku seseorang dalam berkreasi dan berinovasi. Oleh sebab itu, objek studi kewirausahaan adalah nilai-nilai dan kemampuan seseorang yang mewujudkan dalam bentuk perilaku. Menurut

Soeparman Soemahamidjaja (1997), kemampuan seseorang yang menjadi objek kewirausahaan meliputi:

1. Kemampuan merumuskan tujuan hidup/usaha. Dalam merumuskan tujuan hidup/usaha diperlukan perenungan, koreksi, yang berulang -ulang dibaca dan diamati sampai memahami kemauannya;
2. Kemampuan memotivasi diri untuk melahirkan suatu tekad kemauan yang menyala-nyala;
3. Kemampuan untuk berinisiatif, yaitu mengerjakan sesuatu yang baik tanpa menunggu perintah orang lain, yang dilakukan berulang-ulang sehingga menjadi kebiasaan berinisiatif;
4. Kemampuan berinovasi, yang melahirkan kreativitas (daya cipta) setelah dibiasakan berulang-ulang akan melahirkan motivasi. Kebiasaan inovatif adalah desakan dalam diri untuk selalu mencari berbagai kemungkinan baru atau kombinasi baru yang dapat dijadikan peranti dalam menyajikan barang dan jasa bagi kemakmuran masyarakat;
5. Kemampuan untuk membentuk modal uang atau barang modal (capital goods);
6. Kemampuan untuk mengatur waktu dan membiasakan diri untuk selalu tepat waktu dalam segala tindakan melalui kebiasaan yang selalu tidak menunda pekerjaan;
7. Kemampuan mental yang dilandasi dengan agama;
8. Kemampuan untuk membiasakan diri dalam mengambil hikmah dari pengalaman yang baik ataupun menyakitkan.

2.3.3 Kewirausahaan Eksistensial

Pendekatan pembelajaran kewirausahaan diarahkan pada konsep kewirausahaan eksistensial. Konsep ini memfokuskan pemahaman kewirausahaan yang berorientasi pada aktualisasi jati diri dan potensi diri sebagai pembelajar kewirausahaan. Kata “eksistensial” memiliki tiga arti, yaitu: (a) keberadaan manusia atau cara khusus manusia dalam menjalani hidupnya; (b) makna hidup; (c) perjuangan manusia untuk menemukan makna yang konkret di dalam hidupnya. Dengan kata lain, keinginan seseorang untuk mencari makna hidup.

Dalam mempelajari kewirausahaan, para pembelajar perlu menyadari bahwa keberadaannya selalu ditentukan oleh dirinya. Sebagai manusia, pembelajar membutuhkan kesadaran diri, mampu menempatkan dirinya, baik sebagai pribadi maupun bagian dari masyarakatnya. Setiap manusia memiliki kebebasan dalam memilih dari berbagai jenis pilihan yang dianggap benar untuk hidupnya.

Suryana (2005) mendefinisikan kewirausahaan eksistensial sebagai jalur aktualisasi potensi-potensi diri (bakat, sikap, pengetahuan, keterampilan) untuk menciptakan "dunia esok" lebih baik dari "dunia kini" dengan menghasilkan produk/jasa yang berfungsi meningkatkan kualitas hidup sesama manusia dan menyajikannya pada tingkat harga dan tempat yang terjangkau oleh pemakai (konsumen) yang membutuhkan serta mengendalikan konsekuensi penerimaan yang wajar bagi dirinya dan para stakeholders dan mengendalikan dampak ke arah positif bagi komunitas lokal, komunitas bisnis, dan lingkungan global dengan menjadikan entitas bisnisnya sebagai simpul komunitas stakeholders.

Dengan definisi tersebut, kewirausahaan eksistensial dilandasi dengan beberapa asas berikut;

1. Asas Fungsi Kekhalifahan Manusia; Tuhan telah mendelegasikan wewenang pengelolaan bumi kepada manusia untuk menciptakan nilai tambah bagi keseluruhan penghuninya, serta telah melengkapi setiap manusia dengan potensi fitrahnya masing-masing;
2. Asas Nilai-Nilai Terpadu; Produk yang diciptakan wirausaha merupakan perwujudan dan pembawa nilai ("kebajikan") tertentu, yang dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan dan peningkatan kualitas kehidupan sesama manusia;
3. Asas Efektivitas Pelayanan; Wirausaha menciptakan sistem penyampaian produk serta jasa-jasa pendukungnya sehingga pengguna dapat menjangkaunya dan memanfaatkannya secara efektif;
4. Asas Profitabilitas yang Adil; Profit merupakan syarat dan indikator keberhasilan usaha, perlu terdistribusi secara adil antar stakeholders, sehingga tidak harus mencapai tingkat maksimum
5. Asas Sustainabilitas; Wirausaha mengendalikan dampak lingkungan dari usahanya agar tidak merusak (negatif), bahkan berusaha menciptakan dampak positif (pelestarian sumber daya alam);

6. Asas Bisnis Sebagai Simpul Komunitas; Wirausaha tidak membatasi kiprahnya hanya pada transaksi-transaksi bisnis, tetapi juga berlanjut dengan merajut komunitas internal maupun komunitas eksternal antar stakeholders.

Proses pembelajaran kewirausahaan eksistensial diupayakan memberi ruang pilihan yang luas bagi mahasiswa untuk memilih gagasan/ide usaha atau produk sesuai dengan potensi dirinya masing-masing. Metode pembelajaran dirancang dan diterapkan selaras dengan pembentukan karakter-karakter dan/atau kompetensi wirausaha yang dituju.

Mengingat besarnya manfaat yang dapat diperoleh melalui kewirausahaan, terutama untuk memperbaiki kualitas hidup individu dan kualitas berkehidupan, kewirausahaan perlu dipelihara sebagai salah satu alternatif pilihan karier atau misi untuk mengisi hidup secara bermakna. Mengapa selalu menggantungkan hidup kepada orang lain sementara kita telah dibekali oleh Tuhan berbagai potensi yang dapat dimanfaatkan untuk mandiri atau malah memberikan peluang kerja bagi orang lain? Tugas kita adalah mengenal potensi diri yang ada dan memanfaatkannya. Menjadi wirausahawan memang tidak mudah sebagaimana kita mengucapkannya. Dengan menjadi pembelajar kewirausahaan, setidaknya terbantu untuk memperoleh modal awal mengenal kewirausahaan beserta seluruh aspeknya, yang dapat dijadikan dasar untuk memilih kewirausahaan sebagai alternatif karir masa depan. Tidak dapat dimungkiri bahwa inti proses kehidupan adalah pembelajaran diri secara berkelanjutan. Oleh karena itu, pembelajar kewirausahaan tidak berhenti belajar sekadar mengetahui kewirausahaan, tetapi perlu ditindak lanjuti untuk belajar menerapkan hal-hal yang dipelajari mengenai kewirausahaan, pada akhirnya dapat belajar menjadi wirausahawan yang unggul.

Setiap orang telah dibekali berbagai potensi yang berbeda-beda oleh Tuhan. Salah satu penemuan terpenting pada diri seseorang adalah ketika ia mampu menemukan potensi dirinya yang dapat ditumbuh kembangkan menjadi potensi unggulan untuk mencapai kesuksesan yang akan dicapai dalam kehidupan. Tugas penting setiap pribadi adalah menggali, dan mengembangkan potensi dirinya yang telah Tuhan berikan, sebagai wujud syukur nikmat atas pemberian-Nya dan merupakan syarat mutlak yang penting untuk meraih kesuksesan dan kebahagiaan dalam hidupnya. Oleh karena itu, setiap pembelajar wirausaha dapat memilih titik awal dan rute perjalanan yang berlainan berdasarkan potensi diri yang dimilikinya menuju posisi wirausaha paripurnanya masing-masing.

2.3.4 Hakikat dan Kerangka Berpikir Kewirausahaan

Wirausaha adalah kemampuan yang dimiliki oleh seseorang untuk melihat dan menilai kesempatan-kesempatan bisnis; mengumpulkan sumber daya yang dibutuhkan untuk mengambil tindakan yang tepat dan mengambil keuntungan dalam rangka meraih sukses. Kewirausahaan pada hakikatnya adalah sifat, ciri dan watak seseorang yang memiliki kemauan dalam mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia nyata secara kreatif. Sedangkan yang dimaksudkan dengan seorang Wirausahawan adalah orang-orang yang memiliki kemampuan melihat dan menilai kesempatan-kesempatan bisnis; mengumpulkan sumber daya-sumber daya yang dibutuhkan untuk mengambil tindakan yang tepat, mengambil keuntungan serta memiliki sifat, watak dan kemauan untuk mewujudkan gagasan inovatif dalam dunia nyata secara kreatif dalam rangka meraih sukses/meningkatkan pendapatan. Intinya, seorang Wirausahawan adalah orang-orang yang memiliki jiwa Wirausaha dan mengaplikasikan hakikat Kewirausahaan dalam hidupnya.

Orang-orang yang memiliki kreativitas dan inovasi yang tinggi dalam hidupnya. Secara epistemologis, sebenarnya kewirausahaan hakikatnya adalah suatu kemampuan dalam berpikir kreatif dan berperilaku inovatif yang dijadikan dasar, sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat dan kiat dalam menghadapi tantangan hidup. Seorang wirausahawan tidak hanya dapat berencana, berkata-kata tetapi juga berbuat, merealisasikan rencana-rencana dalam pikirannya ke dalam suatu tindakan yang berorientasi pada sukses. Maka dibutuhkan kreativitas, yaitu pola pikir tentang sesuatu yang baru, serta inovasi, yaitu tindakan dalam melakukan sesuatu yang baru.

Berdasarkan segi karakteristik perilaku, wirausaha (entrepreneur) adalah orang yang mendirikan, mengelola, mengembangkan, dan melembagakan perusahaan miliknya. Wirausaha menciptakan kerja bagi orang lain dengan berswadaya. Berwirausaha melibatkan dua unsur pokok, yaitu peluang dan kemampuan menanggapi peluang. Berdasarkan hal tersebut, definisi kewirausahaan adalah "tanggapan terhadap peluang usaha yang terungkap dalam seperangkat tindakan serta membuahkan hasil berupa organisasi usaha yang melembaga, produktif dan inovatif" (Pekerti, 1997; Dr. Drs. H. A. Rusdiana, 2013).

Berwirausaha melibatkan dua unsur pokok (1) peluang dan, (2) kemampuan menanggapi peluang. Berdasarkan hal tersebut, maka definisi kewirausahaan adalah tanggapan terhadap peluang usaha yang terungkap dalam seperangkat

tindakan serta membuahkan hasil berupa organisasi usaha yang melembaga, produktif dan inovatif." (Pekerti, 1997).

Kata entrepreneur atau wirausaha dalam bahasa Indonesia merupakan gabungan dari wira (gagah, berani, perkasa) dan usaha (bisnis) sehingga istilah entrepreneur dapat diartikan sebagai orang yang berani atau perkasa dalam usaha/bisnis. Menurut Joseph Schumpeter wirausaha adalah orang yang mendobrak sistem ekonomi yang ada dengan memperkenalkan barang dan jasa yang baru, dengan menciptakan bentuk organisasi baru atau mengolah bahan baku baru. Secara sederhana arti wirausaha (entrepreneur) adalah orang yang berjiwa berani mengambil risiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Berjiwa berani mengambil risiko artinya bermental mandiri dan berani memulai usaha, tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti.

Dalam Wikipedia, entrepreneur adalah *an owner or manager of a business enterprise who makes money through risk and initiative*. Artinya, pemilik atau manajer sebuah perusahaan bisnis yang menghasilkan keuntungan melalui pengambilan risiko dan tindakan inisiatif.

Secara konseptual, seorang wirausahawan dapat didefinisikan dari beberapa sudut pandang dan konteks sebagai berikut:

1. Bagi ahli ekonomi seorang entrepreneur adalah orang yang mengkombinasikan resources, tenaga kerja, material dan peralatan lainnya untuk meningkatkan nilai yang lebih tinggi dari sebelumnya, dan juga orang yang memperkenalkan perubahan-perubahan, inovasi, dan perbaikan produksi lainnya.
2. Bagi seorang psychologist seorang wirausaha adalah seorang yang memiliki dorongan kekuatan dari dalam untuk memperoleh sesuatu tujuan, suka mengadakan eksperimen atau untuk menampilkan kebebasan dirinya di luar kekuasaan orang lain.
3. Bagi seorang businessman atau wirausaha adalah merupakan ancaman, pesaing baru atau juga bisa seorang partner, pemasok, konsumen atau seorang yang bisa diajak kerjasama.
4. Bagi seorang pemodal melihat wirausaha adalah seorang yang menciptakan kesejahteraan buat orang lain, yang menemukan cara-cara baru untuk

menggunakan resources, mengurangi pemborosan, dan membuka lapangan kerja yang disenangi oleh masyarakat.

Gambar 2.1: Wirausaha (Pekerti, 1997; Dr. Drs. H. A. Rusdiana, 2013)

Peluang usaha baru akan mendatangkan berbagai jenis risiko. Oleh karena itu, untuk memulai bisnis baru, kita harus dapat menilai tingkat kemampuan dan mempunyai rasa percaya diri terhadap kemampuan untuk berhasil atau justru kita lebih berhasil jika bekerja untuk orang lain. Tidak ada cara yang akurat untuk mengetahui hal tersebut setepat mungkin, tetapi ada suatu cara yang dapat membuat kita mampu menilai kualifikasi untuk memulai dan mengelola bisnis baru agar berhasil, yaitu sebagai berikut.

1. Kemampuan Inovatif; Inovasi memerlukan pencarian kesempatan baru. Hal tersebut berarti mengadakan perbaikan barang dan jasa yang ada, menciptakan barang dan jasa baru, atau mengombinasikan unsur-unsur produksi yang ada dengan cara baru dan lebih baik. Hal ini berarti kemampuan untuk berhubungan dengan hal yang tidak terstruktur dan tidak dapat diprediksi. Karakteristik ini berkaitan erat dengan proses inovatif. Inovasi berasal dari kreativitas yang ada, yang memerlukan perbaikan kondisi yang ada, bergantung pada kemampuan seseorang, dan secara total terserap dalam proses. Orang-orang yang kreatif mempunyai kemampuan untuk membangun struktur dari situasi yang tidak berbentuk.

2. Keinginan untuk Berprestasi; Keinginan untuk berprestasi adalah tanda-tanda penting dari dorongan kewirausahaan. Hal ini menandai para pemiliknya sebagai orang yang tidak mengenal menyerah di dalam mencapai tujuan yang telah mereka tetapkan.
3. Kemampuan Perencanaan Realistis; Menetapkan tujuan yang menantang dan dapat diterapkan merupakan ciri dari perencanaan realistis. Tujuan yang ditetapkan harus sesuai dengan kemampuan wirausahawan.
4. Kepemimpinan Berorientasi pada Tujuan; Wirausahawan membutuhkan aktivitas yang mempunyai tujuan. Hal ini memotivasi mereka untuk mengarahkan tenaga dan rekan kerja serta bawahannya ke arah tujuan yang ditetapkan. Semua usaha dalam organisasi dipusatkan untuk mencapai tujuan utama organisasi tersebut.
5. Objektivitas; Wirausahawan objektif mampu mengarahkan pemikiran dan aktivitas kewirausahaannya dengan cara pragmatis, misalnya dengan mengumpulkan fakta-fakta yang ada, mempelajarinya, dan menentukan arah, tindakan dengan cara-cara praktis. Jika tidak ada fakta-fakta yang memadai untuk mendefinisikan situasi sepenuhnya, mereka meneruskan pekerjaan dengan rasa percaya diri sepenuhnya pada kemampuannya dalam mengatasi kendala yang tidak dapat diramalkan terlebih dahulu.
6. Tanggung Jawab Pribadi; Wirausahawan memikul tanggung jawab pribadi, menetapkan tujuan sendiri, dan memutuskan cara mencapai tujuan tersebut dengan kemampuan sendiri.
7. Kemampuan Beradaptasi; Para wirausahawan mampu beradaptasi menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan. Jika terhambat oleh kondisi yang berbeda dan hal-hal yang diharapkan, mereka tidak menyerah, tetapi menilai situasi secara objektif, merumuskan rencana-rencana baru yang dipercaya akan efektif di lingkungan baru dan mengaktifkannya. Hal ini merupakan tantangan yang harus dihadapi oleh wirausahawan.
8. Kemampuan sebagai Pengorganisasi dan Administrator; Wirausahawan mempunyai kemampuan mengorganisasi, mengidentifikasi, dan mengelompokkan orang-orang berbakat untuk mencapai tujuan. Mereka menghargai kompetensi dan memilih para spesialis untuk mengerjakan tugas secara efisien. Mereka cenderung tidak bekerja baik dalam hal-hal rutin dan akan melakukan pekerjaan dengan baik jika menyerahkan

rutinitas kepada orang lain. Kekuatan mereka sebagai administrator terletak pada kemampuannya dalam melihat ke depan dan mengantisipasi kemungkinan masa depan.

Bab 3

Falsafah dan Spirit Kewirausahaan

3.1 Pendahuluan

Landasan hukum kewirausahaan di Indonesia antara lain tertuang dalam INPRES No 4 tahun 1995. INPRES ini dibuat sebagai payung besar dari Gerakan Nasional Memasyarakatkan dan Membudayakan kewirausahaan (GNMMK). Gerakan ini sendiri bertujuan cukup mulia yaitu menumbuhkembangkan budaya kreatif, inovatif, di mayarakat baik kalangan usaha, pendidikan maupun aparatur pemerintah. Walaupun demikian kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa INPRES ini seolah-olah hanya menjadi keputusan politis pemerintah.

Seorang pengusaha dalam melaksanakan kegiatannya haruslah memiliki semangat kewirausahaan yang berkaitan dengan mental manusia yaitu optimis, percaya diri, determinan dan fleksibel. Ada beberapa pengertian semangat kewirausahaan menurut pakar yang merupakan sifat atau ciri seorang wirausaha. (Idrus dan Staunton, 1991) mengatakan ada 6 ciri-ciri seorang wirausaha (enterpreneur) yaitu (1). percaya diri, (2). berorientasi pada tugas, (3) berani mengambil risiko (uang, waktu, kesehatan jiwa), (4). mempunyai sikap kepemimpinan (leadership), (5). mempunyai keaslian, (6). berorientasi ke depan. Meredith et al., (1989) menyatakan wirausaha adalah individu yang mampu melihat dan menemukan peluang dan percaya atas kemampuannya

untuk merencanakan, mengambil risiko, inovasi serta melakukan tindakan untuk mencapai tujuan. Sedangkan Kao (2001) menyatakan individu yang dapat mengkombinasikan risiko, inovasi, keahlian dan seni sehingga menciptakan bentuk organisasi baru, sebagai team dalam menciptakan produk dan jasa baru, metode produksi baru, pasar-pasar baru, bahan baku baru ataupun bisnis baru sehingga ia merupakan orang yang bertanggung jawab terhadap perubahan dan inovasi bagi perusahaannya. Ada delapan indikator yang harus dimiliki seorang enterpreneur yaitu (1) visi, (2) perencanaan, (3) motivasi, (4) Inovasi, (5) peluang, (6) percaya diri, (7) risiko, (8) adaptasi.

3.2 Falsafah Wirausaha

Pakpahan dan Kom (2013) Setiap orang harus belajar banyak tentang dirinya sendiri, jika bermaksud untuk mencapai tujuan yang sesuai dengan apayang paling diinginkan dalam hidup ini. Kekuatan anda datang dari tindakan diri sendiri dan bukan dari tindakan orang lain. Meskipun risiko kegagalan selalu ada, para wirausaha mengambil risiko dengan jalan menerima tanggungjawab atas tindakan mereka sendiri. Kegagalan harus diterima sebagai pengalaman belajar. Belajar dari pengalaman lampau akan membantu anda menyalurkan kegiatan anda untuk mencapai hasil yang lebih positif dan keberhasilan merupakan buah dari usaha yang tidak mengenal lelah. Kewirausahaan bukan merupakan bakat yang dibawa sejak lahir (enterpreneurship are born not made) serta tidak hanya dapat dilakukan melalui pengalaman langsung di lapangan saja.

Seseorang yang memilki bakat kewirausahaan dapat mengembangkan bakatnya melalui pendidikan. Mereka yang menjadi enterpreneur adalah orang-orang yang mengenal potensi (traits) dan belajar mengembangkan potensi untuk menangkap peluang serta mengorganisir usaha dalam mewujudkan cita-citanya. Oleh karena itu, untuk menjadi wirausaha yang sukses, memilki bakat saja tidak cukup, tetapi juga harus memilki pengetahuan mengenai segala aspek usaha yang akan ditekuni.

3.3 Falsafah dari Profil Wirausaha

Berbagai ahli mengemukakan profil kewirausaan dengan pengelompokan yang berbeda-beda. Ada yang mengelompokan berdasarkan kepemilikan, perkembangan dan kegiatan usaha. Roopke (1995) mengelompokan kewirausahaan berdasarkan peran, yaitu sebagai berikut :

1. Wirausaha rutin, yaitu wirausaha yang dalam melakukankegiatan sehari-harinya cenderung berfokus pada pemecahan masalah dan perbaikan standar prestasi tradisional. Fungsi wirausaha rutin adalah mengadakan perbaikan terhadap standar tradisional, bukan penyusunan dan pengalokasian sumber-sumber. Wirausaha ini berusaha untuk menghasilkan barang, pasar, dan tekhnologi, misalnya seorang pegawai atau manajer. Wirausaha rutin dibayar dalam bentuk gaji.
2. Wirausaha arbitrase, yaitu wirausaha yang selalu mencari peluang melalui kegiatan penemuan (pengetahuan) dan pemanfaatan (pembukaan). Misalnya, bila tidak terjadi ekuilibrium dalam penawaran dan permintaan pasar, maka ia akan membeli dengan murah dan menjualnya dengan mahal. Kegiatan kewirausahaan arbitrase tidak perlu melibatkan pembuatan barang dan penyerapan dana pribadi wirausaha. Kegiatannya melibatkan spekulasi dalam memanfaatkan perbedaan harga jual dan beli.
3. Wirausaha inovatif, yaitu wirausaha dinamis yang menghasilkan ide dan kreasi baru yang berbeda. Ia merupakan promotor, tidak saja dalam memperkenalkan teknik dan produk baru, tetapi juga dalam pasar dan sumber pengadaan, peningkatan teknik manjemen, dan metode distribusi baru. Ia mengadakan proses dinamis pada produk, hasil, sumber pengadaan, dan organisasi yang baru.

Sedangkan Zimmerer (1996) mengelompokan profil wirausaha sebagai berikut:

1. Part-Time enterpreneur, yaitu wirausaha yang hanya setengah waktu melakukan usaha, biasanya sebagai hobi. Kegiatan usahanya hanya bersifat sampingan.

2. Home- based new ventures, yaitu usaha yang dirintis dari rumah atau tempat tinggal.
3. Family-owned business, yaitu usaha yang dilakukan atau dimiliki oleh beberapa anggota keluarga secara turun temurun.
4. Copreneurs, yaitu usaha yang dilakukan oleh dua orang wirausaha yang bekerja sama sebagai pemilik dan menjalankan usahanya bersama-sama.

Menurut Zimmerer & Scarboroughh (1996) macam-macam profil wirausaha meliputi:

1. Women Enterpreneur

Banyak wanita yang terjun kedalam bidang bisnis. Alasan mereka menekuni bidang bisnis ini di dorong oleh faktor-faktor antara lain ingin memperlihatkan kemampuan prestasinya, membantu ekonomi rumah tangga, frustasi terhadap pekerjaan sebelumnya dan sebagainya.

2. Minority Enterpreneur

Kaum minoritas terutama dinegara kita indonesia kurang memiliki kesempatan kerja di lapangan pemerintahan selayaknya warga negara pada umumnya. Oleh sebab itu, mereka berusaha menekuni kegiatan bisnis dalam kehidupan sehari-hari. Demikian pula para perantau dari daerah tertentu yang menjadi kelompok minoritas pada suatu daerah, mereka juga bergiat mengembangkan bisnis. Kegiatan bisnis mereka ini makin lama makin maju, dan mereka membentuk organisasi minoritas di kota-kota tertentu.

3. Immigrant Enterpreneurs

Kaum pendatang yang memasuki suatu daerah biasanya sulit untuk memperoleh pekerjaan formal. Oleh sebab itu, mereka lebih leluasa terjun dalam pekerjaan yang bersifat non formal yang dimulai dari berdagang kecil-kecilan sampai berkembang menjadi pedagangan tingkat menengah.

4. Part Time Enterpreneurs

Memulai bisnis dalam mengisi waktu lowong atau part time merupakan pintu gerbang untuk berkembang menjadi usaha besar. Bekerja part time tidak mengorbankan pekerjaan di bidang lain misalnya seorang pegawai pada sebuah

kantor mencoba mengembangkan hobinya untuk berdagang atau mengembangkan suatu hobi yang menarik. Hobi ini akhirnya mendatangkan keuntungan yang lumayan. Adakalanya pegawai beralih ke bisnis yang merupakan hobinya.

5. Home-Based Enterpreneurs

Ada pula ibu-ibu rumah tangga yang memulai kegiatan bisnisnya dari rumah tangga misalnya, ibu-ibu yang pandai membuat kue dan aneka masakan mengirim kue-kue toko eceran disekitar tempatnya. Akhirnya usaha makin lama makin maju. Usaha catering banyak dimulai dari rumah tangga yang biasa masak. Kemudian usaha catering ini berkembang melayani pesanan untuk pesta.

6. Family-Owned Business

Sebuah keluarga dapat membuka berbagai jenis dan cabang usaha. Mungkin saja usaha keluarga ini dimulai lebih dulu oleh bapak setelah usaha bapak maju di buka cabang baru dan dikelola oleh ibu.

7. Copreneurs

Copreneurs are entrepreneurial couples who work together as co-own-ers of their businesses (Zimmerer & Scarborough, 1996). *Copreneurs* ini berbeda dengan cara menciptsksn pembagian pekerjaan yang di dasarkan atas keahlian masing-masing orang. Orang-orang yang ahli di bidang ini diangkat menjadi penaggung jawab divisi-divisi tertentu dari bisnis yang sudah ada.

Dengan aktivitas usaha tersebut, ada beberapa nilai hakiki penting dari kewirausahaan, yaitu: Percaya diri (1) self confidence; Kepercayaan diri adalah sikap dalam keyakinan seseorang dalam melaksanakan dan menyelesaikan tugas-tugasnya. Kepercayaan diri berpengaruh pada gagasan, karsa, inisiatif, kreativitas, keberanian, ketekunan, semangat kerja keras, kegairahan kerja. Berorientasi pada tugas dan proses (2) process oriented). Berinisiatif adalah keinginan untuk selalu mencari dan memulai dengan tekan yang kuat. Dalam kewirausahaan, peluang hanya diperoleh apabila ada inisiatif. Keberanian mengambil risiko yang tergantung pada; daya tarik 3) setiap alternatif; persediaan untuk rugi; kemungkinan relatif untuk sukses atau gagal; kemampuan untuk mengambil risiko ditentukan oleh: (keyakinan diri, kesediaan untuk menggunakan kemampuan, dan kemampuan untuk menilai risiko). Kepemimpinan (4) leadership). Kepemimpinan kewirausahaan

memiliki sifat-sifat (kepeloporan, keteladanan, tampil berbeda, lebih menonjol, mampu berfikir divergen dan konvergen serta berorientasi ke masa depan; adalah perspektif, selalu mencari peluang, tidak cepat puas dengan keberhasilan dan berpandangan jauh ke depan). Keorisinilan kreativitas dan keinovasian; kreativitas adalah 5) kemampuan untuk berpikir yang baru dan berbeda, keinovasian adalah kemampuan untuk bertindak yang baru dan berbeda. Tujuh langkah berpikir kreatif adalah: Persiapan ((a) preparation). Persiapan menyangkut kesiapan kita untuk berpikir kreatif. Persiapan berpikir kreatif dilakukan dalam bentuk pendidikan formal, pengalaman, magang, dan pengalaman belajar lainnya. Penyelidikan ((b) investigation). Dalam penyelidikan diperlukan individu yang dapat mengembangkan suatu pemahaman tentang masalah atau keputusan. Transformasi ((c) transformation). Ada beberapa cara untuk meningkatkan kemampuan untuk mentransformasi informasi ke dalam ide-ide, yaitu: 1) evaluasi bagian-bagian situasi beberapa saat; 2) susun kembali unsur-unsur situasi itu; 3) sebelum melihat satu pendekatan khusus terhadap situasi tertentu, ingat bahwa dengan beberapa pendekatan mungkin keberhasilan akan dicapai; 4) lawan godaan yang membuat penilaian kita tergesa-gesa dalam memecahkan persoalan atau peluang. Penetasan ((d) incubation). Untuk mempertinggi fase inkubasi dalam proses berpikir kreatif dapat dilakukan dengan cara: menjauhkan diri dari situasi; sediakan waktu untuk mengkhayal; rileks dan bermain secara teratur; berkhayal tentang masalah atau peluang. Penerangan ((e) illumination). Illuminasi akan muncul pada tahapan inkubasi, yaitu ketika ada pemecahan spontan yang menyebabkan adanya titik terang yang terus-menerus. Pengujian ((f) verification). Menyangkut ketepatan ide-ide seakurat dan semanfaat mungkin. Implementasi ((g) implementation). Mentransformasikan ide-ide ke dalam praktik bisnis.

Kunci penting dalam menciptakan semangat kewirausahaan itu bisa disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu:

1. Figure bagi seseorang guna membangkitkan semangat; karena melihat ong itu sukses dan kaya, maka ia ingin menjadi seperti orang itu.
2. Suka mencari tantangan baru untuk menciptakan gairah, yaitu cinta akan kewirausahaan.
3. Kepepet atau keterpaksaan karena harus tetap bertahan dan hidup semangat bisa muncul karena keinginan untuk tetap bertahan hidup.
4. Keinginan untuk memperbaiki taraf hidup yang lebih baik lagi; tidak ingin miskin selamaya.

5. Mengalami kegagalan dalam meniti karir pekerjaan dan mengambil jalan pintas untuk semangat menjadi wirausahawan.
6. Memang cita-cita sejak kecil untuk menjadi wirausahawan.

Munculnya peluang bisnis yang baru akan menstimulus munculnya entrepreneur-entrepreneur muda. Hal inilah yang mendorong muculnya spirit of entrepreneurship seiring dengan perubahan dan perkembangan ekonomi.

Ada beberapa faktor yang menstimulus spirit of entrepreneurship, yaitu:

1. Evolusi produk

Peubahan produk akan menimbulkan perubahan kebutuhan yang memunculkan sebuah peluang baru.

2. Evolusi ilmu pengetahuan

Perubahan ilmu pengetahuan akan menimbulkan inspirasi produk baru dan begitu seterusnya.

3. Prubahan gaya hidup, selera, dan hobi

Peubahan gaya hidup akan menimbulkan keinginan akan produk yang berbeda.

4. Perubahan teknologi

Berkembangnya teknologi dan semakin canggihnya teknologi akan menciptakan produk, suasana, dan gaya hidup yang berbeda.

5. Perubahan budaya

Perkembangan gaya hidup, pendapatan, selera, teknologi, dan sebagainya akan mengubah budaya seseorang, sehingga hal ini memengaruhi kebutuhan akan produk yang berbeda di setiap tempat.

3.4 Sikap Orang yang Tidak Memiliki Spirit Wirausaha yang Baik

Kewirausahaan itu sendiri sebenarnya merupakan ketrampilan hidup (life skill) bagi manusia di manap un, sehingga orang yang masih hidup, tidak sadar bahwa mereka memiliki kemampuan ini. Disisi lain, banyak di antara kita yang tidak sadar bahwa spirit kewirausahaan, telah tergerus kemampuan dan performanya karena keadaan yang berlangsung lama. Kewirausahaan hanya bisa bangkit manakala diberi lahan subur untuk bersemai, dipupuk, dilindungi, dan dibela kepentingannya. Untuk mempercepat pertumbuhan wirausaha, harus ada upaya serius untuk menciptakan orang-orang yang mampu mengambil peluang yang ada dan menciptakan lapangan kerja untuk dirinya maupun untuk orang lain.

Banyak orang yang berpikir positif dan mempunyai semangat yang tinggi tetapi tetap saja sulit meraih kesuksesan. Hal ini dikarenakan sikap yang salah dalam menanggapi kegagalannya, di antaranya yaitu:

1. Sikap “saya takut gagal”

Sikap takut gagal menghentikan semua energy, semangat, daya, upaya dan gairah kerja yang dahulunya tinggi dan sekarang berubah drastic sehingga mengalami kemunduran. Takut gagal berarti takut berisiko sehingga lebih baik memilih mundur dan tidak mau mencari jalan keluarnya.

2. Sikap yang keliru tentang kegagalan

Bila seseorang mendapat nilai merah saat mengerjakan ulangan, kita akan berpendapat ia telah gagal dalam mata kuliah yang diuji, padahal itu baru sebagian dari pengalaman proses untuk berprestasi. Gagal bukan berarti terminasi sebuah perjalanan karena itu merupakan perjalanan yang panjang. Dibutuhkan proses untuk menakhlukkan kegagalan demi kegagalan. Jadi, kegagalan adalahepisode perjalanan yang harus kita lalui baik sebuah pertandingan yang kalah tapi bisa menang.

3. Tidak siap mengalami kegagalan

Banyak orang berprestasi dikampus tapi tidak siap untuk menghadapi kegagalan dalam bekerja atau berwirausaha. Hal ini dikarenakan orang yang berprestasi cenderung ingin segalanya sukses dan tidak pernah gagal. Padahal di kampus

kita menghadapi suatu hal yang pasti ada jawabannya, sedangkan di dunia bisnis atau pekerjaan kita menghadapi jawaban yang kompleks, majemuk, dan bahkan mungkin belum ada jawabannya.

4. Sikap berhenti mencoba

Disamping sikap tidak siap menghadapi kegagalan, ada pula sikap lain yang mematahkan semangat wirausaha, yaitu sikap berhenti mencoba. Kesuksesan itu terjadi pada saat kita selalu mencoba dan mencoba lagi (ada rasa penasaran) sehingga tidak terasa bila kita sudah dekat dengan kesuksesan itu.

Ciri-ciri umum wirausaha yang berhasil di antaranya mempunyai tujuan yang berkelanjutan, tekun dan tabah dalam mencapai tujuan, mampu mengatasi kegagalan, mengambil risiko hal yang biasa, kemampuan memecahkan masalah, serta memiliki stamina dan kesehatan fisik. Orientasi wirausaha menggambarkan tujuan dari suatu perusahaan untuk digabungkan dalam kesempatan membuka pasar baru dan pembaruan dari operasi pasar yang sudah ada. Tekun berarti terus menerus berusaha hingga tujuan yang telah ditentukan dan diyakini sebelumnya dapat tercapai dengan hasil yang optimal. Faktor pendukung lainnya yang mendukung kewirausahaan di antaranya adalah faktor keluarga. Keluarga merupakan salah satu bagian yang tidak dapat terpisahkan dalam kehidupan. Keluarga menjadi tempat pertama seseorang memulai kehidupannya. Melalui lingkungan itulah anak mulai mengenal dunia sekitarnya dan pola pergaulan hidup yang berlaku sehari-hari, melalui lingkungan hidup itulah anak-anak mengalami proses sosialisasi awal, latar belakang keluarga dan pengaruh atau dorongan sosial lingkungan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha seorang individu. Dukungan dari keluarga untuk melakukan suatu usaha sangat dibutuhkan dan hal itu akan lebih memperlancar dalam menjalankan usahanya. Dukungan keluarga sangat penting bagi seseorang dalam pencapaian menuju mimpi baikpun menjadi seorang wirausaha. Sehingga seorang wirausaha yang sukses tidaklah lepas dari dukungan keluarga yang mendukung dan memberi inovasi agar selalu kreativ, inovatif dan berpikir kedepan dalam menghadapi tantangan yang ada. Banyak cara untuk menjadikan seseorang menjadi seorang wirausaha yang sukses, atau menjadikan seseorang memiliki jiwa kewirausahaan yang baik. Cara yang paling biasa digunakan seseorang yaitu seperti melakukan pembelajaran. Cara yang lebih penting bagi seorang wirausaha yaitu dengan pengalaman, pengalama merupakan guru terbaik dalam segala hal. Pengalaman akan mengarahkan seseorang untuk melakukan apa yang terbaik (Alwans, 2019).

Bab 4

Motivasi Wirausaha

4.1 Pendahuluan

Di Indonesia sangat sulit untuk mendapatkan pekerjaan. Hal ini semakin memperparah keadaan ekonomi bangsa dengan timbulnya pengangguran yang ada. Banyaknya masyarakat yang semakin sulit untuk menemukan lapangan pekerjaan pada masa kini menimbulkan banyak sekali pengangguran khususnya di Indonesia. Jumlah pencari kerja yang banyak tidak sebanding dengan ketatnya dalam seleksi pekerjaan yang terbatas. Dampaknya adalah banyak para pelamar kerja yang mendapat suatu pekerjaan yang tidak sesuai dengan pendidikan mereka, mendapatkan pekerjaan yang tidak layak, atau bahkan akan menjadi pengangguran yang tentunya sangat ditakuti oleh para pencari kerja (Septiana Dewi, 2017).

Suatu negara bisa disebut menjadi makmur dibutuhkan minimum 2% jumlah wirausaha dari total jumlah penduduknya. Sebagai contoh, Amerika Serikat pada tahun 2007 telah memiliki 11,5% jumlah wirausaha, Singapura telah memiliki 7,2% wirausaha sampai pada tahun 2005, sementara Indonesia diperkirakan hanya memiliki 0,18% wirausaha.

Keputusan untuk berwirausaha masih sangat sedikit atau bahkan kurang, hal ini dikarenakan kurangnya motivasi untuk berwirausaha. Motivasi untuk mengikuti untuk mengikuti pelatihan berwirausaha, karena dengan mengikuti pelatihan akan menimbulkan minat berwirausaha. Dorongan orang tua akan sangat berarti, karena orang tua dapat memberikan saran untuk dapat mencari

pekerjaan agar mendorong anak untuk menciptakan lapangan kerja baru dengan menjadi seorang wirausaha. Pembekalan pengetahuan kewirausahaan kepada masyarakat sangat perlu dilakukan. Semakin tinggi pengetahuan kewirausahaan masyarakat akan semakin terbuka wawasannya tentang kewirausahaan. kesimpulanya bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha (Aprilianty, 2013).

Motivasi berwirausaha merupakan faktor penting yang menyumbang peran besar pada keberhasilan usaha seseorang. Motivasi berwirausaha dapat digunakan sebagai modal utama dalam mengembangkan kemampuan diri. Rendahnya motivasi berwirausaha akan berdampak pada menurunnya upaya pengembangan diri. Untuk meningkatkan motivasi berwirausaha dapat dilakukan pemberdayaan masyarakat melalui pendampingan kelompok di masyarakat (Maryani dkk, 2018).

4.2 Konsep Teori Motivasi, Minat dan Berwirausaha

4.2.1 Definisi Motivasi

Motivasi berasal dari kata “motif”, diartikan sebagai daya upaya yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu. Motif dapat dikatakan sebagai daya penggerak dari dalam dan di dalam subjek untuk melakukan aktivitas-aktivitas tertentu demi mencapai suatu tujuan (Sardiman, 2010). Motivasi adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai tujuan (Oktiani, 2017).

Motivasi juga diistilahkan untuk menjelaskan apa yang mendorong dan apa yang menggerakkan kegiatan manusia, artinya apa saja yang dapat mendorong menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu. Motivasi berwirausaha setiap orang, satu dengan yang lainnya, bisa jadi tidak sama. Biasanya, hal itu tergantung dari apa yang diinginkan orang yang bersangkutan.

Motivasi adalah suatu dorongan dari dalam diri seseorang yang mendorong orang tersebut untuk melakukan sesuatu, termasuk menjadi young entrepreneur (Sarosa, 2005). Kebanyakan orang yang berhasil di dunia ini mempunyai

motivasi yang kuat dalam mendorong tindakan-tindakan mereka. Mereka mengetahui dengan baik yang menjadi motivasinya dan memelihara motivasi tersebut dalam setiap tindakannya (Agus R & Sulistyowati, 2017). Motivasi merupakan faktor yang sangat berpengaruh pada diri seseorang untuk menentukan apa yang menjadi keinginan dan usahanya untuk mewujudkan keinginannya tersebut.

Berdasarkan dari definisi motivasi maka dapat disimpulkan motivasi adalah sebuah dorongan dari dalam diri seseorang yang mendorong orang tersebut untuk melakukan sesuatu untuk mencapai sebuah tujuan. Indikator motivasi menurut (Rusdiana, 2018) ; 1) Motivasi material, 2) Motivasi rasional-intelektual, 3) Motivasi emosional-sosial.

4.2.2 Definisi Minat

Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh (Slameto, 2010). Minat juga dapat dimaknai yaitu kecenderungan yang agak menetap pada seseorang untuk merasa tertarik pada suatu bidang tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam berbagai kegiatan yang berkaitan dengan bidang itu. Minat seseorang dapat diekspresikan melalui pernyataan yang menunjukkan seorang lebih tertarik pada suatu objek lain. Dapat pula dimanifestasikan melalui partisipasi dalam suatu aktivitas seseorang yang berminat terhadap sesuatu objek tertentu cenderung menaruh perhatian lebih besar.

Minat berwirausaha bisa didasarkan dari sikap seseorang untuk terjun memulai usaha baru. Adanya minat berwirausaha akan menjadikan seseorang lebih giat dalam mencari dan memanfaatkan peluang usaha dan mengoptimalkan potensi yang ada. Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi minat berwirausaha yaitu sikap mandiri, lingkungan keluarga, motivasi, ekspektasi pendapatan, keberhasilan diri dalam berwirausaha dan religiusitas. Salah satu faktor yang menjadi dorongan seseorang untuk berwirausaha adalah sikap mandiri. Sikap mandiri merupakan salah satu ciri kualitas hidup manusia yang memiliki peran penting bagi kesuksesan hidup bangsa maupun individu.

Indikator minat berwirausaha; 1) kemauan keras untuk mencapai tujuan dan kebutuhan hidup, 2) keyakinan kuat atas kekuatan sendiri, 3) sikap jujur dan tanggung jawab, 4) ketahanan fisik, mental, ketekunan, keuletan, bekerja dan berusaha, 5) pemikiran yang kreatif dan konstruktif, 6) berorientasi ke masa depan, dan berani mengambil risiko (Purnomo, 2005).

4.2.3 Definisi Berwirausaha

An interest can be defined as something that arouses or holds one's attention or curiosity. Interests are indications of what individuals want to do or what they enjoy or like" (Brown & Brooks, 2010) Keputusan dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang membangkitkan perhatian pada suatu hal. Keputusan berwirausaha mengindikasikan apa yang diinginkan atau dilakukan orang atau apa yang mereka senangi. Seseorang yang berminat pada suatu hal, maka segala tindakan atau apa yang dilakukan akan mengarahkannya pada minatnya tersebut. Keputusan berwirausaha merupakan tingkat kegairahan yang menyertai perhatian khusus maupun terus menerus kepada suatu objek, peristiwa atau topik tertentu minat sangat dipengaruhi oleh dua variabel, yaitu: variabel sikap dan norma subyektif. Dengan kata lain, gabungan dari variabel sikap dan norma subyektif tidak akan langsung memengaruhi.

Inpres No.4 Tahun 1995 tentang gerakan nasional memasyarakatkan dan membudayakan kewirausahaan bahwa: Kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku, dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha atau kegiatan yang mengarah kepada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar.

Dari beberapa definisi tentang kewirausahaan bisa disimpulkan bahwa kewirausahaan merupakan salah satu usaha kreatif yang dibangun berdasarkan inovasi untuk menciptakan peluang dan dimanfaatkan dengan baik sehingga akan memperoleh keuntungan lebih besar dan hasilnya berguna bagi orang lain.Berdasarkan dari definisi pengetahuan dan definisi kewirausahaan maka dapat dipahami pengetahuan kewirausahaan adalah Intelektual yang diperoleh dan dimiliki seorang individu melalui pendidikan kewirausahaan yang nantinya bisa membantu seorang individu melakukan inovasi dan terjun dalam bidang wirausaha.

Pengetahuan kewirausahaan adalah kemampuan seseorang untuk menghasilkan sesuatu yang baru melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif, sehingga dapat menciptakan ide-ide atau peluang dan dapat dimanfaatkan dengan baik (Eriyani P, 2018). Satu-satunya perjuangan atau cara untuk mewujudkan manusia yang mempunyai moral, sikap, dan keterampilan wirausaha adalah dengan pendidikan. Pendidikan membuat wawasan individu menjadi lebih percaya diri, bisa memilih, dan mengambil keputusan yang tepat, meningkatkan kreativitas

dan inovasi, membina moral, karakter, intelektual, serta peningkatan. Konsentrasi kewirausahaan bisa mendorong dirinya sendiri untuk lebih serius dalam belajar tentang kewirausahaan yang dapat diperoleh melalui kelas kewirausahaan, seminar dan workshop kewirausahaan, simulasi bisnis, magang usaha, ataupun lomba tentang kewirausahaan sehingga dapat meningkatkan minat berwirausaha.

Faktor-faktor motivasi sangat erat hubungannya dengan minat. Faktor-faktor motivasi berpengaruh dengan timbulnya minat seseorang untuk mengambil tindakan atau mencapai tujuan. Pengaruh dari faktor-faktor motivasi diwakili oleh toleransi akan risiko, keberhasilan diri dalam berwirausaha, dan kebebasan dalam bekerja pada minat berwirausaha. Toleransi akan risiko, keberhasilan diri dalam berwirausaha, dan kebebasan dalam bekerja memiliki pengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

Menurut Sondang P & Siagian, (2001), Bahwa motivasi dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik yang bersifat internal maupun eksternal. Yang termasuk faktor internal dan eksternal adalah: a) persepsi seseorang mengenai diri sendiri, b) harga diri, c) harapan pribadi, d) kebutuhan, e) keinginan, f) kepuasan kerja, dan prestasi kerja.

4.3 Motivasi untuk Meraih Kunci Sukses Berbisnis dan Membangun Usaha

Kunci sukses seorang wirausaha pemula maupun pengusaha muda di dalam dunia bisnis tidak terlepas dari inspirasi serta motivasi yang menjadikan mereka untuk terus melangkah tanpa henti.Trik paling ampuh dengan gaya yang berbeda-beda setiap orang dalam meraih kesuksesan adalah hak pribadi yang tidak bisa diganggu oleh siapapun. Namun, tidak jarang orang yang tengah berusaha hampir mencapai keberhasilan merasa lelah dan putus asa, sehingga usaha yang sudah dirintis dalam waktu lama mengalami kerugian dan gulung tikar. Sukses adalah dambaan bagi siapapun dan tidak mungkin dapat diraih tanpa didukung keseriusan serta fokus terhadap apa yang dibangun.

Mungkin anda pernah dengar nama Elang Gumilang, seorang mahasiswa ITB yang hidup dalam keadaan pas-pasan. Walau kondisi hidup yang tidak mendukung, dengan modal keseriusan dan fokus pada apa yang dijalani, saat ini

sudah menunjukkan hasilnya dengan bisnis perumahan omzet yang didapat hingga milyaran rupiah. Pada kesempatan kali ini, saya akan berikan beberapa tips agar anda bisa meraih kunci sukses berbisnis, silahkan di simak tipsnya berikut ini:

1. Memulai dari hal paling disukai
   Seorang pendiri perusahaan ternama dengan logo buah apel "Apple" yaitu Steve job pernah berkata "Do What You Love". Dengan menjalani bisnis yang anda cintai maka rasa jenuh dalam menjalani bisnis tidak akan muncul karena inovasi dan terobosan baru selalu dihasilkan. Menikmati setiap proses dalam membangun bisnis apabila didasari kecintaan bukanlah hal yang susah untuk dilakukan seperti menjalani hobi yang menghasilkan uang.
2. Tetapkan tujuan jauh kedepan
   Tujuan bisnis itu di ibaratkan gawang dalam sebuah pertandingan sepak bola. Coba anda bayangkan jika permainan sepak bola tidak menggunakan gawang. Apa yang akan terjadi? Semua pemain pasti akan kebingungan dengan tujuan mereka bermain sepak bola. Untuk apa bermain sepak bola dengan menggiring kesana kemari tanpa tujuan yang jelas dan tidak bisa mencetak gol sama sekali. Begitu juga dengan menjalankan usaha, jika anda tidak mempunyai tujuan yang jelas untuk bisnis, maka bisnis anda akan jalan ditempat tidak ada perubahan signifikan bahkan bisa gulung tikar dengan cepat. Buatlah tujuan bisnis yang akan dicapai dalam jangka waktu pendek dan panjang.
   Sebagai contoh, anda memiliki bisnis rumah makan aneka hidangan laut, maka anda bisa membuat goal secara detail yaitu memiliki 15 cabang dalam 1 tahun kedepan, kemudian anda buat rencana atau planning yang akan anda lakukan agar goal tersebut bisa tercapai.
3. Bijaksana mengatur keuangan
   Banyak pengusaha yang tidak mencapai keberhasilan karena terkendala tidak bisa mengatur keuangan dengan baik. Seringkali mereka mencampur aduk antara pendapatan usaha dengan keuangan pribadi. Maka dari itu, anda juga harus memiliki pengetahuan yang baik dalam mengatur keuangan usaha atau bisnis yang bisa anda baca pada artikel kami sebelumnya cara mengelola keuangan bisnis dan usaha.

Ada 3 hal yang perlu diketahui dan pahami cara mengatur keuangan bisnis secara benar, yaitu cash flow (keluar masuk uang), keuntungan dan kerugian serta neraca keuangan yang bisa dibuat dalam laporan keuangan sederhana. Besar keuntungan dan kerugian yang dialami biasanya merupakan hitung-hitungan diatas kertas. Sedangkan cashflow itu ada uangnya yang langsung dapat dihitung serta jangan sampai tidak sesuai dengan keuntungan bisnis anda.

4. Manajemen waktu yang baik

   Gunakan waktu anda untuk membuat sistem dan mengembangkan bisnis yang anda miliki. Dalam 1 hari semua makhluk hidup termasuk manusia hanya diberikan waktu 24 jam, tapi kenapa ada orang kaya dan ada orang miskin? Karena orang kaya bukanlah orang yang malas, mereka selalu memanfaatkan waktu agar bisnis yang mereka jalani bisa bertahan dan semakin berkembang. Untuk itu tidak salah jika anda berusaha membangun aset selagi masih muda dan produktif.

5. Strategi pemasaran yang kreatif

   Bisnis tidak melulu hanya menjual saja melainkan juga ada yang menghasilkan barang atau produk tertentu sehingga dibutuhkan pemasaran agar dikenal masyarakat luas, produk bisa terjual dalam waktu yang cepat serta bermanfaat bagi penggunanya. Cara menjual produk disesuaikan dengan jenisnya apakah merupakan barang berbentuk fisik atau jasa. Ada 2 macam pertanyaan yang mungkin bisa membantu anda untuk membuat sistem pemasaran lebih unik dan kreatif:

   Mengapa orang harus membeli produk di tempat anda?

   Apa keuntungannya membeli produk di tempat anda?

   Dengan menjawab 2 pertanyaan tersebut anda bisa mendapatkan ide strategi pemasaran yang tepat, unik dan kreatif untuk memberikan kesan paling spektakuler bagi produk anda (Aris, 2020).

4.4 Contoh Kasus Pada Motivasi Berwirausaha

1. Motivasi berwirausaha pada Anne Avantie sebagai seorang wirausahawan wanita lebih pada motivasi ekstrinsik, yaitu peningkatan pendapatan yang bertujuan untuk memperoleh hidup yang nyaman, juga peningkatan penjualan dan keuntungan dalam usaha agar Anne Avantie dapat selalu menunjukkan jati dirinya sebagai pribadi yang mandiri, serta mampu memberikan keamanan finansial pada anggota keluarganya. Namun pada perkembangannya motivasi intrinsik, yaitu tantangan diri, kebahagiaan diri, serta pertumbuhan kualitas intrinsik diri (Deby A, 2017).
2. Motivasi berwirausaha pada disabilitas daksa meliputi: Tidak adanya modal, keinginan pelanggan yang tidak terpenuhi, mesin yang sering rusak, dan rasa malas. Pada umumnya kendala paling mendasar dari keluarga yang kurang mampu lebih kepada tidak adanya modal. Hal tersebut memicu kurangnya termotivasi untuk berwirausaha. Kurangnya modal memengaruhi kelengkapan alat produksi sebagai penunjang kelancaran dalam berwirausaha.
3. Upaya guru dalam meningkatkan motivasi berwirausaha siswa melalui pendidikan kewirausahaan di SMKN 2 Aceh Barat Daya yaitu dengan menceritakan tentang wirausaha-wirausaha yang sukses, menceritakan pengalaman pribadi guru dalam berwirausaha, mewawancarai wirausaha-wirausaha sukses di Abdya dan memberikan tugas praktek kewirausahaan (Darma & Nizzar, 2018).

Bab 5

Kreativitas Dalam Kewirausahaan

5.1 Definisi Kreativitas

Definisi kreativitas menurut Dedi Supriadi (1994) adalah kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya. Sedangkan menurut Conny Setiawan (dalam Made Dharmawati, 2017) kreativitas adalah merupakan kemampuan untuk menciptakan suatu produk yang masih baru, atau dengan kata lain dapat diartikan bahwa kreativitas merupakan kemampuan dalam menghasilkan sesuatu yang baru atau kombinasi baru atau melihat pada hubungan-hubungan yang baru antara unsur data dan variabel yang telah ada.

Seseorang dapat dianggap kreatif apabila dinilai memiliki kemampuan untuk melahirkan sesuatu yang baru baik berupa gagasan maupun suatu karya yang berbeda dengan apa yang sudah ada sebelumnya. Semangat dan etos kerja bagi seorang wirausaha terletak pada kreativitas dan dimiliki serta memiliki rasa percaya diri untuk maju dalam berwirausaha. Dengan demikian kreativitas merupakan motivator yang dapat membuat orang lain tertarik pada pekerjaannya. Sehingga seorang wirausaha yang memiliki kreativitas akan mampu meningkatkan keterampilan, mutu pada produk, semangat kerja, efisien

kerja, memiliki inisiatif dan meningkatkan keuntungan sebagaimana (A. Setyadi, 2020).

Definisi kreativitas menurut beberapa ahli, tergantung pula pada dasar teori yang menjadi acuannya,

1. Barron (dalam Ali & Asrori, 2006) mendefinisikan bahwa kreativitas adalah sebagai kemampuan seseorang untuk menciptakan sesuatu yang baru.
2. Drevdahl (dalam Hurlock, 1978) mendefinisikan tentang kreativitas yang merupakan kemampuan seseorang untuk menghasilkan komposisi, produk dan gagasan yang baru dari apa yang telah ada.
3. Guilford (dalam Ali & Asrori, 2006) bahwa kreativitas mengacu pada kemampuan seseorang yang memiliki ciri-ciri sebagai seorang kreatif.
4. Torrance (dalam Ali & Asrori, 2006) mendefinisikan bahwa kreativitas sebagai proses kemampuan dalam memahami hambatan-hambatan dalam hidupnya, mampu merumuskan hipotesis-hipotesis baru, dan mengkomunikasikan hasilnya serta dapat memodifikasi dan menguji hipotesis-hipotesis yang telah dirumuskan.
5. Munandar (2002), mendefinisikan kreativitas merupakan suatu proses yang melibatkan kelancaran, fleksibilitas, dan orisinalitas dalam berpikir.
6. Rhodes (dalam Munandar;2004) menyatakan bahwa definisi kreativitas dapat ditinjau dari empat aspek atau yang biasa dinamakan dengan istilah "Four P's of Creativity: Person, Process,Press, and Product"

Adapun pembahasan dari masing-masing dimensi kreativitas tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pribadi (Person); kreatif muncul dari keunikan keseluruhan kepribadian dalam interaksi dengan lingkungannya
2. Proses (Procces); adalah langkah-langkah proses kreatif menurut Wallas (dalam Munandar, 2004) yang banyak diterapkan dalam pengembanan kreativitas, meliputi tahap persiapan, inkubasi, iluminasi dan verifikasi.
3. Produk (Product); kreativitas adalah kemampuan untuk menghasilkan/ menciptakan sesuatu yang baru (Barron, dalam Munandar, 2004)

4. Pendorong (Press); adalah menekankan faktor "press" atau dorongan, baik dorongan internal maupun eksternal, berupa keinginan dan hasrat untuk mencipta atau secara kreatif, serta dorongan dari lingkungan sosial dan psikologis.

Dari definisi beberapa ahli sebagian besar menyatakan bahwa kreativitas berfokus pada salah satu dari empat P tersebut atau kombinasinya, karena keempat P tersebut saling berkaitan misalnya Pribadi yang kreatif akan melibatkan dirinya dalam proses kreatif, dengan dukungan serta dorongan (Press) dari lingkungan, dapat menghasilkan produk kreatif. Berdasarkan analisis faktor, Guilford menemukan bahwa ada lima sifat yang menjadi ciri kemampuan berpikir kreatif, yaitu kelancaran (fluency), keluwesan (flexibility), keaslian (originality), penguraian (eleboration), dan perumusan kembali (redefinition).

Dapat diuraikan tentang lima sifat sebagaimana tersebut di atas bahwa kelancaran dimaksudkan dengan kemampuan untuk menghasilkan banyak gagasan. Keluwesan adalah kemampuan untuk mengemukakan bermacam-macam pemecahan atau pendekatan terhadap masalah. Orisinalitas adalah kemampuan untuk mencetuskan gagasan dengan cara-cara yang asli, tidak klise. Elaborasi adalah kemampuan untuk menguraikan sesuatu secara terinci. Redefinisi adalah kemampuan untuk meninjau suatu persoalan berdasarkan perspektif yang berbeda dengan apa yang sudah diketahui oleh banyak orang.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa definisi kreatif adalah kemampuan dalam menghasilkan suatu gagasan dengan berbagai macam alternatif dan beberapa proses kreatif yang didukung oleh lingkungan sekitar, (A.Setyadi, 2020)

5.2 Kreativitas dalam Kewirausahaan

Setelah mengetahui arti dari "kreatif" dengan penjabaran di atas, yaitu menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda dari yang lain atau menghubungkan hal-hal yang tadinya tidak berhubungan. Sedangkan perlu diketahui pula arti dari "inovatif" yang tidak bisa lepas dari ia menciptakan sesuatu yang sama sekali berbeda. Dua hal inilah yang sangat diperlukan oleh para wirausahawan.

Yang dimaksud dengan wirausahawan adalah pengusaha, tetapi tidak semua pengusaha adalah wirausahawan (A. Setyadi, 2020). Wirausahawan adalah pionir dalam bisnis, inovator, penanggung risiko yang mempunyai visi ke depan dan memiliki keunggulan dalam bidang usaha.

Menurut A. Setyadi (2020) ada dua aspek pada kreativitas yang dianggap penting, yaitu adanya proses dan manusia. Proses berorientasi pada tujuan yang didesain untuk mencapai solusi pada suatu permasalahan. Sedangkan manusia, adalah sebagai sumber daya yang menentukan solusi. Dalam berwirausaha, setiap manusia memiliki cara yang berbeda-beda antara satu pengusaha dengan pengusaha yang lain, cara atau strategi masing-masing yang akan menentukan hasil akhir yang dilakukan. Semakin kreatif dalam menggunakan peluang bisnisnya tentu akan semakin baik pula hasil bisnis yang dilakukan.

Selain kreatif sebagai wirausahawan haruslah memiliki daya saing yang tinggi dan dapat memberikan pengaruh terhadap pelaku bisnis di lingkungannya. Memiliki daya inovasi sangat dibutuhkan pula, supaya kreativitas yang telah dimiliki juga mampu berinovasi pada produksi yang akan dipasarkan dengan menciptakan sumber daya agar dapat meningkatkan nilai potensi dari produk yang dihasilkan. Sebagai wirausaha harus memiliki kreativitas, keuletan serta semangat yang tinggi sebagai modal utama. Apabila mengalami kegagalan menganggap sebagai keberhasilan yang tertunda, sehingga dirinya mampu menghadapi segala macam masalah yang terjadi dalam dunia usaha. Sebagai wirausaha sejati, memiliki perhitungan yang cepat, mampu melihat situasi dan kondisi yang terjadi sehingga akan mampu untuk mengendalikan diri dan pikirannya dalam kehidupan bisnisnya.

Dalam peningkatan sumber daya ini terdapat cara-cara untuk mengembangkan potensi, misalkan sebagai seorang wirausahawan harus mengenali hubungan. Melalui hubungan antar sesama yang saling membutuhkan akan mendapatkan banyak penemuan dan inovasi yang lahir sebagai cara pandang terhadap suatu hubungan yang baru dan akan ditemukan perbedaan antara objek, proses, bahan, teknologi dan orang. Sedangkan untuk membangun kreativitas, dapat dilakukan dengan memiliki cara pandang terhadap hubungan kita dengan lingkungan serta dengan alam sekitar.

A.Setyadi (2020) menyatakan bahwa untuk dapat melakukan kreativitas agar dapat berimajinasi yang inovatif gunakanlah otak bagian kanan, sedangkan otak bagian kiri digunakan untuk bekerja. Sebagaimana diketahui bahwa proses kreativitas yang inovatif meliputi pemikiran logis dan analitis terhadap pengetahuan, evaluasi dan implementasi. Sehingga apabila kita ingin kreatif,

maka kita harus melatih dan mengembangkan kedua otak kita serta harus berpikir positif agar menjadi orang sukses.

Madhurima Lall & Sahai (2008) berpendapat bahwa kreativitas sejati harus memberikan nilai nyata. Oleh karena itu kreativitas adalah kemampuan untuk membawa sesuatu yang baru menjadi ada baik dari ide atau gagasan yang sudah ada maupun baru.

Untuk membangkitkan kreativitas memerlukan suatu proses dengan langkah-langkah tertentu oleh Zimmerer (1996) sebagai berikut:

1. Preparation: sebagai persiapan dimaksudkan memberi kondisi kepada seseorang agar memudahkan munculnya kreativitas. Ini dapat diperoleh melalui pendidikan formal, pelatihan dan pengalaman kerja.
2. Investigation: dalam langkah ini harus dilakukan dengan mempelajari masalahnya dan identifikasi komponen utama permasalahan.
3. Transformation: dapat dicoba dengan mengidentifikasi persamaan dan perbedaan yang ada dengan informasi dan data yang sudah dikumpulkan. Dapat pula berlaku analisis divergen dan dan konvergen.

Divergent thingking adalah kemampuan melihat perbedaannya., sedangkan Convergent thingking adalah kemampuan rmasi dan melihat persamaan dan hubungan antara berbagai informasi dan peristiwa.

1. Incubation: dalam hal ini diperlukan waktu untuk melihat kembali berbagai informasi. Masa inkubasi seakan-akan seseorang keluar atau melupakan masalah yang dihadapi.
2. Illumination; Langkah ini terjadi pada saat inkubasi, secara spontan muncul ide baru, dalam waktu tidak terbatas, terkadang muncul secara tiba-tiba, biasanya saat sudah lupa dengan masalah tersebut.
3. Verification; dengan memvalidasi ide yang tepat atau akurat, apakah berguna atau tidak, maka dilakukan percobaan, bikin simulasi test market untuk produk, bikin pilot proyek, dsb.
4. Implementation: disini mulai mentransformasi ide menjadi kenyataan dan digunakan. Dapat berlaku ungkapan siap, bidik, tembak.

A. Setyadi (2020) juga menyatakan bahwa pemikiran kreatif dapat diartikan sebagai proses dalam pemikiran tertentu yang dapat meningkatkan kemampuan

untuk menjadi kreatif. Ketika berada dalam keadaan pikiran yang optimal untuk menghasilkan ide baru, dapat dengan sengaja berpikir melalui cara meningkatkan kemungkinan terjadinya pemikiran baru dan untuk memaksimalkan kemampuan otak untuk memikirkan gagasan baru. Hal ini dapat disebut sebagai serangkaian tindakan mental yang menghasilkan perubahan, dan perkembangan pikiran. Karena kreatif berpikir adalah proses menjelajahi seberapa jalan tindakan atau pikiran (terkadang disebut divergen berpikir karena pola pikir dan bidnag kepercayaan diperluas) mengarah ke beberapa solusi untuk masalah.

Menurut Terman (dalam Conny S., 1984) karakteristik anak berbakat intelektual antara lain unggul atau menonjol dalam:

- Kesiagaan mental;
- Kemampuan pengamatan (observasi);
- Keinginan untuk belajar;
- Daya konsentrasi;
- Daya nalar;
- Kemampuan membaca;
- Ungkapan verbal;
- Kemampuan menulis;
- Kemampuan mengajukan pertanyaan yang baik.

Disamping itu ia menunjukkan minat yang luas, berambisi untuk mencapai prestasi yang lebih tinggi, mandiri dalam memberikan pertimbangan, dapat memberi jawaban tepat dan langsung ke sasaran (to the point), mempunyai rasa humor yang tinggi, dan mau melibatkan diri sepenuhnya dan ulet menghadapi tugas yang diminati.

5.3 Kreativitas melalui Inovasi

Seorang wirausaha adalah orang kreatif, hal ini merupakan ungkapan bahwa entrepreneur merupakan satu kelompok orang yang mengagumkan, sebagai manusia yang kreatif dan inovatif (Buchari A, 2007) mereka merupakan bahan bakar pertumbuhan ekonomi masyarakat, karena memiliki kemampuan berpikir dan bertindak produktif. Pertumbuhan wirausaha berkorelasi tinggi terhadap

pertumbuhan ekonomi, karena lapangan kerja akan terbuka, pendapatan masyarakat akan meningkat daya beli bertambah, barang dan jasa yang dihasilkan dunia industri akan laku terjual, roda ekonomi akan berputar.

Conny Semiawan, (1984) menyatakan, kreativitas diartikan sebagai kemampuan untuk menciptakan suatu produk baru, artinya tidak perlu seluruhnya baru tetapi dapat hanya sebagian dari produk saja yang baru. Jadi kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru atau melihat hubungan-hubungan baru antara unsur, data, variabel yang sudah ada sebelumnya.

Bisnis dalam melakukan kegiatannya perlu memiliki unique selling proposition untuk bertahan hidup (A. Setyadi, 2020). Hal ini dapat dilakukan dengan berinovasi. Kata inovasi berasal dari bahasa Inggris innovation yang berarti segala hal yang baru atau pembaharuan. Dapat diartikan bahwa inovasi bukanlah sesuatu temuan yang luar biasa tetapi sesuatu tumbuhan yang menyebabkan berdaya guna sumber ekonomi ke arah yang lebih produktif. Dengan inovasi dari wirausaha akan mendorong semangat dalam bekerja untuk menjalankan usahanya, serta untuk dapat bertahan hidup ketika perubahan terjadi di pasar. Memiliki kreativitas tinggi berarti mempunyai kemampuan untuk berpikir yang baru dan berbeda (thingking new thing and different). Namun untuk berpikir yang baru dapat bersumber dari sesuatu yang lama tetapi dilakukan dengan cara-cara yang baru dan tidak harus seluruhnya baru. Zimmerer dalam Suryana (2003) menyebutkan bahwa ide-ide kreativitas sering muncul ketika seorang wirausaha melihat sesuatu yang lama dan berpikir sesuatu yang baru dan berbeda.

Kreativitas dapat disebut sebagai berpikir untuk menciptakan sesuatu dari yang asalnya tidak ada (generating something from nothing). Sedangkan inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan-persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan (A. Setyadi dalam Suryana , 2003).

Dengan demikian kreativitas (daya cipta) mengandung beberapa aspek penting, antara lain:

1. Menciptakan sesuatu yang sebelumnya tidak ada
2. Muncul ketika melihat sesuatu yang lama dan berpikir sesuatu yang baru dan berbeda
3. Menggantikan sesuatu dengan sesuatu yang lebih sederhana dan lebih baik.

Disebutkan pula rahasia kewirausahaan adalah dapat menciptakan nilai tambah barang atau jasa dengan menerapkan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan meraih peluang yang dihadapi setiap hari tanpa menunggu perintah (inisiatif sendiri).

Gambar 5.1: Tahap-tahap Inovasi, Sumber (A. Setyadi, 2020)

Keberhasilan seorang wirausahawan terletak pada kemampuannya untuk lebih kreatif dan memanfaatkan inovasi dalam kegiatan bisnisnya sehari-hari. Sebagaimana yang dikatakan Zimmerer bahwa *Creativity is the ability to develop new ideas and to discover new ways of looking at problems and opportunities*. Maksudnya, kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide baru dan menemukan cara baru dalam melihat peluang ataupun problem yang dihadapi. Sedangkan Inovasi adalah kemampuan untuk menggunakan solusi kreatif dalam mengisi peluang sehingga membawa manfaat dalam kehidupan masyarakat. Jadi kreatif dan inovasi menyangkut sesuatu hal baru atau barang baru ataupun barang lama yang diperbaharui, dalam istilah lain dikatakan *creativity is ability to create the new and different*, juga dikatakan *creativity involves generating something from nothing*, menciptakan sesuatu yang betul-betul baru (Buchari. A, 2007).

5.4 Hubungan Kreativitas dengan Intelegensi

Menurut Buchari Alma (2007) menyatakan bahwa kreativitas dan intelegensi memiliki perbedaan yang cukup berarti. Digambarkan bahwa orang yang kreatif belum tentu intelegensinya tinggi, begitu pula sebaliknya.

Beberapa peneliti telah menempatkan empat variasi tentang hubungan kreativitas dengan intelegensi, yaitu:

1. Kreativitas rendah, intelegensi rendah
2. Kreativitas tinggi, intelegensi tinggi
3. Kreativitas rendah, intelegensi tinggi

4. Kreativitas tinggi, intelegensi rendah

Dalam hal ini dapat dilihat dikalangan wirausahawan, tingkat kreativitas akan sangat menunjang bagi perkembangan bisnisnya. Dapat dilihat pada masyarakat Jepang yang sangat terkenal dengan keuletannya, sehingga mereka telah mengalami kemajuan yang sangat luar biasa setelah terjadinya Perang Dunia kedua. Apakah rahasianya? Rahasianya adalah mereka dikenal sebagai pekerja keras. Sehingga dikenal sebagai gila kerja (work alcoholic). Bagi mereka uang dan keuntungan materi sangat penting, tetapi tidak lebih penting dari usaha kerja keras.

Perilaku positif orang Jepang sangat menunjang keberhasilan usaha bisnisnya, (Buchari A, 2019) karena orang Jepang selalu bertindak ekonomis, daya tahan dan kegigihannya dalam bekerja sehingga mereka mampu berprestasi maksimal, tidak cepat puas dengan hasil kerjanya, sanggup bekerja lama dan keras, tidak ingin cepat-cepat menduduki jabatan empuk, memiliki orientasi futuristik yang kuat.

Bahkan ada konsep yang populer dengan nama Konsep KAIZEN yang berarti unending improvement, mereka selalu bekerja keras membuat perbaikan-perbaikan, dan dari waktu ke waktu selalu ada perbaikan. Menghadapi persaingan global dalam dunia usaha, maka sangat diperlukan sumber daya kreatif dan inovatif, disiplin serta memiliki daya cipta sebagai prinsip dasar. Sehingga mampu mempertahankan dan mengembangkan usaha serta kelangsungan hidup usahanya. Ketika sebagian orang memandang aneh terhadap orang yang kreatif, misalkan selalu membuat sesuatu yang mengada-ada, terkadang dinilai tidak logis, bahkan terlalu sulit, namun dari hasil penelitian hampir setiap orang bisa belajar menjadi orang kreatif. Dari kondisi yang dimiliki inilah maka otak kanan yang bekerja lebih kuat dalam berkreasi karena memiliki sifat unconventional, unsystematic dan unstructured.

5.5 Upaya Meningkatkan Kreativitas

Menurut Buchari A (2019) dalam upaya meningkatkan kreativitas manajemen harus menciptakan suasana dalam organisasi sedemikian rupa agar kreativitas dapat berkembang diantara karyawannya. Dapat dilakukan dengan menciptakan iklim organisasi yang mampu membangkitkan keberanian dan rasa kebebasan untuk menciptakan sesuatu. Kemudian pimpinan akan memberikan kesempatan

kepada karyawannya untuk mengembangkan kreativitasnya, dan memberikan toleransi atas kegagalannya, dan mengungkapkan rasa penasaran, (curiosity), memandang masalah sebagai suatu tantangan, mengadakan pelatihan kreativitas, memberikan fasilitas yang sesuai dan memberi penghargaan.

Diperlukan pula mengembangkan keunggulan positioning bisnis secara kreatif, dengan melihat persaingan di lapangan agar bisnis yang dijalankan memiliki perbedaan dengan bisnis yang lain. Dalam hal ini sangat diperlukan kreativitas dari pemilik. Usaha yang dijalankan harus menciptakan komoditi yang digeluti, pelayanan dan sebagainya.

Differensiasi dan positioning dapat dilakukan secara rinci yaitu (Buchari A, 2019):

1. Produk, harus diciptakan model, kualitas, desain yang khusus yang berbeda produk dengan produk lain.
2. Pelayanan, dengan memberikan penghormatan istimewa, misalnya antar jemput
3. Menciptakan kemudahan-kemudahan
4. Harga yang sesuai dengan kelas konsumen yang dilayani
5. Memberikan garansi yang meyakinkan konsumen
6. Aneka ragam produk, sehingga memberikan kebebasan memilih
7. Memberikan tingkat kepercayaan tertinggi,
8. Membuka akses, hubungan komunikasi yang mudah dan murah
9. Rasa akrab, persahabatan memupuk customer relationship management yang baik.

Selain upaya untuk meningkatkan kreativitas, ada beberapa hambatan yang muncul pada kreativitas seseorang (Buchari A., 2019) , hal ini disebabkan oleh:

1. Mencari jawaban soal hanya satu yang benar, misalkan seorang mahasiswa yang menyelesaikan studinya selama 4 tahun, telah dicekoki dengan soal ujian dengan pilihan satu jawaban benar. Dari sini mungkin mahasiswa tersebut terlatih tidak kreatif karena selalu mengikuti aturan yang baku, tradisi satu jawaban yang benar.
2. Fokus pada harus logis dan tidak boleh yang aneh-aneh. Tidak boleh think something different, takut berbeda pendapat apalagi dengan atasan. Padahal

ide seseorang bisa menjadi sumber yang sangat positif untuk kemajuan bisnis, yang sering muncul dalam bentuk "intuisi".

3. Harus taat pada aturan, hal ini akan mengurangi kreativitas, sebab terkadang kreativitas akan muncul sebagai kemampuan untuk mendobrak aturan yang ada, sehingga dapat ditemukan jalan baru, sesuatu yang lebih efisien ataupun lebih produktif.
4. Tetap konstan pada praktek yang dilakukan selama ini, tidak ada peluang mengadakan kreasi, selalu terikat pada hal rutin yang sudah biasa.
5. Menganggap permainan satu hal yang membuang waktu dan percuma, padahal permainan merupakan hal mendasar untuk creative thingking.
6. Terlalu menekankan pada spesialisasi. Ini akan menyempitkan kreativitas. Orang kreatif adalah orang yang senang mengeksplorasi, mencari ide baru di luar bidangnya, yang sering membantu menemukan sesuatu hal baru di luar bidang yang digeluti.
7. Menghindar dari sifat ambiguiti, sifat mendua. Padahal sifat ini bisa menjadi pendorong utama bangkitnya kreativitas dengan cara berpikir beda (think something different).
8. Takut terlihat bodoh. Terkadang orang tidak mau melakukan hal baru atau berpikir beda, karena khawatir dianggap bodoh. Takut terlihat bodoh merupakan salah satu penghalang kreativitas.
9. Takut salah dan takut gagal. Orang kreatif selalu ingin mencoba sesuatu yang baru, hasilnya gagal. Namun mereka menganggap sebagai pengalaman berharga menuju sukses.
10. Terpaku pada stigma "saya tidak kreatif". Ada yang berpandangan bahwa orang kreatif adalah orang-orang hebat, bukan seperti saya. Padahal sebenarnya setiap orang memiliki potensi kreatif.

Dari sepuluh point diatas haruslah dihindari, agar menjadi orang kreatif dalam meningkatkan kemampuan, sikap dan motivasi masing-masing.

Bab 6

Inovasi Dalam Kewirausahaan

6.1 Pendahuluan

Ada yang menarik yang kita lihat pinggir jalan beberapa kota besar, pegawai restoran besar terutama waralaba (franchise) yang pegawainya berjualan di jalan. Salah satunya adalah PT Sarimelati Kencana Tbk (PZZA), pemegang lisensi waralaba (franchisee/terwaralaba) Pizza Hut (Sandi, 2020). Perubahan lingkungan yang begitu cepat akibat Pandemi Covid-19 ternyata sangat berdampak pada semua kegiatan usaha dan mengharuskan usaha tersebut beradaptasi. Contoh yang dilakukan oleh Pizza Hut Indonesia merupakan upaya yang dilakukan agar bisa bertahan saat pandemi covid-19. Melakukan inovasi merupakan salah satu cara untuk bisa tetap mempertahankan kegiatan usaha (Handoko, 2020).

Meskipun dalam situasi saat ini ternyata masih ada bisnis UMKM yang sukses. Beberapa contoh usaha yang berhasil antara lain sajian makanan hantaran: ”rantang emas” dari kota Bogor yang menjual makanan dengan inovasi pada pengolahan kepiting dengan sambal khas yang disebut dengan kepiting rantang emas, begitu juga dengan kerjasama jasa antaran daring ”MYPIN dengan 300 UMKM Bali dengan memberikan jasa ongkos kirim yang sangat murah yaitu Rp. 1.250 (Majakuning and Adi, 2020).

Situasi pandemi Covid-19 telah mendorong pelaku usaha untuk mencari metode dan teknik yang lebih inovatif baik dalam hal efisiensi bahan baku, sumber daya manusia, pembuatan produk, harga, promosi, proses, dan layanan serta distribusi

dengan cara yang berbeda. Inovasi dapat mengambil arah yang berbeda karena berdampak, oleh karena itu, tepat untuk membahas inovasi dan kewirausahaan yang berkaitan dengan hasil yang unggul.

Pentingnya kepemimpinan dalam menetapkan visi, mempromosikan budaya, dan mendukung upaya yang dilakukan atas nama inisiatif inovatif. (Miller, 2012). Inovasi pengguna akhir" sebagai kekuatan pendorong untuk ide dan solusi yang dapat membuat perubahan pada proses, produk, dan layanan. (Hippel, 2007). Salah satu karakter yang sangat penting dari wirausahawan adalah kemampuannya melakukan inovasi(Larsen and Lewis, 2007). Tanpa adanya inovasi UMKM tidak akan dapat bertahan lama. Hal ini disebabkan kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan berubah-ubah. Pelanggan tidak selamanya menggunakan produk yang sama. Pelanggan akan mencari produk lain dari perusahaan lain yang dirasakan dapat memuaskan kebutuhan mereka. Untuk itulah diperlukan adanya inovasi terus menerus jika perusahaan akan berlangsung lebih lanjut dan tetap berdiri dengan usahanya

Meskipun kekuatan ekonomi sebagai pendorong inovasi dan kewirausahaan, namun ternyata budaya juga bisa sebagai penggerak inovasi (Lounsbury et al., 2018). Sejauh literatur yang ada telah mempertimbangkan bagaimana budaya membentuk inovasi dan kewirausahaan, itu telah dipandang sebagai kekuatan penghambat yang membatasi dan menghambat penciptaan kebaruan.

Inovasi lingkungan sebagai konsep khusus dalam arena teori inovasi relatif baru, pertama kali muncul pada pertengahan 1990-an. Konsep inovasi lingkungan sebagai inovasi yang mengarah ke teknologi yang efisien. Teknologi hemat lingkungan berarti semua teknologi yang secara langsung atau tidak langsung memperbaiki lingkungan. Ini mencakup teknologi untuk membatasi polusi, produk dan proses produksi yang lebih ramah lingkungan, pengelolaan sumber daya yang lebih efektif, dan sistem teknologi untuk mengurangi dampak lingkungan (Fajrillah *et al*., 2020; Siregar *et al*., 2020).

Inovasi lingkungan merupakan "produksi, aplikasi atau eksploitasi barang, jasa, proses produksi, struktur organisasi, atau manajemen atau metode bisnis yang baru bagi perusahaan atau pengguna dan mengurangi risiko lingkungan, polusi, dan dampak negatif dari penggunaan sumber daya (termasuk penggunaan energi) dibandingkan dengan alternatif yang relevan (Foxon and Pearson, 2007). Inovasi dapat menghasilkan penurunan biaya untuk mencapai perbaikan lingkungan atau menghasilkan keuntungan lingkungan yang lebih besar daripada model yang lebih lama. Mungkin juga teknologi baru untuk masalah lingkungan baru (Greenacre et al., 2012).

6.2 Inovasi

Istilah inovasi dalam organisasi pertama kali diperkenalkan oleh Schumpeter pada tahun 1934. Inovasi dipandang sebagai kreasi dan implementasi 'kombinasi baru'. Dalam bahasa latin Inovasi berarti pengenalan sesuatu yang baru ke dunia yang ada dan urutan benda atau peningkatan produktivitas sumber daya (Drucker, 2002).

Beberapa definisi inovasi dalam literatur tersebut antara lain:

> Freeman and Soete (1997): "The industrial innovation involves technical design, manufacturing, administrative and commercial activities related to the marketing of few (or improved) products or with the first commercial use of a new (or improved) process or equipment".
>
> Rothwell and Gardiner, (1985): innovation does not only mean commercialization of a significant advantage at the highest technical level (radical innovation), but it also includes taking advantage of small scale changes in the know-how (improvement or incremental innovation)…"
>
> Drucker, (2002).: "innovation is the special tool of businessmen to utilize change as an opportunity for a different activity or service. It is possible to appear as a discipline, to be learned, to be practiced".
>
> Porter, (1990): "enterprises acquire a competitive advantage through acts of innovation. They approach innovation in its broader sense, including new technologies and the new way to do things".

Istilah Inovasi dapat merujuk pada proses konversi ide menjadi produk atau layanan barang dagangan, bentuk baru organisasi bisnis, metode produksi fungsional baru atau lebih baik, cara presentasi produk baru (desain, pemasaran) atau bahkan ke yang baru. metode pemberian layanan Ini juga dapat merujuk pada desain dan konstruksi peralatan industri baru, pelaksanaan proyek dengan manajemen baru atau mungkin merujuk pada cara berpikir baru untuk menghadapi situasi atau masalah. Evolusi teknologi dan perubahan sosial dan ekonomi paralel terjadi melalui realisasi inovasi. Kemampuan masyarakat untuk melakukan inovasi sebagian besar merupakan mekanisme pembinaan dan pengembangan. Inovasi memperhatikan setiap aspek proses ekonomi atau produktif. Di tingkat perusahaan atau organisasi, inovasi terutama diwujudkan

baik dengan mengembangkan produk dan layanan baru atau dengan merestrukturisasi proses produksi.

Upaya inovatif berkelanjutan untuk layanan produk baru atau proses produktif baru menciptakan keunggulan kompetitif (Carayannis et al., 2015), yaitu:

1. Evaluasi sumber daya yang melibatkan kegiatan penelitian dan pengembangan, penerapan teknologi baru, produktivitas penjualan, produksi dll, investasi produktif baru dan perluasan ke pasar baru atau perluasan basis pelanggan.
2. Pengembangan dan pembaharuan entitas dengan investasi dan pertumbuhan, peluang evolusi profesional untuk sumber daya manusia, rekrutmen baru dan optimisme, semangat dan semangat yang tinggi.
3. Keberhasilan bisnis membangun reputasi dan menarik pelanggan baru, citra bisnis yang dinamis, produk yang membedakan dari pesaing, pengembangan berkelanjutan dan mempersulit persaingan untuk berkumpul.

Perubahan dalam produk atau jangkauan layanan yang dilakukan organisasi ke pasar ini adalah bentuk inovasi yang paling dipahami dengan jelas dan melibatkan penciptaan produk dan layanan baru biasanya melalui departemen R&D. Organisasi yang memfokuskan semua energi inovatif mereka dalam bagian organisasi yang dapat diidentifikasi kemungkinan besar akan kehilangan kontribusi yang dapat muncul dari seluruh organisasi.

Perubahan penerapan produk atau layanan yang jauh dari tujuan utama seperti menggunakan komputer pribadi untuk komunikasi daripada barang-barang yang berdiri sendiri, dan akhirnya menggunakan internet untuk perdagangan serta komunikasi yang lebih umum. Setiap perubahan produk atau layanan diterapkan jauh dari pasar yang diidentifikasi semula, misalnya. obat medis dikembangkan untuk satu populasi menjadi intervensi yang berhasil untuk populasi lain.

6.3 Hubungan Konseptual Antara Kewirausahaan dan Inovasi

Teori dasar ekonomi inovasi dan mengidentifikasi tiga paradigma bersaing dalam diskusi teoritis inovasi saat ini: (i) paradigma wirausaha; (ii) paradigma teknologi-ekonomi; dan (iii) paradigma strategis (Sundbo, 1998). Pemikiran Schumpeter mencoba membangun hubungan antara wirausaha dan inovasi dalam teori, dan memandang wirausaha sebagai inovator. Inovasi dianggap memiliki kontribusi pada pertumbuhan ekonomi karena wirausahawan menghasilkan inovasi. Konsep wirausaha sebagai inovator mendasari paradigma wirausaha di mana peran wirausaha ditonjolkan dalam proses inovasi. Menurut paradigma ini, hanya orang yang mendirikan perusahaan baru atas dasar ide baru yang dapat disebut wirausaha. Kewirausahaan dipandang sebagai tindakan kreatif dan inovasi.

Hubungan konseptual antara kewirausahaan dan inovasi (Zhao, 2005) antara lain bahwa kewirausahaan dan inovasi adalah hal yang positif terkait satu sama lain dan berinteraksi untuk membantu organisasi berkembang; (2) kewirausahaan dan inovasi saling melengkapi, dan kombinasi keduanya sangat penting keberhasilan dan kelanjutan organisasi saat lingkungan dinamis dan berubah; dan (3) kewirausahaan dan inovasi bersifat dinamis dan proses keseluruhan dalam kewirausahaan dan inovatif organisasi.

6.4 Model Bisnis Inovasi

Model bisnis inovasi adalah sebuah konfigurasi ulang aktivitas dalam model bisnis yang ada dari suatu perusahaan yang baru ke pasar produk/layanan tempat perusahaan bersaing (Santos et al., 2009). Peluang bagi Model bisnis inovasi terletak pada pengembangan teknologi pengiriman baru yang mengubah rantai nilai dengan menggabungkan infrastruktur digital dan fisik atau dengan mengubah produk menjadi layanan. memperbesar pasar yang dapat dialamatkan (yaitu, meningkatkan penjualan ke pelanggan lama dan baru) melalui Model bisnis inovasi (Zott and Amit, 2015).

Inovasi dalam model bisnis dapat diwujudkan dalam tiga cara berbeda (Silvana Trimi 2012). Di satu sisi, model bisnis sendiri dapat mewakili suatu bentuk

inovasi (Mitchell dan Coles 2003), dengan memperkenalkan metodologi baru atau memodifikasi operasi internal perusahaan yang meningkatkan efisiensi, tetapi tanpa mengubah esensi produk/layanan yang diberikan.

Di sisi lain, terobosan teknologi memungkinkan perusahaan menjadi penggerak pertama. Ini adalah pendekatan teknologi yang biasanya dilakukan perusahaan besar. Untuk tetap menjadi yang terdepan dalam inovasi dan mempertahankan kepemimpinan, perusahaan mengembangkan inisiatif yang mungkin mencakup penawaran produk sekunder atau mengadaptasi produk yang ada ke konteks lain. Inovasi mencakup sedikit perubahan dalam model bisnis, dan dapat menjadi kunci pembaruan bisnis (Christensen 1997). Ada juga pendekatan tarik permintaan, di mana model bisnis harus dirumuskan ulang untuk memenuhi kebutuhan pelanggan baru dan lingkungan bisnis(Teece 2010).

Ada beberapa model bisnis dalam Model bisnis sebagai sumber inovasi dan perbaikan berkelanjutan dalam berwirausaha (Silvana Trimi 2012), yaitu:

1. Keterbukaan Model Bisnis /Open Business Models.
   Di dalam Keterbukaan Model Bisnis (Chesbrough, 2003) menjelaskan jika perusahaan masih tetap terisolasi dari pengusaha luar, maka tidak akan diekspos dan memanfaatkan ide dan peluang terbaik. Untuk mengatasi mengatasi hal ini maka cara terbaik untuk menghasilkan ide baru yang dapat mengarah pada inovasi memerlukan perluasan batasan perusahaan. Dengan proses inovasi terbuka, perusahaan akan membuka diri ke pasar, mencari ide baru dan segar dari sumber eksternal. Beberapa hal yang mendasar konsep Inovasi Terbuka adalah bahwa tidak ada perusahaan yang cukup baik untuk mengetahui apa yang harus dilakukan dengan setiap peluang baru yang ditemukannya, dan tidak ada perusahaan yang memiliki sumber daya yang cukup untuk mengejar semua peluang yang mungkin pilih (Wolpert, 2002).
2. Model Bisnis Generasi Kanvas
   Model Bisnis Generasi Kanvas (Osterwalder and Pigneur, 2010) merupakan sebuah instrumen konseptual yang membantu membuat keputusan yang tepat pada waktu yang tepat untuk pengembangan model bisnis. Dalam skema yang disederhanakan, ini berisi objek, konsep, dan hubungannya, yang mengungkapkan logika yang mendasari bisnis. Dengan cara ini, dimungkinkan untuk menilai, bagaimana bisnis dipahami

sehubungan dengan nilai tambah, hubungan pelanggan, proses penciptaan dan aspek keuangan. Kanvas menggabungkan metodologi pemikiran desain, yang lebih mudah untuk membawa pemangku kepentingan ke sesi diskusi dan curah pendapat, yang mendorong pengembangan kreatif berdasarkan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

3. Model Pengembangan Pelanggan
   Model Pengembangan Pelanggan adalah proses berulang empat langkah yang meliputi penemuan pelanggan, kesesuaian pelanggan, penciptaan pelanggan, pembelajaran dan pembangunan perusahaan. Dengan menggunakan pendekatan ini, dimungkinkan untuk mengeksplorasi pasar dan perkembangan produk secara bersamaan (Silvana Trimi 2012).
4. Filosofi Lean
   Lean startup adalah penggabungan prinsip pengembangan pelanggan, metodologi tangkas, dan praktik lean (Ries, 2011). Dengan menggunakan siklus yang pendek dan sering untuk pengujian dan koreksi, pendekatan ini bertujuan untuk mengubah cara perusahaan dibangun dan produk dirancang, membantu perusahaan untuk berhasil dalam lanskap bisnis yang penuh dengan risiko. dasar pemikiran pendekatan lean startup adalah untuk mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya yang langka dengan menggunakan iterasi yang lebih kecil dan lebih cepat untuk menguji visi secara terus menerus sehingga mendapatkan produk yang diinginkan ke tangan pelanggan lebih cepat. Untuk mencapai tujuan ini, perusahaan rintisan yang ramping berusaha untuk meminimalkan pengeluaran sumber daya untuk apa pun kecuali untuk menciptakan nilai bagi pelanggan. Meskipun perkembangan pesat sektor teknologi tinggi dan globalisasi pasar telah membuka peluang luar biasa bagi perusahaan berbasis teknologi, pengambilan keputusan pada tahap awal terbukti menjadi tantangan

6.5 Perilaku Inovatif dalam Berwirausaha

Perilaku inovatif merupakan proposal dan penerapan yang disengaja dari ide, proses, praktik, dan ide yang baru dan ditingkatkan kebijakan yang ditujukan

untuk efektivitas organisasi, kesuksesan bisnis, dan kelanjutan jangka Panjang (Anderson et al., 2014). Dimensi perilaku inovatif dengan lima faktor berikut yang tampaknya paling baik untuk mengelompokkan perilaku yang terkait dengan inovasi individu: eksplorasi peluang, generatif, investigasi formatif, memperjuangkan, dan penerapan (Street, 2001).

1. Eksplorasi peluang merupakan ingin selalu membandingkan dengan melihat secara ekstensif melalui peluang inovasi untuk belajar atau menemukan lebih banyak tentang mereka. Empat perilaku dasar yang ditemukan umum dalam literatur tentang eksplorasi peluang meliputi: (1) Memperhatikan sumber peluang (2) Mencari peluang inovasi (3) Mengenali peluang (4) Mengumpulkan informasi tentang peluang
2. Generatif mengarahkan perilaku untuk menghasilkan perubahan yang bermanfaat untuk tujuan menumbuhkan organisasi, orang-orang, produk, proses, dan layanan mereka. Generatif memerlukan tiga perilaku dasar (1) Menghasilkan ide dan solusi untuk peluang (2) Menghasilkan representasi dan kategori peluang (3) Menghasilkan asosiasi dan kombinasi ide dan informasi.
3. Faktor ketiga dari perilaku inovatif berkaitan dengan memberi bentuk dan menyempurnakan ide, solusi, dan opini dan mencoba melalui penyelidikan. Tiga perilaku umum: (1) Merumuskan ide dan solusi (2) Bereksperimen dengan ide dan solusi (3) Mengevaluasi ide dan solusi
4. Championing terdiri dari perilaku sosial politik yang terlibat dalam proses inovasi yang penting untuk mewujudkan potensi ide, solusi, dan inovasi. Empat perilaku yang umum pada faktor ini meliputi: (1) Memobilisasi sumber daya (2) Membujuk dan memengaruhi (3) Mendorong negosiasi (4) Menantang dan mengambil risiko
5. Faktor kelima dan terakhir melibatkan upaya menjadikan inovasi sebagai bagian rutin dari bisnis seperti biasa. Tiga perilaku dasar (1) Menerapkan (2) Memodifikasi (3) Routinizing
6. Sumber peluang dalam wirausaha yang salah satunya adalah inovasi(Drucker, 2002) yaitu (1) yang tidak terduga, (2) ketidakselarasan (3) inovasi berdasarkan kebutuhan proses, (4) perubahan struktur industri/ struktur pasar (5)perubahan demografi, (6) perubahan persepsi, selera, dan makna, (7) pengetahuan yang baru

6.6 Hambatan Inovasi

Ada beberapa hambatan dalam melakukan wirausaha (Larsen and Lewis, 2007), antara lain:

1. Isu keuangan.
   Kesulitan UMKM dalam mengakses keuangan telah banyak dilaporkan sebagai hambatan untuk bertahan hidup. Sebagian besar kegagalan disebabkan oleh modal, masalah likuiditas jangka pendek, modal kerja yang tidak mencukupi, modal awal yang tidak memadai, manajemen keuangan yang buruk.
2. Kemampuan Pemasaran
   Kecerdasan pemasaran telah dikutip sebagai keterampilan paling kritis yang diperlukan dalam memastikan kesuksesan produk baru . perlu keseimbangan teknologi produk seperti aspek teknis inovasi tanpa mengorbankan keterampilan yang diperlukan untuk eksploitasi komersial yang berhasil .
3. Karakteristik Manajemen dan Pribadi
   Penentuan, keterampilan, pengalaman dan penilaian yang baik dapat membuat sukses banyak proyek tidak mungkin, sedangkan manajemen yang buruk, tidak terlatih atau tidak berpengalaman dapat merusak bisnis terbaik kurangnya tekad untuk membawa perubahan, dan ini dikaitkan dengan 'pandangan terlalu optimis dari para manajer UMKM tentang kinerja mereka sendiri'.
4. Hambatan lain
   Hambatan nyata dalam kemitraan dikaitkan dengan ketidakmampuan untuk menemukan mitra yang sesuai dan kurangnya kepercayaan. pendekatan kepercayaan yang rendah dari pemilik cenderung membatasi inovasi.

Di sisi lain agar proses inovasi bisa berjalan dengan baik maka ada beberapa hal yang perlu diketahui antara lain (Larsen and Lewis, 2007):

1. Melakukan pekerjaan rumah terbuka (Conduct up front homework) untuk pesaing dan pemasok, dan membangun opini pelanggan.
2. Tuntut definisi produk awal yang tajam untuk produk unggulan.

3. Membangun orientasi yang berfokus pada pasar internasional ke dalam proses inovasi desain dengan komunikasi internal dan eksternal yang efektif.
4. Atur tim proyek yang kompeten dan benar-benar lintas fungsi yang dipandu oleh pemimpin proyek yang kuat.
5. Dukungan manajemen senior penuh dengan akses tanpa hambatan ke sumber daya keuangan, personel dan politik.
6. Merencanakan dan sumber daya peluncuran pasar sejak awal, dan membangun secara bertahap dengan poin keputusan kritis yang telah ditentukan sebelumnya.

Bab 7

Perspektif Kewirausahaan Pada Individu

7.1 Pengertian Perspektif Kewirausahaan

Setiap orang mempunyai cara tersendiri dalam melihat suatu objek. Masing-masing cara pandang tersebut akan memberikan pendapat yang berbeda mengenai objek tersebut. Perbedaan pendapat serta pandangan ini akan ditindaklanjuti dengan respon dan tindakan yang berbeda pula. Pandangan inilah yang disebut dengan sebuah perspektif. Hal ini sejalan dengan pengertian perspektif menurut KBBI yaitu sudut pandang atau pandangan.

Pengertian perspektif menurut beberapa para ahli yaitu:

1. Menurut Martono (2012) perspektif adalah suatu cara pandang terhadap suatu masalah yang terjadi, atau sudut pandang tertentu yang digunakan dalam melihat suatu fenomena.
2. Menurut Joel M Charon (2010), pengertian perspektif adalah kerangka konseptual, perangkat asumsi, perangkat nilai dan perangkat gagasan yang memengaruhi tindakan seseorang dalam situasi tertentu.

3. Menurut Ardianto dan Q-Anees (2007), perspektif yaitu cara pandang atau sudut pandang kita terhadap sesuatu.
4. Jadi perspektif dapat diartikan sebagai cara seseorang dalam menilai sesuatu yang bisa dipaparkan baik secara lisan maupun tulisan.

Kewirausahaan memiliki kata dasar wirausaha yang terdiri dari 2 kata yaitu, wira yang artinya kesatria, pahlawan, pejuang, gagah berani, dan usaha yang artinya bekerja, melakukan sesuatu. Jika ditinjau dari segi makna per kata maka kewirausahaan artinya pejuang tangguh yang bekerja dan melakukan sesuatu.

Adapun pengertian kewirausahaan menurut beberapa para ahli di antaranya:

1. Menurut Zimmerer (1996), pengertian kewirausahaan yaitu suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan.
2. Menurut Soeharto Prawiro (1997), kewirausahaan adalah suatu nilai yang diperlukan untuk memulai suatu usaha (start up phase) dan perkembangan usaha (venture growth).
3. Menurut Daryanto dan Cahyono (2013), kewirausahaan yaitu proses menciptakan sesuatu yang lain menggunakan waktu dan kegiatan disertai modal jasa dan risiko serta menerima balas jasa, kepuasan dan kebebasan pribadi.

Dari berbagai pendapat yang dikemukakan para ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pengertian perspektif kewirausahaan adalah suatu cara pandang terhadap proses mengkreasikan dengan menambahkan nilai sesuatu yang dicapai melalui usaha yang keras dan proses waktu yang tepat dengan memperkirakan biaya pendukung, fisik, risiko sosial, dan akan menerima kebanggaan berupa keuangan dan kepuasan serta kemandirian personal.

7.2 Perspektif Kewirausahaan Pada Individu

Mengacu dari Keputusan Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusaha kecil Nomor 961/KEP/M/XI/1995, disebutkan bahwa kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, mencipta dan menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru serta meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar. Sedangkan wirausaha adalah orang yang memiliki sikap, perilaku, semangat dan kompetensi kewirausahaan.

Dari penjelasan diatas, terlihat bahwa pada dasarnya yang merupakan nilai utama dalam kewirausahaan adalah berani mengambil risiko demi mencapai sebuah kesuksesan dan mempunyai jiwa yang pantang menyerah tanpa berhenti untuk selalu mencoba. Seorang wirausaha selalu berani untuk mengambil risiko yang bisa dikatakan tidak terlalu tinggi maupun tidak terlalu rendah dengan didukung sebuah komitmen kuat sehingga mendorong wirausaha untuk mencari suatu peluang demi meraih sebuah kesuksesan. Jika seorang wirausaha masih ragu-ragu dan tidak memiliki sikap berani mengambil sebuah risiko maka pasti akan sulit untuk memulai dan berkembang. Hal ini tentu dilakukan dengan perhitungan yang tepat dan realistis. Pengambilan risiko sangat erat kaitannya dengan keyakinan dan rasa percaya diri yang kuat dari seorang wirausaha.

Menurut Fitriyani, Fauzi dan Sari (2020), konsep kewirausahaan dari perspektif personal (individu) direfleksikan pada tiga definisi seorang wirausaha yaitu:

1. Mengambil inisiatif,
2. Mengorganisasikan dan mereorganisasikan mekanisme sosial juga ekonomi untuk merubah sumberdaya dan situasi pada praktek usaha di lapangan,
3. Menerima segala risiko dan kegagalan. Sebuah pertimbangan akan keputusan dibawah ketidakpastian tentang sebuah kemungkinan peluang ataupun profit.

7.2.1 Karakteristik Wirausahawan

Menjadi seorang wirausaha yang berhasil harus memiliki karakter dan memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

1. Memiliki Kemampuan Berkomunikasi
   Seorang wirausaha seharusnya menjalin sebanyak mungkin persahabatan. Memperhatikan keinginan dari para kolega dan mitranya sampai dengan hal-hal yang dianggap kecil sekalipun. Relasi persahabatan tersebut yang dapat memberikan banyak keuntungan dan kemudahan dalam mengembangkan bisnis dan wirausaha pada masa yang akan datang.
2. Memiliki Kemampuan Memelihara Jaringan
   Seseorang yang memiliki banyak teman dan dari berbagai latar belakang keahlian serta teman dengan pengalaman-pengalaman yang berbeda dapat dijadikan sebagai sumber jaringan dalam rangka membina wirausaha bersama.

Namun seorang wirausaha dapat dikatakan berhasil jika mampu melaksanakan beberapa hal sebagai berikut:

1. Meningkatkan kualitas dirinya;
2. Meningkatkan kompetensinya;
3. Mengenal lingkungannya;
4. Mengembangkan strategi bisnis yang cocok;
5. Memilih bisnis atau usaha yang diyakini berhasil;
6. Mengkaji sendiri, uji coba ide gagasan, dan mempertimbangkan tingkat daya hidup dari usahanya;
7. Meningkatkan kreativitas, inovatif, daya saing, dan mampu mengelola, memanfaatkan secara produktif dan efisien bantuan pihak lain yang berkaitan dengan pengembangan usahanya.

Dari tindakan-tindakan tersebut, diharapkan berkembangnya berbagai karakter dari wirausaha yang baik. Geoffrey G. Meredith, dkk. (1996) mengemukakan watak dan ciri wirausaha antara lain:

1. Seorang wirausahawan memiliki karakter percaya diri yang terlihat dalam rasa percaya, merdeka, mandiri, dan optimis.

2. Berorientasi pada kerja dan hasil yang terlihat pada semangat untuk maju, mengejar keuntungan, tekun, ulet, tegas, dan banyak inisiatif.
3. Pengambil risiko, hal tersebut terlihat pada kemampuannya mengambil risiko dan menyukai tantangan.
4. Kepemimpinan, terlihat dengan memiliki sifat kepemimpinan, suka bergaul, dan tanggap terhadap saran dan kritik.
5. Keaslian (orisinalitas), terlihat dari karakternya yang pandai menciptakan sesuatu (inovatif dan kreatif), berpikiran terbuka, penuh informasi, dan kaya pengetahuan.
6. Berorientasi pada masa depan dengan memiliki perspektif jauh ke depan, peka, dan pandai membaca situasi keadaan.

7.2.2 Sikap Wirausahawan

Sikap-sikap yang harus dimiliki dari seorang wirausahawan antara lain:

1. Disiplin
   Seorang wirausahawan harus memiliki kedisiplinan yang tinggi karena ketepatan komitmen wirausahawan terhadap tugas dan pekerjaannya harus bersifat menyeluruh seperti ketepatan terhadap waktu, sistem kerja, kualitas pekerjaan dan lainnya. Ketepatan terhadap waktu dengan berusaha menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan waktu yang direncanakan. Jangan menunda pekerjaan dengan berbagai macam alasan karena dapat menghambat seorang wirausahawan meraih keberhasilan dan mengalami kegagalan. Komitmen akan kualitas pekerjaan akan didapatkan dengan ketaatan wirausahawan akan komitmen tersebut. Hal tersebut dapat tercapai apabila wirausahawan disiplin terhadap sistem kerja yang telah ditetapkan dan kesepakatan-kesepakatan yang dibuatnya.
2. Komitmen Tinggi
   Seorang wirausahawan harus memiliki komitmen tinggi yang terarah, jelas dan berorientasi pada kemajuan. Komitmen wirausahawan terhadap dirinya sendiri dibuat dengan memperjelas cita-cita, harapan dan target-target yang direncanakan dalam hidupnya. Komitmen wirausahawan terhadap orang lain khususnya konsumen adalah pelayanan prima berorientasi pada

kepuasan konsumen dan kualitas produk yang sesuai dengan harga yang ditawarkan.

3. Jujur
   Kejujuran tentang kualitas dan karakteristik produk (barang dan jasa) yang ditawarkan, kejujuran tentang promosi yang dilakukan dan pelayanan purna jual yang dijanjikan termasuk kejujuran tentang segala kegiatan yang terkait dengan penjualan produk yang dilakukan oleh wirausahawan.
4. Kreatif dan Inovatif
   Seorang wirausahawan harus mempunyai kreativitas yang tinggi dan dilandasi cara berpikir penuh dengan ide-ide baru yang unik dan berbeda dengan produk-produk yang telah beredar selama ini di pasar. Ide-ide kreatif umumnya tidak dapat dibatasi oleh ruang, bentuk ataupun waktu dan terkadang terobosan baru dalam dilandasi oleh ide-ide yang kelihatannya mustahil.
5. Mandiri
   Kemandirian seorang wirausahawan tergambar ketika orang tersebut dapat melakukan keinginan dengan baik dan mengambil keputusan dengan baik tanpa adanya ketergantungan pihak lain dalam mengambil keputusan atau bertindak. Kemandirian adalah sifat yang wajib dimiliki oleh seorang wirausahawan.
6. Realistis
   Seorang wirausahawan yang berpotensi tinggi, namun mengalami kegagalan dikarenakan wirausahawan tersebut tidak realistis, obyektif dan rasional dalam pengambilan keputusan bisnisnya.

7.3 Faktor-faktor yang memengaruhi kewirausahaan

Sumber keberhasilan atau kegagalan wirausahawan dipengaruhi kuat oleh faktor eksternal dan internal. Sujuti Jahja (1997) menyatakan bahwa faktor internal yang berpengaruh adalah kemauan, kemampuan dan kelemahan. Sedangkan faktor eksternalnya yaitu kesempatan atau peluang. Kedua faktor tersebut dipengaruhi oleh nilai–nilai kepribadian wirausahawan, yaitu nilai

keberanian menghadapi risiko, sikap positif dan optimis, keberanian mandiri dan memimpin serta kemauan belajar dari pengalaman.

Adapun beberapa kategori perilaku wirausahawan, antara lain:

1. Innovating Entrepreneurship
2. Imitative Entrepreneurship
3. Fabian Entrepreneurship
4. Drone Entrepreneurship
5. Parasitic Entrepreneurship

7.3.1 Keberhasilan dan Kegagalan Kewirausahaan

Kegagalan bukan sebuah hambatan yang secara otomatis menghambat untuk maju tetapi dari kegagalan itu menjadi pembelajaran untuk menatanya lebih baik lagi dengan memperhitungkan lebih dan kurangnya sehingga tujuan yang diinginkan tercapai dengan baik. Kesuksesan itu sendiri diraih setelah ada kegagalan yang terjadi sebelumnya dan membutuhkan sebuah proses (waktu). Karena seorang wirausaha memiliki kepercayaan diri pasti menyukai sebuah tantangan dan berani untuk mengambil risiko dan siap dengan kegagalan.

Menurut Zimmerer (2002) ada beberapa faktor yang menyebabkan wirausaha gagal dalam menjalankan usaha baru, yaitu sebagai berikut:

1. Tidak kompeten dalam manajerial
   Tidak memiliki kemampuan, kompetensi dan pengetahuan untuk mengelola usaha adalah faktor penyebab utama yang membuat usaha kurang berhasil.
2. Kurang berpengalaman
   Pengalaman yang masih sedikit atau minim dalam kemampuan teknologi, kemampuan memvisualisasikan usaha, kemampuan mengorganisasikan, keterampilan mengelola sumber daya manusia, maupun kemampuan mengintegrasikan operasi usaha.
3. Kurang dapat mengendalikan keuangan
   Agar usaha berhasil dengan baik faktor yang paling utama dalam keuangan adalah memelihara aliran kas dan mengatur pengeluaran dan penerimaan secara cermat. Kekeliruan dalam memelihara aliran kas akan menghambat operasional usaha dan mengakibatkan usaha gagal.

4. Gagal dalam perencanaan
   Perencanaan merupakan titik awal dari suatu kegiatan, jika gagal dalam melakukan perencanaan maka akan mengalami kesulitan dalam pelaksanaan.
5. Lokasi yang kurang memadai
   Lokasi yang strategis adalah faktor yang menentukan keberhasilan usaha. Lokasi yang tidak strategis dapat mengakibatkan usaha sukar beroperasi karena kurang efektif dan efisien.
6. Kurangnya pengawasan
   Pengawasan erat hubungannya dengan efisiensi dan efektivitas. Kurang pengawasan dapat mengakibatkan tidak efisien dan tidak efektif.
7. Sikap kurang sungguh-sungguh dalam melaksanakan wirausaha
   Sikap yang setengah-setengah terhadap usaha akan mengakibatkan usaha yang dilakukan menjadi gagal. Dengan sikap tidak fokus dan setengah hati, kemungkinan gagal menjadi besar.
8. Ketidakmampuan dalam melakukan peralihan/transisi kewirausahaan
   Wirausaha yang kurang siap dalam menghadapi dan melakukan perubahan, tidak akan menjadi wirausaha yang berhasil. Keberhasilan dalam berwirausaha hanya bisa diperoleh apabila berani mengadakan perubahan dan mampu membuat perubahan setiap saat.

Faktor penyebab lain terjadinya kegagalan dalam berwirausaha yaitu:

1. Pendapatan tidak menentu.
   Baik dalam tahap awal maupun tahap pertumbuhan, dalam bisnis tidak ada jaminan akan selalu memperoleh pendapatan yang dinamis dan berkesinambungan. Dalam kewirausahaan, sewaktu-waktu bisa rugi dan untung. Kondisi yang tidak menentu dapat membuat seseorang mundur dari kegiatan berwirausaha.
2. Kerugian akibat hilangnya modal investasi.
   Tingkat kegagalan bagi usaha baru sangatlah tinggi. Kegagalan investasi mengakibatkan seseorang mundur dari kegiatan wirausaha. Bagi seorang wirausaha, kegagalan sebaiknya dipandang sebagai pelajaran berharga.
3. Perlu kerja keras dan waktu yang lama.

Wirausaha biasanya bekerja sendiri mulai dari pembelian, pengolahan, penjualan dan pembukuan. Waktu yang lama dan keharusan bekerja keras dalam berwirausaha mengakibatkan orang yang ingin menjadi wirausaha menjadi mundur. Ia kurang terbiasa dalam menghadapi tantangan. Wirausaha yang berhasil pada umumnya menjadikan tantangan sebagai peluang yang harus dihadapi dan ditekuni.

4. Kualitas kehidupan yang tetap rendah meskipun usahanya mantap.
   Kualitas kehidupan yang tidak segera meningkat dalam usaha, akan mengakibatkan seseorang mundur dari kegiatan berwirausaha, misalnya pedagang yang kualitas kehidupannya tidak meningkat, maka akan mundur dari usaha dagangnya dan masuk ke usaha lain.

Untuk menjadi seorang wirausahawan, diperlukan dukungan dari orang lain yang berhubungan dengan bisnis yang kita kelola. Seorang wirausaha harus mau menghadapi tantangan dan risiko yang ada. Risiko dijadikan sebagai pemacu untuk maju, dengan adanya risiko, seorang wirausaha akan semakin maju. Keberhasilan atau kegagalan wirausaha sangat dipengaruhi oleh sifat dan kepribadian seseorang. Steinhoff dan John F. Burgess (Suryana, 2003) mengemukakan bahwa kewirausahaan yang berhasil pada umumnya memiliki sifat-sifat kepribadian sebagai berikut: a. kepercayaan diri; b. kemampuan mengorganisasi; c. kreativitas; d. suka tantangan.

Menurut Murphy dan Peck (Alma, 2013), ada delapan anak tangga yang meliputi keberhasilan seorang wirausahawan dalam mengembangkan profesinya, yaitu:

1. Kerja keras (capacity for hard work).
   Kerja keras merupakan modal keberhasilan seorang wirausaha. Setiap pengusaha yang sukses menempuh kerja keras yang sungguh – sungguh dalam usahanya.
2. Kerjasama dengan orang lain (getting things through with and thru people)
   Kerjasama dengan orang lain dapat diwujudkan dalam lingkungan pergaulan sebagai langkah pertama untuk mengembangkan usaha. Seorang wirausaha harus murah hati, mudah bergaul, ramah dan disenangi masyarakat dan menghindari perbuatan yang merugikan orang lain.

3. Penampilan yang baik (good appearance)
   Penampilan yang baik tapi bukan penampilan secara fisik, melainkan menekankan pada penampilan perilaku jujur, disiplin dan kerja sama dalam mencapai keberhasilan.
4. Yakin/percaya diri (self confidence).
   Seorang wirausaha harus dapat yakin kepada diri sendiri, yaitu keyakinan untuk maju dan dilandasi ketekunan serta kesabaran
5. Pandai membuat keputusan (making sound decision).
   Seorang wirausaha harus dapat membuat keputusan. Jika dihadapkan pada alternatif sulit, dengan cara pertimbangan yang matang dan dengan berbagai alternatif yang ada dalam pikirannya, ia dapat mengambil keputusan yang terbaik.
6. Mau menambah Ilmu pengetahuan (college education)
   Dengan menambah ilmu pengetahuan, terutama di bidang usaha, diharapkan seorang wirausaha dapat mendukung kemampuan dan kemajuan dalam usaha
7. Ambisi untuk maju (ambition to maneuver forward)
   Tanpa ambisi yang kuat, seorang wirausaha tidak akan dapat mencapai keberhasilan. Ambisi yang kuat, harus diimbangi dengan usaha yang keras dan disiplin diri yang baik
8. Pandai berkomunikasi (good at communicating)
   Seorang wirausaha harus dapat menarik orang lain dengan tutur kata yang baik, sopan, jujur dan percaya diri. Dengan demikian akan memberi kesan kepada orang lain menjadi tertarik dan orang akan percaya dengan apa yang disampaikan.

Keberhasilan wirausahawan adalah saat usahanya menghasilkan keuntungan atau laba, mampu mempekerjakan banyak orang, memberikan bagi lingkungan sekitarnya, serta dapat memberikan kontribusi bagi kemajuan bangsa dan negaranya.

7.3.2 Keuntungan dan Kerugian Kewirausahaan

Keputusan yang diambil dalam hidup mengandung dua konsekuensi logis yaitu keuntungan dan kerugian. Berdasarkan pendapat Peggy Lambing dan Charles

L. Kuehl yang dikutip oleh Suryana (2003) terdapat keuntungan dan kerugian berwirausaha, yakni:

1. Keuntungan berwirausaha yaitu:
   - Otonomi
     Pengelolaan yang leluasa serta tidak terikat membuat wirausaha jadi seorang owner yang penuh kepuasan. Perihal ini pula didukung dengan komentar Robert T. Kiyosaki yang melaporkan kalau pada dasarnya perspektif jadi seorang wirausaha adalah pilihan karena mencari suatu kebebasan.
   - Tantangan awal dan perasaan motif berprestasi
     Kesempatan buat meningkatkan konsep usaha yang bisa menghasilkan keuntungan sangat memotivasi wirausaha.
   - Kontrol keuangan
     Leluasa dalam mengelola keuangan serta merasa sebagai kekayaan milik sendiri.
2. Kerugian berwirausaha yaitu:
   - Pengorbanan personal.
     Pada awal mulanya wirausaha harus bekerja keras dengan waktu yang lama serta padat jadwal. Sedikit sekali waktu buat kepentingan lain seperti waktu buat keluarga, waktu buat tamasya. Hampir seluruh waktu dihabiskan buat aktivitas bisnis.
   - Beban tanggung jawab yang besar.
     Wirausaha wajib mengelola seluruh peranan bisnis, baik perencanaan, pengorganisasian personil serta sumberdaya, keuangan, penciptaan serta pemasaran dan pengembangan usaha.
   - Kecilnya margin keuntungan dan kemungkinan gagal.
     Karna wirausaha biasanya diawali dari usaha serta keuangan yang kecil, sehingga margin keuntungan yang hendak diperoleh pun kecil. Demikian pula dengan usaha yang kecil, sehingga daya saing biasanya jadi rendah dan kemungkinan kegagalan lebih besar.

Adapun kerugian dan keuntungan menjadi wirausahawan menurut Suparyanto, (2019) yaitu:

1. Keuntungan:
   - Keuntungan usaha menjadi milik sendiri
     Sebagai seorang wirausahawan dapat memiliki posisi ganda, yaitu sebagai pemilik perusahaan dan sebagai direktur perusahaan tersebut. Maka pendapatan secara finansial akan mendapat 2 sumber, yaitu dari keuntungan perusahaan dan mendapat gaji sebagai direktur pelaksana.
   - Memperoleh status dan kepuasan
     Status sebagai seorang pemilik perusahaan tentunya memiliki kebanggaan tersendiri dibanding bekerja menjadi karyawan. Rasa bangga menjadi motivasi agar lebih maju dan melahirkan ide-ide cemerlang yang dirangkai dengan strategi unggulan akan melahirkan kesuksesan usaha dan terjaganya kesinambungan usaha hidup perusahaan. Kesuksesan akhirnya menimbulkan rasa puas, dan rasa puas akan memicu pemilik dan direktur untuk mencapai kesuksesan lain.
   - Tidak diperintah orang lain
     Sebagai pemilik sekaligus direktur perusahaan, maka tidak ada orang lain yang akan memerintahnya. Walaupun demikian, dia harus bijaksana saat memberikan perintah kepada bawahannya supaya dihormati sebagai pimpinan kharismatik dan mengayomi karyawan.
   - Berhak mengambil keputusan
     Kecepatan dan ketepatan pengambilan keputusan adalah suatu hal yang sangat penting bagi perusahaan. Wirausahawan meminta pendapat atau pertimbangan dari konsultan dan pihak lain dikarenakan untuk bahan pertimbangan yang akhirnya wirausahawan sendiri yang berhak mengambil keputusan.
   - Dapat memilih usaha sendiri
     Wirausahawan bisa memilih jenis usaha sendiri berdasarkan dari pertimbangan faktor luar maupun dalam diri. Dari luar karena kebutuhan masyarakat, sedangkan dari dalam sesuai minat, bakat dan kemampuan.

- Mempunyai kesempatan berjiwa sosial
  Dapat membantu masyarakat di sekitar perusahaan, dengan cara merekrut dan mempekerjakan anggota masyarakat sesuai dengan spesifikasi jabatan dan kebutuhan perusahaan.

2. Kerugian:
   - Jam Kerja Panjang dan Tidak Pasti
     Pada dikala sebagian orang sudah tidur lelap di malam hari, seorang wirausahawan kadang kala masih bekerja, tentang ini dilakukan supaya keesokan harinya bisa berbisnis dengan mitranya ataupun melayani para pelanggan dengan baik. Tidak hanya itu tidak jarang memakai jam makan siang namun diisi dengan membicarakan bisnis dengan mitra ataupun membawakan pesanan ke tempat pelanggannya.
   - Pendapatan Tidak Stabil
     Pemasukan seorang wirausahawan bergantung dari waktu serta keadaan, semacam penjual kue membuat lebih banyak makanan bukaan selama puasa daripada hari biasa ketika menjelang lebaran.
   - Menanggung Risiko
     Wirausahawan yang merangkap owner serta bagaikan direktur apabila dalam pengambilan keputusan yang diambilnya salah, sehingga risikonya ditanggung dan dialami langsung olehnya terhadap pihak ketiga lainnya..
   - Belajar tak ada akhirnya
     Dalam meningkatkan usahanya, wirausahawan wajib memiliki strategi belajar yang ampuh. Triknya dapat dengan menyaksikan tayangan pengusaha sukses, menjajaki seminar ataupun lokakarya yang dibawakan oleh pengusaha sukses. Prinsipnya sepanjang hayat masih dikandung tubuh, seorang pengusaha tidak boleh berhenti belajar.
   - Sering terlibat masalah keuangan
     Wirausahawan sebaiknya mampu mengatur kas uang yang ada untuk berbagai kepentingan sehingga setiap masalah keuangan dapat diselesaikan dengan baik. Jika pembayaran telat akan berimbas kepada jenis pengeluaran yang lainnya.

Bab 8

Kecerdasan Wirausaha

8.1 Pengertian Kecerdasan

Ada beberapa cara untuk mendefinisikan kecerdasan. Dalam beberapa kasus, kecerdasan bisa termasuk kreativitas, kepribadian, watak, pengetahuan, atau kebijaksanaan. Namun, beberapa psikolog tak memasukkan hal-hal tadi dalam kerangka definisi kecerdasan. Kecerdasan biasanya merujuk pada kemampuan atau kapasitas mental dalam berpikir, namun belum terdapat definisi yang memuaskan mengenai kecerdasan. Stenberg & Slater (1982) mendefinisikannya sebagai tindakan atau pemikiran yang bertujuan dan adaptif.

Kebanyakan orang yang menjalani kehidupan normal tidak menyadari apa yang akan terjadi, bagaimana perubahan dan tren ekstrim dapat mengganggu setiap aspek dunia dan kehidupan kita. Kebanyakan orang tidak siap menghadapi perubahan drastis di cakrawala yang akan mengubah pekerjaan, bisnis, kesehatan, atau populasi. Mereka belum melakukan persiapan, atau memahami sepenuhnya pendorong sedang terjadinya perubahan. Mereka juga belum siap menerima perubahan Masa Depan.

Banyak dari perubahan ini akan bersifat produktif dan bermanfaat, seperti masa depan pekerjaan atau perubahan iklim, akan membutuhkan pembelajaran baru, adaptasi, dan solusi global. Memahami apa yang menjadi pendorong perubahan yang mendasari masa depan adalah salah satu wawasan. Kebalikan dari “Future Ready” sedang terganggu atau berisiko, tetapi banyak yang tidak menyadari atau mungkin saja tidak mau tahu. Inilah yang perlu Anda hindari.

Apakah Anda mengadopsi Masa Depan Cerdas? Apakah Anda siap untuk masa depan? Apakah Anda memiliki gagasan yang jelas tentang apa yang akan terjadi dan bagaimana mempersiapkannya?. Hanya dengan memahami gaya dinamis dan kinetik, seseorang dapat mempersiapkan dan menyusun strategi tentang cara terbaik menavigasi masa depan, masa depan Anda. Memang beberapa orang yang hidup pada saat ini mungkin tidak peduli, tetapi bagi kita semua, prediksi akan membuat perbedaan. Kita semua hidup di era yang paling baik dicirikan sebagai perubahan radikal, kompleks, dan cepat. Itu adalah pendorong utama ke masa depan. Kita hidup di masa perubahan yang eksplosif, dinamis, dan cepat yang menciptakan kejutan strategis, perubahan mendadak yang tak terduga yang membutakan semua pihak, yang sama sekali tidak terduga dan menyerang dengan kekuatan yang dahsyat, mengganggu, dan sangat mengganggu sekali.

Dalam setiap aspek kehidupan kita, dari pekerjaan hingga waktu luang, bisnis hingga hiburan, energi, iklim hingga kesehatan, perubahan radikal adalah mantra saat ini. Kecepatan perubahan yang begitu besar memunculkan berbagai macam risiko dan peluang. Masa depan datang lebih cepat, dan itu mengancam dan lebih banyak gangguan, hampir setiap hari. Kita harus belajar bagaimana mengantisipasinya lebih cepat dan mengelola kompleksitas dengan lebih cerdas.

Tidak ada yang suka perubahan. Semuanya tidak suka perubahan karena hal itu mengganggu aturan, praktik, dan norma yang sudah dikenal. Ketika pekerjaan berubah dengan cara mendasar yang membutuhkan keterampilan baru dan kemampuan baru dan pekerjaan aktual yang telah dikuasai tidak hanya diubah tetapi dihilangkan karena tren di industri, perdagangan, inovasi, atau bisnis. Perubahan ada di sekitar kita, dan kita sering merasa menjadi korbannya.

Masa Depan Cerdas adalah tentang akselerasi radikal Tren Perubahan 'Permainan' yang akan mengubah peradaban selama tiga puluh tahun ke depan. Manusia akan berubah menjadi lebih pintar dan sehat dan hidup lebih lama. Bisnis akan berubah menjadi terprediktif, gesit, bermoral, inovatif. Teknologi akan berubah menjadi terhubung, lebih cepat, intuitif. Model bisnis baru, Inovasi baru, Risiko global baru, Pesaing baru, Pasar baru, Kekuatan baru, semuanya akan bermunculan.

Keterampilan akan Cerdas Masa Depan sudah selayaknya: (1) Memperhatikan inovasi yang muncul;(2) Menarik kolaborasi;(3) Mendesain ulang proses kerja;(4) Memikirkan kembali tujuan organisasi;(5) Berkolaborasi secara global;(6) Menguraikan keinginan pelanggan;(7) Memprediksi tren masa depan;(8) Memiliki keberanian untuk berkarya; Mulailah karir baru, ciptakan

produk baru, pecahkan masalah besar, ubah organisasi Anda, buat dunia menjadi tempat yang lebih baik/nyaman.

8.1.1 Strategi Cerdas Masa Depan

Rencanakan masa depan yang cerdas:

1. Mulailah Memperkirakan Hidup Anda.
2. Pelajari keterampilan baru yang sama sekali berbeda dari pendidikan atau karier Anda (pemrograman, energi alternatif, data besar, dll);
3. Hadiri pameran dagang yang tidak Anda kenal dalam 'permainan pasar', perawatan kesehatan, teknologi seluler, pendidikan, apa pun yang baru yang mungkin menarik.
4. Bicaralah dengan sepuluh orang yang tidak Anda kenal yang sangat bersemangat dengan karir mereka dan cari tahu alasannya;
5. Pertimbangkan dua tren dan putuskan bagaimana Anda dapat menciptakan teknologi, organisasi, usaha, percakapan, atau cara baru untuk membuat perbedaan;
6. Mulailah memperkirakan hidup Anda: Di mana Anda ingin berada dalam kehidupan, karier, hubungan, lokasi, atau pendidikan Anda dalam lima tahun kedepan.

Untuk berubah secara fundamental, mengingat perubahan besar ini, Anda perlu mengambil tindakan baru. Jadi untuk menjadi Cerdas Masa Depan sebagai wirausahawan, individu, atau organisasi, Anda perlu menerapkan pengetahuan untuk bekerja, beradaptasi, berinovasi, atau menciptakan sesuatu yang baru untuk memanfaatkan tren yang muncul yang dieksplorasi di sini.

1. Buat Game-Mengubah ide, produk, atau organisasi baru;
2. Menemukan atau memanfaatkan inovasi yang sepenuhnya baru;
3. Memecahkan konflik global atau lokal yang mendesak;
4. Mulailah organisasi yang berarti bagi Anda;
5. Pergilah menjadi ahli dalam sesuatu;
6. Menjadi sumber pengetahuan tentang sesuatu yang dihargai orang lain;
7. Temukan solusi untuk masalah global yang utama;
8. Merancang produk atau layanan inovatif yang dibutuhkan;

9. Sederhanakan cara baru untuk terhubung atau berkolaborasi dengan orang lain;
10. Bangun perusahaan tentang bagaimana data menciptakan nilai baru;
11. Pilih satu tren yang Anda kuasai dan mulailah membuat organisasi.

Pola pikir Cerdas Masa Depan adalah pola pikir yang merangkul perubahan, melihat ke masa depan bukan dengan ketakutan tetapi dengan pola pikir oportunistik yang positif dan mempertimbangkan dampak dari tren yang muncul. Pola pikir Cerdas Masa Depan menyadari bahwa perubahan di masa depan dapat mengganggu, tetapi bisa lebih mengganggu apabila tidak bersiap, menolak prediksi dan melewatkan kesempatan atau bahkan tidak bertahan. Pola pikir ini mengatakan: Saya adalah Pengubah Game Masa Depan-Saya dapat memberi pengaruh. Saya adalah katalisator aktif masa depan, agen perubahan, tidak hanya reaktif tetapi juga proaktif. Saya unik, penting dan dapat membentuk hasil.

Dunia bergerak cepat menuju konektivitas di mana-mana yang akan mempercepat cara orang berkolaborasi, berbagi, belajar, berkumpul, berbisnis, dan bertukar pengetahuan. Dampak terpenting dari Trend Planet Terhubung di dunia adalah akses universal ke semua pengetahuan manusia oleh semua orang di planet ini. Menghubungkan dan memungkinkan inovasi baru, penemuan, memecahkan tantangan dunia, menciptakan produk baru, solusi, menghasilkan kemakmuran ekonomi-itulah kemungkinan: Planet Terhubung dalam waktu dekat. Pemberdayaan besar-besaran individu dan masyarakat melalui kekuatan konektivitas global menangkap esensi dari tren ini. Planet yang Terhubung akan memberdayakan individu dengan alat web seluler, uang digital, pasar online yang terhubung, dan yang terpenting, mendorong pasar untuk ide-ide baru yang inovatif.

Obat-obatan, komputer, energi, dan perbaikan perubahan iklim baru berikutnya akan datang dari pikiran yang terhubung-inovator, penemu, pengusaha dari Planet Terhubung, sedang mengubah, mempercepat, dan memungkinkan pikiran manusia dengan akses ke pengetahuan dunia dengan cara yang tidak dapat terimpikan bahkan lima tahun yang lalu. Hiper-konektivitas untuk menghubungkan pikiran melalui internet satu sama lain dan hal-hal yang terhubung, perangkat data, produk, bahkan Mesin Cerdas yang akan datang sebagai sekutu manusia, akan berevolusi setiap aspek usaha manusia. Delapan miliar pikiran akan menentukan masa depan Planet yang Terhubung-lintas batas, budaya, pasar, dan jaringan. Tidak ada kata yang dapat dengan tepat

mencirikan peristiwa transformasi tunggal yang dipercepat dalam sejarah peradaban saat ini-lompatan dalam kesadaran kolektif dari hubungan miliaran orang ke pengetahuan dan perangkat Internet, media sosial, media seluler, dan teknologi informasi lainnya. Berdasarkan pengetahuan kolektif, akses ke alat, dan ide-ide baru yang radikal, selama seratus tahun ke depan kita akan membangun peradaban yang sama sekali baru. Gagasan tentang ini, Planet yang Terhubung, akan menimbulkan tantangan dan perubahan total dalam skala besar.

Masa depan Anda yang terhubung. Saat Anda masuk ke mobil, mobil Selalu sadar Anda tersambung ke Jaringan Cloud Pribadi melalui Internet, dan bahkan sebelum Anda masuk ke mobil, mobil Anda tahu bahwa Anda akan datang. Itu mendeteksi Anda dan Anda mendapat komunikasi, sinyal dari Artificial Intelligence (AI) dirumah, bahwa Anda sedang dalam perjalanan. Kunci pintu otomatis terhubung melalui Internet dengan otak komputer kognitif mobil Anda dan mengunduh kalender Anda di tempat yang Anda tuju.

AI rumah Anda membaca email Anda dan mengingatkan Anda melalui Tautan Cepat ke Kacamata terpakai Anda yang menyala bahwa Anda tidak boleh lupa untuk mengambil tablet komputer Anda. Mobil AI Anda, sudah memiliki rute masuk dan mengemudi otomatis atau menggunakan manual. Setiap perangkat, permukaan, habitat, dan indra kendaraan, berkomunikasi, dan memudahkan Anda. Inilah Internet of Things-Selalu Aktif, Selalu Sadar, dan Selalu Terhubung.

Tren Connected Planet-didorong oleh internet seluler, menyatu dengan bisnis, dan dimungkinkan oleh ketersediaan semua pengetahuan manusia-akan menentukan masa depan bisnis global, perdagangan, ekonomi, dan masa depan peradaban kita. Mengenai yang tidak terhubung-benda, produk, jaringan, layanan, dan yang terpenting, pikiran-akan membawa transformasi unik dalam model bisnis, industri, dan produk baru yang tidak mungkin ada sebelumnya. Globalisasi pasar, aset, teknologi, pengetahuan, bakat, dan industri yang terhubung menciptakan sesuatu yang baru yang belum pernah kita lihat sebelumnya. Ia bahkan tidak dapat dikonseptualisasikan tanpa konvergensi jaringan seluler yang akan menjadi tulang punggung pasar baru; secara eksponensial lebih besar, dengan banyak exabyte data, dengan miliaran orang yang terhubung dan triliunan perangkat yang terhubung. Kesadaran dan pemanfaatan Tren Planet Terhubung yang baru ini akan membuka pintu bagi pendidikan, perdagangan, perawatan kesehatan, dan bisnis dengan cara yang sepenuhnya baru saat kita belajar memprediksi dengan lebih cerdas.

Perpaduan antara pengetahuan, individu, teknologi, dan pasar yang terhubung akan membentuk planet ini menjadi:

1. Transportasi yang terhubung dan aman;
2. Jaringan yang terhubung akan menemukan pola dan solusi untuk masalah;
3. Ekosistem Inovasi yang terhubung-konvergensi bakat, teknologi, kolaborasi, dan pasar-akan menciptakan keunggulan kompetitif;
4. Perusahaan yang terhubung akan menjangkau pelanggan baru; pemerintah terkait akan beroperasi dengan efektivitas yang transparan;
5. Teknologi yang terhubung akan memungkinkan produk dan layanan baru;
6. Rantai pasokan yang terhubung akan mempercepat produksi dan meningkatkan kualitas;
7. Pengusaha yang terhubung akan memanfaatkan inovasi;
8. Perawatan kesehatan yang terhubung akan memungkinkan perawatan yang lebih efektif;
9. Pendidikan yang terhubung akan memungkinkan pembelajaran yang lebih cerdas;
10. Produk yang terhubung, Selalu Sadar dan online, akan mengaktifkan keamanan.

Betapa Cerdasnya Masa Depan kita tentang konektivitas ekonomi global online seluler akan membentuk kemakmuran dan kemajuan peradaban kita selama ratusan tahun ke depan. Konvergensi sistem yang terhubung akan membantu kita memahami dunia kita dan diri kita sendiri, mulai dari prediksi kesehatan populasi yang lebih baik, pendidikan penyiaran, pembukaan pasar baru, hingga menghubungkan pembeli dan penjual yang belum pernah terhubung sebelumnya.

Tren Planet yang Terhubung juga mencerminkan pengakuan bahwa Anda perlu memainkan permainan bisnis secara berbeda. Berpikir tentang bagaimana Anda dapat mengembangkan bisnis Anda di masa depan dengan memikirkan tentang kolaborasi dan kemitraan. Pasar global atau pelanggan apa yang tidak Anda miliki sekarang yang Anda inginkan untuk mengembangkan bisnis dan memperluas pasar Anda. Bagaimana Anda dapat menggunakan konektivitas untuk menciptakan keunggulan kompetitif.

Global Hyperconnectivity:

1. Setiap menit lebih dari dua ratus jam video diunggah ke Youtube;
2. Akan ada lebih dari 100 juta perangkat yang terhubung di planet ini;
3. Akan ada 1 triliun chip, sensor, dan mesin yang terhubung;
4. 300 juta perangkat yang dapat dilink akan terhubung secara online;
5. Perangkat seluler akan menghasilkan lalu lintas lebih dari lima puluh exabyte perbulan;
6. Perangkat seluler akan melebihi populasi dunia;
7. Lebih dari 7 miliar orang akan terhubung melalui internet seluler;
8. Jaringan Smart Machine dan M2M akan melintasi dunia, memungkinkan pengusaha dan bisnis untuk berkolaborasi, berinovasi, bertransaksi, dan menjalankan bisnis;
9. Aplikasi digital dan layanan digital seluler akan mengubah proses kerja dan perusahaan;
10. Kolaborasi mendalam antara wirausahawan global melalui jaringan seluler akan menciptakan Pasar Global Vibrant Baru;
11. Komputasi kognitif akan mengubah internet of things, IoT, menanamkan kecerdasan dalam segala hal;
12. Ekosistem inovasi global akan mengembangkan, memproduksi, menganalisis pasar, dan mendistribusikan 70 persen dari semua produk dan layanan;
13. Sistem intelijen perusahaan akan memprediksi apa yang diinginkan pelanggan sebelum mereka melakukannya dan memberikannya kepada mereka.

8.1.2 Pengusaha Cerdas Masa Depan

Mereka akan gesit, adaptif, global, prediktif, dan paham inovasi. Pengusaha Cerdas Masa Depan adalah jenis wirausaha yang berbeda. Mereka akan beroperasi dengan pola pikir yang berbeda-salah satu pikiran yang terhubung, teknologi seluler, sistem, dan pasar. Mereka akan menggunakan planet yang terhubung untuk menciptakan nilai bisnis dan proses kerja baru. Pengusaha Cerdas Masa Depan akan membentuk masa depan ekonomi global dengan inovasi yang memicu ide-ide baru untuk bisnis yang tidak dapat ada tanpa konektivitas global ke pasar, bakat, dan jaringan.

8.1.3 Ekonomi Inovasi

Ini lahir dari pengakuan bahwa inovasi teknologi adalah pendorong utama pertumbuhan dan nilai ekonomi, yang menghasilkan pekerjaan, kemakmuran, produktivitas, pertumbuhan, dan masyarakat bebas. Ekonomi inovasi tumbuh subur di mana ada pasar bebas, usaha bebas, dan masyarakat bebas, di mana individu dapat berkembang dengan baik. Teknologi canggih saat ini-bio, nano, neuro, robo, dan lainnya-akan menjadi fondasi teknologi yang lebih maju di masa depan, jauh melampaui imajinasi dari apa yang mungkin terjadi saat ini. Teknologi canggih-selalu aktif, selalu sadar, dan selalu terhubung-akan menjadi tulang punggung pasar elektronik masa depan.

The Connected akan didominasi oleh komputasi mobile, wearable, dan embedded yang akan dihubungkan bersama di Internet of Things (IoT). Internet of Things adalah gelombang teknologi yang muncul dari produk, sistem, chip komputer, dan perangkat yang terhubung secara nirkabel satu sama lain sehingga mereka dapat merasakan, memahami, menganalisis, memprediksi, dan bertukar informasi, seperti kesadaran lokasi, dan berkomunikasi dengan satu sama lain dan melalui web.

The Internet of Things (IoT)

1. Sistem transportasi yang terhubung-mobil otomatis, bus, jalan raya;
2. kota-kota yang terhubung-mengelola listrik, air, keamanan;
3. perawatan kesehatan yang terhubung-menciptakan perawatan yang lebih aman dan lebih baik;
4. pertanian terhubung-menciptakan hasil yang lebih efisien;
5. manufaktur terhubung-mengelola produktivitas yang lebih tinggi;
6. rumah yang terhubung-memungkinkan energi, media, komunikasi;
7. perusahaan yang terhubung-mengaktifkan data besar, analitik, layanan cloud.

Ini akan memungkinkan individu dan perusahaan memanfaatkan kecerdasan buatan (AI) komputasi Cloud yang ditingkatkan untuk bisnis, hiburan, layanan sosial, dan pengumpulan ide.

Ekosistem inovasi hyperconnected global yang dinamis telah muncul, menghasilkan jutaan pekerjaan dan bisnis. Ekosistem akan sangat gesit dan memungkinkan wirausahawan inovatif untuk menciptakan pasar digital global baru. Mereka menyatukan bakat, inovasi, rantai pasokan, pasar, pembuat,

modal, dan pakar-baik manusia maupun teknologi-untuk menghasilkan perdagangan.

Pasar global dari 9 miliar pelanggan sedang online sekarang. Tren Perubahan Game Teratas Yang Akan Membentuk Masa Depan Bisnis:

1. Inovasi adalah keunggulan kompetitif utama: merangkulnya dan berkembang; tahan dan binasa;
2. Setiap perusahaan harus menerapkan praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial;
3. Pengetahuan Prediktif-Model bisnis nilai akan mengubah perusahaan dan karir yang energetik;
4. Mengganggu dan menemukan kembali model bisnis, produk, proses kerja, bakat, strategi, dan nilai Anda-sebelum Anda menciptakan persaingan;
5. Pasar Web seluler akan menghubungkan lebih dari 7 miliar orang pada tahun 2025;
6. Bot otomatis, algoritma komputer, dan Mesin Cerdas akan mengubah setiap bisnis-pelajari cara memanfaatkan revolusi ini;
7. Ekosistem Inovasi Global akan menciptakan jaringan pasar, perusahaan, wirausahawan, dan perdagangan yang kolaboratif dan terhubung;
8. Analisis prediktif, cloud, Big Data, media sosial, dan seluler adalah tren teratas yang akan mengubah bisnis di abad ini;
9. Pelanggan jenis baru, Click-Streamer, menunjukkan budaya global digital baru; Budaya startup akan mengubah setiap bisnis, menjadikan setiap perusahaan lebih berwirausaha.

Ponsel Anda adalah bank baru Anda. Transaksi *Person to Person* (P2P) dapat menggunakan berbagai mata uang digital di masa depan untuk menjalankan bisnis. Setiap hari bank digital baru akan mengelola miliaran di pasar mata uang digital global, seperti M-Pesa, P2P Money, DigiCash, MyBucks, Bitcoin, dan Mobil $. Uang digital-atau yang dulunya disebut mata uang kripto-sekarang menjadi bentuk uang yang diterima untuk semua transaksi. Secara real time orang dapat membuat mata uang digital berdasarkan virtual atau hard asset seperti komoditas dan kemudian menggunakannya untuk berbisnis (Rumondang *et al.*, 2019; Ginantra *et al.*, 2020).

Orang-orang bahkan memperdagangkan algos-rumus untuk membuat uang digital. Anda akan dapat merancang uang digital Anda sendiri secara online dan menggunakannya untuk menjalankan bisnis. Bahkan hari ini Anda dapat menyesuaikan uang digital Anda sendiri berdasarkan platform Bitcoin dan menggunakannya untuk transaksi-dengan asumsi Anda dapat menemukan seseorang atau bisnis untuk menerima uang digital Anda. Ini membuka pintu untuk era baru mata uang digital yang disesuaikan-sesuai permintaan dan dipersonalisasi untuk saat ini atau bisnis. Implikasinya bagi dunia di mana Anda dapat menyesuaikan mata uang digital akan menciptakan peluang baru untuk perdagangan, terutama melalui jaringan seluler.

Ada lebih dari 100 juta orang di planet ini yang memiliki akses ke uang digital seluler. Dari Afrika hingga Asia, dari negara termiskin hingga terkaya di planet ini, uang tunai digital seluler-uang di ponsel Anda-bukan hanya masa depan; itu adalah Pasar Baru dan berkembang pesat, setiap detik. Pada tahun 2025 akan ada lebih dari 1 miliar orang yang menggunakan uang seluler digital sebagai platform transaksi utama mereka.

8.1.4 Big Data Revolution

Setiap bisnis akan diubah oleh Big Data. Penting juga untuk memahami dunia kita dengan menganalisis dan membuka kunci data yang mendefinisikan dunia kita. Big Data digunakan untuk memprediksi dengan lebih baik obat mana yang bekerja paling baik, layanan dan merek apa yang memberikan kualitas unggul, dan inovasi apa yang akan menghasilkan nilai pelanggan tertinggi. Big Data adalah pertarungan yang mengekstraksi makna dari data yang menangkap cara kerja karyawan, dan ini memungkinkan mereka untuk berhasil serta menambang data pelanggan yang dihasilkan oleh penjualan. Big Data adalah cara untuk memvisualisasikan, membuat konsep, dan mengoperasionalkan cara membuat lini bisnis yang benar-benar baru serta meningkatkan peluang bisnis yang Anda miliki sekarang. Big Data adalah senjata untuk keunggulan kompetitif jika Anda memahami ilmu data yang membuka misteri informasi. Big Data juga akan mengungkapkan apa yang dibutuhkan pelanggan untuk memprediksi dengan akurat apa yang akan memungkinkan, memberdayakan, dan memberikan nilai kepada warga negara dari pemerintah dan pelanggan dari bisnis.

8.1.5 Apa yang The Marketplace Ajarkan

Masa depan bisnis muncul sekarang. Kekuatan Pengetahuan digital-Nilai barang mengalami percepatan lebih dari sekadar barang padat karya. Di masa depan, pada tahun 2025, Knowledge-Value goods akan mendominasi pasar. Ada jutaan pengusaha yang memiliki perusahaan yang menjual secara online, setiap hari di seluruh dunia. Perusahaan-perusahaan ini mungkin menjual produk atau layanan, tetapi yang paling menguntungkan adalah yang memungkinkan orang lain untuk sukses. Pengusaha digital ini telah menemukan kemampuan untuk terhubung dengan pelanggan melalui web seluler sebagai dasar dari model bisnis baru yang radikal. Pengusaha digital ini memungkinkan pengusaha lain untuk sukses. Mereka membantu mereka menjual lebih banyak, ditemukan oleh pelanggan, memasarkan secara digital melalui jejaring sosial, dan membuat bisnis mereka diperhatikan melalui Internet. Proses kerja dan layanan mereka ditingkatkan secara digital untuk mengoptimalkan produktivitas dan profitabilitas.

Ide sebenarnya tentang apa itu bisnis, apa yang dilakukannya, dan siapa yang dilakukannya untuk berubah. Bagaimana bisnis menciptakan nilai bagi pelanggan juga akan berubah. Dari model bisnis baru dan inovasi baru hingga pelanggan baru dan pasar baru-ada Masa Depan Baru yang muncul. Masa depan baru ini membutuhkan perspektif yang berbeda tentang pengambilan keputusan dalam organisasi, dengan hirarki yang lebih sedikit dan jaringan kekuasaan yang lebih terdistribusi.

Bisnis yang memanfaatkan Nilai Pengetahuan menciptakan perbedaan perusahaan baru, cara baru untuk berpikir tentang apa itu bisnis. Inovasi yang menciptakan Masa Depan Baru ini. The New Future adalah era bisnis yang ditentukan oleh kecepatan, percepatan inovasi digital, Nilai Pengetahuan, dan globalisasi. Pelanggan mendorong perubahan di Masa Depan Baru ini, Pelanggan menemukan Internet, menggunakan komputer, memberitahu perusahaan bagaimana mereka ingin berbelanja secara online, membuat ponsel cerdas untuk komputer berikutnya, dan akan menjadikan komputer yang dapat dikenakan di pasar berikutnya. Pelanggan tinggal di Masa Depan Baru, dan tugas Anda adalah mengejar ketinggalan, memprediksi lebih cepat, memberi mereka nilai sebelum orang lain melakukannya. Masa Depan Baru adalah pasar global yang dinamis untuk ide-ide baru, inovasi, dan kolaborasi perdagangan dan bakat. Masa Depan Baru juga merupakan ekspresi dari cara baru yang kompleks dan canggih yang digunakan manusia dan mesin untuk menghasilkan nilai.

Masa Depan Baru Akan Ditentukan Oleh:

1. Perubahan yang Dipercepat;
2. Inovasi Cepat;
3. Teknologi Cerdas;
4. Sistem Prediktif;
5. Pasar Terhubung;
6. Semua serba Digital;
7. Perdagangan bersifat Seluler.

8.1.6 Empat Domain Cerdas Masa Depan

Untuk menumbuhkan perusahaan yang sudah ada atau menumbuhkan bisnis baru, ada empat Smart Domain yang perlu diintegrasikan semuanya, seperti bagian dari mobil balap berperforma tinggi yang disetel dengan cermat untuk performa. Ini adalah: manusia, proses, produk, dan teknologi. Tidaklah cukup menjadi adaptif, prediktif, dan merangkul inovasi serta faktor-faktor lain; Anda juga harus mencapai keseimbangan nilai dengan orang, proses, produk, dan teknologi agar berhasil, menjadi Future Smart. Lakukan dengan benar hari ini, dan berkembang di masa depan.

1. Sumber Daya Manusia
   - Nilai apa yang harus Anda pegang untuk menarik orang yang tepat untuk mengembangkan masa depan bisnis?
   - Orang seperti apa yang Anda perlukan untuk bekerja dengan yang dapat membuat perbedaan besar dalam bisnis?
   - Bagaimana orang-orang di organisasi Anda menciptakan budaya yang inovatif, adaptif, dan terbuka untuk berubah.

2. Proses
   - Bagaimana Anda harus memikirkan kembali proses bisnis Anda untuk mempercepat inovasi, layanan pelanggan, produktivitas, atau keunggulan kompetitif?
   - Proses kerja apa yang harus diubah agar bisa lebih efektif dalam memberikan Nilai Pengetahuan kepada pelanggan?

- Bagaimana bisnis Anda berubah, dan bagaimana Anda dapat memprediksi dan beradaptasi dengan lebih baik terhadap perubahan ini?

3. Produk
   - Inovasi apa yang dapat Anda integrasikan ke dalam produk atau dibangun ke dalam layanan untuk mencerahkan, menyenangkan, atau melayani?
   - Apa produk paling menakjubkan yang memberikan nilai pelanggan paling banyak?
4. Teknologi
   - Jenis teknologi apa yang muncul yang dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang sama sekali baru dalam bisnis Anda?
   - Teknologi apa yang mungkin menjadi pengubah permainan bagi pelanggan atau pasar Anda?
   - Inovasi bisnis apa yang membutuhkan penyelidikan teknologi?

Tren Perubahan Game Teratas yang Membentuk Masa Depan Pekerjaan:

1. Menciptakan Nilai Pengetahuan, mengelola Mesin Cerdas, bisnis digital, dan layanan seluler akan membentuk pekerjaan baru dan menghancurkan pekerjaan lama saat mendefinisikan ulang pekerjaan dalam Ekonomi Inovasi Global;
2. Perang untuk bakat, persaingan antara organisasi untuk individu paling cerdas akan membentuk masa depan bangsa dan organisasi;
3. Etika Kerja Baru, nilai sosial global dan pergeseran kekuasaan akan membentuk tempat kerja di masa depan;
4. Karier Baru akan muncul berdasarkan inovasi seperti analitik 'Big Data', robotika, pencetakan 3D, biologi sintesis, dan nanoteknologi;
5. Pola pikir dan keterampilan karyawan sebagai Pengusaha akan memungkinkan lebih banyak orang untuk sejahtera dalam setiap bisnis; Pekerja lepas akan menjadi mayoritas di tempat kerja pada tahun 2025;
6. Individu akan diukur dalam pekerjaan mereka dengan Return On Innovation (ROI), pengembalian inovasi;
7. Tujuh puluh persen pekerjaan pada tahun 2025 belum tercipta;

8. Penuaan yang sehat dan pengobatan regeneratif akan memungkinkan orang untuk hidup lebih lama dan produktif di tempat kerja;
9. Perusahaan yang berkomitmen pada Planet Berkelanjutan akan memiliki keunggulan kompetitif dalam menarik dan mempertahankan bakat;
10. Orang yang memahami Ekosistem Inovasi-teknologi, alat, strategi, dan proses bisnis generasi mendatang yang akan membentuk ekonomi global akan mendapat permintaan tinggi.

Kita perlu berkembang menjadi tenaga kerja Cerdas Masa Depan di mana robot otomasi, komputer, teknologi, memungkinkan pekerjaan, tidak hanya menggantikannya. Kita butuh strategi kerja berevolusi untuk masa depan yang panjang, bukan sekedar sembarangan dan asal asalan. Ketegangan antara manusia dan teknologi, bagaimana hal ini menemukan keseimbangan yang tepat dimasa depan.

Sepuluh Keterampilan Cerdas Masa Depan yang Harus Diketahui:

1. Berbicara bahasa asing;
2. Memecahkan masalah dan pemikiran logis;
3. Mengelola informasi, pengetahuan, dan data yang kompleks;
4. Berkomunikasi secara efektif dalam format tertulis, verbal, dan digital;
5. Merancang strategi bisnis digital;
6. Memahami globalisasi;
7. Menjadi ahli teknologi tinggi;
8. Berurusan dengan tim budaya yang beragam;
9. Mempelajari cara membuat kode;
10. Memahami bagaimana menjadi seorang pengusaha.

Selama seratus tahun pendidikan formal telah mengadopsi pola pikir bahwa sekolah dan perguruan tinggi biasanya didasarkan pada apa yang menurut pendidik dibutuhkan oleh peserta didik, bukan apa yang menurut peserta didik mereka butuhkan atau bahkan apa yang dibutuhkan oleh dunia usaha/dunia industri (DU/DI). Ini tidak berarti kita harus membuang pendidikan atau guru; kita perlu rekonseptualisasi yang belum lengkap. Jadi mari kita lakukan dengan benar. (James Canton, 2015)

8.1.7 Pengertian Kecerdasan Intelektual (IQ)

Kecerdasan intelektual (bahasa Inggris: intelligence quotient, disingkat IQ) adalah istilah umum yang digunakan untuk menjelaskan sifat pikiran yang mencakup sejumlah kemampuan, seperti kemampuan menalar, merencanakan, memecahkan masalah, berpikir abstrak, memahami gagasan, menggunakan bahasa, dan belajar. Kecerdasan erat kaitannya dengan kemampuan kognitif yang dimiliki oleh individu. Kecerdasan dapat diukur dengan menggunakan alat psikometri yang biasa disebut sebagai tes IQ. Ada juga pendapat yang menyatakan bahwa IQ merupakan usia mental yang dimiliki manusia berdasarkan perbandingan usia kronologis.

IQ merupakan kependekan dari Intelligence Quotient yang artinya ukuran kemampuan intelektual, analitis (kemampuan menganalisa), logika dan rasio seseorang. Dengan demikian, IQ berkaitan pada keterampilan berbicara, kesadaran akan sesuatu di sekelilingnya dan penguasaan matematika.

8.1.8 Pengertian Kecerdasan Emosional (EQ)

Kecerdasan emosional (bahasa Inggris: *emotional quotient*, disingkat EQ) adalah kemampuan seseorang untuk menerima, menilai, mengelola, serta mengontrol emosi dirinya dan orang lain di sekitarnya. Dalam hal ini, emosi mengacu pada perasaan terhadap informasi akan suatu hubungan. Sedangkan, kecerdasan (intelijen) mengacu pada kapasitas untuk memberikan alasan yang valid akan suatu hubungan. Kecerdasan emosional (EQ) belakangan ini dinilai tidak kalah penting dengan kecerdasan intelektual (IQ). Sebuah penelitian mengungkapkan bahwa kecerdasan emosional dua kali lebih penting daripada kecerdasan intelektual dalam memberikan kontribusi terhadap kesuksesan seseorang.

Menurut Howard Gardner (1983) terdapat lima pokok utama dari kecerdasan emosional seseorang, yakni:

1. Mampu menyadari dan mengelola emosi diri sendiri;
2. Memiliki kepekaan terhadap emosi orang lain;
3. Mampu merespon; dan
4. Bernegosiasi dengan orang lain secara emosional; serta
5. Dapat menggunakan emosi sebagai alat untuk memotivasi diri.

EQ adalah kemampuan berkomunikasi seseorang dalam dua dimensi, yaitu arah ke dalam (personal) dan arah ke luar (interpersonal). Personal adalah komunikasi yang dilakukan seseorang pada dirinya sendiri. Hal ini berguna untuk menumbuhkan kesadaran diri (self awareness), penerimaan diri (self acceptance), menghargai diri sendiri (self respect), dan penguasaan diri (self mastery).

8.1.9 Pengertian Kecerdasan Spiritual (SQ)

Kecerdasan spiritual (bahasa Inggris: spiritual quotient, disingkat SQ) adalah kecerdasan jiwa yang membantu seseorang untuk mengembangkan dirinya secara utuh melalui penciptaan kemungkinan untuk menerapkan nilai-nilai positif. SQ merupakan fasilitas yang membantu seseorang untuk mengatasi persoalan dan berdamai dengan persoalannya itu. Ciri utama dari SQ ini ditunjukkan dengan kesadaran seseorang untuk menggunakan pengalamannya sebagai bentuk penerapan nilai dan makna.

Kecerdasan spiritual yang berkembang dengan baik akan ditandai dengan kemampuan seseorang untuk bersikap fleksibel dan mudah menyesuaikan diri dengan lingkungan, memiliki tingkat kesadaran yang tinggi, mampu menghadapi penderitaan dan rasa sakit, mampu mengambil pelajaran yang berharga dari suatu kegagalan, mampu mewujudkan hidup sesuai dengan visi dan misi, mampu melihat keterkaitan antara berbagai hal, mandiri, serta pada akhirnya membuat seseorang mengerti akan makna hidupnya. SQ adalah kemampuan seseorang untuk dapat memahami arti hidup. Hal ini menyangkut hubunganmu dengan Tuhan, Sobat Orbit.

8.1.10 Pengertian Kecerdasan Moral (MQ)

Kecerdasan moral (bahasa Inggris: moral quotient, disingkat MQ) adalah kemampuan seseorang untuk membedakan benar dan salah berdasarkan keyakinan yang kuat akan etika dan menerapkannya dalam tindakan.

8.1.11 Pengertian Kecerdasan Adversitas Quotient (AQ)

AQ adalah kemampuan seseorang saat menghadapi segala kesulitan. Beberapa orang mencoba untuk tetap bertahan menghadapi kesulitan tersebut, sebagian orang lainnya mudah takluk dan menyerah. AQ adalah kemampuan / kecerdasan seseorang untuk dapat bertahan menghadapi kesulitan kesulitan dan

mampu mengatasi tantangan hidup. Paul G Stolz dalam AQ membedakan 3 tingkatan AQ dalam masyarakat:

1. Tingkat Quitrers (orang yang berhenti)
   Quitrers adalah orang yang paling lemah AQ nya. Ketika ia menghadapi masalah ia langsung berhenti dan menyerah.
2. Tingkat Campers (orang yang berkemah)
   Orang yang memiliki tingkat Campers memiliki AQ sedang. Ia merasa cukup dan puas dengan apa yang dicapainya dan ia tidak ingin lebih maju.
3. Tingkat Climbers (orang yang mendaki)
   Climbers adalah orang yang ber-AQ tinggi dengan kemampuan dan kecerdasan yang tinggi untuk dapat bertahan menghadapi kesulitan dan mampu mengatasi tantangan hidup.

8.1.12 Pengertian Kecerdasan Emosional Spiritual (ESQ)

ESQ merupakan sebuah singkatan dari *Emotional Spiritual Quotient* yang merupakan gabungan EQ dan SQ, yaitu Penggabungan antara pengendalian kecerdasan emosi dan spiritual. Definisi, Emosional Spiritual Quotient (ESQ) Model adalah Model Kemampuan seseorang untuk memberi Makna Spiritual terhadap Pemikiran, Perilaku/Akhlak dan Kegiatan, serta Mampu Mensinergikan IQ (Intelegent Quotient) yang terdiri dari IQ Logika/Berpikir dan IQ Financial / Kecerdasan memenuhi kebutuhan hidupnya/keuangan, EQ (Emotional Quotient) dan SQ (Spiritual Quotient) secara komprehensif. Manfaat yang bisa di dapat adalah tercapai nya keseimbangan antara hubungan Horizontal (manusia dengan manusia) dan Vertikal (manusia dan Tuhan). ESQ juga dapat membuat kita lebih percaya diri dalam melakukan suatu tindakan.

8.1.13 Pengertian Kecerdasan Kreativitas (CQ)

Creativity adalah potensi seseorang untuk memunculkan suatu yang merupakan penemuan baru dalam bidang ilmu dan teknologi serta semua bidang lainnya.

Ciri Kreativitas:

1. Kelancaran / kefasihan-Kemampuan memproduksi banyak ide.
2. Keluwesan-Kemampuan untuk menggunakan bermacam-macam pendekatan jalan pemecahan masalah.
3. Keaslian-Mampu untuk melahirkan gagasan yang original atau asli

4. Penguraian-Kemampuan menguraikan sesuatu secara terperinci.
5. Perumusan kembali-Kemampuan untuk mengkaji kembali suatu persoalan melalui cara yang berbeda dengan yang sudah lazim.

8.1.14 Pengertian Love Quotient (LQ)

Orang pintar adalah mereka yang memiliki IQ atau kecerdasan yang dikembangkan dengan baik. Tetapi jika orang-orang pintar itu ingin menjadi pemimpin yang baik, mereka juga membutuhkan EQ atau kecerdasan emosional, kemampuan untuk berempati dan mengekspresikan emosi. Namun menurut CEO Alibaba Jack Ma, Anda juga membutuhkan sesuatu yang ia sebut 'LQ'. Jika Anda ingin dihormati, Anda membutuhkan LQ. Dan apa itu LQ? Hasil dari cinta/kasih sayang, yang mesin tidak pernah miliki. Sebuah mesin tidak memiliki hati, tidak memiliki jiwa, dan tidak memiliki keyakinan, tetapi Manusia memiliki jiwa, memiliki keyakinan, memiliki nilai; kreatif dan dapat menunjukkan bahwa manusia dapat mengontrol mesin, dan bukan sebaliknya.

8.1.15 Kecerdasan Mindset

Pada 2003, seorang Profesor psikologi Carol Dweck memperkenalkan Mindset. Buku ini disusun berdasarkan lebih dari tiga puluh tahun penelitian mengenai bagaimana seseorang bisa sukses. Dweck memaparkan teorinya yang sederhana tapi kuat mengenai dua pola pikir yang dia temukan dalam penelitiannya itu: mindset tetap (fix) dan mindset tumbuh (growth).

1. Mindset Tetap (fix): Keyakinan bahwa kita lahir dengan daya kecerdasan dan kemampuan yang tetap. Orang yang bekerja dengan pola pikir ini cenderung menghindari tantangan dan kegagalan. Sehingga membatasi diri mereka dari kehidupan yang kaya pengalaman dan pembelajaran.
2. Mindset Tumbuh (growth): Keyakinan bahwa dengan latihan, ketekunan, dan usaha, seseorang memiliki potensi tanpa batas untuk belajar dan berkembang. Orang orang yang berpola pikir ini menghadapi tantangan dengan percaya diri, tidak khawatir akan membuat kesalahan atau mempermalukan diri sendiri, tapi fokus pada proses pertumbuhan diri.

Dalam Mindset, Dweck memaparkan bukti bertahun tahun riset bersama timnya yang mendukung sebuah teori sederhana tapi kuat, mengenai:

1. Kecerdasan;
2. Kreativitas;
3. Keatleta; dan
4. berbagai kualitas lainnya bukanlah sifat tetap bawaan lahir, melainkan kualitas bentukan yang bisa diubah jika diberikan waktu dan usaha.

Orang bermindset tumbuh melihat diri mereka secara berbeda dengan mereka yang bermindset tetap. Seseorang yang cenderung bermindset tumbuh melihat hal hal seperti kecerdasan ataupun kemampuan artistik dan atletik bukanlah sifat sifat yang tetap, melainkan kualitas yang bisa diubah dan diperbaiki dengan waktu dan usaha. Mindset tumbuh bekerja dengan asumsi bahwa kualitas kita tidaklah diwariskan, digariskan, ataupun ada secara alami. Keinginan kita untuk belajar, jika disertai usaha dan ketekunan, akan menentukan keahlian kita di bidang apapun, khususnya dalam berwirausaha atau menjadi seorang pengusaha. Dalam mindset tumbuh, tidak ada perkataan seperti “aku bukan wirausahawan.” Atau “Aku memang tidak bisa berwirausaha.” Dengan kerja keras dan ketekunan, siapapun bisa meraih kesuksesan di bidang manapun.

Begitu seseorang belajar untuk memanfaatkan mindset tumbuh kekuatan untuk berkembang akan mengambil alih, kegagalan tidak lagi dipandang hal yang mengecewakan dan memalukan, tetapi sebuah peluang untuk memperbaiki diri. Mindset tumbuh tidak mengabaikan bagaimana sebagian dari kita mungkin memiliki kemampuan yang memang inheren untuk beberapa hal kita semua pernah melihat anak anak yang tampak dengan sendirinya bernyanyi sangat bagus, mulai membaca sejak dini, ataupun berhasil lari cepat di pertandingan bola kasti. Sebaliknya, mindset tumbuh memahami bahwa kemampuan itu bisa dikuatkan dengan pengalaman dan usaha, serta didukung dengan ketekunan. Kemudian, kemampuan ini akan memudahkan kesuksesan besar, tidak peduli di mana awal mulanya (Annie Brock et al, 2020).

Tidak diragukan lagi bahwa pendidikan adalah jantung untuk mempersiapkan generasi sekarang dan masa depan. Sebagai hasilnya, sangat penting bahwa kita memiliki sistem Pendidikan yang mengembangkan potensi manusia daripada mengadu kehebatan manusia dengan mesin. Perubahan harus dilakukan untuk mengganti sistem Pendidikan yang dirancang untuk ekonomi industri (sektor yang sekarang ini sedang memerlukan transformasi) menjadi sistem yang secara aktif menerapkan pengetahuan untuk pemecahan masalah secara kolaboratif.

Ada tiga bidang utama yang bisa membuat manusia mengalahkan mesin. Ini merupakan kunci untuk penciptaan lapangan kerja di masa depan:

1. Upaya kreatif, mulai dari penemuan ilmiah hingga penulisan kreatif dari kewirausahaan;
2. Interaksi sosial, robot tidak memiliki kecerdasan emosional seperti yang dimiliki manusia;
3. Ketangkasan fisik dan mobilitas, mendaki ribuan gunung, berenang, latihan menari, dan sebagainya memberi manusia kelincahan dan ketangkasan fisik yang luar biasa dn tidak bisa dilakukan mesin.

8.1.16 Pengertian Kecerdasan Konektivitas

Konektivitas global. Mesin pintar, dan media baru hanyalah beberapa dari driver yang membentuk kembali bagaimana cara kita berpikir tentang pekerjaan, apa yang dianggap pekerjaan, dan bagaimana kita belajar dan mengembangkan keterampilan untuk bekerja di masa depan. Belajar menjadi konsep yang akan jauh lebih penting dan berbeda bagi generasi berikutnya. Kebanyakan orang di masa depan diprediksi akan memiliki setidaknya enam jalur karir yang berbeda dan membutuhkan Pendidikan ulang yang mendasar. Bersamaan dengan itu kecepatan inovasi tanpa henti akan terus menerus menuntut keterampilan dan pengetahuan baru untuk mengimbangi, bahkan mengungguli.

Proses pembelajaran perlu berubah selama bertahun tahun ke depan. Bentuk Pendidikan yang sekarang dibutuhkan adalah yang dapat dipersonalisasi, dikemas ulang, serta peer to peer dan berkesinambungan. Entah itu ruang kelas atau tempat belajar, online atau offline, terstruktur atau tidak terstruktur, diajar atau dipelajari, terstandarisasi atau tidak, disertifikasi atau tidak, belajar di masa depan cenderung membebaskan diri dari pola pikir lama.

Indonesia kaya akan sumber daya alam, pasti semua tahu itu, sayangnya sumber daya manusia di negara kita belum dikelola secara maksimal. Jika bonus demografi suatu negara merupakan sumber daya manusia berkualitas, maka negara tersebut dapat menciptakan banyak teknologi baru dan menggunakannya.

Ketersediaan tenaga kerja usia produktif yang diprediksi sekitar 52 persen dari total populasi pada tahun 2020 – 2030 dapat menjadi sumber daya penopang utama pembangunan dan pertumbuhan ekonomi. Hanya saja, karena tidak terjadi secara otomatis, maka persyaratan utama harus terpenuhi dulu, yaitu

tingkat kesehatan dan Pendidikan yang memadai agar sumber daya manusia yang terbentuk dapat berkualitas. Selain itu, ketersediaan lapangan kerja juga memainkan peran besar di sini.

Pendidikan merupakan komponen paling utama karena Pendidikan akan mengubah pola pikir suatu bangsa menjadi lebih baik dan terarah. Dalam usaha meningkatkan kualitas anak muda sebagai penduduk produktif di masa mendatang, salah satu usaha yang tepat adalah dengan menyediakan kesempatan Pendidikan seluas luasnya. Kemudahan akses Pendidikan yang didukung oleh prasarana yang lengkap serta tenaga pendidik yang berkualitas akan menciptakan masyarakat yang berkualitas pula.

Revolusi Industri keempat mengubah cara mengintegrasikan teknologi ke dalam kehidupan. Semua itu berkat kemajuan seperti kecerdasan buatan (AI), nanoteknologi, dan robotika.

8.1.17 Pengertian Kecerdasan Entrepreneur (Entre-Q)

Daniel Goleman mengungkapkan bahwa kecerdasan intelektual yang dimiliki oleh seorang merupakan bakat turunan yang tidak dapat untuk diubah, serta merupakan diri bawaan seseorang sejak lahir. Emosi bisnis bagi seorang wirausahawan sangat penting, dalam hal ini emosi yang bersifat positif. Emosi dapat memacu seseorang untuk melakukan proses kreativitas dan inovasi. Emosi yang utama dalam kesuksesan wirausaha adalah antusiasme. Bisnis tanpa disertai dengan emosi seolah tidak memiliki gairah. Hal tersebut yang membuat individu tidak memiliki nyali serta keberanian untuk melakukan kegiatan berwirausaha, apalagi bersaing dengan wirausahawan lain yang sama-sama menjual produk yang sejenis.

Jiwa kreatif merupakan kunci utama dalam menggapai sebuah kesuksesan. Ketika seseorang memiliki jiwa kreatif, maka tentu akan terus berkarya. kreativitas dari wirausaha sangat dibutuhkan dalam dunia usaha karena semakin meningkatnya persaingan dari berbagai lingkungan bisnis. Setiap orang harus berani memulai atau megembangkan bisnisnya sendiri. Hal inilah yang disebut dengan kecerdasan wirausaha atau entrepreneur quotient (Entre-Q). sebagian besar wirausaha yang memiliki Entre-Q selalu mengedepankan semangat dan kecerdasan setiap menghadapi tantangan, hal ini biasanya dibangun melalui pemikiran-pemikiran dari wirausahawan tersebut.

Howard Gardner seorang psikolog terkemuka dari Universitas Harvard, menyatakan ada delapan kecerdasan yang dimiliki oleh manusia, diantaranya adalah:

1. Kecerdasan linguistik
   Orang yang memiliki kecerdasan ini merupakan seseorang yang pandai mengolah kata-kata saat berbicara maupun menulis. Orang tipe ini biasanya gemar mengisi TTS, bermain scrabble, membaca, dan bisa mengartikan bahasa tulisan dengan jelas. Jika orang memiliki kecerdasan ini, maka pekerjaan yang cocok adalah jurnalistik, penyair, atau pengacara.
2. Kecerdasan matematik atau logika
   Tipe kecerdasan ini adalah orang yang memiliki kecerdasan dalam hal angka dan logika. Mereka mudah membuat klasifikasi dan kategorisasi, berpikir dalam pola sebab akibat, menciptakan hipotesis, dan pandangan hidupnya bersifat rasional. Pekerjaan yang cocok jika memiliki kecerdasan ini adalah ilmuwan, akuntan, atau programmer.
3. Kecerdasan spasial
   Mereka yang termasuk ke dalam tipe ini memiliki kepekaan tajam untuk visual, keseimbangan, warna, garis, bentuk, dan ruang. Selain itu, mereka juga pandai membuat sketsa ide dengan jelas. Pekerjaan yang cocok untuk tipe kecerdasan ini adalah arsitek, fotografer, desainer, atau insinyur.
4. Kecerdasan kinetik dan jasmani
   Orang tipe ini mampu mengekspresikan gagasan dan perasaan. Mereka menyukai olahraga dan berbagai kegiatan yang mengandalkan fisik. Pekerjaan yang cocok untuk mereka adalah atlet, pengrajin, montir, dan penjahit.
5. Kecerdasan musical
   Mereka yang termasuk ke dalam tipe ini mampu mengembangkan, mengekspresikan, dan menikmati bentuk musik dan suara. Ciri-ciri orang yang memiliki kecerdasan musikal yaitu suka bersiul, mudah menghafal nada lagu yang baru didengar, menguasai salah satu alat musik tertentu, peka terhadap suara sumbang, dan gemar bekerja sambil bernyanyi. Pekerjaan yang cocok untuk mereka adalah penyanyi atau pencipta lagu.

6. Kecerdasan interpersonal
   Orang tipe ini biasanya mengerti dan peka terhadap perasaan, intensi, motivasi, watak, dan temperamen orang lain. Selain itu, mereka juga mampu menjalin kontak mata dengan baik, menghadapi orang lain dengan penuh perhatian, dan mendorong orang lain menyampaikan kisahnya. Pekerjaan yang cocok untuk orang tipe ini antara lain networker, negosiator, atau guru.
7. Kecerdasan intrapersonal
   Orang tipe ini memiliki kecerdasan pengetahuan akan diri sendiri dan mampu bertindak secara adaptif berdasarkan pengenalan diri. Ciri-cirinya yaitu suka bekerja sendiri, cenderung cuek, sering mengintropeksi diri, dan mengerti kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Pekerjaan yang cocok untuk mereka yaitu konselor atau teolog.
8. Kecerdasan naturalis
   Orang yang memiliki kecerdasan ini mampu memahami dan menikmati alam dan menggunakannya secara produktif serta mengembangkan pengetahuannya mengenai alam. Ciri-ciri orang yang memiliki kecerdasan ini yaitu mencintai lingkungan, mampu mengenali sifat dan tingkah laku hewan, dan senang melakukan kegiatan di luar atau alam. Kecerdasan ini biasanya dimiliki oleh petani, nelayan, pendaki, dan pemburu.

8.1.18 Faktor – Faktor Kecerdasan

Faktor yang memengaruhi kecerdasan. Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi kecerdasan, yaitu:

1. Faktor bawaan atau biologis-Di mana faktor ini ditentukan oleh sifat yang dibawa sejak lahir. Batas kesanggupan atau kecakapan seseorang dalam memecahkan masalah, antara lain ditentukan oleh faktor bawaan.
2. Faktor minat dan pembawaan yang khas-Di mana minat mengarahkan perbuatan kepada suatu tujuan dan merupakan dorongan bagi perbuatan itu.
3. Faktor pembentukan atau lingkungan-Di mana pembentukan adalah segala keadaan di luar diri seseorang yang memengaruhi perkembangan inteligensi.

4. Faktor kematangan-Di mana tiap organ dalam tubuh manusia mengalami pertumbuhan dan perkembangan.
5. Faktor kebebasan-Hal ini berarti manusia dapat memilih metode tertentu dalam memecahkan masalah yang dihadapi. Di samping kebebasan memilih metode, juga bebas dalam memilih masalah yang sesuai dengan kebutuhannya.

Kecerdasan menurut Spearman dapat dibagi dua yaitu kecerdasan umum yang biasa disebut sebagai faktor-g maupun kecerdasan spesifik. Akan tetapi pada dasarnya kecerdasan dapat dipilah-pilah.

Berikut ini pembagian spesifikasi kecerdasan menurut Struktur kecerdasan L.L. Thurstone:

1. Pemahaman dan kemampuan verbal;
2. Angka dan hitungan;
3. Kemampuan visual;
4. Daya ingat;
5. Penalaran;
6. Kecepatan perseptual.

Skala Wechsler yang umum dipergunakan untuk mendapatkan taraf kecerdasan membagi kecerdasan menjadi dua kelompok besar yaitu kemampuan kecerdasan verbal (VIQ) dan kemampuan kecerdasan tampilan (PIQ).

Menggali potensi dalam diri agar bisa berprestasi, berikut beberapa cara yang bisa Anda lakukan.

1. Cari tahu apa impian Anda;
   Cara pertama untuk mengenali potensi diri adalah dengan mengetahui apa impian Anda. Boleh-boleh saja punya banyak impian, namun sebisa mungkin fokuslah pada impian yang terbesar. Ketika Anda yakin memiliki potensi yang sesuai minat, selanjutnya Anda tahu harus bagaimana mengembangkannya.
2. Ketahui apa yang Anda sukai;
   Menjadi orang sukses tak harus cemerlang dalam akademis atau memiliki kecerdasan di atas rata-rata. Terkadang Anda cukup tahu apa yang Anda sukai, lalu maksimalkan potensi diri pada bidang tersebut. Seperti Bill Gates

misalnya yang tidak terlalu cemerlang dalam dunia akademis. Namun ia sangat tertarik dengan komputer setelah membaca artikel yang terkait dengan itu. Langkah selanjutnya, Bill pun memilih mempelajari dan menekuni perangkat lunak komputer hingga mencapai kesuksesan. Mungkin Anda memiliki hobi menggambar, memasak, menulis atau apa pun itu. Mungkin juga hobi Anda terlihat remeh. Namun ingat, jangan pernah meremehkan sebuah hobi. Dalam hobi Anda, terletak potensi diri yang luar biasa. Jika Anda jeli memaksimalkannya, maka hobi itu pun bisa menjadi sumber keberhasilan yang tidak pernah Anda sangka sebelumnya. Potensi mudah berkembang ketika kita melakukan hal-hal yang kita sukai.

3. Kenali kelebihan dan kekurangan diri

   Untuk bisa dengan mudah menggali potensi diri, Anda juga perlu mengenali kelebihan dan kekurangan Anda sendiri. Mulailah dengan membuat daftar berisi kelebihan dan kekurangan. Lalu amati dan pahami kekuatan dan kelemahan Anda, agar Anda tahu di mana potensi sesungguhnya. Jika Anda kesulitan membuat daftar kelebihan dan kekurangan, Anda bisa bertanya kepada orang lain. Dengan demikian, kemungkinan besar Anda akan menemukan hal-hal yang selama ini tidak pernah Anda sadari. Namun jangan mudah tersinggung ketika orang lain menunjukkan di mana kekurangan Anda. Tak ada seorangpun yang sempurna. Jadi belajarlah menerima masukan dengan lapang dada untuk perbaikan diri di masa depan.

4. Berani menghadapi kegagalan

   Selanjutnya setelah Anda mengenal dan memahami diri sendiri, memaksimalkan kekuatan mental dengan berani menghadapi kegagalan. Banyak orang menganggap kegagalan sebagai akhir sebuah perjuangan, padahal kegagalan sebenarnya adalah awal sebelum datangnya keberhasilan itu sendiri. Cara kita menyikapi kegagalan itulah yang akan menentukan seberapa suksesnya kita.

   Kegagalan seharusnya tidak menghalangi Anda dalam menggali dan mengembangkan potensi diri. Anda harus mampu mengubah cara pandang terhadap kegagalan dengan menjadikannya sebuah kewajaran. Ketika Anda bisa menerima kegagalan dan melihatnya sebagai hal yang wajar, maka Anda tidak akan takut gagal. Justru kegagalan menjadikan Anda pribadi

yang kuat karena terus mempersiapkan dan menata diri menjadi lebih baik lagi.

5. Coba hal-hal baru
   Untuk optimalisasi potensi diri, jangan takut mencoba hal-hal baru. Mungkin saja diantara hal-hal yang Anda pelajari itu, terletak kekuatan Anda sesungguhnya. Maka dari itu, jangan ragu membuka wawasan dan pengetahuan akan banyak hal di sekitar Anda. Berani mencoba hal-hal baru juga membawa manfaat yang positif, seperti: Mampu mengatasi ketakutan; memicu kreativitas; Mendapatkan teman atau relasi yang baru; Menghargai diri sendiri Ingin sukses. Jangan batasi potensi diri. Tidak ada kesuksesan tanpa berani mencoba hal-hal yang baru.
6. Jangan takut berbeda
   Memiliki potensi diri atau kemampuan yang berbeda dengan orang lain, biasanya akan mengecilkan nyali Anda. Jangan ragu menunjukkan dan mengembangkannya selama itu positif. Berbeda toh bukan berarti salah. Misalnya Anda menyukai dunia jurnalis, sedangkan teman-teman dalam komunitas Anda lebih menyukai olahraga. Jangan takut berbeda. Jangan takut dicap aneh atau nyeleneh. Justru Anda akan terlihat unik lalu memaksimalkan kemampuan Anda itu. Berani berbeda akan berdampak positif bagi Anda, karena Anda akan terus mengembangkan potensi diri dan berani menjadi diri sendiri.
7. Memiliki motivasi yang kuat
   Untuk mencapai prestasi, Anda perlu memiliki motivasi yang kuat. Motivasi ini yang nantinya akan membangkitkan semangat Anda dalam mencapai karya terbaik. Anda bisa membaca kisah orang-orang sukses atau tokoh yang Anda gemari. Mereka pun berhasil meraih kesuksesan karena memiliki motivasi yang kuat dalam hidupnya. Lalu bagaimana menumbuhkan motivasi dalam diri Anda. Coba lakukan cara sederhana ini; Belajarlah fokus dan membuat susunan target yang jelas untuk meraih prestasi; Catat perkembangan Anda sehingga Anda tahu seberapa jauh Anda melangkah; Belajar dari kegagalan sebelumnya.
8. Tentukan tujuan Anda
   Sepertinya mustahil Anda meraih sebuah prestasi tanpa tujuan yang jelas. Misalnya ingin menjadi ilmuwan. Itu adalah tujuan yang umum. Anda perlu

menentukan tujuan spesifik juga. Ilmuwan dalam bidang apa? Ilmuwan yang bagaimana? Tentukan tujuan secara spesifik, agar Anda tahu apa goal Anda dalam hidup ini. Agar Anda bisa mengembangkan potensi juga ke arah yang lebih tepat. Setelah tujuan ditetapkan, langkah selanjutnya:

- Membuat perencanaan kecil yang mendukung, atur secara bertahap seperti mingguan, bulanan, tahunan hingga tercapai tujuan itu sendiri
- Atur prioritas dalam daftar perencanaan kecil tadi, agar tidak berbenturan dan menjadi tidak efektif
- Review daftar Anda, apakah semua berjalan sesuai rencana atau tidak
- Jika tidak berjalan dengan baik, lakukan revisi daftar disesuaikan dengan kondisi yang ada, lalu kerjakan lagi seperti semula.

9. Buat daftar pencapaian

   Cara menggali potensi diri untuk berprestasi selanjutnya adalah membuat daftar pencapaian. Setelah Anda membagi-bagi tujuan dalam perencanaan kecil, buatlah daftar atas hal-hal yang berhasil Anda capai. Ini dilakukan untuk memberikan apresiasi pada diri sendiri, termasuk mengingatkan Anda bahwa Anda telah berhasil melakukan sesuatu. Dengan demikian, Anda akan dikuatkan dalam menghadapi tantangan dan rintangan pada tujuan-tujuan selanjutnya. Karena sejatinya keberhasilan besar terdiri dari kumpulan keberhasilan kecil yang telah Anda lakukan.

10. Hindari membandingkan diri dengan orang lain

    Sebagaimana setiap orang memiliki potensi yang berbeda-beda, maka pencapaian yang berhasil diraih pasti berbeda-beda pula. Tak perlu minder melihat pencapaian orang lain, apalagi merasa pencapaian diri sendiri tak pantas dibanggakan. Tak akan ada habisnya jika Anda terus membanding-bandingkan diri dengan keberhasilan orang lain. Justru sebaiknya, jadikan keberhasilan orang lain sebagai motivasi agar Anda tidak berhenti berusaha memaksimalkan kemampuan diri hingga mencapai keberhasilan seperti mereka. Ketika Anda tahu bagaimana potensi, kekuatan serta keunggulan Anda, tentu akan lebih mudah mencapai tujuan yang Anda inginkan.

11. Perluas wawasan Anda

    Untuk dapat mengembangkan potensi diri, Anda harus mau terus belajar dan memperluas wawasan. Jangan merasa sudah terbaik dalam satu hal,

Anda harus punya sikap rendah hati agar bisa berprestasi. Perluas wawasan dengan segala macam informasi bermanfaat yang ada di sekitar Anda. Pada era digital ini, mendapatkan informasi tentu sangat mudah karena adanya internet. Manfaatkan kemudahan itu dan jangan ragu mengembangkan potensi diri semaksimal mungkin untuk meraih impian.

12. Bergabung dengan komunitas
    Berkumpul dengan orang-orang positif dalam komunitas tertentu, akan memberi semangat bagi Anda untuk terus berkembang. Anda akan menemukan banyak inspirasi dan motivasi dari para anggota komunitas. Anda pun bisa menjadi sumber inspirasi mereka. Saling menguatkan, saling memberi saran dan berbagi pengalaman adalah keuntungan-keuntungan bergabung dalam komunitas. Anda pun tak merasa berjuang sendiri, karena banyak orang siap mendukung Anda.

8.2 Wirausaha model "MOONA LAE"

(Moral; Otak; Otot; Nyali; Aksi-Love; Antusias; Enjoy) Apa yang diperlukan untuk memulai bisnis Anda sendiri ?. Meskipun tidak ada formula yang ditetapkan (seperti yang diyakini beberapa orang), ada ciri-ciri kepribadian yang dimiliki oleh sebagian besar pengusaha sukses. Dan penelitian mengungkapkan bahwa pengalaman awal, latar belakang keluarga, keterampilan sosial, nilai dan kepercayaan semuanya berperan dalam membentuk wirausaha. Kewirausahaan adalah penciptaan atau ekstraksi nilai. Dengan definisi ini, kewirausahaan dipandang sebagai perubahan, umumnya mengandung risiko di luar apa yang biasanya dihadapi dalam memulai bisnis, yang mungkin mencakup nilai-nilai lain selain nilai ekonomi.

Kontribusi dalam memperkaya wawasan, perubahan mindset dan menggali jiwa entrepreneur para generasi Milenial. Generasi millennial atau disebut juga generasi Y adalah generasi setelah generasi X, yang lahir di antara tahun 1980an hingga 2000an. Saat ini usia mereka berada di pertengahan 20 tahun dan pertengahan 30 tahun, di mana Indonesia akan mendapat anugerah bonus demografi selama rentang waktu 2020- 2035, yang mencapai puncaknya pada 2030. Pada saat itu jumlah kelompok usia produktif (umur 15-64 tahun) jauh melebihi kelompok usia tidak produktif. Bonus demografi ini tercermin dari

angka rasio ketergantungan (dependency ratio), yaitu rasio antara kelompok usia yang tidak produktif dan yang produktif. Pada 2030 angka rasio ketergantungan Indonesia akan mencapai angka terendah, yaitu 44%.

Tony Wagner (2008) mengidentifikasi ada tujuh skills yang menjadi penentu kesuksesan anak pada abad 21 yang perlu dikuasai para millennial, sebagai berikut:

1. Critical thinking & problem solving;
2. Collaboration across networks & leading by influence;
3. Agility & adaptability;
4. Initiative & entrepreneurialism;
5. Effective oral & written communication;
6. Accessing & analysing information;
7. Curiosity & imagination.

Saat ini Pemerintah masih menghadapi persoalan tingginya angka pengangguran terdidik. Hal ini tercermin dari tingkat pengangguran terbuka (TPT) lulusan universitas dengan rentang pendidikan S1 hingga S3 yang mencapai 737.000 orang. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), per Agustus 2019, jumlah pengangguran lulusan universitas mencapai 5,67 persen dari total angkatan kerja sekitar 13 juta orang. Meski persentasenya turun dibandingkan Agustus 2018 yang 5,89 persen, angkanya di atas rata-rata pengangguran nasional yang sebesar 5,28 persen. Untuk bisa memanfaatkan peluang bonus demografi, para milenial yang kini berusia belasan tahun harus menempa dirinya menjadi sosok generasi masa depan yang siap. Pada masa bonus demografi tersebut, penduduk usia produktif diprediksi mencapai 64 persen dari total jumlah penduduk Indonesia yang diproyeksikan sebesar 297 juta jiwa.

Generasi ini harus ber-mindset “MOONA LAE”, yang di artikan, siap dalam (1). Moral –(2) Otak –(3) Otot –(4) Nyali –(5) Action; (6) Love –(7) Antusias dan (8) Enjoy-Berbekal ini, anak Indonesia masa depan yang akan bisa mengeksploitasi dan memanfaatkan bonus demografi menjadi sumber keunggulan bersaing bangsa.

"Dalam Global Entrepreneurship Index tahun 2017, peringkat kewirausahaan Indonesia masih di ranking 90 dari 137 negara. Di tingkat Asia Pasifik, peringkat kita ke-16 dari 24 negara. Jumlah inovasi dan paten di Indonesia juga masih rendah, yaitu peringkat 87 dari 137 negara. Menurut data World Bank, saat ini

jumlah wirausaha di Indonesia hanya sekira 3,3 persen. Sedangkan Singapura sebanyak 7 persen, Malaysia 5 persen, dan Thailand 4,5 persen.

8.3 Proses Perencanaan & Pengembangan Usaha

Proses kewirausahaan berdasarkan berbagai proses konsep, ciri-ciri, kreativitas, sesuatu yang baru, mencari peluang untuk meraih kesuksesan. Segala proses tersebut tidaklah hanya dalam konteks bisnis saja melainkan juga di berbagai bidang lainnya seperti hukum, pertanian, teknik, pendidikan, kesehatan, pemerintahan, pekerjaan sosial lainnya untuk menemukan peluang keberhasilan sebab kegiatan usaha merupakan suatu disiplin ilmu tersendiri karena memiliki teori, konsep dan tujuan. Apabila mau berwirausaha maka harus berani memulai, menanggung risiko, perencanaan jelas, tidak putus asa, optimis, jujur dan bertanggung jawab. Wirausahawan/i yang baik adalah taat akan peraturan.

Suparman menyatakan ciri manusia wirausaha sebagai berikut:

1. Merencanakan upayanya dan menentukan batas waktu untuk mencapainya.
2. Berpikir teliti berpandangan kreatif dengan imajinasi konstruktif.
3. Siap mental untuk menyerap dan menciptakan kesempatan dan kompetensi untuk memenuhi syarat suatu kemahiran mengerjakan sesuatu yang positif.
4. Membiasakan diri bersikap mental positif dan selalu bergairah dalam setiap pekerjaan.
5. Mempunyai daya penggerak diri menimbulkan inisiatif.
6. Tahu bersyukur atas dirinya, waktu dan lingkungan.
7. Bersedia membayar harga kemajuan, yaitu kesediaan berjerih payah.
8. Memajukan lingkungan dengan menolong orang lain.
9. Disiplin diri, menabung dan membuat anggaran waktu dan uang.
10. Selalu menarik pelajaran dari kekeliruan, kesalahan dan pengalaman pahit, serta berprihatin selalu.
11. Menguasai salesmanship atau kemampuan jual, memiliki kepemimpinan dan memperhitungkan risiko.
12. Mereka berwatak maju dan cerdik, serta percaya pada diri sendiri.

13. Mampu memusatkan perhatiannya terhadap setiap tujuannya.
14. Berkepribadian yang menarik, memahami seni berbicara dan bergaul.
15. Jujur, bertanggung jawab, ulet, tekun dan terarah.
16. Memperhatikan kesehatan diri.
17. Menjauhkan diri dari sifat iri, dengki, dendam, takut disaingi, khawatir dan ragu-ragu.
18. Tunduk dan bersyukur kepada Tuhan YME. (Buchari Alma, 2016)

Wirausaha lebih menekankan pada jiwa, semangat dan dipraktikan dalam lapangan. Kewirausahaan bukan selalu berorientasi dengan karakteristik watak pengusaha saja tetapi sifat tersebut juga dimiliki oleh orang lain yang bukan sebagai pengusaha, seperti profesi lainnya yang umum dalam masyarakat dan pekerjaan lainnya yang dilakukan secara kreatif, inovatif dan unik. Soeparman Soemahamidjaja bahwa kewirausahaan meliputi semua aspek pekerjaan, baik karyawan swasta / pemerintah. Wirausahawan adalah mereka yang melakukan usaha-usaha kreatif dan inovatif dengan jalan mengembangkan ide dan meramu sumber daya untuk menemukan peluang dan perbaikan hidup (Soeharto Prawirokusumo). Kreativitas merupakan suatu cara untuk mengembangkan ide-ide dan mencari peluang baru serta Inovasi merupakan daya menerapkan suatu kreativitas dalam menyelesaikan masalah.

Bab 9

Intrapreneurship

9.1 Pendahuluan

Pegawai sebagai ujung tombak keberhasilan dari sebuah organisasi harus memiliki kapabilitas, kompetensi dan karakter yang kuat sesuai dengan kebutuhan organisasi tersebut dan ini semua terakumulasi dari pola pikir. Cara berpikir kreatif, inovatif dan berdaya juang tinggi merupakan manifestasi dari Intrapreneurship yang dimiliki oleh karyawan atau pegawai dalam suatu organisasi, baik yang profit oriented maupun karyawan atau pegawai pada organisasi yang non profit oriented (Winardi, 2008; Sari et al., 2020; Wirapraja et al., 2021).

Antonic dan Hisrich (2003) menyatakan bahwa Intrapreneurship sebagai kewirausahaan yang terjadi di dalam organisasi merupakan jembatan kesenjangan antara ilmu dengan keinginan pasar. Sedangkan Winardi (2008) mengemukakan Intrapreneurship sebagai berikut: "Intrapreneur adalah setiap orang di antara pemimpin yang melaksanakan. "Adapun Harris (2009) mendefinisikan intrapreneur sebagai berikut: intrapreneur adalah karyawan di perusahaan yang berani untuk mengambil risiko. Banyaknya penilaian masyarakat tentang kinerja pegawai negeri sipil yang belum profesional, sementara jaminan yang diberikan pemerintah kepada para pegawai negeri sipil ini semakin hari semakin baik. Tentu hal ini juga harus diimbangi dengan kinerja dan produktivitas yang semakin baik pula. Masalah kedisiplinan pegawai seperti; hadir tidak tepat waktu, tidak berada di kantor pada jam kerja,

keterlambatan dalam pelayanan masyarakat, harapan masyarakat akan peningkatan pelayanan, baik dari sisi waktu pelayanan maupun dari sisi kualitas pelayanan, tentunya tidak terlalu berlebihan. Negara ini menggantungkan harapan besar demi pembangunan bangsa, dan masyarakat pada kualitas kerja dan produktivitas pegawai negeri sipil yang nama lainnya sering disebut sebagai abdi negara dan pelayan masyarakat (Julyanthry et al., 2020; Parinduri et al., 2020; Purba, Gaspersz, et al., 2020; Purba, Sudarmanto, et al., 2020; Sudarso, Kurniullah, et al., 2020; Sudarso, Purba, et al., 2020).

Inovasi dan kreativitas merupakan bagian dari Intrapreneurship. Princhott (1985) mendefinisikan seorang entrepreneur adalah seorang yang memfokuskan pada inovasi dan kreativitas dan yang mentransformasi suatu mimpi atau gagasan menjadi usaha yang menguntungkan yang dioperasikannya dalam lingkup lingkungan perusahaan. Oleh karena itu, agar sukses Intrapreneurship harus diimplementasikan dalam strategi perusahaan (Halim et al., 2021; Sisca et al., 2021). Pengembangan karakter intrapreneur pegawai memerlukan perubahan paradigma dari pola kerja yang konvensional, yang hanya menunggu instruksi dan pengarahan dari pimpinan, kepada pola kerja yang lebih proaktif, inovatif serta berorientasi pada tujuan. Perubahan paradigma ini diasumsikan terkait dengan tingkat kebutuhan pegawai. Pola kerja yang konvensional, yang hanya menunggu instruksi dan pengarahan dari pimpinan, selaras dengan kebutuhan keamanan dan sosial, atau masuk dalam kategori tingkat kebutuhan yang rendah. Pola kerja yang proaktif, inovatif serta berorientasi pada tujuan selaras dengan kebutuhan penghargaan dan aktualisasi diri, masuk dalam kategori tingkat kebutuhan yang tinggi. Tentunya untuk mengembangkan dan memupuk karakter intrapreneur dalam organisasi sehingga menjadi budaya organisasi dibutuhkan peran semua stakeholder yang ada di dalam organisasi maupun didukung oleh faktor eksternal yang kondusif (Ferinia et al., 2020; Purba, Revida, et al., 2020; Sherly et al., 2020; Kurniullah et al., 2021).

Meningkatkan kinerja dalam sebuah organisasi atau instansi pemerintah merupakan tujuan atau target yang ingin dicapai oleh organisasi dan instansi pemerintah dalam memaksimalkan suatu kegiatan yang telah ditetapkan sebelumnya. Lingkungan bisnis saat ini mulai bergerak dari yang bersifat lokal ke global, dan hanya yang terkuat yang dapat bertahan hidup untuk memiliki kinerja organisasi yang baik. Pengelolaan bisnis harus mampu menciptakan keunggulan kompetitif, tidak hanya itu tetapi juga sulit untuk ditiru. Selain itu, perusahaan harus memiliki sikap proaktif terhadap kondisi ketidakpastian dalam menghadapi tantangan global yang ada. Inovasi dalam persaingan atau strategi,

semakin global, menciptakan bidang penelitian dan kompleksitas dunia baru yang berpeluang mengarahkan perusahaan dapat berkelanjutan dalam jangka panjang. Intrapreneurship adalah sebuah strategi untuk menstimulasi inovasi dengan memanfaatkan bakat-bakat kewirausahaan dengan lebih baik (Ireland, Covin and Kuratko, 2009).

Ketika intrapreneurship ini di dorong dan disalurkan, intrapreneurship bukan hanya mendorong inovasi, bahkan akan membantu pegawai yang mempunyai ide-ide bagus menyalurkan sumber daya perusahaan untuk membangun produk-produk yang lebih unggul. Dengan mendorong budaya intrapreneur dalam perusahaan, pegawai dapat diberdayakan menjadi agen perubahan dalam perusahaan. Mereka merasa nyaman menampilkan ide-ide baru dan merasa diberikan otonomi dan mendorong agar ide-ide tersebut dilaksanakan. Sehingga dengan penerapan intrapreneurship dalam suatu perusahaan dapat meningkatkan kinerja perusahaan, terutama kinerja keuangan perusahaan (Alpkan et al., 2010).

Dampak dari peran intrapreneur sendiri sangat positif bagi pihak internal maupun eksternal perusahaan (Bosma and Levie, 2010). Yang lebih menarik lagi adalah kemampuan entrepreneur untuk meningkatkan "cooperative advantage" dari perusahaan di mana mereka berada sehingga perusahaan mampu bersaing dalam banyak hal. Menurut Antoncic dan Hisrich (2003) bahwa Intrapreneurship merupakan kewirausahaan yang ada di dalam struktur bisnis yang ada, yang dapat menjembatani kesenjangan antara ilmu pengetahuan dan pasar. Bisnis yang ada telah memiliki sumber daya keuangan, kemampuan usaha dan sistem pemasaran dan distribusi untuk memasarkan inovasi yang ada dengan sukses. Namun terkadang struktur perusahaan yang terlalu birokratis, penekanan pada profit jangka pendek dan rumitnya struktur organisasi dapat menghambat kreativitas dan pengembangan produk atau usaha (Covin and Miles, 1999).

Unsur kunci dari intrapreneurship di perusahaan besar yang mapan adalah kemampuan kepemimpinan yang kuat bersama budaya integritas, untuk mendukung kecepatan dari setiap proses pengambilan keputusan. Termasuk kesiapan menciptakan jiwa-jiwa kewirausahaan di dalam perusahaan dari setiap karyawan strategis untuk berkembang bersama kebebasan inovasi dan kreativitas dalam bingkai transparansi, akuntabilitas, integritas, etika, dan pengendalian emosional diri.

Sekarang ini semua perusahaan besar memimpikan untuk memiliki para karyawan atau manajer yang berjiwa intrapreneurship di dalam perusahaan.

Persoalannya, pelaksanaan konsep intrapreneurship di perusahaan besar milik publik atau pemerintah, memerlukan trust dan kredibilitas dari para manajer, untuk menjalankan budaya integritas dengan tulus dan ikhlas sebelum diberikan kepercayaan untuk menjadi entrepreneur (MacMillan and Jones, 1984).

Sebab, saat seseorang betul-betul menjalankan perannya sebagai intrapreneur di tempat dia bekerja, maka dia akan memiliki mindset sebagai seorang pengusaha, bukan lagi sebagai seorang profesional atau karyawan. Mindset sebagai seorang pengusaha di perusahaan yang sahamnya bukan milik dia pribadi berpotensi menimbulkan konflik kepentingan, yang bila tidak memiliki kekuatan integritas dan etika, maka perusahaan selalu akan dirugikan dari upaya untuk mencari keuntungan kepentingan pribadi atau kelompok (Soriano and Martínez, 2007). Dengan demikian untuk mengembangkan entrepreneur di sebuah perusahaan, para manajer atau karyawan harus yang memiliki integritas pribadi yang kuat, cara kerja yang etis dan karyawan yang harus mau mengambil risiko untuk mengembangkan ide unik dan pengendalian emosional. Jika tidak, maka penerapan intrapreneurship justru bisa berakibat menurunnya kinerja organisasi. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Di Indonesia, penelitian tentang intrapreneurship masih terbatas dan belum banyak dilakukan. Kajian terdahulu telah merumuskan bahwa intrapeneurship berpengaruh terhadap kinerja perusahaan (Guth and Ginsberg, 1990). Sampai saat ini belum ada kajian yang membahas tentang pengaruh intrapreneurship terhadap kinerja perusahaan khususnya perusahaan manufaktur.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pengaruh intrapreneurship terhadap kinerja perusahaan pada perusahaan manufaktur. Alasan peneliti memilih perusahaan manufaktur dikarenakan perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang menjual produknya yang dimulai dengan proses produksi yang tidak terputus mulai dari pembelian bahan baku, proses pengolahan bahan hingga menjadi produk yang siap dijual. Inovasi sangat diperlukan agar dapat bersaing dalam persaingan global (Sisca et al., 2021).

9.2 Teori dan Konsep Intrapreneurship

1. Konsep Intrapreneurship
   Karena Intrapreneurship, entrepreneurship, dan inovasi merupakan konsep yang banyak menyita perhatian banyak pihak maka dalam penelitian ini perlu dijelaskan secara ringkas dan ditetapkan pengertian yang digunakan dalam pembahasan lebih lanjut (Bruyat and Julien, 2001).
2. Definisi Intrapreneurship
   Intrapreneurship secara umum dapat didefinisikan sebagai ”internal corporate entrepreneurship”. Secara lebih rinci adalah “entrepreneurship practiced by individuals inside founded organizations” (Morris and Kuratko, 2002; Winardi, 2008).

Intrapreneurship berarti “the practice of corporate management style that integrates risk-taking and innovation approaches as well as the reward and motivational techniques more traditionally thought of as being the province of entrepreneurship” (praktek gaya pengelolaan perusahaan yang menyatukan pendekatan keberanian mengambil risiko dan inovasi serta teknis memberi imbalan dan motivasi yang lazimnya merupakan bidang entrepreneurship).

Dimensi Intrapreneurship

Antoncic and Hisrich (2003) berpendapat bahwa terdapat delapan dimensi Intrapreneurship sebagai berikut:

1. New ventures dan new businesses
   Pendirian perusahaan dan bisnis (usaha) baru merupakan dimensi paling penting Intrapreneurship karena dapat menciptakan bidang usaha baru dalam suatu organisasi yang telah berdiri melalui redefining.
2. Product innovation
   Schumpeter menekankan peran entrepreneur sebagai inovator. Dengan demikian inovasi merupakan dimensi penting dari Intrapreneurship yang merupakan kegiatan entrepreneur dalam suatu organisasi.
3. Process innovation
   Intrapreneurship meliputi cara atau prosedur baru dalam proses produksi

4. Self-renewal
   Intrapreneurship berarti transformasi organisasi melalui pembaruan ide dasar sehingga berbeda dibandingkan dengan ide dasar pada saat organisasi didirikan.
5. Risk taking
   Entrepreneur adalah orang yang berani mengambil risiko (risk taker) yang bersedia untuk menyediakan waktu dan tenaganya untuk mewujudkan ide baru menjadi inovasi dalam suatu organisasi dengan memanfaatkan keahlian dan pengalamannya. Risk taking merupakan salah satu unsur penting dalam Intrapreneurship. Dengan menumbuhkan semangat "risk taking" dan bereksperimen.
6. Proactiveness
   Dimensi proaktif adalah berperan sebagai pionir dan berkaitan dengan masalah kelangsungan hidup organisasi. Perilaku proaktif menunjukkan tekad organisasi untuk meraih peluang yang menjanjikan dan bukan hanya sekedar bereaksi terhadap langkah yang ditempuh pesaing.
7. Competitive aggressiveness
   Competitive aggressiveness (agresivitas persaingan) adalah kecenderungan perusahaan untuk menantang pesaingnya. Semangat entrepreneurship biasanya termasuk kecenderungan perusahaan untuk secara agresif menantang perusahaan lain dalam industri yang sama.

Pembahasan ini didukung oleh teori kewirausahaan, kewirausahaan adalah sebuah konsep yang sulit untuk diidentifikasi, karena kurangnya kerangka konseptual untuk menjelaskan dan memprediksi fenomena empiris yang utama adalah fitur pembuatan bisnis. Hal ini mengacu pada proses di mana individu, bertindak secara mandiri atau dalam organisasi, mengejar peluang ekonomi. Kewirausahaan menjadi istilah yang berhubungan dengan individu atau sekelompok individu yang membuat kombinasi baru dalam organisasi mereka dan mungkin berhubungan dengan proses kewirausahaan perusahaan atau intrapreneurship. Intrapreneurship mengacu pada proses yang dilakukan di dalam perusahaan, terlepas dari ukuran, mengarah ke proyek-proyek baru atau kegiatan yang inovatif, termasuk pengembangan produk baru, jasa atau aspek lain (Zahra and Covin, 1995). Covin dan Miles (1999) menjelaskan kegiatan intrapreneurship untuk pembaharuan strategis, redefinisi lingkup, peremajaan organisasi dan regenerasi berkelanjutan. Bosma dan Levie (2010) dan Zahra

(1995) meyakini bahwa intrapreneurship adalah faktor kunci untuk pengembangan perusahaan yang menurut Soriano dan Martinez (2007). Ireland et al. (2009), dan Alpkan et al. (2010) dipengaruhi oleh banyak faktor internal.

Intrapreneurship adalah entrepreneurship yang ada di dalam perusahaan. Pinchot (1985) mendefinisikan seorang intrapreneur adalah seorang yang memfokuskan pada inovasi dan kreativitas, dan yang mentransformasi suatu mimpi atau gagasan menjadi usaha yang menguntungkan untuk dioperasikannya dalam lingkup lingkungan perusahaan. Terdapat tiga pilar dalam entrepreneurship yaitu inovasi, pengambilan risiko yang terkalkulasi, dan kreativitas. Inovasi adalah kemampuan untuk melihat segala sesuatu dengan cara yang baru. Pengambilan risiko yang terkalkulasi merupakan kemampuan untuk mengambil kesempatan yang sudah diperhitungkan dan menganggap kegagalan sebagai suatu pengalaman belajar. Kreativitas merupakan kemampuan untuk memperkirakan berbagai kemungkinan di masa depan dan secara proaktif menciptakan apa yang diidamkan (MacMillan and Jones, 1984).

Dilihat sebelumnya intrapreneurship dapat diklasifikasikan ke dalam empat dimensi: (1) bisnis baru, (2) inovasi, (3) pembaruan diri, dan (4) proaktif. Bisnis baru adalah karakteristik yang paling menonjol dari intrapreneurship karena dapat menghasilkan penciptaan bisnis baru dalam organisasi yang sudah ada dengan mendefinisikan kembali produk perusahaan (atau jasa) dan /atau pasar baru berkembang (Zahra 1991). Dalam perusahaan besar juga dapat mencakup pembentukan unit lebih formal otonom atau semi-otonom atau perusahaan, internal bertualang, perusahaan yang mulai naik (MacMillan et al. 1984), bisnis otonom unit penciptaan. Menurut Hornsby, Kuratko dan Zahra (2002), intrapreneurship berfokus pada revitalisasi dan memperkuat kompetensi perusahaan untuk memperoleh keterampilan dan kemampuan inovatif, itulah sebabnya peran yang mereka mainkan dalam mencapai keunggulan kompetitif telah mendapatkan imbalan/kompensasi.

Sumber utama dari keuntungan ini terletak pada sumber daya perusahaan, bakat para karyawan dan kemampuan yang diidentifikasi dengan sumber daya berwujud (Grant, 1991). Oleh karena itu, pandangan berbasis sumber daya menganggap intrapreneurship sebagai instrumen dasar untuk konversi, akumulasi dan memanfaatkan sumber daya untuk tujuan kompetitif. Hasilnya adalah fokus pada pengembangan dan pemanfaatan produk, inovasi administrasi dan peremajaan dan redefinisi perusahaan atau industri (Covin and Miles, 1999). Kakati (2003) menemukan bahwa sumber daya perusahaan adalah kunci untuk kelangsungan hidup dan pengembangan proyek-proyek baru dan

bahwa pengusaha sukses mengembangkan sumber daya berbagai perusahaan untuk mendukung strategi bisnis mereka dan memastikan pengembangan perusahaan. Dalam hal ini, tim dengan kapasitas untuk inisiatif dan inovasi sangat penting dalam proses intrapreneurship (Bruyat and Julien, 2001; Alpkan et al., 2010). Dalam bidang ini, Wiklund dan Shepherd (2003) menyatakan bahwa perusahaan-perusahaan dengan sumber daya strategis yang lebih mampu bertahan dan berkembang.

Intrapreneurship merupakan jiwa kewirausahaan dalam perusahaan. Intrapreneurship akan tumbuh jika karyawan perusahaan memiliki semangat untuk melakukan inovasi, berani mengambil risiko (pengambilan risiko yang terkalkulasi), berani menghadapi tantangan, memiliki semangat untuk bersaing, proaktif terhadap adanya tuntutan perubahan serta adanya wewenang yang diberikan perusahaan bagi karyawan untuk mengubah ide, pemikiran menjadi suatu kreativitas sehingga dapat menghasilkan produk baru, proses baru ataupun teknologi baru yang akan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan, produktivitas, serta pertumbuhan dan perbaikan dalam perusahaan.

Variabel-variabel Intrapreneurship

Analisis Intrapreneurship dapat dilakukan melalui pendekatan strategic management yang berpendapat bahwa indikator corporate entrepreneurship dapat dilihat dari dua jenis proses, yaitu:

1. Inovasi internal melalui penciptaan bisnis (bidang usaha) baru dalam suatu perusahaan/organisasi;
2. Pembaruan atau transformasi organisasi.

Seberapa jauh proses entrepreneurship dalam organisasi ini terjadi ditentukan oleh empat variabel, yaitu:

1. External environment;
2. Strategic leadership;
3. Organizational conduct/form; dan
4. Organizational performance (Guth and Ginsberg, 1990).

9.3 Faktor Penghambat Pengembangan Intrapreneurship

Sebagaimana suatu organisasi atau badan usaha, Instansi Publik juga menghadapi hambatan yang sama untuk melakukan perubahan. Di antara faktor penghambat yang menonjol yang umumnya yang terdapat pada Instansi Publik yang mengakibatkan Instansi publik bukan merupakan organisasi yang paling memiliki jiwa kewirausahaan (Kirby, 2006).

Beberapa faktor tersebut adalah sebagai berikut:

1. Karakter hubungan yang bersifat impersonal.
2. Struktur organisasi hierarkis dan memerlukan banyak tingkat persetujuan
3. Pengawasan ketat sebagai akibat dari berbagai aturan dan prosedur.
4. Budaya lembaga yang konservatif.
5. Dimensi waktu dan pentingnya ketersediaan hasil dengan segera.
6. Kurangnya kapabilitas kewirausahaan karena tidak berpengalaman sebagai wirausaha dan bukan merupakan tradisi Instansi Publik
7. Metode pemberian kompensasi yang kurang tepat.

Walaupun organisasi pada umumnya memahami arti penting perubahan untuk mempertahankan eksistensi dan keunggulannya, namun kenyataannya tidak mudah melakukan perubahan tersebut. Faktor penghambat perubahan yang berlaku secara universal baik di dunia usaha maupun birokrasi di berbagai negara berdasarkan hasil survei Morris dan Kuratko (2002) adalah sebagai berikut:

1. Arah Strategik: tidak terdapat strategi entrepreneurship secara formal, tidak terdapat visi dari pimpinan puncak, tidak terdapat role model dari pimpinan puncak, tidak terdapat sasaran inovasi, dan kurangnya komitmen para eksekutif.
2. Sistem: sistem evaluasi dan reward yang kurang tepat, sistem perencanaan dan alokasi anggaran yang kaku. Sistem yang terlalu kaku akan berpengaruh bagi entrepreneurship. Entrepreneur dan manajer pada dasarnya berbeda.

3. Struktur: terlalu banyak tingkatan hirarki, manajemen top-down, rentang kendali yang terlalu sempit, tanggung jawab tanpa kewenangan, komunikasi yang terbatas, dan akuntabilitas yang tidak jelas. Intrapreneurship akan terhambat pada suatu perusahaan yang dibangun berdasarkan silo dan tidak memiliki arus komunikasi yang lancar antar divisi/bagian.
4. Kebijakan dan prosedur: prosedur persetujuan yang panjang dan berbelit, persyaratan dokumen yang berlebihan, dan sasaran yang tidak realistis.
5. Budaya kerja: budaya kerja yang tidak mendukung semangat inovatif dan tidak terdapat konsensus terhadap prioritas. Budaya kerja merupakan perekat yang menyatukan organisasi entrepreneurial secara keseluruhan. Dalam kultur tradisional suatu organisasi, biasanya terdapat instruksi sebagai berikut: Patuhi perintah yang diberikan; Jangan membuat kesalahan, dan lain-lain.
6. Kapabilitas entrepreneurship rendah: Tugas entrepreneur adalah menemukan, mengevaluasi, dan mengeksploitasi peluang untuk menciptakan suatu produk. Untuk itu, entrepreneur harus berperan sebagaimana lazimnya yang harus dilakukan yang memerlukan jiwa, semangat, dan keahlian sebagai entrepreneur. Apabila prasyarat tersebut tidak terpenuhi maka dapat dikatakan bahwa rendahnya kemampuan untuk bertindak sebagai entrepreneur merupakan salah hambatan Intrapreneurship.
7. SDM: individu pada umumnya enggan berubah (resistance to change) karena mereka pada umumnya telah melakukan banyak investasi baik berupa waktu dan usaha untuk menguasai suatu jenis pekerjaan. Dengan kata lain inovasi akan mengubah struktur kekuatan dan hubungan yang ada saat ini. Takut mengalami kegagalan, keengganan berubah, kepuasan diri, pandangan yang sempit, orientasi jangka pendek, keahlian yang tidak memadai. Dalam organisasi selalu terdapat kecenderungan untuk enggan terhadap perubahan dan mempertahankan status quo. Mengubah SDM, termasuk sikap dan cara kerja merupakan tantangan paling berat di pihak manajemen (Winardi, 2008).

Bab 10

Woman and Home Entrepreneurship

10.1 Pendahuluan

Home Based Business (HBB) merupakan keadaan di mana seorang pengusaha menjadikan rumahnya sebagai pusat usahanya atau bisnis. Menurut Sayers (2012) banyak pengusaha sukses memulai bisnis mereka di garasi, dapur atau kamar tidur rumah mereka. Beberapa perusahaan terkenal seperti Apple Computer, Hershey s, Mary Kay Cosmetics, dan *Ford Motor Company* adalah bisnis yang awalnya dimulai dan beroperasi dari rumah (SBA, 2016). Pengusaha dalam kategori HBB ini ada di kota maupun di desa.

Menurut Elizabeth Walker (2003), HBB adalah situasi di mana pengusaha menjadikan rumahnya sebagai pusat untuk menjalankan bisnis. Dengan kata lain, bisnis yang dijalankan tidak dilakukan di area khusus untuk berbisnis seperti area komersial.Kemunculan HBB bersumber dari berbagai faktor. Bagi penduduk di desa, HBB dilihat sebagai jalan untuk menyelesaikan masalah keuangan keluarga akibat jatuhnya harga karet, kelapa sawit, dan hasil padi yang tidak menentu. Ada pula pengusaha yang terlibat dalam HBB sebagai jalan untuk menyeimbangkan kehidupan bekerja dan berkeluarga (Soldressen,Fiorito & He,1998). Munculnya internet yang memungkinkan pengusaha memasarkan produk atau layanan mereka dari rumah juga dilihat sebagai salah satu faktor yang mendorong keterlibatan pengusaha dalam HBB (Sayers, 2012).

Dalam konteks gender, HBB banyak diusahakan oleh wanita dibandingkan pria (Duncan,1991, Deschamps & Dart,1998). Bahkan jika dilihat di Amerika Serikat (USA), satu dari tiga sole proprietorships adalah wanita dan di Kanada wanita yang memulai bisnis jumlahnya tiga kali lipat dari pria (Deschamps & Dart,1998). Sebesar 80% pengusaha wanita memilih HBB sebagai langkah pertama untuk menjadi pengusaha dan meskipun begitu penelitian di USA yang dilakukan oleh John Case menyatakan bahwa 47% pengusaha adalah wanita dan pria meliputi 53% dari keseluruhan populasi penelitiannya (Stanger, 1998).

Meningkatnya partisipasi wanita, dalam sektor bisnis adalah sebuah fenomena yang terjadi di seluruh dunia (Still dan Timms, 2000 dalam Jati 2009).Di Asia, 35% usaha kecil dan menengah (UKM) dipimpin oleh wanita. Sebesar 25% usaha baru di Cina dilakukan oleh wanita dan di Jepang empat dari lima UKM dimiliki oleh wanita (Brisco, 2000 dalam Jati 2009). Fenomena tersebut juga terjadi di Indonesia. Meskipun belum ada data pasti yang bisa didapat, jumlah wanita pengusaha di Indonesia telah cukup banyak. Sebagai ilustrasi, sejak berdirinya pada 10 Februari 1975, Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI) telah memiliki 15.000 anggota yang tersebar di seluruh provinsi di Indonesia.

10.2 Entrepreneurship

10.2.1 Pengertian Entrepreneurship

Istilah Entrepreneurship diadopsi dari Bahasa Perancis, entreprende yang berarti melakukan (to undertake), memulai atau berusaha melakukan tindakan mengorganisir dan mengatur. Istilah Entrepreneurship mulai diperkenalkan dalam tulisan Richard Cantillon yang berjudul Essai Sur la Nature du Commerce en General tahun 1755. (Hannah Orwa Bula, “Evolution and Theories of Entrepreneurship: A Critical Review on the Kenyan Perspective”, International Journal of Business and Commerce, Vol. 1, No.11, Lahore, 2012).

Dalam bahasa Indonesia, istilah Entrepreneurship diartikan kewirausahaan yang memiliki pengertian sedikit berbeda oleh para ahli. Meskipun demikian, masing-masing pendapat memiliki inti dari entrepreneurship, yaitu tentang kreativitas atau inovasi.

Dalam literatur-literatur kewirausahaan diartikan berbeda-beda oleh para ahli. Berikut beberapa pengertian entrepreneurship (kewirausahaan).

1. Menurut Suryana dalam Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses (2013), entrepreneurship merupakan suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan dan mencari peluang dari masalah yang dihadapi oleh setiap orang dalam kehidupan sehari-hari. Kreativitas adalah kemampuan untuk membuat ide baru dengan mengkombinasikan, mengubah, atau merekonstruksi ide-ide lama. Sedangkan inovasi merupakan penerapan dari penemuan suatu proses produksi baru atau pengenalan akan suatu produk baru.
2. Danang Sunyoto dalam Kewirausahaan Untuk Kesehatan (2013) memiliki pandangan tentang entrepreneurship yaitu suatu sikap untuk menciptakan sesuatu yang baru serta bernilai bagi diri sendiri dan orang lain. Entrepreneurship tidak hanya tentang mencari keuntungan pribadi, namun juga harus mempunyai nilai sosial.
3. Hermawan Kartajaya menjelaskan pengertian Entrepreneurship adalah suatu usaha untuk menciptakan nilai melalui pengamatan atas suatu kesempatan bisnis, dengan melakukan manajemen terhadap risiko yang mungkin timbul serta keterampilan untuk berkomunikasi serta memobilisasi sumber daya yang ada terutama sumber daya manusia sehingga dapat menciptakan sesuatu yang menghasilkan.
4. Abu Marlo pada buku Entrepreneurship Hukum Langit (2013) menjelaskan bahwa entrepreneurship adalah kemampuan seseorang untuk peka terhadap peluang dan memanfaatkan peluang tersebut untuk melakukan perubahan dari sistem yang ada. Dalam dunia entrepreneurship, peluang adalah kesempatan untuk mewujudkan atau melaksanakan suatu usaha dengan tetap memperhitungkan risiko yang dihadapi.
5. Robbin & Coulter menjelaskan Kewirausahaan yakni suatu proses di mana seseorang atau suatu kelompok individu menggunakan upaya yang terorganisir & sarana untuk mencari sebuah peluang dan menciptakan suatu nilai yang tumbuh dengan memenuhi kebutuhan serta keinginan melalui sebuah inovasi dan keunikan, tidak mempedulikan apapun sumber daya yang digunakan pada saat ini.

Berdasarkan definisi dari beberapa pendapat di atas, maka dapat diperoleh secara rinci unsur-unsur utama yang ada dalam entrepreneurship, yaitu: penerapan kreativitas dan inovasi, pemanfaatan peluang, membuat perubahan, dan memberikan nilai tambah bagi diri sendiri dan orang lain. Secara umum pengertian Entrepreneurship (Kewirausahaan) adalah proses kegiatan kreativitas dan inovasi menciptakan perubahan dengan memanfaatkan peluang dan sumber-sumber yang ada untuk menghasilkan nilai tambah bagi diri sendiri dan orang lain serta memenangkan persaingan.

10.2.2 Syarat Menjadi Entrepreneurship

Untuk menjadi entrepreneurship ada 8 Syarat yang harus dipenuhi yakni:

1. Punya Visi dan Misi yang Jelas
   Persyaratan utama untuk berbisnis adalah Anda harus mempunyai visi dan misi yang jelas. Anda tidak bisa hanya mengandalkan keinginan saat ini, tapi Anda harus merencanakan masa depan bisnis Anda. Tentukan tujuan bisnis Anda karena Anda harus tahu apa saja yang ingin dicapai dalam jangka pendek hingga jangka panjang. Dengan begitu, Anda pun bisa memikirkan langkah-langkah yang diperlukan untuk mengejar target-target Anda.\
2. Berani Menanggung Risiko
   Memulai bisnis adalah langkah pertama Anda dalam mengambil keputusan dan risiko. Anda butuh keberanian itu agar dapat terus melangkah, meski Anda mungkin bisa melakukan kesalahan dan mengalami kerugian. Namun, sikap tersebutlah yang akan membuat Anda mampu menghadapi berbagai tantangan dalam berbisnis. Sehingga bisnis Anda pun bisa maju dan tidak hanya stuck di tengah jalan.
3. Tidak Boleh Gengsi

   Anda harus membuang sikap gengsi saat berjualan. Jangan merasa gengsi ataupun malu hanya karena usaha Anda masih kecil, brand Anda belum terkenal, dan memiliki kekurangan. Namun, tetaplah menjadi diri sendiri. Jalani bisnis Anda dengan penuh percaya diri dan kejujuran, karena itu yang akan mendorong Anda untuk memperbaiki diri dan membuat Anda bisa diperhatikan oleh orang lain.

4. Bijak Mengatur Waktu
   Gunakan waktu Anda setiap hari dengan penuh pertimbangan. Jangan habiskan waktu untuk aktivitas yang tidak benar-benar penting dan dapat merugikan hidup Anda. Aturlah waktu sebijaksana mungkin. Pastikan Anda memanfaatkan jam-jam kerja Anda dengan baik, dan juga menyediakan waktu pribadi yang berkualitas, sehingga tercipta work-life balance dan hidup yang bahagia.
5. Mengelola Uang dengan Baik
   Jika Anda ingin membangun bisnis yang besar, maka Anda membutuhkan modal yang besar. Membangun perusahaan tentu sangat mahal dibandingkan jika Anda hanya membuka usaha warung rumahan. Maka dari itu, kelolalah keuangan pribadi dan juga bisnis dengan baik. Dengan begitu, Anda bisa punya uang yang cukup untuk mengembangkan bisnis dan meningkatkan taraf hidup Anda kedepannya.
6. Menghargai Orang Lain
   Anda tidak bisa sukses jika hanya bergantung pada kemampuan diri sendiri. Syarat menjadi wirausaha yang sukses adalah Anda harus pandai membawa diri dalam lingkungan bisnis. Anda harus bisa bersikap baik terhadap bawahan. Anda harus ramah terhadap pelanggan. Anda harus bisa bekerja sama dan melayani siapapun dengan cara yang benar, karena menghargai orang lain itu akan membuat diri Anda juga dihargai.
7. Kreatif dan Inovatif
   Berwirausaha harus selalu kreatif. Anda dituntut untuk menciptakan bisnis yang berbeda agar usaha Anda bisa punya kelebihan dibandingkan usaha lainnya yang sudah ada. Anda pun juga harus inovatif. Ide-ide yang brilian harus selalu dikembangkan, sehingga bisnis Anda bisa terus maju dan relevan dengan kemajuan zaman, serta dapat menjawab kebutuhan banyak orang.
8. Mau Terus Belajar
   Sikap untuk mau terus belajar akan mengantarkan Anda pada kemajuan. Wawasan Anda akan terus bertambah dan pengalaman Anda akan semakin banyak, sehingga bisnis Anda mampu terus bersaing dengan yang lain. Oleh sebab itu, jangan pernah merasa sudah tahu segalanya. Namun, selalu cari tahu hal baru dan berani mencoba hal baru. Pastikan Anda tidak pernah

puas untuk mengembangkan diri dan juga mengeksplorasi potensi bisnis Anda.

10.3 Motivasi

10.3.1 Motivasi Wirausahawan Wanita

Kesuksesan pengusaha wanita atau wirausaha yang sukses pada umumnya adalah mereka yang memiliki kompetensi. Kompetensi adalah seseorang yang memiliki ilmu pengetahuan, keterampilan dan kualitas individu yang meliputi sikap, motivasi, nilai serta tingkah laku yang diperlukan untuk melaksanakan pekerjaan/kegiatan (Muhyi, 2010). Kompetensi diartikan sebagai pengetahuan, keterampilan dan kemampuan individu yang langsung berpengaruh pada kinerja, Kinerja bagi wirausaha merupakan tujuan yang ingin dicapai.

Motivasi adalah salah satu factor untuk meningkatkan kinerja. Dengan adanya motivasi akan mendorong semangat kerja dan inspirasi dari aktivitas kerja seseorang untuk bekerja lebih baik untuk mencapai tujuan organisasi (Stoner, 1978 dalam Suswati 2005). Bartol dan Martin (1991) berpendapat bahwa yang memengaruhi kinerja salah satunya adalah motivasi disamping kemampuan (ability) dan kondisi lingkungan (environmental condition), Nadler dan Lawler (1979) berpendapat bahwa kinerja yang tinggi dipengaruhi oleh kemampuan kerja dan motivasi.

Motivasi didefinisikan sebagai:

1. Peningkatan pendapatan (extrinsic drive): mengacu pada keinginan individu untuk memperoleh pendapatan yang lebih tinggi karena adanya kebutuhan untuk memenuhi tanggung jawab finansial.
2. Kemandirian/otonomi (independent): mengacu pada keinginan individu untuk menopang kehidupannya sendiri, bahkan mampu turut menopang orang lain.
3. Recognition: mengacu pada keinginan individu agar orang lain dapat menyadari keberadaan dirinya.
4. Challenge: mengacu pada pemenuhan intrinsic karena telah mengatasi tantangan-tantangan dalam kehidupan pribadi maupun karir.

5. Excitement: mengacu pada keinginan individu memperoleh kebahagiaan setelah melakukan suatu hal.
6. Growth (intrinsic): mengacu pada pertumbuhan kualitas diri, kedewasaan diri, maupun kebijaksanaan diri yang diinginkan individu tersebut.
7. Keamanan Keluarga (assured future): mengacu pada adanya kehidupan yang lebih baik bagi anggota keluarga, baik kehidupan masa sekarang maupun masa yang akan datang.

10.3.2 Faktor-Faktor Yang Memotivasi Wanita Berwirausaha

Motivasi pengusaha wanita, secara empiris diasosiasikan dengan faktor-faktor yang berbeda. Klasifikasi factor ini berbeda-beda dari masing- masing peneliti. Contohnya, Bartol dan Martin (1998) dalam Okafor dan Amalu (2010) mengklasifikasikan factor ini menjadi tiga faktor:(i) karakteristik personal, (ii) keadaan jalur hidup, (iii) faktor lingkungan.

Shapero dan Sokol (1982); Sexton dan Vasper (1982); Hisrich dan Brush (1986); dalam Okafor dan Amalu (2010) menjelaskan terdapat dua faktor yang menjadi motivasi seorang wanita berwirausaha, yang pertama adalah faktor pendorong yaitu frustasi, ketidakpuasan kerja, perceraian, dan kebosanan terhadap pekerjaan sebelumnya. Para peneliti juga mengidentifikasikan faktor penarik seorang wanita berwirausaha, yaitu adanya faktor kebebasan, kemandirian, pendidikan, dan keamanan keluarga.

Faktor-faktor yang mendorong wanita memilih berwirausaha antara lain:

1. Faktor kemandirian
   Sebagai seorang wanita, ada kalanya wanita ini dapat berdiri sendiri tanpa bantuan orang lain. Hal ini karena wanita ingin menunjukkan jika tanpa laki-laki dia dapat bertahan hidup dengan keahlian yang dia punya yang direalisasikan menjadi suatu usaha yang dapat menghasilkan untuk pemenuhan kebutuhan hidupnya. Walaupun tidak memungkiri keahlian laki-laki dalam bekerja, tetapi wanita juga ingin menunjukkan bahwa mereka dapat mengerjakan apapun yang dikerjakan pria.
2. Faktor modal
   Dalam pembuatan usaha maka wanita biasanya melihat berapa modal yang mereka punya untuk membuat suatu usaha, biasanya semakin banyak

modal yang mereka miliki untuk pembuatan suatu usaha maka semakin terencana dan matanglah pemikiran untuk rencana pembuatan usaha ini.

3. Faktor emosional
   Faktor emosional yang dimiliki wanita, dapat memengaruhi diri nya untuk melakukan sesuatu yang berguna baginya maupun keluarga. Hal ini karena dalam diri seorang wanita memiliki keinginan untuk dapat berdiri sendiri maupun untuk bisa mempraktekkan teori-teori yang diikutinya melalui pendidikan formal maupun informal yang diinginkannya. Selain itu wanita juga mempunyai keinginan untuk membantu keuangan keluarga yaitu dengan membuka usaha.
4. Faktor pendidikan
   Faktor pendidikan dapat menjadi salah satu faktor yang memotivasi wanita untuk berwirausaha karena banyak wanita-wanita yang tidak dapat pendidikan informal seperti kursus-kursus yang dapat mengasah keterampilan mereka, sehingga ilmu yang mereka dapat di pendidikan informal dapat mereka jadikan modal untuk membuat suatu usaha. Begitu bagi wanita-wanita yang memiliki pendidikan tinggi, mereka akan berpikir kembali untuk menggunakan ijazah perguruan tinggi mereka untuk bekerja di kantor-kantor yang mempunyai waktu bekerja “from eight to five” atau dari jam delapan hingga jam 5 sore, ini dikarenakan mereka yang tidak dapat mereka lakukan jika mereka bekerja di kantor-kantor dari pagi hingga sore.

10.4 Tantangan

10.4.1 Tantangan Wanita dalam Berwirausaha

1. Takut dan Cemas untuk Memulai Bisnis
   Seperti yang sudah disinggung sebelumnya, dunia kerja memang lebih identik dengan laki-laki. Tak heran kalau nama-nama pebisnis sukses baik di tingkat dunia atau Indonesia, hampir pasti didominasi pria. Hal inilah yang kerap membuat perempuan minder bahkan sebelum memulai bisnis.

Rasa takut dan cemas kerap dirasakan ketika mengawali langkah sebagai pengusaha. Lantas, apa yang harus dilakukan? Solusinya adalah Anda harus benar-benar mengasah mental dan rasa percaya diri. Bagaimana caranya? Sering-seringlah mengikuti seminar atau talkshow bisnis yang pembicaranya adalah perempuan. Ada baiknya juga jika Anda membaca kisah sukses wirausaha wanita demi meningkatkan semangat juang. Bahkan saat ini ada banyak komunitas bisnis dan pengusaha wanita yang bisa Anda ikuti. Komunitas ini juga menyediakan komunikasi online sehingga Anda bisa belajar banyak soal tips bisnis dan meminta solusi sehingga Anda tak perlu cemas atau takut lagi jadi pengusaha.

2. Bermasalah dengan Modal-modal untuk berbisnis
   Modal memang jadi masalah banyak orang, tidak cuma wirausaha perempuan. Hanya saja beberapa pihak pemberi pinjaman, mayoritas lebih memilih kepala keluarga (dalam hal ini adalah pria) untuk diberi pinjaman. Masih banyak lembaga pemberi pinjaman yang memiliki pandangan patriarki sehingga membuat banyak pengusaha perempuan kesulitan mencari modal usaha. Namun jangan biarkan fakta ini membuat semangat Anda jadi pengusaha menurun. Sekarang ada banyak sekali bisnis bermodal kecil untuk perempuan seperti bisnis jastip (jasa titip), menjadi seorang MUA (Make Up Artist) hingga dropshipper. Anda pun bisa menggadaikan atau menjual aset jika memang modal yang dibutuhkan cukup besar, kendati memang resikonya lebih besar.
3. Pandangan Masyarakat yang Meremehkan Wirausaha Wanita
   Pandangan masyarakat terhadap perempuan Budaya patriarki yang menempatkan laki-laki sebagai pemegang kekuasaan utama baik dalam bidang politik, hak sosial hingga pekerjaan memang masih kental di kalangan masyarakat dunia. Bahkan dunia bisnis dianggap sangat maskulin dan keras sehingga lebih cocok untuk pria. Wanita sering dinilai terlalu lemah untuk bisa bertahan dalam kerasnya dunia bisnis dan bersaing dengan kaum laki-laki. Hal ini yang membuat wirausaha wanita kerap diremehkan. Padahal pandangan seperti itu tidaklah tepat. Perempuan justru memiliki peluang jadi pebisnis sukses karena sifat alaminya. Misalkan saja, wanita lebih cenderung berhati-hati dan berpikir panjang saat membuat keputusan bisnis. Begitu pula saat menjalin relasi bisnis, tak bisa dipungkiri kalau

perempuan adalah sosok yang mampu menarik perhatian. Tak heran kalau Bank Indonesia mencatat bahwa dari total 57,83 juta UMKM di Tanah Air, 60% di antaranya dikelola perempuan. Hebat, kan?

4. Ilmu Soal Bisnis yang Terbatas
   Tak bisa dipungkiri bahwa ilmu pengetahuan soal bisnis sangatlah penting ketika ingin jadi wirausaha. Kaum perempuan biasanya cenderung punya akses terbatas karena sekolah bisnis lagi-lagi lebih sering dipenuhi pria. Bahkan seorang pengusaha, cenderung ingin dan mengajarkan anak laki-lakinya untuk menjadi pewaris kerajaan bisnis. Namun saat ini sudah banyak sekali cara belajar bisnis secara online menggunakan e-book. Anda pun bisa ikut kelas-kelas seminar bisnis langsung ke ahlinya. Atau mungkin, cobalah ikuti jejak Cynthia Tenggara, pendiri perusahaan katering online Berrykitchen. Alih-alih kuliah bisnis, Cynthia merupakan sarjana Hubungan Internasional UPH dan pernah jadi tim kreatif di RCTI sebelum memulai bisnis di bidang kuliner.
5. Galau Pilih Antara Keluarga dan Bisnis
   Kembali lagi, kodrat perempuan memang menjadi seorang istri dan ibu. Hal inilah yang sering membuat seorang wanita galau jika disuruh memilih keluarga dan bisnis. Namun tahukah Anda, saat ini sudah banyak sekali bisnis yang bisa dilakukan di rumah dan memiliki hasil fantastis. Misalkan saja menjadi seorang blogger atau penulis online, berjualan baju di media sosial hingga layanan katering rumahan. Penghasilan tetap didapat dan tugas jadi ibu rumah tangga tak terlupakan.

10.4.2 Tantangan Menjadi Wirausahawan

1. Opportunity/kesempatan
   Kesempatan menjadi entrepreneur adalah menjadi Leadership atau kepemimpinan di bisnis yang anda bangun. Kepemimpinan merupakan faktor kunci menjadi wirausahawan sukses. Berani tampil ke depan menghadapi sesuatu yang baru walaupun penuh resiko.
   Selain itu, anda akan mendapatkan kesempatan untuk sukses. Keberhasilan demi keberhasilan yang diraih oleh seseorang yang berjiwa entrepreneur menjadikannya pemicu untuk terus meraih sukses dalam hidupnya. Bagi

mereka masa depan adalah kesuksesan adalah keindahan yang harus dicapai dalam hidupnya.

2. Profit/ keuntungan
   Salah satu alasan yang menggiurkan menjadi seorang entrepreneur adalah keuntungan yang didapat. Anda bisa menjadi orang terkaya jika bisnis yang dikerjakan sukses. Tentunya dengan harus mempunyai kegigihan untuk usaha lebih keras dan keuletan.
3. Independence/Kebebasan
   Beberapa entrepreneur benar-benar tidak nyaman ketika bekerja untuk orang lain. Salah satu dari yang terbaik menjadi entrepreneur adalah kebebasan untuk mengejar semangat dan cita-citamu. Saat menjadi entrepreneur anda tidak harus pulang pergi dan memakai pakaian kantoran. Anda bisa membangun suasana pekerjaan anda dengan nyaman jika menjadi entrepreneur.
4. Challenge/Tantangan
   Kita mungkin sering membaca atau menyaksikan beberapa kasus mundurnya seorang manajer atau eksekutif dari suatu perusahaan. Sebagian dari mereka ternyata merasa jenuh terus menerus mengemban tugas rutin yang entah kapan berakhirnya. Mereka membutuhkan kehidupan yang lebih dinamis yang selama ini belum mereka dapatkan di perusahaan tempat mereka bekerja. Akhirnya mereka menelusuri aktivitas seperti apakah yang dapat memuaskan kebutuhan mereka akan tantangan ? “Berwirausaha” ternyata menjadi pilihan sebagian besar manajer yang sengaja keluar dari kemapanannya di perusahaan. Mengapa “wirausaha?” Ternyata begitu banyak variasi pekerjaan dan perubahan yang sangat menantang dalam dunia wirausaha.

10.5 Etika Bisnis

10.5.1 Definisi Etika Bisnis

Dalam dunia bisnis, kita pasti akan mengenal istilah etika bisnis. Banyak orang yang sangat setuju bahwa etika bisnis memang perlu dimiliki oleh setiap bisnis. Etika bisnis adalah prinsip-prinsip moral yang dijadikan sebagai pedoman atau panduan untuk bisnis yang sedang dijalankan. Sehingga, seluruh aspek yang berkaitan dengan bisnis tersebut dapat menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai, norma-norma, dan perilaku yang adil, baik, sehat, serta professional, baik bagi seluruh orang di dalam perusahaannya, klien, mitra kerja, pemegang saham, pelanggan dan masyarakat luas.

Menurut Kirk O. Hanson, seorang pakar etika yang sangat terkenal dan juga merangkap sebagai Direktur Eksekutif di *Markkula Center for Applied Ethics* menyatakan pendapatnya tentang pengertian etika bisnis. Bagi Hanson, etika bisnis bukan sekedar seperangkat moral yang menjadi pedoman untuk sebuah bisnis, namun etika bisnis dapat menjadi sebuah studi tentang standar perilaku bisnis yang mempromosikan kesejahteraan manusia dan kebaikan.

Etika bisnis dalam perusahaan memiliki peran yang sangat penting, Suatu perusahaan akan berhasil bukan hanya berlandaskan moral dan manajemen yang baik saja, tetapi juga harus memiliki etika bisnis yang baik. Perusahaan harus dapat mempertahankan mutu serta dapat memenuhi permintaan pasar yang sesuai dengan apa yang dianggap baik dan diterima masyarakat. Haruslah diyakini bahwa pada dasarnya praktek etika bisnis akan selalu menguntungkan perusahaan baik untuk jangka menengah maupun jangka panjang, karena mampu mengurangi biaya akibat dicegahnya kemungkinan terjadinya friksi, baik intern perusahaan maupun dengan eksternal, mampu meningkatkan motivasi pekerja, melindungi prinsip kebebasan berniaga, mampu meningkatkan keunggulan bersaing.

Perusahaan yang menjunjung tinggi nilai-nilai etika bisnis, pada umumnya termasuk perusahaan yang memiliki peringkat kepuasan kerja yang tinggi pula, terutama apabila perusahaan tidak mentolerir tindakan yang tidak etis, misalnya diskriminasi dalam sistem remunerasi atau jenjang karir.

10.5.2 Prinsip dalam Etika Bisnis

Dalam praktiknya, ada tiga prinsip umum dalam etika bisnis yang tentunya akan memudahkan Anda dalam mengimplementasikannya.

1. Adanya rasa saling percaya satu sama lain
   Rasa saling percaya satu sama lain tentunya akan membantu implementasi etika bisnis yang baik melalui sikap saling mematuhi perjanjian dan aturan yang sudah disepakati sebelumnya.
2. Rasa Tanggung Jawab
   Prinsip umum yang penting dalam etika bisnis adalah tanggung jawab. Maksud dari tanggung jawab di sini adalah komitmen perusahaan untuk menciptakan kemakmuran yang tidak terbatas hanya pada pemegang saham, tapi juga pemangku kebijakan serta lingkungan operasional perusahaan.
3. Menghargai Lingkungan
   Prinsip yang tidak kalah penting adalah selalu menghargai lingkungan tempat tinggal Anda. Setiap perusahaan harus mampu menjaga, mengelola, serta memanfaatkan sumber daya alam dengan efisien demi kelangsungan kelestarian alam serta lingkungan.

Selain hal tersebut di atas terdapat empat prinsip yang dapat dijadikan sebagai pedoman perilaku untuk menjalankan bisnis etika tersebut. Hal ini dikemukakan oleh Sonny Keraf (1998), yaitu:

1. Prinsip Kejujuran
   Prinsip kejujuran menanamkan sikap bahwa sesuatu yang dipikirkan berarti sesuatu yang dikatakan, sementara apa yang dikatakan adalah sesuatu yang dikerjakan. Prinsip ini mengedepankan kepatuhan dalam melaksanakan komitmen serta perjanjian yang sudah disepakati.
2. Prinsip Otonomi
   Prinsip otonomi memegang teguh kemandirian, tanggung jawab, dan kebebasan. Hal ini berarti bahwa orang yang mandiri adalah orang yang mampu memutuskan dan melakukan tindakan berdasarkan kemampuan sendiri berdasarkan dengan apa yang diyakini dan bebas dari hasutan, tekanan, serta ketergantungan. Prinsip Saling menguntungkan. Prinsip ini

menanamkan kesadaran jika dalam menjalankan bisnis memerlukan win-win solution, di mana setiap keputusan dan tindakan bisnis yang dilakukan harus diusahakan supaya semua pihak merasa diuntungkan.

3. Prinsip Keadilan
   Dalam prinsip ini tertanam sikap untuk memperlakukan semua pihak dengan adil, yakni tidak membedakan siapapun dari berbagai aspek.
4. Prinsip Integritas Moral
   Prinsip integritas moral adalah prinsip teguh untuk tidak merugikan orang lain dalam segala keputusan dan tindakan bisnis yang diambil. Prinsip ini dilandasi oleh kesadaran bahwa setiap orang harus dihormati, baik harkat dan martabatnya.

Salah satu prinsip etika bisnis adalah menjadikan bisnis menjadi suatu kegiatan yang beretika, sehingga dapat berjalan seiring dengan kaidah-kaidah etika, hukum dan peraturan yang berlaku. Dalam banyak hal, norma-norma dan kaidah etika yang berlaku tidak hanya baik untuk diterapkan pada bisnis, namun juga membantu kita untuk bertanggung jawab dan berperilaku baik pada masyarakat. Itulah mengapa etika bisnis dan tanggung jawab sosial selalu berjalan beriringan

10.5.3 Manfaat Penerapan Etika Bisnis

Mempraktikkan etika bisnis dalam perusahaan tentunya akan memberikan berbagai manfaat yaitu:

1. Manajemen yang Efektif
   Salah satu manfaat yang didapatkan dengan menerapkan etika bisnis adalah manajemen yang lebih efektif. Etika ini akan memberikan dampak positif karena adanya kepatuhan terhadap aturan yang diberlakukan.
2. Kepatuhan
   Manfaat yang tidak kalah penting dalam pengimplementasian etika bisnis adalah meningkatnya kepatuhan terhadap aturan yang diberlakukan dalam perusahaan.

3. Peningkatan Reputasi
   Terakhir, manfaat dari etika bisnis adalah meningkatnya reputasi perusahaan. Hal ini ditandai dengan meningkatnya suasana integritas di dalam suatu perusahaan.

Perlu diingat bahwa etika bisnis memiliki peranan penting untuk kelancaran usaha yang dijalankan oleh suatu perusahaan. Jalinlah hubungan yang baik dengan mitra kerja Anda agar bisnis pun berjalan dengan baik.

Bab 11

Menemukan Dan Mengembangkan Ide Usaha

11.1 Pendahuluan

Istilah ide seringkali dikaitkan dengan hasil upaya berpikir, munculnya gagasan secara tidak sengaja atau ditemukannya solusi untuk mengatasi problem. Sumber ide bisa berasal dari segala sesuatu yang ada di dalam diri sendiri atau dipicu dari lingkungan sekitar. Brainstorming merupakan salah satu metode untuk memunculkan ide, sebutan yang diperkenalkan Alex F. Osborn tahun 1940. Selain itu ada *storyboard*, sebuah metode visualisasi untuk memudahkan penggambaran ide secara urut dan terarah yang ditunjukkan dengan perilaku nyata. Ide memiliki jangkauan gagasan yang tak terhingga dan belum jelas wujudnya. Namun ide memberi sensasi perasaan bahwa gagasan itu merupakan alternatif tindakan yang paling memungkinkan untuk dilakukan.

11.1.1 Pengertian Ide

Makna ide menurut wibowo (2011) merupakan kolaborasi dari komponen wujud (nyata), diam, gerakan, persamaan dan perbedaan. Suyono (2004) menyatakan bahwa gagasan adalah ide yang dapat disampaikan kepada orang lain dengan bantuan data secara fisik agar orang lain meyakini adanya ide tersebut. Widyamartaya (1990) menuturkan penyampaian gagasan setidaknya

memerlukan wawasan, ilmu, keterlibatan emosi dan presentasi agar orang lain memahami ide atau gagasan tersebut.

11.1.2 Presentasi Ide

Dalam penyajian deksripsi ide, meliputi hal-hal sebagai berikut:

1. Penyampaian ide dilakukan secara transparan dan terbuka.
2. Menggunakan kalimat dan bahasa yang sesuai situasi dan kondisi serta diterima konsumen.
3. Fokus pada topik ide.
4. Memperkecil emosional.
5. Penggunaan peraga atau ilustrasi bila diperlukan.

11.1.3 Karakteristik Ide

Sebuah ide memiliki karakteristiknya sendiri, antara lain:

1. Orisinil dan bukan meniru gagasan orang lain, namun boleh melanjutkan sebagai pengembangan dari ide yang sudah ada serta membawa dampak berbeda dari sebelumnya.
2. Merupakan tanggapan atau alternatif tindakan terhadap problem yang muncul.
3. Hasil dari keyakinan dan perhitungan serta pertimbangan matang.
4. Dapat diuji coba secara nyata dan diimplementasikan dengan mudah.
5. Umumnya terdapat unsur kreatif dan inovatif.

11.1.4 Ide Dan Peluang

Sekilas istilah ide serupa dengan peluang, tetapi sesungguhnya berbeda. Ide merupakan pemikiran yang muncul di kepala. Ide ada lebih dulu sebelum peluang. Tidak semua ide bisa diwujudkan peluang disebabkan beberapa kendala yang mungkin saja lebih rumit. Misalnya besarnya pembiayaan keuangan, ketersediaan sarana dan peralatan, minimnya pengetahuan dan dukungan. Setiap ide yang siap diwujudkan secara nyata berupa peluang sebaiknya melalui proses pengecekan yang valid agar sesuai dengan kebutuhan market. Mengikuti tren yang ada tanpa verifikasi lebih lanjut kebutuhan pasar menghasilkan kesuksesan bisnis yang berumur pendek, karena yang dibutuhkan

sukses bisnis jangka panjang adalah keterlibatan pelanggan yang loyal. Setidaknya mewujudkan peluang harus ada identifikasi;

1. Ada masalah pada konsumen.
2. Konsumen mampu membayar.
3. Penawaran yang kreatif dan menarik minat sehingga konsumen memutuskan membeli.

11.2 Menemukan Ide Usaha

Sumber pemicu munculnya ide usaha bisa berasal dari faktor internal dan eksternal. Faktor internal yang dimaksud adalah faktor yang berasal dari dalam diri sendiri, antara lain:

1. Ilmu dan wawasan serta keterampilan yang dikuasai pemilik ide.
2. Pengalaman individu sendiri.
3. Ajukan pertanyaan pada diri sendiri
4. Mengamati orang lain mengatasi problem.
5. Adanya intuisi karena kondisi terpaksa dan darurat.

Sedangkan faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar diri, meliputi:

1. Situasi dan kondisi lingkungan yang menyebabkan munculnya permasalahan.
2. Kesusahan dan keluhan baru dari Masyarakat atau konsumen lainnya.
3. Adanya kebutuhan masyarakat yang belum terselesaikan.
4. Sengaja menciptakan sesuatu untuk membantu dan mempermudah aktivitas fisik.
5. Produsen yang sudah ada.
6. Sistem penyaluran produk yang sudah berjalan.
7. Kebijakan pemerintah.

Douglas (1996) menjelaskan bahwa ada banyak metode menemukan ide usaha di antaranya:

1. Melalui sharing atau diskusi.
2. Berangan-angan atau ber imajinasi.
3. Rasa penasaran yang muncul karena ingin tampil beda dengan lainnya.
4. Memodifikasi sesuatu yang sudah rusak atau tidak berguna yang memiliki kegunaan baru.
5. Melalui bacaan kemudian melakukan perenungan.

11.2.1 "Thinking Out of the Box"

Sebuah kalimat motivasi agar ide-ide kreatif bermunculan secara bebas, dari sudut pandang yang diinginkan individu tanpa adanya paksaan, tekanan atau pressure.

Metode yang bisa dilakukan antara lain:

1. Brainstorming dengan komunitas tertentu.
2. Eksperimen yang diawali dari keisengan.
3. Breakdown suatu proses yang sebelumnya dengan harapan ada celah yang belum diketahui dan merupakan ide.
4. Membaca dan buatlah berbagai pertanyaan karena dorongan rasa penasaran.
5. Membuat suasana yang nyaman agar pikiran mudah memunculkan inspirasi.
6. Menggunakan media kertas atau media lain seperti pasir, tembok, sebagai perantara untuk mewujudkan coretan abstrak.
7. Menulis merupakan penyampaian wujud nyata untuk mencurahkan segala sesuatu dari angan-angan fikiran.
8. Melakukan aktivitas yang disukai seperti olahraga, main musik, hobi dan sebagainya, terkadang bisa memunculkan ide tak terduga.
9. Mengikuti kelas kursus dan menjalin network baru.
10. Mengaplikasi dan memanfaatkan teknologi.

11.2.2 Ide Usaha Menjadi Peluang Usaha

Perlu kecermatan untuk memutuskan sebuah ide usaha diwujudkan berupa pilihan peluang usaha yang hendak dijalankan. Setidaknya ide usahanya memenuhi klasifikasi menarik, belum banyak yang melakukan, produk serupa sangat jarang bahkan belum ada dipasaran, dibutuhkan masyarakat, sumber bahan utama melimpah. Yang tidak kalah pentingnya adalah harga produk yang terjangkau dan dapat melayani konsumen memenuhi kebutuhannya. Ide usaha sebaiknya tidak berhenti setelah peluang usaha terwujud, karena market bersifat dinamis sehingga seringkali membutuhkan ide-ide baru agar eksistensi bisnis yang sudah berjalan dapat menyesuaikan dinamika pasar.

Beberapa tips yang membantu ide mewujudkan peluang usaha:

1. Jangan berpikir dan melakukan sendiri. Ide bisa disampaikan kepada orang yang lebih dipercaya supaya bisa berdiskusi yang memperjelas bagaimana mewujudkan peluang secara efektif dan efisien.
2. Menawarkan kolaborasi dengan sponsor sebagai mitranya.
3. Menjalankan usaha step by step dengan pengelolaan manajemen usaha yang baik.
4. Menguasai teknologi dan menggunakannya untuk menerapkan ide bisnisnya.
5. Membentuk networking baru, keluar dari zona nyaman.
6. Mengidentifikasi potensi kemampuan diri yang masih terpendam.
7. Mengamati trend, ide bisa muncul karena ada problem pada trend saat itu atau gagasan pengembangan selanjutnya, sekaligus melakukan research market.
8. Menciptakan kebaruan dengan eksperimen.
9. Mengikuti workshop bisnis yang diminati.
10. Berpedoman pada tiga kata: mengamati, tiru dan modifikasi.

11.3 Mengembangkan Ide Usaha

Mengembangkan sebuah ide membutuhkan metode tersendiri yang menyesuaikan dengan kemajuan jaman. Cooper (1999) menyatakan ada beberapa metode agar berhasil dalam mengembangkan ide usaha antara lain:

1. Memastikan tujuan pengembangan ide usaha.
2. Melakukan pengamatan sasaran pasar.
3. Melakukan observasi lapangan.
4. Melakukan pencatatan semua informasi yang diperoleh.
5. Melakukan uji coba pengembangan ide lebih dulu.
6. Menanggapi komentar konsumen dan pelanggan.
7. Melakukan evaluasi ide dengan jujur.
8. Mengantisipasi risiko dan kendala yang muncul tak terduga.
9. Mencari sponsor yang sesuai dengan tujuan pengembangan ide usaha.
10. Miliki semangat dan antusias.
11. Mempelajari keberhasilan usaha orang lain.
12. Menyesuaikan dengan passion diri.
13. Market oriented.

Swastha (2010) berpendapat mengembangkan ide usaha bisa berupa:

- Menambah atau mengurangi variasi ide usaha yang sudah lama.
- Mencoba menawarkan alternatif pilihan ide baru kepada customer lain.
- Meniru tren dengan mempelajari kekurangan yang ada.

Buchari (2004) menyatakan pengembangan ide usaha memiliki beberapa target antara lain:

- Memenuhi kebutuhan konsumen yang belum ada solusinya.
- Memenangkan persaingan usaha.
- Mendayagunakan sumber bahan mentah yang melimpah.
- Membantu mempermudah pekerjaan sehari-hari.
- Membuka kesempatan mewujudkan lebih banyak usaha baru.

11.4 Seleksi Ide Usaha

Terkadang ide bebas muncul beraneka ragam dan banyak. Diperlukan pemilihan yang selektif tentang ide usaha mana yang paling memungkinkan untuk diwujudkan dan sesuai dengan visi dan misi serta tujuan yang ditetapkan dari awal. Seringkali seleksi ide yang dilakukan berujung kegagalan karena faktor yang disebut go error dan drop error. Go error merupakan kekeliruan dalam pengambilan keputusan mewujudkan suatu ide usaha yang sebenarnya tidak layak (menyingkirkan gagasan yang sebenarnya baik). Sedangkan drop error merupakan kekeliruan dalam pengambilan keputusan tidak mewujudkan ide usaha yang sesungguhnya sangat layak (tetap memilih melakukan gagasan yang sebenarnya sudah diketahui membawa risiko buruk). Menyeleksi ide usaha sebelum diwujudkan agar gagasan yang berakibat jelek bisa diketahui lebih awal. Menurut Handoko (2000) inovasi ide senantiasa diperlukan seiring perubahan zaman, karena persaingan yang ketat dengan kompetitor dan adanya penguasaan teknologi yang semakin canggih. Diperlukan taktik jitu dalam proses menyeleksi ide secara dini dengan metode:

1. Melakukan segmentasi jika ada beberapa tujuan yang ingin dicapai.
2. Menganalisis ide yang sudah dirancang misalnya menggunakan alat analisis SWOT.

Kotler dan Keller (2009) menjelaskan keuntungan kompetitif dapat diperoleh dengan mengimplementasikan ide usaha yang memang dibutuhkan pasar. Ide usaha harus dapat diwujudkan dengan efisien dan efektif sehingga perlu proses penyaringan ide usaha agar terhindar dari kerugian.

11.5 Ide Usaha

11.5.1 Klasifikasi Ide Usaha

Ide usaha bisa diklasifikasikan antara lain:

1. Dari hasil identifikasi market.
   Contohnya mengelompokkan kebutuhan dan permintaan konsumen berdasarkan sumber pendapatan.

2. Identifikasi skill yang dimiliki.
   Contohnya memiliki keterampilan bermain musik sekaligus menguasai teknik reparasi alat musik tersebut.
3. Mengelola hobi.
   Contohnya suka merawat tanaman sekaligus menyediakan bibit dan peralatan berkebun.
4. Berkreasi dari bahan yang ada.
   Contohnya dari sisa membuat kue atau roti kreasi unik yang menarik atau dari sisa kain perca dibentuk hiasan rumah yang cantik.
5. Kepercayaan dari orang lain.
   Contohnya dipercayai untuk membuatkan hantaran pengantin karena sering membantu pekerjaan tersebut.
6. Menerapkan ilmu yang diperoleh sewaktu magang atau bekerja dengan orang lain.
   Contohnya koki restoran yang membuka usaha sendiri di rumah.
7. Keisengan bereksperimen yang menghasilkan karya tak terduga.
   Contohnya memanfaatkan barang bekas untuk hiasan unik.

11.5.2 Contoh Ide Usaha

Beraneka ragam contoh ide usaha:

- Kios buku bekas.

Gambar 11.1: Kios buku bekas. Sumber: Jendela360.com

- Menjual frozen food.

Gambar 11.2: Aneka Frozen Food. Sumber; bangizaltoy.com

- Kuliner tahu bakso mercon.

Gambar 11.3: Tahu bakso Mercon. Sumber: @kedaikakrosebeciro

- Layanan jasa printing.

Gambar 11.4: Jasa Printing. Sumber: go.ukm.id

Bab 12

Technopreneur dan Inspirasi

12.1 Orang Terkaya Di Dunia

Founder dan CEO Tesla, Elon Musk, kembali merebut gelar orang terkaya dunia dari Bos Amazon, Jeff Bezos, hanya sehari setelah saham perusahaannya kembali melonjak pada perdagangan Selasa (12/1). Sebelumnya Jeff Bezos kembali menjadi orang terkaya dunia pada hari Senin, setelah posisi itu direbut Muks pada hari Jumat. Namun hanya bertahan sehari, Musk kembali mengambilnya" (Kontan.co.id, 2021).

Beberapa waktu terakhir Jagat Dunia Maya diramaikan dengan berita bahwa Urutan Orang Terkaya di Dunia berganti terutama yang berada pada nomor satu, tidak lagi nama-nama yang dahulu biasa kita kenal seperti Steve Jobs, Bill Gates atau yang lainnya. Perubahan ini disebabkan oleh dinamika Perkembangan Bisnis di seluruh Penjuru Dunia. Jika kita Ketik pada halaman pencarian Google "Orang Terkaya di Dunia"maka akan muncul beberapa nama-nama baru namun sudah mulai tidak asing di telinga kita karena nama-nama tersebut sudah sangat sering dibicarakan khalayak Ramai akhir-akhir ini. Berdasarkan pencarian tersebut, beberapa Nama yang muncul adalah seperti Jeff Bezoz, Elon Musk, Mark Zuckerberg Serta beberapa nama lainnya. Kekayaan mereka sangat menginspirasi banyak orang untuk bercita-cita seperti mereka juga.

Jika kita coba lebih menggali informasi tentang nama-nama tersebut kearah yang lebih spesifik seperti perusahaan apa yang mereka miliki, maka umumnya mereka memperoleh hasil kekayaan mereka tersebut melalui perusahaan-perusahaan yang mereka garap sendiri. Mayoritas Perusahaan mereka bergerak pada bidang teknologi. Seperti contohnya Bill Gates, ia adalah pendiri perusahaan Microsoft di mana perusahaan ini bergerak pada penyedia Sistem Operasi Komputer yang dimiliki oleh mayoritas pemakai Komputer atau Laptop diseluruh dunia. Selanjutnya adalah Jeff Bezos Yang mana ia adalah pendiri perusahaan Amazon yang merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang Ritel Online, dan selanjutnya yaitu Elon Musk, ia juga telah memiliki sejarah panjang di beberapa perusahaan teknologi besar di dunia.

Pada Bab ini kita tidak akan hanya membahas nama-nama tersebut diatas, namun akan lebih banyak lagi dan akan disebutkan nanti pada pembahasan selanjutnya. Nama-nama yang sudah tersebut di atas di zaman sekarang mereka biasa disebut dengan sebutan Technopreneur atau dalam istilah lain disebut dengan Pengusaha dalam bidang teknologi. Sebelum kita membahas lebih jauh mengenai technopreneur ini, perlu kiranya kita mulai mencoba memahami apa itu technopreneur ataupun technopreneurship.

12.2 Perbedaan Technopreneurship Dengan Yang Lain

Siapa yang tak kenal Aplikasi Ruang Guru, Kehadirannya merubah dinamika Sistem Belajar Mengajar yang sudah lama ada. Aplikasi ini hadir merubah proses belajar mengajar yang sebelumnya kaku serta belum berubah banyak dari tahun ketahun menjadi berubah secara drastis, sistem yang mengharuskan pengajar dan yang diajar wajib hadir secara tatap muka ditempat yang sama, serta tidak adanya kebebasan pilihan waktu dalam "konsumsi produknya". Ruang Guru membuat semua hal yang disebutkan tadi menjadi bergeser ke arah yang lebih dibutuhkan oleh masyarakat. Bagaimana tidak, Ruang Guru membuat sistem Belajar mengajar menjadi tidak terbatas Ruang dan Waktu tanpa meninggalkan konsep interaktifnya melalui Aplikasi mereka. Siswa lebih bisa memilih belajar sesuai waktu yang mereka inginkan, mereka bisa memilih tenaga pengajar yang mereka inginkan, dan banyak lagi yang membuat ruang guru menjadi pilihan baru dalam dunia pendidikan.

Ruang Guru merupakan salah satu bentuk Technopreneurship. Lalu, apa itu technopreneurship? Kenapa dia tidak disebut seperti entrepreneurship saja? Apa perbedaannya dengan Entrepreneur lainnya?

"Technopreneur salah satu bagian dari perkembangan berwirausaha (entrepreneur) memberikan gambaran berwirausaha dengan menggunakan inovasi basis teknologi. Konsep technopreneur didasarkan pada basis teknologi yang dijadikan sebagai alat berwirausaha, misalnya munculnya bisnis aplikasi online, bisnis security system, dsb."(Martiah, 2017). Berdasarkan penjelasan tersebut Technopreneur merupakan Sebuah bisnis yang tidak terlepas dari pemanfaatan teknologi dalam pergerakannya. Adapun pandangan lain, Technopreneurship adalah "Entrepreneurship untuk bidang teknologi memiliki istilah technopreneurship di mana di dalamnya terdapat karakteristik yang spesifik untuk bidang teknologi, yaitu skill yang tinggi dibidang teknologi, kreatif, inovatif, dinamis, berani tampil beda dan selalu mencoba untuk mendefinisikan ulang ekonomi digital yang sifatnya dinamis" (Nurfaizal, 2014). Pada penjelasan tersebut kita dapat menemukan juga bahwa selain Bisnis yang bergerak pada bidang teknologi maka technopreneur juga akan berbicara tentang inovatif.

Berdasarkan beberapa penjelasan mengenai Technopreneur diatas dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya Technopreneur merupakan seorang entrepreneur yang bergerak dalam bidang teknologi dan Technopreneurship merupakan kajian tentang pelaku bisnis yang bergerak pada bidang teknologi. Lalu, Setelah kita tahu apa itu Technopreneurship tentu kita perlu mempelajari lebih lanjut Apa yang membedakan Technopreneurship dengan Entrepreneur lainnya.

Terkait penyebutan entrepreneur itu sendiri, Sebenarnya terdapat istilah lain untuk mengklasifikasikan Entrepreneur itu berdasarkan jenis usaha yang digelutinya. Sebut saja seperti *Sociopreneur* yang merupakan singkatan dari social entrepreneur di mana artinya adalah seseorang yang mengetahui dan mau mengerti permasalahan sosial dan menggunakan kemampuan kewirausahan untuk mengatur, membuat, dan mengelola suatu usaha guna melakukan serta membawa perubahan sosial, terutama di bidang kesejahteraan, pendidikan, dan kesehatan (Prayogo et al., 2017). Lalu Berikutnya terdapat juga istilah *Ecopreneur* yang biasa juga dikenal dengan "Keterampilan kewirausahaan berbasis lingkungan" (Suharjuddin, Widiansyah and Yohamintin, 2020). Dan istilah berikutnya adalah foodpreneur,yang mana "merupakan istilah bagi para pemuda yang bergerak dalam bidang kuliner atau makanan, mulai berjualan dari

pintu ke pintu sampai mendirikan kafe di berbagai lokasi yang strategis" (Murdafasmi et al., 2020). Jika ditelusuri lebih jauh sebenarnya masih banyak lagi sebutan entrepreneur berdasarkan jenis usaha yang mereka geluti.

12.3 Technopreneur, Anak Muda Dan Inovasi

"PT. Fliptech Lentera Inspirasi Pertiwi (Flip) merupakan salah satu penyedia layanan transfer gratis antar bank. Jika biasanya transfer beda bank akan dikenakan biaya admin mulai Rp 3.000 hingga Rp 7.500, Flip tidak menarik biaya sepeserpun. Lalu, dari mana Flip dapat keuntungan? Business Development Manager Flip.id, Kemal Ardiansyah mengatakan, keuntungan Flip didapat dari beberapa sumber. Sumber pertama adalah biaya administrasi dari transfer nominal di atas Rp 5 juta" (Ulya, 2020).

Itulah tadi cuplikan berita yang membahas tentang aplikasi Flip. Lalu apa itu flip? Kenapa mereka masuk dalam pembahasan pada bab ini?.Jika ditelusuri ke website resmi dari aplikasi flip itu sendiri, maka kita akan menemukan pernyataan bahwa "Flip adalah aplikasi untuk melakukan transfer antar bank tanpa biaya. Sampai saat ini Flip telah membantu masyarakat Indonesia menghemat miliaran rupiah dari biaya transfer antar bank. Flip bekerja sebagai jembatan transaksi antar bank. Kamu cukup melakukan transfer terlebih dahulu ke rekening Flip yang sama dengan bank yang kamu miliki. Kemudian kami akan meneruskan uangmu ke rekening tujuan" (flip.id, 2021).

Alasan lain kenapa flip menjadi pembahasan disini adalah karena flip dibuat oleh anak muda sehingga diharap dapat juga memberikan inspirasi bagi anak-anak muda lainnya. Flip didirikan oleh 3 sekawan yaitu Raffi Putra Arriyan, Lukman Sungkar, dan Ginanjar Ibnu Solikhin. Mereka telah menginisiasi Flip sejak 2015 disaat mereka masih berstatus sebagai mahasiswa, barulah setelah tamat kuliah mereka mulai menseriuskan aplikasi ini menjadi sebuah bisnis. Flip dibangun berdasarkan permasalahan yang mereka temui sehari-hari. Ide membangun Flip muncul disaat mereka masih menjadi mahasiswa, di mana saat itu mereka sering merasakan kerugian atas biaya transfer sebesar Rp. 6.500,- pada setiap transaksi antar bank walaupun transaksi yang mereka lakukan dalam nominal kecil.

Lalu Kenapa Flip menjadi pembuka pembahasan kali ini? Studi Kasus Flip menjadi contoh kuat terkait hubungan antara Technopreneur, Anak Muda dan Inovasi. Pada Zaman sekarang mudah sekali kita menemukan Nama-nama CEO, Pendiri, Pimpinan perusahaan yang berasal dari kalangan Muda, bertolak belakang sekali dengan dahulu di mana seorang pemimpin maupun pemilik perusahaan itu selalu dijumpai orang-orang yang sudah berumur. Anak muda lebih mudah bergerak, lebih gila dalam berada dan tidak telalu banyak beban untuk bertindak, itu makanya anak muda sekarang banyak dijumpai mendominasi dunia bisnis.

Sebut saja Nama Achmad Zacky yang merupakan pendiri dan CEO dari situs e-commerce Bukalapak walaupun sejak 2019 ia sudah mengundurkan diri dari perusahaan yang ia rintis, ia memulai bukalapak sejak 2010 di mana saat itu ia masih berumur 24 tahun. Lalu ada nama Nadiem Makarim, pendiri Gojek yang merupakan sebuah perusahaan transportasi dan penyedia jasa berbasis daring yang sudah berkembang ke beberapa negara di Asia Tenggara. Nadiem mendirikan gojek pada 2010 pada umur 26 tahun. Ada juga duet dari Adamas Belva Syah Devara dan Muhammad Iman Usman sebagai pendiri RuangGuru, mereka masih berada pada kisaran umur 24 tahun. Dan masih banyak lagi tokoh-tokoh menginspirasi lainnya yang nanti akan kita urai pada penjelasan berikutnya.

12.4 Technopreneur Dan Hadirnya Internet

Kilas balik ke tahun 1994, di mana Jeff Bezos baru mau mendirikan Amazon kala itu. Tepatnya, Juli 1994, bagaimana kondisi dunia saat itu? Internet yang saat ini begitu diagungkan setiap orang dan bisa dijangkau, ternyata di tahun 1994, internet menjadi sesuatu yang mahal. Data dari World Bank menyebutkan, hanya ada 0,447 persen masyarakat di dunia yang memiliki akses internet saat itu. Meski tahun itu internet sudah ada, koneksinya belum secepat saat ini dan sistemnya dial up alias nyambung dengan telepon. Otomatis, pembayaran internet akan bakal jadi satu dengan pembayaran tagihan telepon rumah. Saat perusahaan Amazon sedang didirikan, sebenarnya sudah ada perusahaan penjual buku online di Amerika, yaitu Powell.com. Sementara itu,

Pizza Hut juga sudah meluncurkan order pizza online. Tapi, tetap saja, di masa depan Amazon jadi yang paling top di antara yang lain (Sukandar, 2019).

Perkembangan internet tidak bisa dilepaskan dengan berkembangnya jumlah Technopreneur. Sebelum berkembangnya internet seperti yang kita kenal luas seperti sekarang, para Pebisnis di bidang teknologi sudah mulai ada namun tidak sebanyak seperti sekarang. Sebut saja Microsoft (Microsoft Corporation) sebuah perusahaan yang didirikan oleh Bill Gates dan Paul Allen pada tanggal 4 April 1975. Nokia (Nokia Corporation) sebuah perusahaan yang kita kenal dengan cikal bakal perkembangan Handphone zaman sekarang, perusahaan ini awalnya pada 1865 sebagai perusahaan bubur kertas (pulp) yang pada tahun 1970an baru mencoba memulai merintis pabrikan telepon seluler.

Setelah adanya internet, jumlah para pengusaha dibidang teknologi berkembang pesat akibat dari hal-hal positif perkembangan internet tersebut. Mudahnya arus informasi sampai ke setiap orang, mudahnya komunikasi terjalin, serta tersebarnya peluang menyampaikan pendapat, konsep serta gagasan ke setiap orang di manapun ia berada. Amazon selaku perusahaan pelopor e-commerce di dunia yang didirikan pada 1994 merupakan perusahaan yang hadir karena memanfaatkan perkembangan jaringan internet. Lalu ada juga Google (Google LLC) sebuah perusahaan yang berfokus pada jasa dan produk Internet yang didirikan pada 1998 di mana pada tahun-tahun tersebut bisa disebut juga masa-masa awal perkembangan internet.Selanjutnya ada perusahaan Paypal (PayPal Inc.) yang merupakan perusahaan online (dalam jaringan) yang berfokus pada penyedia jasa transfer uang melalui surat elektronik, yang menggantikan metode lama yang masih menggunakan kertas, seperti cek dan wesel pos. PayPal pun didirikan pada 1998. Lalu, jika kita tarik benang merah dari masa tersebut sampai ke masa sekarang, Perusahaan teknologi yang berkembang pesat sekarang banyak disebabkan oleh perkembangan internet tersebut.

12.5 Alasan Dibalik Munculnya Perusahaan Teknologi (Technopreneurship)

Traveloka (PT Trinusa Travelindo) adalah sebuah perusahaan yang memfokuskan jalannya usaha mereka dengan memanfaatkan Internet, Traveloka yang telah berdiri sejak tahun 2012 ini menyediakan layanan jasa pemesanan tiket pesawat dan hotel secara online yang berfokus pada perjalanan domestik di Indonesia. Traveloka didirikan pada 2012 oleh Ferry Unardi, Derianto Kusuma, dan Albert Zhang.

Terdapat Alasan menarik dan simpel dibalik munculnya perusahaan Traveloka ini, alasan yang didasarkan pada pengalaman yang dirasakan langsung oleh salah satu pendirinya. Ide sehingga munculnya ide Traveloka adalah disaat Ferry Unardi yang sering mengalami kesulitan dalam pemesanan pesawat, terutama disaat dia ingin pulang ke Padang, Indonesia, dari Amerika Serikat. Dapat dibayangkan bagaimana sulitnya pada masa dahulu penumpang memastikan secara manual jadwal penerbangan serta mencocokkannya dengan waktu transit di beberapa bandara selama dalam masa perjalanan dari amerika ke padang. Akibat dari kehadiran Traveloka sekarang, masyarakat sangat dimudahkan dalam urusan penerbangan dengan hanya perlu memilih tempat keberangkatan dan memilih tempat tujuan pendaratan maka aplikasi akan memberikan beberapa rekomendasi terbaik terkait perjalanan kita tersebut.

Lain lagi dengan Gojek (PT Aplikasi Karya Anak Bangsa). Perusahaan yang didirikan oleh Nadiem Makarim pada tahun 2010 ini juga muncul berdasarkan pengalaman pribadi yang ia rasakan sendiri. Ide mendirikan Gojek muncul saat ia bekerja sebagai Co-Founder dan Managing Director Zalora Indonesia dan Chief Innovation Officer Kartuku saat ia menggunakan transportasi ojek hampir setiap hari ke tempat kerjanya untuk menembus kemacetan di Jakarta Ia melihat fenomena tukang ojek (pangkalan) yang hanya menghabiskan waktu mangkal menunggu penumpang setiap harinya di pangkalan ojeknya. Lalu Nadiem melihat hal tersebut sebagai sebuah kegiatan yang tidak produktif disaat mereka membutuhkan penghasilan, namun disisi lain Ojek merupakan salah satu transportasi yang bisa menjadi solusi disaat macet.

Dari fenomena yang ia rasakan tersebut, maka Nadiem mengembangkan aplikasi Gojek sebagai solusi dalam mempertemukan Penumpang yang

membutuhkan ojek dengan Pengemudi Ojek. Maka pada 2010 Nadiem Makarim memulai Usaha Gojek dengan modal kerjasama dengan 20 Tukang Ojek dan Sistem Call Center dan sejak itu Gojek menjadi salah satu perusahaan terbesar di Indonesia bahkan sudah masuk ke beberapa negara di Asia Tenggara.

“Lantas dia menemukan sebuah gagasan. Terilhami dari kehidupan konsumtif masyarakat Indonesia, dia ingin menciptakan sesuatu yang bermanfaat bagi banyak orang. Dia mengaku kesal dengan aktivitas warga di dunia maya yang hanya bermain di sosial media. Jumlahnya pun tidak main-main: 50 juta per hari. Dongkolnya, semua aktivitas itu hanya konsumtif belaka. Apalagi dia melihat kalau pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah saat itu belum melek pemasaran, manajemen, dan teknologi. Akhirnya pada akhir 2009 bersama teman lamanya, Nugroho Herucahyono, ia merintis start up Bukalapak.com.

"Saya sempat melihat daftar website e-commerce di Indonesia, tapi ternyata tidak ada satupun perusahaan e-commerce yang besar," kata dia.” (Bukalapak.com, 2021). Pernyataan tersebut merupakan cuplikan atas alasan berdirinya perusahaan Bukalapak (PT Bukalapak.com). Perusahaan yang didirikan oleh Achmad Zaky, Nugroho Herucahyono, dan Muhamad Fajrin Rasyid sejak tahun 2010. Bukalapak sendiri pada mulanya merupakan toko online yang memungkinkan para pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) untuk merambah ke dunia maya.

Dari beberapa perusahaan teknologi yang besar di Indonesia tersebut ditemukan alasan utama pendiriannya didasarkan pada pemecahan masalah yang ada di masyarakat, sehingga produk yang dihasilkan ataupun diciptakan akan cepat dikonsumsi dan dibutuhkan terus oleh masyarakat. Hal tersebut juga yang menyebabkan perusahaan ini dapat menjadi besar dengan cepat.

12.6 Orang Terkaya Di Dunia & Technopreneur

Dilansir dari situs Bloomberg Billionaires Index yang mana situs ini adalah situs yang melakukan pemeringkatan harian orang terkaya di dunia. Situs yang sudah mulai beroperasi sejak Maret 2012 ini melacak kekayaan bersih dari 500 orang terkaya di dunia (Bloomberg reporting, 2021). Maka didasarkan pada data yang

ditampilkan pada situs tersebut didapatkan data 10 orang terkaya di dunia per tanggal 8 Februari 2021 sebagai berikut:

Rank	Name	Total net worth	$ Last change	$ YTD change	Country	Industry
1	Elon Musk	$203B	+$607M	+$32.3B	United States	Technology
2	Jeff Bezos	$195B	+$1.15B	+$5.17B	United States	Technology
3	Bill Gates	$135B	+$462M	+$3.23B	United States	Technology
4	Bernard Arnault	$113B	+$2.21B	-$1.15B	France	Consumer
5	Mark Zuckerberg	$102B	+$592M	-$1.94B	United States	Technology
6	Larry Page	$96.3B	+$1.44B	+$13.9B	United States	Technology
7	Sergey Brin	$93.1B	+$1.38B	+$13.3B	United States	Technology
8	Zhong Shanshan	$90.6B	-$1.10B	+$12.4B	China	Diversified
9	Warren Buffett	$89.3B	-$89.7M	+$1.67B	United States	Diversified
10	Steve Ballmer	$87.1B	+$88.3M	+$6.72B	United States	Technology

Gambar 12.1: Daftar 10 Orang terkaya di Dunia dalam 500 orang terkaya di Dunia Versi Bloomberg Billionaires Index

Berdasarkan data tersebut kita bisa melihat bahwa 7 dari 10 orang terkaya di dunia merupakan Technopreneur atau pebisnis yang bergerak pada bidang teknologi.

Berikut kita ulas satu-persatu perusahaan dari para technopreneur tersebut.

1. Elon Musk ($203b) - Teknologi
   “Walaupun SN9 meledak seperti yang terjadi dengan SN8, SpaceX percaya diri menganggap uji terbang ini sebagai peningkatan. Prototipe berikutnya, SN10 akan diujicobakan saat SN9 telah mengudara. Menurut John Insprucker dari uji terbang roket-roket ini pihaknya mendapatkan sejumlah data bagus. "Kami mendapatkan banyak data bagus dan tujuan utama untuk mendemonstrasikan pengontrol kendaraan dan masuknya subsonic," kata Insprucker. Prototipe roket itu dibangun dengan bahan stainless steel, yang mewakili versi awal pesawat roket yang diinginkan oleh CEO SpaceX, Elon Musk. SpaceX sendiri mencoba mengembangkan Starship dengan tujuan dapat meluncurkan pesawat untuk mengangkut kargo dan sekitar 100 orang dalam misi ke Bulan dan Mars.” (Arbar, 2021). ini merupakan cuplikan berita tentang Elon Musk yang sedang mempersiapkan roket untuk membawa manusia ke planet mars.

Sejalan dengan cuplikan berita tersebut, Peringkat Pertama Orang terkaya di dunia dipegang oleh Elon Musk dengan total kekayaan $203B (Rp2.845.684.450.000.000,- dengan kurs Rp.14.009) Pria yang lahir di Afrika Selatan, 28 Juni 1971 memiliki banyak perusahaan dibidang teknologi dari awal perjalanan karirnya. Memulai karirnya Elon Musk bersama adiknya Kimbal Musk mendirikan Zip2, perusahaan perangkat lunak web. Perusahaan ini bergerak pada pengembangan dan pemasaran "panduan kota" Internet untuk industri penerbitan surat kabar, namun setelah berhasil ia menjual perusahaannya pada tahun 1999. Setelahnya Elon Musk menggunakan hasil penjualan Perusahaan Zip2 untuk mendirikan layanan keuangan dalam jaringan bernama X.com yang tak lama berubah menjadi Paypal yang merupakan layanan internet yang berfokus pada urusan transfer uang.

Elon Musk lalu mendirikan perusahaan ketiganya pada tahun 2002, sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang pengembangan dan produsen Wahana Luncur Antariksa (roket) di mana perusahaan tersebut dinamai dengan Space Exploration Technologies (SpaceX). Tak hanya sampai disitu, Elon Musk juga tercatat sebagai pendiri Perusahaan Mobil Listrik Tesla sejak tahun 2003, mobil yang tengah digandrungi oleh orang kaya di dunia karena merupakan mobil masa depan yang tidak bergantung pada bahan bakar fosil.

Selain itu sejak 2014 Elon musk juga tercatat sebagai pemilik perusahaan SolarCity, di mana SolarCity adalah penyalur sistem tenaga surya terbesar di Amerika Serikat. Pada Tahun 2013 Elon Musk Meluncurkan perusahaan Hyperloop, sebuah perusahaan yang fokus pada Transportasi Jarak jauh yang mampu membawa penumpang dengan sangat cepat. Pada Desember 2015, Elon Musk kembali mengumumkan pendirian perusahaan baru yaitu OpenAI, sebuah perusahaan yang berfokus pada riset kecerdasan buatan nirlaba (AI). OpenAI bertujuan untuk mengembangkan kecerdasan buatan dengan cara yang aman dan dapat bermanfaat besar bagi seluruh umat manusia.

2. Jeff Bezos ($195b) - Teknologi

   “Jeff Bezos pada pekan ini ramai jadi topik pemberitaan setelah dia memutuskan resign dari jabatannya sebagai CEO Amazon. Pria 57 tahun

itu meninggalkan Amazon untuk fokus pada Blue Origin, perusahaan yang juga dia kembangkan, yang khusus bergerak dibidang antariksa Menurut laporan terbaru Majalah Forbes, Jeff Bezos memiliki kekayaan USD 196 miliar. Berdasarkan kurs hari ini, angka tersebut setara dengan Rp 2.753.417.800.000.000, atau 2.753 triliun." (Wahyudi, 2021). Dari cuplikan berita tersebut didapat informasi bahwa Jeff Bezos sudah tidak lagi menjadi CEO Amazon namun ia masih masuk kedalam daftar orang terkaya di dunia.

Jeffrey Preston Bezos atau biasa dikenal dengan nama Jeff bezos lahir pada 12 Januari 1964, ia merupakan orang terkaya kedua di dunia, dengan total kekayaan $195B (Rp. 2.733.597.750.000.000,- dengan kurs Rp. 14.009,-). Jeff Bezos juga tercatat memiliki karir di beberapa perusahaan teknologi. Pada tahun 1994 ia mendirikan Amazon.com, perusahaan yang bergerak pada situs belanja online. Selanjutnya di tahun 2004, Bezos juga mendirikan perusahaan Blue Origin di mana perusahaan ini bergerak pada bidang penerbangan sipil luar angkasa.

3. Bill Gates ($135b) - Teknologi

   William Henry "Bill" Gates III lahir di Seattle, Washington, 28 Oktober 1955. Ia Adalah seorang pebisnis asal Amerika Serikat, serta mantan CEO Microsoft, sebuah perusahaan perangkat lunak yang ia dirikan bersama rekannya Paul Allen. Microsoft ini didirikan oleh Bill Gates dan Paul Allen pada 1975 di mana perusahaan ini merupakan perusahaan pembuat perangkat lunak terbesar di dunia. Bill gates menempati peringkat ketiga orang terkaya di dunia dengan total kekayaan sebesar $135B (Rp. 1.891.431.000.000.000,- dengan kurs Rp.14.009,-). Pada Tahun 2000 ia dan istrinya membentuk yayasan amal Bill & Melinda Gates Foundation, yang saat ini merupakan yayasan amal yang beroperasi secara transparan dan merupakan salah satu yayasan amal terbesar di dunia.

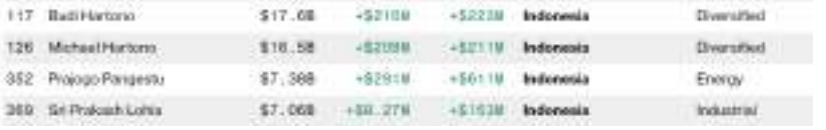
4. Bernard Arnaut ($11b) – Barang Konsumer

   Bernard Jean Étienne Arnault, lahir pada 5 maret 1949. Ia merupakan pebisnis dan kolektor seni asal Prancis. Ia merupakan chairman dan CEO dari LVMH Moët Hennessy – Louis Vuitton SE, LVMH, produsen barang mewah terbesar di dunia. Kekayaan totalnya sebesar $113B (Rp.

1.583.197.800.000.000,- dengan kurs Rp.14.009,-) membuat ia menempati posisi 4 orang terkaya di dunia. Namun Bernard Arnaut tidak termasuk kedalam kategori Technopreneur.

5. Mark Zuckerberg ($102b) - Teknologi
   Mark Elliot Zuckerberg Lahir pada 14 Mei 1984 di mana ia merupakan seorang programmer komputer dan pengusaha Internet melalui perusahaan yang ia kembangkan bersama teman sekelasnya Dustin Moskovitz, Eduardo Saverin, dan Chris Hughes sewaktu ia berkuliah di Harvard University pada tahun 2004. Perusahaan yang mereka rintis dikenal dengan nama Facebook. Melalui Facebook, mark Zuckerberg menempati posisi kelima orang terkaya di dunia dengan kekayaan sebesar $102B (Rp. 1.429.081.200.000.000,- dengan kurs Rp. 14.009,-).
6. & 7 & Larry Page ($96.3b) & Sergey Brin $96.1b) - Teknologi
   Lawrence Edward "Larry" Page lahir di Michigan pada 26 Maret 1973 dan temannya Sergey Brin lahir di Moscow,21 Agustus 1973. Mereka berdua merupakan pendiri dari mesin pencari internet Google. Melalui perusahaan tersebut mereka masing-masing dinobatkan menjadi orang terkaya nomor 6 dan nomor 7 di dunia dengan masing-masing kekayaan sebesar $96.3B (Rp. 1.349.268.930.000.000,-dengan kurs Rp. 14.009,-) untuk Larry Page dan sebesar $96.1B (Rp. 1.346.466.710.000.000,- dengan kurs Rp. 14.009,-) untuk Sergey Brin.
8. Zong Shanshan ($90.6b) – Diversifikasi Usaha
   Zhong Shanshan merupakan seorang pria kelahiran 1954 di Tiongkok, ia adalah seorang pengusaha dan miliuner asal Tiongkok yang memiliki perusahaan Nongfu Spring yaitu perusahaan minuman terbesar di Tiongkok. Ia juga disebut memiliki perusahaan raksasa farmasi Tiongkok 'Wantai'. Sehingga Pada September 2020, ia dinobatkan menjadi orang terkaya di Tiongkok serta menjadi orang terkaya di Asia menyalip Mukesh Ambani yang merupakan seorang pengusaha asal India. Namun ia tidak masuk kedalam kategori technopreneur berdasarkan klasifikasi usaha yang ia lakukan Total Kekayaan Zong Shansan adalah sebesar Rp. $90.6B (Rp. 1.269.541.560.000.000,- dengan kurs Rp. 14.009,-).

9. Warren Buffet ($89.3b) – Diversifikasi Usaha
   Warren Edward Buffett lahir di Amerika Serikat pada 30 Agustus 1930, ia merupakan seorang investor, pengusaha, dan pilantropis asal Amerika Serikat. Dia dikenal sebagai investor tersukses di dunia. Melalui perusahaannya Berkshire Hathaway, Buffett menjabat sebagai komisaris, direktur utama, dan sekaligus pemegang saham terbesar disana. Ia merupakan orang terkaya kedelapan di dunia dengan total kekayaan $89.3B (Rp. 1.251.325.180.000.000,-dengan kurs Rp. 14.009,-). Warren Buffet tidak dikenal sebagai Technopreneur namun lebih kepada investor.
10. Steve Balmer ($87.1b) – Teknologi
    Steven Anthony Ballmer adalah seorang pria 64 tahun (1965). Steve Balmer menjabat sebagai CEO Microsoft Corporation dari 2000 hingga 2014.Ia sudah bergabung dengan Microsoft sejak 1980, dan kemudian menggantikan Bill Gates sebagai CEO. Total Kekayaan yang dimilikinya adalah sebesar $87.1B (Rp. 1.220.497.460.000.000,-dengan kurs Rp. 14.009,-). Berdasarkan Jumlah kekayaan tersebut, ia dinobatkan sebagai orang terkaya kesepuluh di dunia.



117	Budi Hartono	$17.6B	+$210M	+$223M	Indonesia	Diversified
126	Michael Hartono	$16.5B	+$208M	+$211M	Indonesia	Diversified
352	Prajogo Pangestu	$7.36B	+$29.1M	+$61.1M	Indonesia	Energy
369	Sri Prakash Lohia	$7.06B	+$8.27M	+$153M	Indonesia	Industrial

Gambar 12.2: Daftar Orang terkaya di Indonesia dalam 500 orang terkaya di Dunia versi Bloomberg Billionaires Index

Melalui sumber data yang sama, kami mencoba melihat pengusaha asal Indonesia dalam 500 index orang terkaya di dunia tersebut. Maka didapatlah data di mana terdapat 4 orang pengusaha asal Indonesia namun mereka tidak berasal dari kategori Technopreneur.

12.7 Technopreneur dan Inspirasi

Setelah memahami bab ini dan meliah contoh-contoh para technopreneur yang disajikan, maka berbicara tentang bisnis ataupun usaha merupakan suatu upaya untuk menciptakan sebuah produk dan jasa yang dibutuhkan oleh orang banyak terkhusus pada bidang teknologi. Maka dari itu produk-produk yang diciptakan

dapat berupa produk teknologi itu sendiri ataupun pergerakan bisnisnya memanfaatkan teknologi. Pergerakan technopreneurship akhir-akhir ini sangatlah cepat dikarenakan kehadiran internet. Semua hal seperti rintangan waktu, Bahasa, daerah tempat tinggal tidaklah menjadi hambatan berarti lagi bagi dunia bisnis. Selain itu technopreneurship merupakan sebuah peluang baru untuk mengurangi angka pengangguran karena perusahaan teknologi yang berhasil bertahan dan berkembang biasanya akan membutuhkan tenaga kerja untuk menjalankan bisnisnya. Disisi lain perusahaan teknologi juga dapat membantu orang lain yang juga bersentuhan langsung maupun tidak langsung dengan bisnis utamanya.

Hal lain yang dapat dipelajari pada bab ini adalah banyak sekali inspirasi yang dapat diambil apabila kita mau menggali lebih dalam masing-masing perusahaan teknologinya ataupun jika kita mau mempelajari pelaku perusahaan teknologi itu sendiri kita juga bisa mendapatkan inspirasi. Kisah naik turun dalam memperjuangkan bisnisnya, bagaimana niat mulia dalam memulai bisnisnya hingga dampak sosial dari kesuksesan dan kekayaan yang langsung didapat dari aktivitas bisnisnya itu sendiri. Semoga semakin banyak muncul para technopreneur handal dari sekitar kita dan semakin banyak kehidupan yang terbantu dari bisnis-bisnis yang sudah ada maupun bisnis yang akan muncul di masa depan.

Bab 13

Pendidikan Kewirausahaan

13.1 Pendahuluan

Pada Tahun 1995, pemerintah mengambil kebijakan untuk meningkatkan pengembangan budaya kewirausahaan kepada seluruh masyarakat dan bangsa Indonesia dengan cara mengembangkan program-program kewirausahaan. Gerakan pengembangan pendidikan kewirausahaan ini mulai diprogramkan melalui lembaga pendidikan, baik dalam bidang pendidikan dasar, menengah dan pendidikan tinggi, serta organisasi pemerintah maupun swasta. Lembaga pendidikan mempunyai tugas menyiapkan sumber daya manusia yang dapat berusaha dan menciptakan usaha demi untuk pembangunan.

Perkembangan zaman yang selalu memunculkan persoalan-persoalan baru dan tidak pernah terpikirkan sebelumnya menuntut lulusan lembaga pendidikan harus siap menciptakan usaha untuk dapat menghadapi setiap perubahan. Pendidikan memiliki peran penting dalam pengembangan manusia seutuhnya dan pembangunan masyarakat Indonesia seluruhnya. Pengembangan manusia harus dilakukan secara utuh, yang mencakup pengembangan daya pikir, daya fisik, dan penguasaan ilmu pengetahuan, teknologi, seni serta olahraga (Slamet, 2011).

Pada suatu negara yang sedang berkembang peranan wirausaha tidak dapat diabaikan karena mendukung dalam pembangunan. Suatu bangsa akan berkembang lebih cepat apabila rakyatnya memiliki para wirausahawan yang

dapat berkreasi dan melakukan inovasi secara optimal, yaitu mewujudkan gagasan-gagasan baru menjadi kegiatan yang nyata dalam setiap usahanya.

Untuk menumbuhkan ketertarikan pada kegiatan wirausaha, peran pendidikan sangatlah penting. Pendidikan kewirausahaan harus diberikan dan dimasukkan sebagai salah satu mata pelajaran dalam kegiatan belajar mengajar mulai dari tingkatan satuan pendidikan dari tingkat SD, SMP, SMA, dan Perguruan Tinggi. Pendidikan kewirausahaan ini akan memberikan pengetahuan untuk membentuk mental wirausaha sejak dini dengan harapan di masa depan menghasilkan wirausaha-wirausaha muda penerus bangsa yang kreatif dan inovatif, karena kewirausahaan itu sendiri merupakan suatu sikap dan kemampuan seseorang untuk menghasilkan sesuatu yang baru yang memiliki nilai guna, baik buat dirinya maupun orang lain. Pendidikan kewirausahaan di lembaga pendidikan bukan berarti pendidikan untuk membuka usaha (bisnis), melainkan harus dimaknai sebagai pendidikan untuk membangun karakter wirausaha, pola pikir wirausaha, dan perilaku wirausaha bagi peserta didik atau mahasiswa. Materi pendidikan kewirausahaan dapat diintegrasikan pada semua mata pelajaran baik di sekolah maupun di perguruan tinggi untuk menghasilkan lulusan yang memiliki karakter siap untuk berusaha, membuka usaha dan memiliki perilaku wirausaha.

Pendidikan kewirausahaan yang diberikan baik di sekolah maupun di perguruan tinggi sangat bervariasi, sehingga para lulusannya dibekali untuk mampu menciptakan dunia kerja yang bervariasi dan diharapkan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Artinya pendidikan kewirausahaan yang diberikan dikembangkan dalam menghadapi globalisasi knowledge economy, dengan menggunakan strategi knowledge based pada pertumbuhan ekonominya sehingga luarannya diharapkan dapat menjadi entrepreneur atau business entrepreneur dan intrapreneur sebagai academic entrepreneur, corporate entrepreneur maupun social entrepreneur.

13.2 Konsep Pendidikan Kewirausahaan

Kata entrepreneurship sering diterjemahkan dengan kata kewirausahaan. Kewirausahaan (entrepreneurship) muncul apabila seseorang individu berani mengembangkan usaha-usaha dan ide-ide barunya. Proses kewirausahaan meliputi semua fungsi, aktivitas dan tindakan yang berhubungan dengan perolehan peluang dan penciptaan organisasi usaha (Suryana, 2007). Menurut

Hakim (2012), bahwa kewirausahaan adalah suatu sikap, jiwa dan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru yang sangat bernilai dan berguna bagi dirinya dan orang lain.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat dinyatakan esensi dari kewirausahaan adalah untuk menciptakan nilai tambah melalui proses pengkombinasian sumber daya dengan cara-cara baru dan berbeda agar dapat bersaing. Dengan demikian, kewirausahaan merupakan sikap mental dan jiwa yang selalu aktif atau kreatif berdaya, bercipta, berkarya dan berusaha dan berusaha dalam rangka meningkatkan pendapatan dan nilai tambah dalam kegiatan usahanya.

Untuk mendapatkan nilai tambah tersebut, Zimmerer (1996), menyatakan dapat diciptakan melalui cara-cara, yaitu:

1. Pengembangan teknologi baru (developing new technology);
2. Penemuan pengetahuan baru (discovering new knowledge);
3. Perbaikan produk (barang dan jasa) yang sudah ada (improving existing products or services);
4. Penemuan cara-cara yang berbeda untuk menghasilkan barang dan jasa yang lebih banyak dengan sumber daya yang lebih sedikit (finding different ways of providing more goods and services with fewer resources).

Mulyani (2011) menjelaskan ada 6 (enam) hakekat pentingnya kewirausahaan, yaitu:

1. Kewirausahaan adalah suatu nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang dijadikan sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, proses dan hasil bisnis.
2. Kewirausahaan adalah suatu nilai yang dibutuhkan untuk memulai sebuah usaha dan mengembangkan usaha.
3. Kewirausahaan adalah suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru (kreatif) dan berbeda (inovatif) yang bermanfaat dalam memberikan nilai lebih.
4. Kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda.
5. Kewirausahaan adalah suatu proses penerapan kreativitas dan keinovasian dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan usaha.

6. Kewirausahaan adalah usaha menciptakan nilai tambah dengan jalan mengkombinasikan sumber-sumber melalui cara-cara baru dan berbeda untuk memenangkan persaingan.

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat dinyatakan kewirausahaan memiliki peranan penting dalam pengembangan kualitas sumber daya manusia. Kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Membangun sikap kewirausahaan pada anak usia dini akan dapat membangun sifat dan karakter yang mandiri, rasa percaya diri dan bertanggung jawab, bila diberikan pendidikan kewirausahaan, baik secara teoritis maupun praktis. Artinya, bahwa kewirausahaan merupakan salah satu cara untuk dapat menumbuhkembangkan suasana akademik dalam pembentukan karakter peserta didik atau mahasiswa dan lulusan sekolah atau perguruan tinggi.

Pembentukan karakter dapat dilakukan melalui pendidikan kewirausahaan. Pendidikan kewirausahaan diharapkan dapat menghasilkan wirausaha baru yang merupakan salah satu jawaban terhadap permasalahan lapangan kerja atau pengangguran yang semakin tinggi. Dalam pendidikan Kewirausahaan ini banyak hal yang dipelajari mulai dari pembentukan mindset untuk berkarya tanpa harus mengandalkan orang lain, bidang usaha apa yang akan dijalani, persiapan apa saja yang harus dipersiapkan sebagai aktivitas awal dalam berusaha, cara memperoleh modal, pemasaran dan sebagainya.

Pendidikan kewirausahaan sangat penting diberikan pada tingkat satuan pendidikan untuk membekali peserta didik maupun mahasiswa dengan berbagai kompetensi dalam bidang kewirausahaan sehingga diharapkan akan membawa manfaat yang besar dalam kehidupannya kelak setelah menyelesaikan studinya. Begitu pentingnya, kewirausahaan diberikan bagi setiap orang guna dapat berusaha untuk dapat membuka usaha sendiri, sehingga pendidikan kewirausahaan merupakan tanggung jawab pemerintah, masyarakat maupun keluarga. Guruvalah, (2003) menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan menjadi tanggung jawab bersama antara keluarga, masyarakat dan pemerintah, karena itu pendidikan berlangsung seumur hidup dan dilaksanakan di dalam lingkungan keluarga, sekolah dan masyarakat, yaitu melalui pendidikan informal (keluarga), formal (sekolah) dan nonformal (masyarakat).

Pengertian pendidikan kewirausahaan menurut pendapat para ahli, sebagai berikut:

1. Pendidikan kewirausahaan adalah program pendidikan yang menggarap aspek kewirausahaan sebagai bagian penting dalam pembekalan kompetensi anak didik (Saroni, 2012).
2. Pendidikan kewirausahaan adalah upaya internalisasi jiwa dan mental kewirausahaan baik melalui institusi pendidikan maupun institusi.lain seperti lembaga pelatihan, training dan sebagainya (2011).
3. Pendidikan kewirausahaan adalah process of transmitting entrepreneurial knowledge and skills to students to help them exploit a business opportunity. Pendidikan kewirausahaan mampu membekali peserta didik dengan berbagai kompetensi kewirausahaan yang nantinya akan membawa manfaat yang besar dalam kehidupannya (Tung, 2011).

Berdasar pendapat di atas, dapat disimpulkan pendidikan kewirausahaan adalah suatu proses atau kegiatan yang dilakukan dalam menginternalisasi mental kewirausahaan, mentransmisi pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan kepada peserta didik melalui lembaga pendidikan formal (sekolah dan perguruan tinggi) maupun lembaga non formal (lembaga pelatihan) yang akan memberikan manfaat bagi kehidupannya dalam upaya memanfaatkan peluang bisnis. Kegiatan pendidikan kewirausahaan dilakukan secara terprogram dan kontinu dalam lembaga pendidikan sehingga peserta didik menguasai secara teori dan praktek tentang kewirausahaan

13.3 Pentingnya Pendidikan Kewirausahaan

Direktorat Jenderal Pembelajaran dan Kemahasiswaan (Ditjen Belmawa) Kemristekdikti sangat sadar akan pentingnya pendidikan kewirausahaan bagi kemajuan sumber daya manusia (SDM) Indonesia untuk menjawab tantangan masa depan. Oleh karena itu, Ditjen Belmawa mempunyai program-program unggulan untuk melaksanakan pendidikan kewirausahaan di antaranya program kreativitas mahasiswa kewirausahaan. Hal ini semua dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan, niat dan motivasi aktivitas kewirausahaan di

kalangan mahasiswa. Selain itu, mata kuliah kewirausahaan merupakan salah satu mata kuliah wajib yang dipelajari di perguruan tinggi.

Pendidikan kewirausahaan penting diajarkan guna mempelajari hal-hal yang berkaitan dengan wirausaha sebagai bekal sebelum memulai suatu bisnis atau usaha. Pendidikan kewirausahaan sangat penting diberikan bagi anak didik. Santika (2017) mengatakan pendidikan kewirausahaan seyogyanya dilakukan sejak dini pada anak melalui tahapan pengenalan. Pendidikan kewirausahaan bagi anak usia dini merupakan pembentukan sikap dan mental kewirausahaan, yaitu menumbuhkembangan rasa percaya diri, berorientasikan tugas dan hasil, belajar mengambil risiko, memiliki sikap kepemimpinan, belajar berorientasi ke masa depan.

Prawirokusumo (1997) mengemukakan bahwa pendidikan kewirausahaan perlu diajarkan sebagai disiplin ilmu tersendiri yang independen, karena:

1. Kewirausahaan berisi body of knowledge yang utuh dan nyata, yaitu ada teori, konsep, dan metode ilmiah yang lengkap.
2. Kewirausahaan memiliki dua konsep, yaitu venture start-up dan venture-growth, ini jelas tidak masuk dalam kerangka pendidikan manajemen umum yang memisahkan antara manajemen dan kepemilikan usaha.
3. Kewirausahaan merupakan disiplin ilmu yang memiliki objek tersendiri, yaitu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda.
4. Kewirausahaan merupakan alat untuk menciptakan pemerataan berusaha dan pemerataan pendapatan.

Ningsih (2017) menyatakan pentingnya pendidikan kewirausahaan diberikan tidak hanya memberikan teori mengenai konsep kewirausahaan tetapi juga membentuk sikap, perilaku dan pola pikir entrepreneur. Pendidikan kewirausahaan dapat membantu peserta didik atau mahasiswa mempersiapkan diri untuk memulai suatu bisnis. Pembekalan keterampilan, pengetahuan penting dan integrasi pengalaman akan dapat membantu mengembangkan dan memperluas bisnis mereka nantinya.

Hakim (2012) menyatakan pendidikan kewirausahaan juga termasuk dalam materi yang harus diajarkan dan dikuasai serta direalisasikan oleh peserta didik dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, pendidikan kewirausahaan adalah usaha terencana dan aplikatif untuk meningkatkan pengetahuan, intensi

atau niat dan kompetensi peserta didik untuk mengembangkan potensi dirinya dengan diwujudkan dalam perilaku kreatif, inovatif dan berani mengelola risiko.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan pendidikan kewirausahaan sangat diperlukan dan diberikan pada lembaga pendidikan formal maupun informal, karena melalui pendidikan kewirausahaan dapat mengarahkan sikap, perilaku, minat dan motivasi serta pola pikir peserta didik atau mahasiswa menjadi seorang entrepreneur. Mahasiswa maupun peserta didik sebagai calon lulusan terdidik (intelektual) perlu didorong dan ditumbuhkan niat serta motivasi untuk berwirausaha (entrepreneurial intention) mengingat persaingan dunia bisnis saat ini dan masa mendatang lebih mengandalkan pengetahuan (knowledge).

Penyelenggaraan pendidikan kewirausahaan di sekolah maupun di perguruan tinggi diharapkan dapat membangun karakter wirausaha, pola pikir wirausaha yang selalu kreatif dan inovatif, menciptakan nilai tambah atau nilai-nilai baik, memanfaatkan peluang dan berani mengambil risiko. Menghadapi tantangan masa depan yang sangat kompetitif, maka perilaku kewirausahaan diperlukan bagi semua bidang pekerjaan atau profesi. Artinya, pendidikan kewirausahaan sangat baik dan relevan untuk diberikan dan diberlakukan kepada semua jenjang pendidikan tanpa memandang bidang ilmu yang dipelajari.

13.4 Tujuan Pendidikan Kewirausahaan

Dalam setiap pelaksanaan kegiatan pasti selalu ada tujuan yang hendak dicapai yang akan mendatangkan manfaat dari hasil kegiatan tersebut, begitu pula pada pelaksanaan pendidikan kewirausahaan. Wibowo (2011) menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan merupakan upaya menginternalisasikan jiwa dan mental kewirausahaan baik melalui institusi pendidikan maupun institusi lain seperti lembaga pelatihan, training dan sebagainya. Artinya dalam pendidikan kewirausahaan ditekankan pada kegiatan menghayati dan menanamkan suatu sikap atau mental kewirausahaan melalui pendidikan formal maupun non formal.

Pendidikan kewirausahaan bertujuan untuk membentuk manusia secara utuh, sebagai insan yang memiliki karakter, pemahaman dan keterampilan sebagai wirausaha. keahlian dan keterampilan wirausaha banyak didapatkan dari pendidikan kewirausahaan. Memberikan para peserta didik dengan penanaman

sikap-sikap perilaku untuk dapat membuka bisnis atau membuat mereka menjadi seorang wirausaha yang berbakat (Alma, 2014). Berdasarkan pernyataan tersebut dapat dinyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan bertujuan untuk membentuk manusia secara utuh (holistik), sebagai insan yang memiliki karakter, pemahaman dan keterampilan sebagai wirausaha sehingga kelak diharapkan menjadi wirausaha yang berbakat. .

Pada dasarnya, pendidikan kewirausahaan dapat diimplementasikan secara terpadu dengan kegiatan-kegiatan pendidikan di sekolah maupun di perguruan tinggi. Pelaksanaan pendidikan kewirausahaan dilakukan oleh para pendidik, kepala sekolah, tenaga kependidikan (konselor), peserta didik maupun mahasiswa secara bersama-sama sebagai suatu komunitas pendidikan.

Priyanto (2010) menyatakan tujuan pendidikan kewirausahaan diberikan di Perguruan Tinggi, yaitu:

1. Pendidikan motivasional;
2. Pendidikan pengetahuan;
3. Pendidikan keahlian dan
4. Pengembangan kemampuan.

Lebih lanjut, Priyanto (2010) menjelaskan bahwa pendidikan kewirausahaan selalu dilandasi oleh pengetahuan, keterampilan dan keberanian mengambil keputusan. pengetahuan, keterampilan dan keberanian dalam mengambil keputusan ini tidak dapat terlepas dari bagaimana sikap, mindset, minat dan nilai-nilai yang dianut dan kepribadian seseorang.

Direktorat Jenderal Pembelajaran dan Kemahasiswaan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi (2017) menyebutkan tujuan pendidikan kewirausahaan, yaitu:

1. Membangun soft skill atau karakter wirausaha;
2. Menumbuhkembangkan wirausaha-wirausaha baru yang berpendidikan tinggi dan memiliki pola pikir pencipta lapangan kerja;
3. Mendorong pertumbuhan, perkembangan atau terbentuknya suatu kelembagaan (unit/pusat) pengelola program kewirausahaan di perguruan tinggi;
4. Mendorong terbentuknya model pendidikan atau pembelajaran kewirausahaan di perguruan tinggi.

13.5 Pengintegrasian Pendidikan Kewirausahaan

Pendidikan kewirausahaan tidak hanya memberikan teori mengenai konsep kewirausahaan tetapi juga membentuk sikap, perilaku dan pola pikir entrepreneur. Pendidikan kewirausahaan dapat membantu peserta didik atau mahasiswa mempersiapkan diri untuk memulai suatu bisnis. Pembekalan keterampilan, pengetahuan penting dan integrasi pengalaman dapat membantu mengembangkan dan memperluas bisnis mereka nantinya.

Prinsip pembelajaran yang digunakan dalam pendidikan kewirausahaan dengan mengusahakan agar peserta didik atau mahasiswa dapat mengenal, menerima nilai-nilai kewirausahaan, dan bertanggung jawab atas keputusan yang diambilnya melalui tahapan mengenal pilihan, menilai pilihan, menentukan pendirian, dan selanjutnya menjadikan suatu nilai sesuai dengan keyakinan diri. Dengan prinsip ini, peserta didik maupun mahasiswa belajar melalui proses berpikir, bersikap, dan berbuat sehingga diharapkan mampu mengembangkan kemampuan peserta didik maupun mahasiswa dalam melakukan kegiatan yang terkait dengan nilai-nilai kewirausahaan

Mulyani (2011) menyatakan pendidikan kewirausahaan dapat diintegrasikan dalam pembelajaran pada setiap mata pelajaran. Materi pembelajaran yang berkaitan dengan norma atau nilai-nilai pada setiap mata pelajaran perlu dikembangkan, dieksplisitkan, dikaitkan dengan konteks kehidupan sehari-hari. Artinya, pembelajaran yang berwawasan pendidikan kewirausahaan tidak hanya pada tataran kognitif, tetapi menyentuh pada internalisasi, dan pengamalan nyata dalam kehidupan peserta didik sehari-hari di masyarakat.

Pernyataan ini mengisyaratkan bahwa pemberian mata pelajaran pendidikan kewirausahaan diharapkan mampu membentuk, membina, meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan sikap mental berwirausaha.

Isrososiawan (2013) menyatakan bahwa program pendidikan kewirausahaan di sekolah dapat diinternalisasikan melalui pengintegrasian ke dalam berbagai aspek, yaitu:.

1. Pendidikan Kewirausahaan terintegrasi dalam seluruh mata pelajaran, yaitu dengan melakukan menginternalisasi nilai-nilai kewirausahaan ke dalam pembelajaran sehingga hasilnya diperolehnya kesadaran akan pentingnya

nilai-nilai kewirausahaan, terbentuknya karakter wirausaha dan pembiasaan nilai-nilai kewirausahaan ke dalam tingkah laku peserta didik maupun mahasiswa sehari-hari melalui proses pembelajaran, baik yang berlangsung di dalam maupun di luar kelas pada semua mata pelajaran. Dalam kegiatan pembelajaran, diharapkan peserta didik menguasai kompetensi (materi) yang ditargetkan, dirancang dan dilakukan untuk menjadikan peserta didik maupun mahasiswa dapat mengenal, menyadari, peduli, dan mampu menginternalisasi nilai-nilai dari kewirausahaan ke dalam bentuk perilaku.

2. Pendidikan Kewirausahaan yang terpadu dalam kegiatan Ekstra Kurikuler, yaitu kegiatan di luar mata pelajaran dan pelayanan konseling untuk membantu pengembangan peserta didik sesuai dengan kebutuhan, potensi, bakat, dan minat melalui kegiatan yang secara khusus diselenggarakan oleh pendidik dan atau tenaga kependidikan. Misi pendidikan ekstra kurikuler adalah (1) menyediakan sejumlah kegiatan yang dapat dipilih oleh peserta didik sesuai dengan kebutuhan, potensi, bakat, dan minat peserta didik; (2) menyelenggarakan kegiatan yang memberikan kesempatan peserta didik mengekspresikan diri secara bebas melalui kegiatan mandiri dan atau kelompok.
3. Pendidikan Kewirausahaan melalui Pengembangan Diri, yaitu kegiatan pendidikan diluar mata pelajaran sebagai bagian integral dari kurikulum sekolah/madrasah. Kegiatan pengembangan diri ini merupakan upaya pembentukan karakter termasuk karakter wirausaha dan kepribadian peserta didik yang dilakukan melalui kegiatan pelayanan konseling berkenaan dengan masalah pribadi dan kehidupan sosial, kegiatan belajar, pengembangan karir, dan kegiatan ekstra kurikuler. Pengembangan diri bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada peserta didik dapat mengembangkan dan mengekspresikan diri sesuai dengan kebutuhan, potensi, bakat, minat, kreativitas, kompetensi, dan kebiasaan dalam kehidupan, kemampuan sosial, kemampuan belajar, wawasan dan perencanaan karir, kemampuan pemecahan masalah, dan kemandirian.
4. Perubahan pelaksanaan pembelajaran Kewirausahaan dari Teori ke Praktik, yaitu pembelajaran kewirausahaan diarahkan untuk pencapaian tiga kompetensi yang meliputi penanaman karakter wirausaha, pemahaman konsep dan skill, dengan bobot yang lebih besar pada pencapaian

kompetensi jiwa dan skill dibandingkan dengan pemahaman konsep sehingga peserta didik mampu menginternalisasi nilai-nilai kewirausahaan agar mampu menumbuhkan karakter dan perilaku wirausaha.

5. Pengintegrasian Pendidikan Kewirausahaan ke dalam Bahan/ Buku Ajar, yaitu komponen pembelajaran yang paling berpengaruh terhadap apa yang sesungguhnya terjadi pada proses pembelajaran. Penginternalisasian nilai-nilai kewirausahaan dapat dilakukan ke dalam bahan ajar, baik dalam pemaparan materi, tugas maupun evaluasi.
6. Pengintegrasian Pendidikan Kewirausahaan melalui Kultur Sekolah, yaitu suasana kehidupan sekolah di mana peserta didik berinteraksi dengan sesamanya, guru dengan guru, konselor dengan sesamanya, pegawai administrasi dengan sesamanya, dan antar anggota kelompok masyarakat sekolah. Pengembangan nilai-nilai dalam pendidikan kewirausahaan dalam budaya sekolah dilakukan mencakup dalam kegiatan-kegiatan ketika berkomunikasi dan menggunakan fasilitas sekolah, seperti kejujuran, tanggung jawab, disiplin, komitmen dan budaya berwirausaha di lingkungan sekolah.
7. Pengintegrasian Pendidikan Kewirausahaan melalui Muatan Lokal, yaitu untuk memberikan peluang kepada peserta didik mengembangkan kemampuannya yang dianggap perlu oleh daerah yang bersangkutan. Oleh karena itu, mata pelajaran muatan lokal harus memuat karakteristik budaya lokal, keterampilan, nilai-nilai luhur budaya setempat dan mengangkat permasalahan sosial dan lingkungan yang diharapkan dapat membekali peserta didik dengan keterampilan dasar (life skill) sebagai bekal dalam kehidupan sehingga dapat menciptakan lapangan pekerjaan.

Berdasarkan uraian di atas, pengintegrasian pendidikan kewirausahaan di dalam mata pelajaran dilaksanakan mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi pembelajaran pada semua mata pelajaran yang dituangkan dalam silabus dan Rencana Program Pembelajaran, langkah-langkah pembelajaran atau penilaian dengan nilai-nilai kewirausahaan. Langkah pengintegrasian bisa dilakukan pada saat menyampaikan materi, melalui metode pembelajaran maupun melalui sistem penilaian.

13.6 Nilai-nilai Pokok dalam Pendidikan Kewirausahaan

Pendidikan kewirausahaan diawali dengan pembentukan pola pikir wirausaha dilanjutkan dengan pembentukan perilaku kreatif dan inovatif agar dapat berkreasi. Kreasi-kreasi yang dapat dihasilkan wirausaha meliputi creation of wealth, enterprise, innovation, change, employment, value dan growth (Morris, Lewis dan Sexton, 1994). Dengan demikian, pendidikan kewirausahaan yang diberikan merupakan nilai-nilai yang dapat membentuk karakter dan perilaku seseorang yang selalu kreatif berdaya, bercipta, berkarya dan berusaha dan berusaha.

Ada banyak nilai-nilai kewirausahaan yang mestinya dimiliki oleh peserta didik maupun mahasiswa untuk membentuk karakter dan jiwa berwirausaha. Kemendiknas (2010) mengidentifikasi beberapa nilai-nilai kewirausahaan yang dianggap paling pokok dan sesuai dengan tingkat perkembangan peserta didik sebanyak 17 nilai, yang dideskripsikan untuk diintegrasikan melalui pendidikan kewirausahaan.

Nilai-nilai yang dikembangkan dalam pendidikan kewirausahaan adalah pengembangan nilai-nilai dari ciri-ciri seorang wirausaha sebagai berikut:

Tabel 13.1. Nilai-nilai Pokok dalam Pendidikan Kewirausahaan (Kemendiknas, 2010)

No	Nilai	Deskripsi
1.	Mandiri	Sikap dan perilaku yang tidak mudah tergantung pada orang lain dalam menyelesaikan tugas-tugas
2.	Kreatif	Berpikir dan melakukan sesuatu untuk menghasilkan cara atau hasil berbeda dari produk/jasa yang telah ada
3.	Berani Mengambil Risiko	Kemampuan seseorang untuk menyukai pekerjaan yang menantang, berani dan mampu mengambil risiko kerja
4.	Berorientasi Pada Tindakan	Mengambil inisiatif untuk bertindak, dan bukan menunggu, sebelum sebuah kejadian yang tidak dikehendaki terjadi
5.	Kepemimpinan	Sikap dan perilaku seseorang yang selalu terbuka terhadap saran dan kritik, mudah bergaul, bekerjasama, dan mengarahkan orang lain.

6.	Kerja Keras	Perilaku yang menunjukkan upaya sungguh-sungguh dalam menyelesaikan tugas dan mengatasi berbagai hambatan
7.	Jujur	Perilaku yang didasarkan pada upaya menjadikan dirinya sebagai orang yang selalu dapat dipercaya dalam perkataan, tindakan, dan pekerjaan.
8.	Disiplin	Tindakan yang menunjukkan perilaku tertib dan patuh pada berbagai ketentuan dan peraturan.
9.	Inovatif	Kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan-persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan
10.	Tanggung Jawab	Sikap dan perilaku seseorang yang mau dan mampu melaksanakan tugas dan kewajibannya
11.	Kerja Sama	Perilaku Yang didasarkan pada upaya menjadikan dirinya mampu menjalin hubungan dengan orang lain dalam melaksanakan tindakan, dan pekerjaan
12.	Pantang Menyerah (Ulet)	Sikap dan perilaku seseorang yang tidak mudah menyerah untuk mencapai suatu tujuan dengan berbagai alternative
13.	Komitmen	Kesepakatan mengenai sesuatu hal yang dibuat oleh seseorang, baik terhadap dirinya sendiri maupun orang lain.
14.	Realistis	Kemampuan dalam menggunakan fakta/realita sebagai landasan berpikir yang bersifat rasional dalam setiap pengambilan keputusan maupun dalam tindakan/ perbuatannya.
15.	Rasa Ingin Tahu	Sikap dan tindakan yang selalu berupaya untuk mengetahui secara mendalam dan luas dari apa yang yang dipelajari, dilihat, dan didengar
16.	Komunikatif	Tindakan yang memperlihatkan rasa senang berbicara, bergaul, dan bekerjasama dengan orang lain
17.	Motivasi Kuat Untuk Sukses	Tindakan yang memperlihatkan rasa senang berbicara, bergaul, dan bekerjasama dengan orang lain

Berdasarkan tabel di atas, dalam pengintegrasian nilai-nilai kewirausahaan ada banyak nilai yang dapat ditanamkan pada peserta didik maupun mahasiswa, sehingga pengintegrasian dapat dilakukan pada semua mata pelajaran atau sebagian mata pelajaran sehingga setiap mata pelajaran dapat memfokuskan pada penanaman nilai-nilai pokok kewirausahaan tertentu yang paling dekat dengan karakteristik mata pelajaran yang diberikan.

Bab 14

Peran Teknologi Informasi dalam Kewirausahaan

14.1 Pendahuluan

Dewasa ini telah terjadi gelombang disrupsi di berbagai bidang yang disebabkan oleh derasnya laju perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang teknologi dan informasi. Hadirnya internet saat ini merupakan perwujudan dari perkembangan teknologi informasi yang membuat seolah dunia ada dalam genggaman. Semua cepat berubah karena informasi yang semakin mudah diakses.

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan manusia, diikuti juga dengan teknologi informasi yang semakin pesat perkembangannya dan terus meningkat. Bahkan, terjadi kecenderungan penggunaan simbol "e" yang disandingkan dengan beberapa aktivitas, di mana simbol tersebut diartikan sebagai elektronik, telah cukup banyak yang bermunculan dan diterapkan pada hampir semua bidang, seperti: e-government, e-commerce, e-planning, e-learning dan lain sebagainya.

Di Indonesia penerapan teknologi informasi di berbagai bidang saat ini terus meningkat setiap tahunnya, di mana dalam era 4.0 ini semua mengacu pada suatu bank data yang dikenal dengan Big Data yang diakomodir melalui jaringan internet, di mana berdasarkan data yang ditulis kompas.com

berdasarkan hasil survei yang dilaksanakan APJII atau Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia pada 2 sampai 25 Juni 2020, menunjukkan terjadi peningkatan atas jumlah pengguna internet di Indonesia dari 171,2 juta jiwa pada tahun 2018 menjadi 196,7 juta jiwa sampai dengan kuartal kedua tahun 2020. Bila angka tersebut dibandingkan dengan data jumlah penduduk Indonesia dari BPS,yaitu 266 juta jiwa, maka pengguna internet Indonesia saat ini sekitar 73,7% dari total populasi masyarakat Indonesia. Dari hasil survey tersebut, disebutkan bahwa mayoritas waktu yang digunakan untuk menggunakan internet adalah lebih dari 8 jam sehari dan terdapat beberapa alasan utama pemakaian internet, yang paling tinggi adalah 51,5% untuk sosial media dan diikuti karena alasan berkomunikasi lewat pesan, main games, dan alasan berbelanja online (Pratama, 2020).

Perkembangan teknologi informasi, tentunya juga berpengaruh terhadap dunia usaha, di mana sebelumnya transaksi jual beli secara manual dan pembeli serta penjual harus bertemu langsung untuk bertransaksi di suatu tempat seperti toko atau pasar, namun saat ini dengan dukungan teknologi informasi pola dan mekanisme transaksi jual beli pun mengalami perubahan, karena pembeli dan penjual dalam bertransaksi tidak mesti bertemu secara langsung, tetapi melalui aplikasi yang berbasis internet yang bisa diakses dengan menggunakkan gawai atau smartphone berbasis android. Hal tersebut memberikan kemudahan baik bagi konsumen maupun produsen untuk bertransaksi jual beli. Aplikasi sebagaimana dimaksud yang memudahkan dalam transaksi tersebut dikenal dengan e-commerce atau electronic commerce (Napitupulu *et al.*, 2020)(Hasibuan *et al.*, 2020)(Saputra *et al.*, 2019).

Menurut Pradana (2015) sebagaimana dikutip oleh (Fauzi, 2020), E-commerce adalah suatu inovasi di dunia wirausaha, model ini merupakan pengembangan yang didasari sistem internet atau jaringan. Dengan penerapan e-commerce tersebut, bisa memberikan kemudahan dalam dunia usaha, khususnya bagi wirausaha dalam memasarkan dan memperjual belikan produknya. Konsumen akan mudah dalam mencari, memilih dan membeli produk, begitu juga produsen tidak perlu untuk produknya dibawa ke tempat berjualan. Produsen menawarkan produknya melalui aplikasi yang tersedia untuk mengunggah produk yang ditawarkannya. Dengan memanfaatkan e-commerce, akan semakin luas dan besar jangkauan konsumen, sebab siapapun bisa mengaksesnya, yang pada akhirnya bisa berdampak pada peningkatan produksi dan perekonomian produsen tersebut.

Dari pemaparan tersebut di atas, dapat terlihat bahwa teknologi informasi mempunyai peran yang penting saat ini terhadap para wirausahawan dalam mengembangkan bisnisnya.

14.2 Konsep Teknologi Informasi

14.2.1 Definisi Teknologi Informasi

Menurut Saefudin Sa'ud (2008) sebagaimana dikutip oleh (Suprapto, 2018), teknologi informasi dapat didefinisikan sebagai pemrosesan, pengolahan, dan penyebaran serta oleh kombinasi komputer dan telekomunikasi. Teknologi informasi menurut (Williams and Sawyer, 2011) adalah suatu istilah umum terkait apapun teknologi yang mendukung manusia dalam membentuk, mengkonversi, menyimpan, menyampaikan dan/atau membagikan informasi. Teknologi Informasi mengintegrasikan komputasi & komunikasi yang memiliki kecepatan tinggi dalam data, suara, dan video.

Dalam istilah bisnis, Teknologi Informasi menurut Information Technology Association of America menyebutkannya sebagai pengolahan, penyimpanan dan penyebaran vokal, informasi bergambar, teks dan numerik oleh mikroelektronika berbasis kombinasi komputasi dan telekomunikasi (Longley and Shain, 1985). Selanjutnya menurut (Mulyadi, 2014), teknologi informasi meliputi komputer (baik hardware dan software), bermacam peralatan kantor elektronik, perlengkapan pabrik & telekomunikasi.

Dari beberapa definisi tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa teknologi informasi adalah dapat berupa alat atau sistem yang berfungsi untuk memperoleh, mengolah dan menyampaikan informasi.

14.2.2 Peran Teknologi Informasi

Teknologi informasi saat ini sangat membantu manusia dalam berbagai hal. Secara garis besarnya teknologi informasi menurut (Kadir, 2014) berperan sebagai berikut:

1. Dapat mengambil alih peran manusia. Maksudnya teknologi informasi melaksanakan otomatisasi atas suatu tugas/proses.

2. Dapat menguatkan peran manusia, yaitu melalui penyajian informasi atas suatu tugas/proses.
3. Restrukturisasi atas peran manusia. Maksudnya, teknologi informasi memiliki peran dalam melaksanakan perubahan-perubahan atas sekelompok tugas/proses.

Sedangkan menurut (Sutarman, 2009), peran teknologi informasi adalah sebagai berikut:

1. Mengatasi masalah
2. Menghadirkan kreativitas
3. Mengoptimalkan efektivitas & efisiensi dalam pelaksanaan pekerjaan

14.2.3 Keuntungan Teknologi Informasi

Menurut Sutarman (2009), bahwa penerapan teknologi informasi dapat memberikan keuntungan sebagai berikut:

1. Kecepatan (Speed). Dengan bantuan teknologi informasi, kita dapat melakukan perhitungan yang cukup kompleks dengan waktu waktu yang lebih cepat dibandingkan dengan yang dikerjakan langsung oleh manusia.
2. Konsistensi (Consistency). Melalui teknologi informasi, hasil pengolahan data/informasi akan lebih konsisten atau stabil meskipun dilakukan berulang-ulang dikarenakan bentuknya yang sudah standar.
3. Ketepatan (Precision). Komputer hasil kerjanya akan lebih akurat presisi serta bisa mencium suatu perbedaan walaupun yang sangat kecil atau tidak bisa terlihat oleh manusia.
4. Keandalan (Reliability). Apa yang diwujudkan melalui bantuan teknologi informasi lebih bisa dipercaya bila diperbandingkan dengan yang dikerjakan oleh manusia. Dengan penggunaan komputer dapat meminimalisir kesalahan yang mungkin akan terjadi.

14.2.4 Komponen Teknologi Informasi

Menurut Garcia (2008) sebagaimana disampaikan oleh (Wibisono, 2014), bahwa teknologi informasi terdiri dari enam komponen, yaitu:

1. Hardware, yaitu segala hasil fisik teknologi informasi dalam bentuk perangkat keras yang menampung data (perangkat keras).
2. People, yaitu orang-orang yang memakai hasil fisik tersebut untuk membereskan masalahnya. People bisa berbentuk kelompok individu yang beroperasi secara independen dan bisa juga berupa individu
3. dalam kelompok.
4. Data, yaitu seluruh jenis format basic informasi, baik yang terstruktur maupun tidak terstruktur, yang tersimpan di dalam hardware.
5. Network, yaitu seluruh hardware yang memfasilitasi perpindahan data antar hardware.
6. Software, adalah seluruh perangkat lunak digunakan untuk mengoperasionalkan hardware atau network.
7. Procedure, adalah seluruh proses bisnis yang operasionalnya dilaksanakan melalui software.

Gambar 14.1: Komponen Teknologi Informasi, Garcia (2008) dalam Wibisono, 2014)

14.3 Teknologi Informasi dalam Kewirausahaan

Era perkembangan teknologi informasi atau digital seperti saat sekarang ini dapat dijadikan momen yang memberikan keuntungan bagi masyarakat Indonesia, karena sebagaimana dipaparkan di awal bab ini, bahwa pengguna internet di indonesia tiap tahun selalu meningkat. Bahkan berdasarkan data Statistik per Maret 2019 (Jayani, 2019), Indonesia merupakan peringkat kelima dunia dalam hal jumlah pengguna internet.

Tentunya hal ini dapat dijadikan peluang oleh para wirausaha untuk menggali potensi bisnis dan mengembangkan usahanya. Karena menurut (Muttaqiyathun, 2010), profesi wirausaha mendorong adanya kemampuan menyelesaikan masalah-masalah penting atau menghasilkan suatu keputusan penting dan juga bisa melaksanakan hal - hal dimaksud secara singkat. Disamping itu, wirausaha pun perlu mempunyai kemampuan berkomunikasi yang baik yang bisa memengaruhi orang lain (langsung atau tidak langsung) dengan tujuan untuk mendorong orang-orang di sekelilingnya bisa timbul pengertian, kesadaran dan memiliki kesediaan dengan sukarela mengikuti kemauan wirausaha tersebut. Hal tersebut bisa diwujudkan dengan mengoptimalkan peran teknologi informasi oleh para wirausahawan dalam menjalankan usahanya.

Teknologi informasi yang semakin maju dan berkembang juga tidak lepas dari dunia bisnis, begitu banyak pihak yang telah mengambil manfaat dari penggunaan internet untuk usaha mereka. Mereka yang bergelut di dunia usaha seperti wirausaha saat ini pun dihadapkan dengan perdagangan melalui internet atau yang dikenal dengan E-Commerce (bisnis online) yang dijadikan sebagai perantara perdagangan dengan memanfaatkan internet yang mudah diakses oleh semua pihak.

Teknologi informasi telah memberikan pengaruh berupa kemudahan & kelancaran dalam melaksanakan aktivitas bisnis meskipun jarak partner bisnis kita cukup jauh. Hal tersebut dapat diatasi melalui pemanfaatan media teknologi informasi yang menggunakan internet atau yang biasa disebut dengan media sosial yang dapat dipergunakan sewaktu-waktu (Abdillah *et al.*, 2020; Lubis *et al.*, 2020; Simarmata *et al.*, 2020, 2021).

Saat sekarang ini, sudah cukup banyak wirausaha yang maju dalam usahanya melalui dukungan teknologi informasi. Di bidang usaha transportasi, tentu

semua kita kenal dan mungkin sering menggunakannya, seperti Gojek, Grab, Uber dan bahkan di beberapa daerah terdapat transportasi online lokal. Sebagaimana di laman lifepal.co.id, disampaikan bahwa saat ini sudah terdapat beberapa aplikasi transportasi online lokal yang menawarkan layanan berbeda dengan usaha transportasi sejenis yang telah lama ada sebelumnya. Sebut saja Anterin yang digagas oleh PT Anterin Digital Nusantara, dengan menawarkan tarif driver Anterin yang dapat ditentukan sendiri penumpang sehingga bisa lebih hemat karena bisa memilih tarif paling murah yang ditawarkan pengemudi dan tarifnya dipilih dengan sistem lelang. Selanjutnya ada aplikasi Gojek, yaitu layanan transportasi online yang berbasis di Kediri Jawa Timur dengan berbasis syariah (Wulandari, 2018).

Dari beberapa contoh tersebut di atas, bisa dikatakan seorang wirausaha seharusnya bisa memanfaatkan momen dan peluang bisnis yang saat ini semakin berkembang seiring dengan hadirnya teknologi informasi yang semakin maju dan canggih. Karena menurut Soegoto (2014), hakikat wirausaha adalah mereka yang mampu melihat serta menilai kesempatan-kesempatan bisnis, kemudian dapat menghimpun sumber-sumber daya yang diperlukan untuk menghasilkan suatu tindakan yang benar dan tepat, mendapatkan keuntungan serta mempunyai watak, kepribadian dan kemauan dalam menghasilkan pemikiran yang inovatif, kreatif ke alam nyata dalam rangka mencapai kesuksesan/memperoleh keuntungan (Soegoto, 2014).

Berdasarkan data dari Bank Indonesia sebagaimana dilansir laman situs ekonomi.bisnis.com, bahwa walaupun saat kondisi pandemi Covid-19 ini, tercatat transaksi e-commerce tetap tumbuh positif, yaitu mencapai 150,16 juta transaksi atau senilai Rp. 22,05 triliun atau ada peningkatan sebesar 79,38% dari 83,71 juta transaksi atau senilai Rp. 19,46 triliun pada September 2019 (Elena, 2020). Dari data tersebut, jelas terlihat bahwa teknologi informasi mempunyai peran yang sangat penting bagi dunia usaha, begitu juga bagi wirausaha. Karena, sebagian besar produsen/penjual yang bertransaksi e-commerce tersebut adalah para wirausahawan.

14.3.1 Peran Teknologi Informasi dalam Kewirausahaan

Seperti telah dipaparkan sebelumnya, bahwa dengan adanya kemajuan di bidang teknologi informasi, telah memberikan dampak di berbagai bidang, tak terkecuali bagi mereka para wirausahawan yang bergelut di dunia usaha.

Berikut peran teknologi informasi yang bisa dirasakan manfaatnya bagi wirausaha dalam menjalankan bisnisnya, yaitu:

1. Meningkatkan arus informasi (increased information flow)
   Dengan memanfaatkan teknologi informasi menjadikan suatu tahap strategis untuk perusahaan dalam mengoptimalkan kecepatan dan ketepatan informasi, pelayanan bagi konsumen, proses bisnis yang terus diperbaiki serta optimalisasi kualitas sumberdaya manusia (Endraswari dalam (Bonauli dan Yuliana, 2014)

   Hubungan langsung dengan pelanggan (direct links with customers) Teknologi informasi yang diterapkan oleh wirausaha dalam bisnisnya dapat meningkatkan proses bisnis, salah satunya melalui internet. Para wirausaha bisa berkomunikasi secara langsung dengan pelanggannya, baik melalui email, file sharing, mendesain websites dan e-commerce (Sin Tan, 2010 dalam Bonauli and Yuliana (2014)).
2. Meningkatkan pendapatan (increased revenue)
   Dalam rangka mengoptimalkan daya saing dan memperoleh suatu peluang bisnis bisa dilakukan dengan menggunakan teknologi informasi. Dalam hal ini internet tidak saja dimanfaatkan untuk alat promosi, melainkan juga perlu dibarengi dengan pengelolaan administrasi yang baik melalui penggunaan software yang tepat. Melalui pengembangan website yang menjadi sarana promosi dan pemasaran dapat menaikkan volume penjualan, yang pada akhirnya bisa menaikkan pendapatan dan dengan naiknya pendapatan tersebut diharapkan akan bisa mengembangkan perusahaan (Jauhari, 2012 dalam (Bonauli and Yuliana, 2014)).
3. Akses ke pasar baru (access to new markets)
   Pengguna internet yang terus bertambah jumlahnya cukup berdampak besar untuk kewirausahaan. Penggunaan internet dalam bisnis membuat wirausaha bisa memperoleh pelanggan baru melewati batas geografis, sehingga perusahaan bisa mendapatkan klien atau pelanggan baru mulai dari wilayah lokal hingga global (Sin Tan, 2010 dalam (Bonauli and Yuliana, 2014)).

4. Alat bisnis masa depan (future business tools)
   Saat ini penerapan teknologi informasi dalam suatu perusahaan menjadi sebuah kunci dalam melakukan pengembangan ekonomi, sehingga hal tersebut sangat berkaitan dengan future sustainability dan pengembangan atas bisnis dimaksud (Shiels, 2003 dalam (Bonauli and Yuliana, 2014)).

14.3.2 Teknologi Informasi dan Revolusi Digital bagi Wirausaha

Berkembangnya teknologi informasi membawa kehidupan kita menuju dunia digital, di mana di era revolusi industri 4.0 yang menuju ke masyarakat 5.0, teknologi digital sudah cukup marak dan banyak digunakan serta mewarnai kehidupan umat manusia, termasuk juga dalam bidang kewirausahaan.

Presiden RI, Bapak Joko Widodo sebagaimana diberitakan dalam laman situs www.kemenperin.go.id telah meluncurkan program Making Indonesia 4.0 pada tanggal 4 April 2018 yang merupakan roadmap dan strategi untuk memasuki ke dunia digital. Penyusunan road map tersebut membawa pemerintah untuk fokus terhadap lima inti teknologi dalam digital, yaitu: 1) internet of things (IoT), 2) artificial intelligence, 3) human-machine interface, 4) teknologi robotik dan sensor, dan 5) 3D printing technology. Kelima teknologi dimaksud diharapkan dapat memberikan kontribusi yang cukup besar bagi PDB Indonesia serta mempunyai daya saing internasional (Abdullah, 2019).

Teknologi informasi berbasis digital dapat menimbulkan revolusi terhadap pengelolaan bisnis. Di mana perubahan tersebut berlangsung dengan sangat cepat, dengan bentuk dan dampak yang tak pernah bisa dibayangkan sebelumnya. Berdasarkan Laporan yang disampaikan oleh McKinsey sebagaimana dilansir laman situs DBS.Com, diperkirakan memerlukan waktu 80 tahun untuk teknologi uap berkontribusi lebih dari 1 persen atas pertumbuhan PDB dunia, kemudian teknologi listrik memerlukan waktu 40 tahun serta teknologi informasi dan komunikasi tradisional memerlukan waktu 20 tahun. Tetapi dengan teknologi digital saat sekarang bisa memberikan pengaruh yang sama cukup dalam waktu 15 tahun.

Disebutkan juga dalam situs tersebut, bahwa terdapat tiga dampak signifikan dari penerapan teknologi digital pada dunia bisnis, yaitu:

1. Kecepatan, akses dan kesempatan lebih besar bagi konsumen
2. Cara baru melakukan business intelligence

3. Infrastruktur digital, bukan lagi fisik

Selanjutnya dijelaskan juga bahwa ada empat faktor yang menjadi pemicu terjadinya digitalisasi diberbagai sector, termasuk sektor bisnis atau wirausaha, yaitu:

1. Adanya lonjakan penggunaan smartphone
2. Popularitas media sosial yang meningkat untuk tempat beriklan
3. Menjadi tempat penyimpanan data besar (big data) dalam analisa bisnis
4. Internet dapat menyatukan berbagai objek.

14.3.3 Teknologi Informasi dan Technopreneurship

Semakin berperannya teknologi informasi bagi wirausaha dalam menjalankan bisnisnya, maka saat ini terdapat suatu istilah yang terkait dengan kondisi tersebut, yaitu Technopreneurship atau bila diartikan dalam bahasa Indonesia artinya kewirausahaan teknologi.

Menurut Wijoyo, Indrawan and Firmansyah (2020), adalah salah satu bagian dari proses aktivitas bisnis yang di dalamnya berbasis teknologi, yang bertujuan agar bisa mengembangkan serta menumbuhkan jiwa kewirausahaan di kalangan muda saat ini. Sedangkan menurut Sosrowinarsidiono (2010) dalam (Wijoyo, Indrawan and Firmansyah, 2020) Technopreneurship adalah proses sinergi atas kuatnya keahlian penguasaan teknologi dan pemahaman yang menyeluruh atas konsep kewirausahaan. Saat ini tumbuh kembang bisnis di bidang teknologi, sebagian besar diperoleh dari sinergi antara teknopreneur yang berpartisipasi secara umum dengan bermacam pusat penelitian, dengan penyediaan modal yang akan dipergunakan dalam beraktivitas bisnis. Hubungan itu dapat membawa pada bisnis teknologi yang berkembang di beberapa negara.

Adapun manfaat dari penerapan Technopreneurship adalah sebagai sebuah inkubator bisnis yang berdasar teknologi, mempunyai wawasan untuk mengembangkan jiwa kewirausahaan pada generasi muda, khususnya mahasiswa sebagai peserta didik serta menjadikan salah satu strategi terobosan baru dalam mensiasati masalah pengangguran intelektual yang semakin meningkat (Wijoyo, Indrawan and Firmansyah, 2020).

Daftar Pustaka

Abdillah, L. A. et al. (2020) Aplikasi Teknologi Informasi: Konsep dan Penerapan. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Abdullah, F. (2019) 'Fenomena Digital Era Revolusi Industri 4.0', Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa dan Desain, 4(1), p. 47. doi: 10.25105/jdd.v4i1.4560.

Agung Purnomo, Acai Sudirman, Abdurrozzaq Hasibuan, D. (2020) Dasar-Dasar Kewirausahaan: Untuk Perguruan Tinggi dan Dunia Bisnis. Edited by A. Rikki. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Agus R & Sulistyowati (2017). Pengaruh Sikap, Motivasi, Dan Lingkungan Terhadap Niat Berwirausaha, E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 6, No. 2, 2017: 1007-1029', 6, p. 6.

Ali, M & Asrosi,M. (2006). "Psikologi Remaja, Perkembangan Peserta Didik" Bumi Aksara, Jakarta

Alma, B. (2013). Kewirausahaan. Bandung: Alfabeta.

Alma, B. (2014). Kewirausahaan. Bandung : Alfabeta

Alpkan, L. et al. (2010) 'Organizational support for intrapreneurship and its interaction with human capital to enhance innovative performance', Management decision.

Alwans, H. (2019) "Perspektif kewirausahaan dalam kemajuan zaman dan cara menghidupkan jiwa kewirausahaan." Tersedia pada: https://www.academia.edu/40597657/Perspektif_kewirausahaan_dalam_kemajuan_zaman_dan_cara_menghidupkan_jiwa_kewirausahaan (Diakses: 8 Februari 2021).

Anderson, N., Potočnik, K. & Zhou, J. J. J. O. M. (2014). Innovation And Creativity In Organizations: A State-Of-The-Science Review, Prospective Commentary, And Guiding Framework. 40, 1297-1333.

Annie Brock, Heather Hundley (2020) ”The Growth Mindset Coach,” Tangerang Selatan: PT. Bentara Cahaya.

Anonim. (2020) Career Advice “Studilmu Powered by Business Growth,” https://studilmu.com/blogs/details/etika-bisnis-definisi-tujuan-contoh-dan-manfaatnya-dalam-perusahaan/page:4, Diakses 3 Februari 2021, Pukul 09.15

Antoncic, B. and Hisrich, R. D. (2003) ‘Clarifying the intrapreneurship concept’, Journal of small business and enterprise development.

Aprilianty, E. (2013). Pengaruh kepribadian wirausaha, pengetahuan kewirausahaan, dan lingkungan terhadap minat berwirausaha siswa SMK, Jurnal Pendidikan Vokasi, 2(3), pp. 311–324. doi: 10.21831/jpv.v2i3.1039.

Arbar, T. F. (2021) AS Selidiki Meledaknya Roket Elon Musk Saat Mendarat, Kenapa,cnbcindonesia.com. Available at: https://www.cnbcindonesia.com/tech/20210203134721-37-220729/as-selidiki-meledaknya-roket-elon-musk-saat-mendarat-kenapa (Accessed: 8 February 2021).

Ardianto, E., & Anees, B. Q. (2007). Filsafat Ilmu Komunikasi. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Aris (2020). Motivasi Sukses Untuk Wirausaha Pemula dan Pengusaha Muda Di Dunia Bisnis. Available at: https://centrausaha.com/motivasi-kunci-sukses-wirausaha/.

Bartol, M. (1991). Management. New York : Mc Graw Hill Inc.

Bloomberg reporting (2021) Bloomberg Billionaires Index,bloomberg.com. Available at: https://www.bloomberg.com/billionaires/ (Accessed: 8 February 2021).

Bonauli, E. L. and Yuliana, E. (2014) ‘Analisis Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi untuk Pengembangan Kewirausahaan Sosial’, Jurnal Universitas Telkom.

Bosma, N. S. and Levie, J. (2010) ‘Global Entrepreneurship Monitor 2009 Executive Report.’

Brown & Brooks (2010) Career Counseling Techniques.

Bruyat, C. and Julien, P.-A. (2001) 'Defining the field of research in entrepreneurship', Journal of business venturing, 16(2), pp. 165–180.

Buchari (2004) 'Manajemen Pemasaran : Analisa dan Perilaku Konsumen'.

Buchari Alma (2016), Kewirausahaan Edisi Revisi, Bandung: Alfabeta.

Buchari Alma, (2019). "Kewirausahaan" Cetakan ke 24, Alfabeta, Bandung

Buchari Alma. (2007). "Pengantar Bisnis" CV Alfabeta, Bandung

Bukalapak.com, B. K. Z. M. (2021) Begini Kisah Zaky Membangun Bukalapak.com,tekno.tempo.co. Available at: https://tekno.tempo.co/read/671421/begini-kisah-zaky-membangun-bukalapak-com (Accessed: 8 February 2021).

Carayannis, E. G., Samara, E. T. & Bakouros, Y. L. (2015). Innovation And Entrepreneurship_ Theory, Policy And Practice Switzerland, © Springer International Publishing 2015.

Carol Kinsey Goman. (1991). "Kreativitas dalam Bisnis" Binarupa Aksara, Jakarta

Charon, J. M. (2010). Symbolic interactionism: An introduction, an interpretation, an integration. Pearson College Division.

Chesbrough, H. W. (2003). Open Innovation: The New Imperative For Creating And Profiting From Technology, Harvard Business Press.

Conny Semiawan (1984), "Memupuk Bakat dan Kreativitas Siswa Sekolah Menengah" Penerbit PT Gramedia, Jakarta

Cooper, D. R. (1999) 'Metode Penelitian Bisnis'.

Covin, J. G. and Miles, M. P. (1999) 'Corporate entrepreneurship and the pursuit of competitive advantage', Entrepreneurship theory and practice, 23(3), pp. 47–63.

Darma & Nizzar (2018). Motivasi Berwirausaha Dikalangan Siswa Melalui Pendidikan Kewirausahaan. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Kesejahteraan Keluarga, Syiah Kuala Darussala.

Darojat, O. and Sumiyati, S. (2015) 'Konsep-konsep Dasar Kewirausahaan/ Entrepreneurship', in Pendidikan Kewirausahaan. Indonesia: PKOP4206/MODUL 1, pp. 1–53.

Daryanto, A. D. C. (2013). Kewirausahaan (Penanaman Jiwa Kewirausahaan). Yogyakarta: Gava Media.

DBS.Com (2018) Peluang Indonesia di Era Revolusi Digital. Available at: https://www.dbs.com/insights/id/young-economist/peluang-indonesia-di-era-revolusi-digital.html (Accessed: 9 February 2021).

Deby A (2017). Motivasi Berwirausaha Dan Kesuksesan Berwirausaha Pada Wirausahawan Wanita Anne Avanite, AGORA Vol., p. 6.

Dedi Supriadi. (1994) " Kreativitas Kebudayaan dan Perkembangan IPTEK", CV Alfabeta, Bandung

Direktorat Jenderal Pembelajaran dan Kemahasiswaan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi. (2017). (https://belmawa.ristekdikti.go.id/wp-content/uploads/2017/04/PANDUAN-PKMI-20171.pdf diunduh pada 10 februari 2019)

Direktorat Pemberdayaan Koperasi dan UKM (2013) "Membangun Budaya Kewirausahaan," Warta KUMKM, (2), pp. 1–16.

Douglas (1996) 'Anda Siap Sebagai Wiraswasta'.

Dr. Drs. H. A. Rusdiana, M. M. (2013) KEWIRAUSAHAAN Teori dan Praktik. Bandung: CV. Pustaka Setia Bandung.

Drucker, P. F. (2002). The Discipline Of Innovation Harvard Business Review Home

Eddy S Soegoto (2014) Entrpreneurship: Menjadi Pebisnis Ulung. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Elena, M. (2020) Transaksi E-Commerce Meningkat 79,38 Persen di Tengah Resesi Ekonomi, 9 November 2020. Available at: https://ekonomi.bisnis.com/read/20201109/9/1315333/transaksi-e-commerce-meningkat-7938-persen-di-tengah-resesi-ekonomi (Accessed: 9 February 2021).

Eny Wulandari (2018) #UninstallGojek dan #UninstallGrab? Ini 7 Alternatif Aplikasi Transportasi Online Lokal. Available at: https://gizmologi.id/rekomendasi/alternatif-aplikasi-transportasi-online/ (Accessed: 9 February 2021).

Eriyani P (2018). Pengaruh Interaksi Teman Sebaya Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Kesiapan Berwirausaha Siswa Kelas Xii Smk Negeri 10 Merangin. Universitas Jambi.

Fajrillah, F. et al. (2020) SMART ENTREPRENEURSHIP: Peluang Bisnis Kreatif & Inovatif di Era Digital. Yayasan Kita Menulis.

Fauzi, A. N. (2020) Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce Terhadap Perilaku Berwirausaha Bagi Mahasiswa Pendidikan Luar Sekolah (Pls) Universitas Semarang (UNNES). Universitas Negeri Semarang. Available at: https://lib.unnes.ac.id/35923/.

Ferinia, R. et al. (2020) Komunikasi Bisnis. Yayasan Kita Menulis.

Fitriyani, Y., Fauzi, I., & Sari, M. Z. (2020). Motivasi belajar mahasiswa pada pembelajaran daring selama pandemik covid-19. Jurnal Kependidikan: Jurnal Hasil Penelitian Dan Kajian Kepustakaan Di Bidang Pendidikan, Pengajaran Dan Pembelajaran, 6(2), 165–175.

flip.id (2021) Flip - Transfer Antar Bank Tanpa Biaya,fflip.id. Available at: https://flip.id/ (Accessed: 8 February 2021).

Foxon, T. & Pearson, P. J. J. E. P. (2007). Towards Improved Policy Processes For Promoting Innovation In Renewable Electricity Technologies In The Uk. 35, 1539-1550.

Freeman, C. & Soete, L. (1997). The Economics Of Industrial Innovation, Psychology Press.

Geoffrey, G. M. (1996). Kewirausahaan teori dan Praktek. Jakarta: PT. Pustaka Binaman Presindo.

Geofrey G. Meredith et al. (1992). "Kewirausahaan Teori dan Praktek" PT Pustaka Binaman Pressindo, Seri Manajemen No. 97

Ginantra, N. L. W. S. R. et al. (2020) Teknologi Finansial: Sistem Finansial Berbasis Teknologi di Era Digital. Yayasan Kita Menulis.

Grant, R. M. (1991) 'The resource-based theory of competitive advantage: implications for strategy formulation', California management review, 33(3), pp. 114–135.

Greenacre, P., Gross, R. & Speirs, J. (2012). Innovation Theory: A Review Of The Literature. Icept Working Paper.

Guruvalah. (2003). "Hubungan Antara Kepemimpinan Situasional dan Motivasii Berprestasi dengan Kinerja Guru". Journal Guruvalah (Online), (http;//www.guruvalah tk, diakses 20 Januari 2016

Guth, W. D. and Ginsberg, A. (1990) 'Guest editors' introduction: Corporate entrepreneurship', Strategic management journal, pp. 5–15.

Hakim, D. (2012). Pengembangan Pendidikan Kewirausahaan Berdasarkan Nilai-Nilai Budaya Untuk Membentuk Daya Saing Dan Karakter Bangsa. Prosiding Seminas Competitive Advantage. 1(2). http://www.journal.unipdu.ac.id/index.php/seminas/article/view/179/12.6 .Diunduh 22 Juli 2017

Halim, F. et al. (2021) Manajemen Pemasaran Jasa. Yayasan Kita Menulis.

Handoko (2000) 'Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia'.

Handoko, L. T. (2020). Membangkitkan Umkm Di Masa Pandemi Dengan Inovasi Dan Teknologi _ Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia. Http://Lipi.Go.Id/Siaranpress/Membangkitkan-Umkm-Di-Masa-Pandemi-Dengan-Inovasi-Dan-Teknologi/22212, 19 Januari 2021.

Harris, A. (2009) 'Distributed leadership: What we know', in Distributed leadership. Springer, pp. 11–21.

Harti, A. S. (2018) "Modul Ajar Konsep Dasar Dan Prinsip-Prinsip Kewirausahaan," p. 92.

Hasibuan, A. et al. (2020) E-Business: Implementasi, Strategi dan Inovasinya. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Hippel, V. E. V. (2007). The Sources Of Innovation, Oxford University Press – 218 Seiten

Hornsby, J. S., Kuratko, D. F. and Zahra, S. A. (2002) 'Middle managers' perception of the internal environment for corporate entrepreneurship: assessing a measurement scale', Journal of business Venturing, 17(3), pp. 253–273.

Hurlock, Elizabeth.(1997). " Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan" Penerbit Erlangga, Jakarta

Idrus, M. S. dan Staunton, J. J. (1991) "Small enterprise development programmes in Indonesia," in Asia pacific international management forum, hal. 29–40.

Iksan, A. (no date) Kewirausahaan.

Ireland, R. D., Covin, J. G. and Kuratko, D. F. (2009) 'Conceptualizing corporate entrepreneurship strategy', Entrepreneurship theory and practice, 33(1), pp. 19–46.

Isrososiawan, S. (2013). "Peran Kewirausahaan Dalam Pendidikan". Society, 4(1), 26-49.

Jahja, S. (1997). Penelitian Tentang Kewirausahaan dalam Rangka Pengembangan Disiplin Ilmu Kewirausahaan. Jatinangor: IKOPIN.

James Canton (2015), Future Smart, Boston: DA CAPO PRESS.

Jati, W. (2009). Analisis Motivasi Wirausaha Perempuan (Wirausahawati) di Kota Malang. Humanity, Vol IV, No. 2, pp:141-153.

Jayani, D. H. (2019) Indonesia Peringkat Kelima Dunia dalam Jumlah Pengguna Internet. Available at: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/11/indonesia-peringkat-kelima-dunia-dalam-jumlah-pengguna-internet#:~:text=Data Statista menunjukkan%2C Indonesia masuk,26 juta per Maret 2019. (Accessed: 9 February 2021).

Juliawati, N. (2018) "Membangun Kewirausahaan: antara Digital Ekonomy dan Human Economy," pp. 1–24.

Julyanthry, J. et al. (2020) Manajemen Produksi dan Operasi. Yayasan Kita Menulis.

Justin G. Longenecker, Carlos W. Moore, dan J. William Petty. (2001). Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil. Jakarta: Salemba Empat.

Kadir, A. (2014) Pengenalan Sistem Informasi. Revisi. Yogyakarta: Andi.

Kakati, M. (2003) 'Success criteria in high-tech new ventures', Technovation, 23(5), pp. 447–457.

Kemendiknas, P. K. B. (2010). Pengembangan Pendidikan Kewirausahaan. Jakarta: Balitbang Kemendiknas.

Keputusan Menteri Koperasi dan Pembinaan Usaha Kecil Nomor 961/KEP/M/XI/1995

Kirby, D. A. (2006) 'Creating entrepreneurial universities in the UK: Applying entrepreneurship theory to practice', The Journal of Technology Transfer, 31(5), pp. 599–603.

Kontan.co.id (2021) Tak bertahan lama, Elon Musk kembali rebut posisi terkaya dunia dari Jeff Bezos,kontan.co.id. Available at: https://newssetup.kontan.co.id/news/tak-bertahan-lama-elon-musk-kembali-rebut-posisi-terkaya-dunia-dari-jeff-bezos (Accessed: 8 February 2021).

Kotler dan Keller (2009) 'Manajemen Pemasaran'.

Kurniullah, A. Z. et al. (2021) Kewirausahaan dan Bisnis. Yayasan Kita Menulis.

Lambing, P., dan Kuehl, C.R. (2000). Entreprenuership. New Jersey: Upper Saddle River.

Larsen, P. & Lewis, A. (2007). How Award-Winning Smes Manage The Barriers To Innovation. Creativity And Innovation Management, 16, 142-151.

Loenardus, S. (2009). Kewirausahaan: Teori, Praktek dan Kasus-Kasus. Jakarta: Salemba Empa.

Longley, D. and Shain, M. (1985) Dictionary of Information Technology. 2nd edn. London: Macmillan Press.

Lounsbury, M., Cornelissen, J., Granqvist, N. & Grodal, S. (2018). Culture, Innovation And Entrepreneurship. Innovation, 21, 1-12.

Lubis, M. R. et al. (2020) Pengenalan Teknologi Informasi. Yayasan Kita Menulis.

Machfoedz, Machfoedz. (2005). Kewirausahaan: Metode, Manajemen dan Implementasi. Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta

MacMillan, I. C. and Jones, P. E. (1984) 'Designing organizations to compete', The Journal of business strategy, 4(4), p. 11.

Majakuning, C. & Adi, W. (2020). Kisah Mereka Yang Sukses Kembangkan Bisnis Saat Pandemi Https://Malang.Kompas.Com/Read/2020/08/27/23375991/Kisah-Mereka-Yang-Sukses-Kembangkan-Bisnis-Saat-Pandemi?Page=All, 19 Januari 2021.

Majid, A. et al. (2008) 'Tracheobronchoplasty for severe tracheobronchomalacia: a prospective outcome analysis', Chest, 134(4), pp. 801–807.

Martiah, S. (2017) 'Kewirausahaan Berbasis Teknologi (Technopreneurship) dalam Perspektif Ilmu Pendidikan, Edutic - Scientific Journal of Informatics Education, 3(2), pp. 75–82. doi: 10.21107/edutic.v3i2.2927.

Martono, N. (2012). Sosiologi Perubahan Sosial: Perspektif Klasik, Modern, Posmodern, dan Poskolonial (Sampel halaman). RajaGrafindo Persada Jakarta.

Maryani dkk (2018). Efektivitas Pendampingan Kelompok Dalam Meningkatkan Motivasi Berwirausaha Peternak Sapi Perah, JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat), 2(1), p. 7. doi: 10.30595/jppm.v2i1.2059.

Menjadi, K.-K. et al. (no date) "Kiat- kiat menjadi wirausaha dan tantangannya *," pp. 1–12.

Miller, R. (2012). Damn The Recession, Full Speed Ahead. Journal Of Library Administration, 52, 3-17.

Morris, M. H. and Kuratko, D. F. (2002) Corporate entrepreneurship: Entrepreneurial development within organizations. South-Western Pub.

Morris, M. H., Lewis, P. S., & Sexton, D. L. (1994). Reconceptualizing Entrepreneurship: an Input-Output Perspective. SAM Advanced Management Journal, 59(1), 21.

Mulyadi (2014) Sistem Akuntansi. Keempat. Jakarta: Salemba Empat.

Mulyani, E. (2011). "Model Pendidikan Kewirausahaan Di Pendidikan Dasar Dan Menengah". Jurnal Ekonomi dan Pendidikan, 8(1).

Murdafasmi, Y. et al. (2020) 'Dukungan Sosial Dengan Fear of Failure Pada Foodpreneur, IJIP : Indonesian Journal of Islamic Psychology, 2(2), pp. 199–224. doi: 10.18326/ijip.v2i2.199-224.

Musyadar, A. (2006) "Pengertian dan Proses Kewirausahaan: Modul 1," Kewirausahaan, pp. 1–25. Available at: file:///C:/Users/asus/Documents/MY skripsi/kemampuan berfikir kritis/kemampuan berkomunikasi/baru/okokokok/LUHT4354-M1.pdf.

Muttaqiyathun, A. (2010) 'Hubungan Emotional Quotient, Intelectual Quotient dan Spiritual Quatient dengan Entrepreneur's performance', Jurnal Manajemen Bisnis, 2(3), pp. 221–234. Available at: http://www.irjbs.com/index.php/jurnalirjbs/article/view/42/42.

Napitupulu, D. et al. (2020) E-Government: Implementasi, Strategi dan Inovasi. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Ningsih, R. (2017). "Peranan Pendidikan Kewirausahaan dalam Meningkatkan Motivasi Berwirausaha bagi Mahasiswa". Prosiding Diskusi Panel Nasional Pendidikan Kewirausahaan" Memajukan Kewirausahaan dalam upaya membangun Indonesia, 60-69.

Nora, S. (2019) "Bahan Ajar Kewirausahaan Agribisnis," pp. 1–110.

Nurfaizal, Y. (2014) 'Mahasiswa teknik informatika: tinjauan pada, 14(02), pp. 13–25.

Nursalam, 2016, metode penelitian and Fallis, A. . (2013) Kewirausahaan di Era 4.0, Journal of Chemical Information and Modeling.

Okafor, Chinonye and amalu, Roy, (2010). Enterpreneurial Motivations as Determinants of Women Enterpreneuership Challenges. Petroleum- Gas Univesity of Ploiesti, Vol. LXII, No 2, pp:66-77.

Oktiani, I. (2017). Kreativitas Guru dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Peserta Didik, Jurnal Kependidikan, 5(2), pp. 216–232. doi: 10.24090/jk.v5i2.1939.

Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation : A Handbook For Visionaries, Game Changers, And Challengers, United States Of America, John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.

Pakpahan, M. dan Kom, S. (2013) "Materi Kuliah Kewirausahaan," Jakarta: Universitas Budi Luhur.

Parinduri, L. et al. (2020) Manajemen Operasional: Teori dan Strategi. Yayasan Kita Menulis.

Pinayani, A. (2005) "Prospek Masa Depan Kewirausahaan di Indonesia," Jurnal Ekop, 1(1), pp. 1–11.

Pinchot III, G. (1985) 'Intrapreneuring: Why you don't have to leave the corporation to become an entrepreneur', University of Illinois at Urbana-

Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship.

Porter, M. E. (1990). What Is National Competitiveness? Harvard Business Review, 68, 84-85.

Pratama, A. M. (2020) Pengguna Internet Indonesia hingga Kuartal II 2020 Capai 196,7 Juta Orang. Available at: https://money.kompas.com/read/2020/11/09/213534626/pengguna-internet-indonesia-hingga-kuartal-ii-2020-capai-1967-juta-orang (Accessed: 8 February 2021).

Prawiro, S. (1997). Kewirausahaan. Bandung. CV. Alfabeta.

Prawirokusumo, S. (1997). "Peranan Perguruan Tinggi dalam Menciptakan Wirausaha-Wirausaha Tangguh". In Makalah Seminar. Jatinangor: PIBI-IKOPIN dan PNst.

Priyanto, S. H. 2010. "Pengaruh Faktor Lingkungan, Kewirausahaan, dan Kapasitas Manajemen terhadap Kinerja Usahatani: Studi Empiris pada Petani Tembakau di Jawa Tengah". Disertasi. Program Studi Ilmu Ekonomi. Universitas Brawijaya: Program Pascasarjana.

Purba, B., Gaspersz, S., et al. (2020) Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar. Yayasan Kita Menulis.

Purba, B., Sudarmanto, E., et al. (2020) Ekonomi Politik: Teori dan Pemikiran. Yayasan Kita Menulis.

Purba, S., Revida, E., et al. (2020) Perilaku Organisasi. Yayasan Kita Menulis.

Purnomo, A. et al. (2020) Dasar-Dasar Kewirausahaan: Untuk Perguruan Tingi dan Dunia Bisnis. Yayasan Kita Menulis.

Purnomo, B. . (2005). Membangun Semangat Kewirausahaan. Yogyakarta: Laksbang Pressindo.

Rahim, A. R. and Basir, B. (2019) "Peran Kewirausahaan Dalam Membangun Ketahanan Ekonomi Bangsa," Jurnal Economic Resource, 1(2), pp. 130–135. doi: 10.33096/jer.v1i2.160.

Ries, E. (2011). The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation To Create Radically Successful Businesses, Crown Publishing Group (Usa).

Rothwell, R. & Gardiner, P. J. T. (1985). Invention, Innovation, Re-Innovation And The Role Of The User: A Case Study Of British Hovercraft Development. 3, 167-186.

Rumondang, A. et al. (2019) Fintech: Inovasi Sistem Keuangan di Era Digital. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Rusdiana (2018). Kewirausahaan Teori Dan Praktik, in. Bandung: CV Pustaka Setia, p. 57.

Rusdiana, (2018). "Kewirausahaan Teori dan Praktik" CV Pustaka Setia, Bandung

Sandi, F. (2020). Jualan Di Pinggir Jalan, Seberapa Anjlok Bisnis Pizza Hut Cs Https://Www.Cnbcindonesia.Com/Market/20200924102823-17-189090/Jualan-Di-Pinggir-Jalan-Seberapa-Anjlok-Bisnis-Pizza-Hut-Cs, 19 Januari 2021

Sandiasa, G., Sos, S. and Si, M. (2009) "BUKU AJAR Oleh."

Santika, T. (2017). Pendidikan Karakter Kewirausahan Padaprogram Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD). Seminar Nasional Pendidikan Nonformal FKIP Universitas Bengkulu, Vol 1 Nomor 1, Juli 2017.

Santos, J., Spector, B. & Van Der Heyden, L. J. I., Fontainebleau, France (2009). Toward A Theory Of Business Model Innovation Within Incumbent Firms.

Santosa, I. (2014) "Masalah Dan Tantangan Pengembangan Kewirausahaan Pada Kalangan Mahasiswa Di Indonesia," Ajie, 3(3), pp. 203–207. doi: 10.20885/ajie.vol3.iss3.art5.

Saputra, D. H. et al. (2019) E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya. Yayasan Kita Menulis.

Sardiman (2010). Peran Motivasi Bagi Siswa Dalam Proses Belajar-Mengajar, Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Pembelajaran Fakultas Tarbiyah', 5(2), pp. 52–67.

Sari, A. P. et al. (2020) Ekonomi Kreatif. Yayasan Kita Menulis.

Saroni, M. (2012). Mendidik & Melatih Entrepreneur Muda: Membuka Kesadaran Atas Pentingnya Kewirausahaan bagi Anak Didik. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

Sarosa, P. (2005). Panduan Praktis & Motivasional Bagi Kaum Muda Dan Mahasiswa' 'Becoming young entrepreneur : dream big start small - act now :, in. Jakarta: jakarta : Elex Media komputindo, 2005.

Sayers,J. (2012). Home Based Business, In M. R. Marvel (Ed.) Encyclopaedia of New Venture Management. Sage. London.

Septiana Dewi (2017). Dampak Keputusan Berwirausaha Dengan Lingkungan Sosial Dan Pendidikan Formal Pada Motivasi Berwirausaha', Jurnal Perilaku dan Strategi Bisnis, 5(1), pp. 109–116. doi: 10.26486/jpsb.v5i1.330.

Setyadi Antonius, (2020). "Kewirausahaan Perencanaan Bisnis di Era Digital" Mitra Wacana Media, Jakarta

Sherly, S. et al. (2020) Pemasaran Internasional. Yayasan Kita Menulis.

Siagian, S. dan Asfahani. (1995). Kewirausahaan Indonesia dengan Semangat 17.8.45. Jakarta: Kloang Klede Jaya Putra Timur.

Siagian, V. et al. (2020) Pengantar Kewirausahaan. Yayasan Kita Menulis.

Silvana Trimi , J. B.-M. (2012). Business Model Innovation In Entrepreneurship. International Entrepreneurship And Management Journal 8, 449–465.

Simarmata, J. et al. (2020) Teknologi Informasi: Aplikasi dan Penerapannya. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Simarmata, J. et al. (2021) Pengantar Teknologi Informasi. Yayasan Kita Menulis.

Siregar, D. et al. (2020) Technopreneurship: Strategi dan Inovasi. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Sisca, S. et al. (2021) Manajemen Inovasi. Yayasan Kita Menulis.

Slamet, P. H. (2011). "Peran Pendidikan Vokasi Dalam Pembangunan Ekonomi". Jurnal Cakrawala Pendidikan, (2).

Slameto (2010). Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempegaruhinya. Bandung: Rineka Cipta.

Solso, Maclin, Maclin. (2008). "Psikologi Kognitif" edisi kedelapan, Erlangga, Jakarta

Sondang P & Siagian (2001) Administrasi Pembangunan : Konsep, Dimensi dan Strategi. Jakarta: Bina Aksara.

Soriano, D. R. and Martínez, J. M. C. (2007) 'Transmitting the entrepreneurial spirit to the work team in SMEs: the importance of leadership', Management Decision.

Stanger,A.M.J. (1998). Home-based business marginality: Areview of home based business performancean ditsdeterminants. Paper presentedat the International Councill for Small Business Conference, Singapore.

Street, R. F. K. A. C. T. (2001). Toward A Multi-Dimensional Measure Of Individual Innovative Behavior. Journal Of Intellectual Capital, 2 284-296.

Sudarso, A., Kurniullah, A. Z., et al. (2020) Manajemen Merek. Yayasan Kita Menulis.

Sudarso, A., Purba, B., et al. (2020) Konsep E-Bisnis. Yayasan Kita Menulis.

Suharjuddin, Widiansyah, A. and Yohamintin (2020) 'Peningkatan Keterampilan Ecopreneur Pada Masa Pendemic Covid-19 Melalui Pelatihan Budidaya Tanaman Sayur Hias Organik, Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1(3), pp. 138–153.

Sukandar, C. A. (2019) Intip Kondisi Dunia 25 Tahun Lalu, Saat Amazon Baru Berdiri,wartaekonomi.co.id. Available at: https://www.wartaekonomi.co.id/read236222/intip-kondisi-dunia-25-tahun-lalu-saat-amazon-baru-berdiri (Accessed: 8 February 2021).

Sundbo, J. (1998). The Theory Of Innovation: Enterpreneurs, Technology And Strategy, Edward Elgar Publishing.

Suparyanto (2012) 'Kewirausahaan: Konsep dan Realita pada Usaha Kecil'.

Suparyanto, R. W. (2019). Kewirausahaan: Konsep dan Realita pada Usaha Kecil.

Suprapto, H. A. (2018) 'Strategi Pembelajaran Kewirausahaan Berbasis Teknologi', Didaktis: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Pengetahuan, 18(1), pp. 61–73.

Suryana Dr, Ms. (2003). Kewirausahaan: Pedoman Praktis. Kiat Dan Proses Menuju Sukses, Edisi Revisi, Salemba Empat, Jakarta.

Suryana, (2006). "Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses" Edisi Ketiga, Penerbit Salemba, Jakarta

Suryana, Y., & Bayu, K. (2012). Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses Ed. 2. Kencana.

Suryana. (2007). Kewirausahaan, Pedoman Praktis Kiat dan Proses Menuju Sukses. Jakarta: Salemba Empat.

Suswati, E. (2005). Pengaruh Karakteristik Individu dan Pekerjaan serta Karakteristik Organisasi terhadap Motivasi dan Kemampuan serta Kinerja Bidan pada Rumah Sakit Umum Tipe C di Provinsi Jawa Timur. Disertasi: Program Pasca sarjana Universitas Airlangga Surabaya.

Sutarman (2009) Pengantar Teknologi Informasi. Jakarta: Bumi Aksara.

Suyono (2004) 'Food Service Management Dasar-Dasar Mengolah Bisnis Restoran'.

Swastha (2010) 'Manajemen Pemasaran : Analisa dan Perilaku Konsumen'.

Thomas W Zimmerer, Norman M Scarborough. (2008). "Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil", Salemba empat, Jakarta

Tung, L. C. (2011). The Impact Of Entrepreneurship Education On Entrepreneurial Intention Of Engineering Students. City University of Hongkong: Run Run Shaw Library, 11(1), 67-86.

Ulya, F. N. (2020) Beri Layanan Gratis Transfer Antar Bank, Flip Dapat Untung dari Mana,kompas.com. Available at: https://money.kompas.com/read/2020/11/26/161000226/beri-layanan-gratis-transfer-antar-bank-flip-dapat-untung-dari-mana- (Accessed: 8 February 2021).

Wahyudi, D. (2021) Jeff Bezos, Pria Rp 2.700 Triliun yang Lebih Suka Nyetir Honda Rp 20 Jutaan,oto.detik.com. Available at: https://oto.detik.com/profil/d-5361598/jeff-bezos-pria-rp-2700-triliun-yang-lebih-suka-nyetir-honda-rp-20-jutaan (Accessed: 8 February 2021).

Wibisono, A. (2014) 'Mengembangkan Ide Kewirausahaan Teknologi Informasi di Jurusan Sistem Informasi ITS', in Seminar Nasinal Sistem Informasi Indonesia. Surabaya: Institut Teknologi Sepuluh November.

wibowo (2011) 'Pembelajaran Kewirausahaan dan Minat Wirausaha Lulusan SMK', Eksplanasi. 6.

Wibowo, A. (2011). Pendidikan Kewirausahaan (Konsep dan Strategi). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Widyamartaya (1990) 'Seni Menuangkan Gagasan'.

Wijoyo, H., Indrawan, I. and Firmansyah (2020) Kewirausahaan Berbasis Teknologi (Teknopreneurship). Banyumas: CV Pena Persada.

Wiklund, J. and Shepherd, D. (2003) 'Knowledge-based resources, entrepreneurial orientation, and the performance of small and medium-sized businesses', Strategic management journal, 24(13), pp. 1307–1314.

Williams, B. K. and Sawyer, S. C. (2011) Using Information Technology: A Practical Introduction to Computers & Communications. 9th edn. New York: McGraw-Hill.

Winardi, J. (2008) 'Entrepreneur dan Entre-preneurship', Cetakan ke-3, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.

Wirapraja, A. et al. (2021) Manajemen Pemasaran Perusahaan. Yayasan Kita Menulis.

Wolpert, J. D. J. H. B. R. (2002). Breaking Out Of The Innovation Box. 80, 76-83, 148.

Zahra, S. A. and Covin, J. G. (1995) 'Contextual influences on the corporate entrepreneurship-performance relationship: A longitudinal analysis', Journal of business venturing, 10(1), pp. 43–58.

Zhao, F. (2005). Entrepreneurship And Innovation In E-Business: An Integrative Perspective. 6, 53-60.

Zimmerer, T., & Scarborough, N. M. (2002). Pengantar Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil. Prenhallindo.

Zimmerer, T.W. dan Scarborough, N.M. (1996). Entrepreneurship The New Venture Formation. New York: Prentice Hall International Inc.

Zott, C. & Amit, R. (2015). Business Model Innovation: Toward A Process Perspective. In: Nathan, P. E. (Ed.) The Oxford Handbook Of Creativity, Innovation, And Entrepreneurship. United States Of America: Oxford University Press

Biodata Penulis

Mardia, SP., MSi.

Mardia, lahir di Ujung Pandang 19 Agustus 1974, Saya anak pertama dari 10 bersaudara. Menikah dengan Chairulsyah, SE,Ak,MSi. Beliau bekerja di Unhas sebagai staf fakultas MIPA . Jenjang S1 di Universitas Muslim Indonesia (UMI) Makassar Fakultas Pertanian (Agronomi) masuk 1993 selesai September 1998. Pendidikan S2 di UNHAS Tahun 2000-2 maret 2002. Dengan mengambil jurusan Manajemen Agribisnis. Mengajar di Universitas Indonesia Timur . Kemudian lanjut S3 di Unhas sementara lanjut ke hasil disertasi. Karya ilmiah dan jurnal yang telah diterbitkan sebagai berikut : Pendekatan Perspektif Weber terhadap Tindakan Rasionalisme Pembuatan Perahu Pinisi, The influence of marketing volume and marketing channel on fresh tiger shrimp marketing margin, dan jurnal internasional dengan judul The Agribusiness Model of Natural Silk System in Soppeng Regency. Ada beberapa buku yang telah diterbitkan dan ber- ISBN antara lain : Politik Ekologi , Teori-Teori Sosial (Klasik Dan Modern) , Analisis Usahatani, Dasar-Dasar Agribisnis., Kewirausahaan dan Bisnis, Sistem Perekonomian Indonesia, Manajemen Pemasaran Perusahaan.

Ir. Abdurrozzaq Hasibuan, MT, Lahir di Medan. Lulus dari Politeknik Universitas Syiah Kuala Lhokseumawe, Diploma III (D-III), Jurusan Teknik Mesin, Program Studi Produksi, pada tahun 1992; Gelar Sarjana Teknik (S-1), (Insinyur) Industri diperoleh dari Institut Teknologi Medan (ITM) – Medan pada tahun 1997; dan Gelar Magister Teknik (S-2) Program Studi Teknik Industri dari Institut

Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) – Surabaya pada tahun 2001. Mengikuti Pendidikan Dasar Keprajuritan (MENWA) di Banda Aceh; Dosen Tetap Yayasan Universitas Islam Sumatera Utara (UISU) Fakultas Teknik Program Studi Teknik Industri Medan. Tahun 2001 sampai dengan tahun 2010 mengajar di Universitas Medan Area (UMA) – Medan Program Studi Teknik Industri. Tahun 2010 mengajar di Institut Sains dan Teknologi T.D Pardede (ISTP) Medan, Jurusan Teknik Manajemen Industri. Jabatan yang pernah dipegang Centre for Health Services (Pusat Kajian Layanan Kesehatan) dan K3 sebagai Bendahara tahun 2006 sampai dengan 2010, Dewan Riset Daerah Sumatera Utara (DRD-SU) sebagai Sekretaris Eksekutif tahun 2008 – 2009, Peneliti di Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Sumatera Utara Bidang Sumber Daya Alam dan Maritim, Tenaga Ahli 2009 – 2011, BAPPEDA Kota Medan (Menyusun Master Plan Sosbud Kota Medan), Tenaga Ahli tahun 2009 – 2010, Tim Seleksi Anggota Dewan Riset Daerah Sumatera Utara (DRD-SU) Periode Tahun 2009 – 2014, pada tahun 2009 – 2014 sebagai Sekretaris Eksekutif Dewan Riset Daerah Sumatera Utara (DRD-SU). Tahun 2008 – 2010 Ketua Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Islam Sumatera Utara (UISU), Tahun 2010 – 2016 Kepala Biro Akademik dan Kemahasiswaan (BAA-K) UISU, Sekretaris Eksekutif Dewan Riset Daerah Sumatera Utara (DRD-SU) sampai sekarang. Menulis Buku sejak tahun 2010 sampai sekarang.

Dr. Janner Simarmata, S.T., M.Kom.

Sarjana Teknik Informatika dari STMIK Bandung, Magister Ilmu Komputer dari Universitas Gadjah Mada (UGM) dan Doktor Pendidikan Teknologi Kejuruan (PTK) diperoleh dari Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) Bandung bidang kajian Blended Learning.

Menulis buku sejak tahun 2005. Dosen di Pendidikan Teknologi Informatika dan Komputer (PTIK) Fakultas Teknik Universitas Negeri Medan. Informasi lengkap dapat dilihat di web pribadi www.jannersimarmata.com | surel: jannersimarmata[at]unimed.ac.id.

Kuswanto. S.Kp., MHKes, lahir di Karanganyar pada tanggal 28 Desember 1973. Menyelesaikan kuliah di Akper Solo dan mendapat gelar Ahli Madya Keperawatan pada tahun 1996, Sarjana Keperawatan pada tahun 2002 dan Magister Hukum Kesehatan pada tahun 2012. Pada tahun 2013 diangkat menjadi Dosen di Poltekkes Kemenkes Semarang sampai sekarang.

Endang Lifchatullaillah, S.E., M.M lahir di Kota Jember pada tanggal 31 Oktober 1968, dari seorang ayah (Alm.) Soemadi dan ibu (Almh.) Soelastri. Isteri dari Sudarmono,S.Pd ini telah dikaruniai dua orang anak (Perempuan dan Laki- laki) serta seorang cucu. Mendapat gelar Sarjana Ekonomi dari STIE Dharma Nasional tahun 2013 dan Pasca Sarjana STIE Yapan tahun 2015 jurusan Manajemen Keuangan.

Pengalaman karier karyawan PKP-RI Kab. Jember, Pembantu Direktur II Akbid dr Soebandi Jember, Ketua Koperasi Wanita "Mawar" Jember, Ketua Koperasi Karyawan "Amanah" (2014 – 2018), Bendahara Koperasi Karyawan "Pasti Mesra" , Direktur Keuangan PT Berkah Amanah Bersama Jaya Makmur, Tenaga Pengajar (Dosen) di STIKES dr Soebandi Jember.

Pengalaman Menulis Antologi (Pegiat Literasi Nusantara, Komunitas Dosen Penulis dan Peneliti Indonesia) dan Karya Tunggal serta Kolaborasi Menulis Buku Ekonomi Kreatif, Buku Ekonomi & Bisnis, Buku Pengantar Kewirausahaan.

Email : endanglilif@gmail.com

Liharman Saragih lahir di Seribudolok, 14 Januari 1977. Lulus dari Program S1 Manajemen (2001) & S2 Magister Manajemen (2004) dari Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga. Sekarang aktif sebagai dosen di Fakultas Ekonomi, Universitas Simalungun, Pematangsiantar. Saat ini sedang melanjutkan studi S-3 Ilmu Manajemen di Universitas Sumatera Utara, Medan.

Dewi Suryani Purba, S.Pd., M.M., M.Pd. lahir di Medan pada tanggal 02 September 1988. Sarjana Pendidikan Matematika di Universitas Negeri Medan (UNIMED), Magister Manajemen dari Universitas HKBP Nommensen, Magister Pendidikan Matematika dari Universitas Negeri Medan (UNIMED). Menikah dengan C. Marpaung dan memiliki 3 orang anak. Saat ini mengajar di SMA Swasta Santo Thomas 1 Medan sebagai Guru Matematika.

Martono Anggusti Lahir 18 April 1964 di Wingfoot dan menyelesaikan Sarjana Teknik Sipil, Sarjana Hukum, Master Manajemen, Master Hukum dan Doktor Hukum sejalan didunia praktisi dengan membangun berbagai bisnis, seperti bidang kontraktor, trading, soap industries, transportation, refinery, Palm oil mill, estate, bulking station, jerry-can, property, hotel, restaurant, coconut milk, Academy. Aktif sebagai dosen di UHN dan NTU Academy.

Sedangkan dalam hidup berorganisasi, aktif di Kadin Sumut sebagai wakil ketua bidang GCG, CSR dan L.Hidup, Apindo Sumut sebagai bendahara, Pembina Yayasan Tiociu Sumut, Pembina Yayasan Budaya Hijau Indonesia, Pembina Sekolah Budi Utomo, Forum Komunikasi Lembaga Pelatihan Kerja Sumut,

Dewan Pengupahan Daerah Provinsi, di Lionsclub D-307A2 sebagai ketua AD & ART ...

Penulis senang dalam memadukan antara dunia Dogmatis dan Pragmatis sejak Sekolah Menengah Atas, sehingga prinsip Link, Match and Applicable selalu sambut menyambut sesuai prinsip ontologi, epistemologi dan aksiologi.

Hidup ini adalah berkah, dan kerja adalah ibadah, amanah, pelayanan, seni dan berbahagialah apabila anda dapat membuktikan bahwa teori itu benar dan demikian juga sebaliknya, bahwa dunia praktek membutuhkan dunia teori untuk bisa berkembang dan berkelanjutan. Website: martonomily.com.

Dr. Bonaraja Purba, M.Si, Lulus Sarjana Pendidikan (S1) dari Universitas Negeri Medan (UNIMED), Magister Ilmu Ekonomi (S2) dari Universitas Syiah Kuala (USK) dan Doktor Ilmu Ekonomi (S3) juga dari Universitas Syiah Kuala (USK) Banda Aceh. Sejak tahun 1987 hingga saat ini selalu aktif menulis jurnal nasional dan jurnal internasional, buku ajar dan buku referensi, dan berkarir sebagai Dosen Tetap dan Peneliti di Fakultas Teknik dan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan Sumatera Utara. Telah menulis lebih dari 50 judul Buku Ekonomi, Manajemen, Agribisnis, dan Pendidikan, yang telah diterbitkan oleh berbagai penerbit. Beberapa Buku Manajemen karya kolaborasinya antara lain Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar; Teori Administrasi Publik; Pengembangan Sumber Daya Manusia Perguruan Tinggi: Sebuah Konsep, Fakta dan Gagasan; Manajemen Operasional: Teori dan Strategi; Manajemen Produksi dan Operasi; Konsep E-Bisnis; Sistem Informasi Bisnis; Teknik Keselamatan dan Kesehatan Kerja; Komunikasi Bisnis; Etika Bisnis; Manajemen Merek; Perilaku Organisasional; Teknologi Informasi dan Sistem Informasi Manajemen; Manajemen Inovasi; Manajemen Pemasaran Perusahaan; Manajemen Pemasaran Jasa; Komunikasi Pemasaran; Dasar-Dasar Komunikasi Digital; Sistem Informasi Akuntansi dan Bisnis; Sistem Informasi Manajemen Bisnis

Nina Noviastuti, SP.M.Sc dilahirkan di Sleman, 9 November 1971. Ia menyelesaikan pendidikan S1 di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta dan S2 di Universitas Gadjah Mada Yogyakarta. Aktif sebagai dosen sejak tahun 2001 dan menjadi dosen profesional pada tahun 2012 dengan Jabatan Fungsional Lektor, saat ini menjabat sebagai Direktur Akademi Pariwisata Dharma Nusantara Sakti Yogyakarta (AKPARDA). Dan sebagai dosen di Institut Pertanian Yogyakarta (INTAN).

Idah Kusuma Dewi. Menyelesaikan pendidikan S1 di Universitas Islam Sultan Agung pada fakultas ekonomi jurusan manajemen. Pernah menjadi Anggota KPUD Kabupaten Kendal periode 2003–2008. Aktif dalam organisasi masyarakat sejak 1995 dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat, forum UMKM, kegiatan pendampingan Desa Wisata dan menjadi anggota Himpunan Peneliti Indonesia wilayah Jawa Tengah. Tahun 2012 menyelesaikan pendidikan S2 Magister Ilmu Sosial dan Politik Universitas Diponegoro Semarang dan bekerja sebagai dosen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia Semarang.

Fhajri Arye Gemilang lahir di Solok, pada 30 Januari 1992. Menyelesaikan Program Sarjana pada Program Double Degree Management Universitas Negeri Padang dan Universiti Utara Malaysia. Beliau Juga sudah tercatat sebagai Magister pada Program Studi Magister Management di Universitas Andalas. Biasa dikenal dengan panggilan Fhajri, ia sehari-hari bekerja di Universitas Fort De Kock Bukittinggi sebagai Kepala Program Studi Kewirausahaan. Selain aktivitas Rutin tersebut, ia juga aktif pada beberapa komunitas yang berfokus pada kegiatan promosi kepariwisataan di kampung halamannya. Sebelum ini, Fhajri juga pernah memimpin lembaga keuangan yang berfokus membantu Masyarakat Prasejahtera dalam Pengembangan Usaha-usaha Super mikro yang mereka miliki selama kurang lebih 5 (lima) tahun.

Dr. Sukarman Purba, ST, M.Pd, dilahirkan di Kota Pematang Siantar pada tanggal 23 Mei 1962. Lulus dari pendidikan S1 Jurusan Pendidikan Teknik Elektro IKIP Medan Tahun 1986, S1 Teknik Elektro UISU Medan Tahun 2000, pendidikan S2 dari IKIP Jakarta Jurusan Pendidikan Teknologi Kejuruan Tahun 1992, dan pendidikan S3 dari Universitas Negeri Jakarta Jurusan Manajemen Pendidikan Tahun 2008. Saat ini aktif sebagai Tenaga Pengajar di Universitas Negeri Medan. Aktif menulis Buku Referensi dan telah menghasilkan sebanyak 36 buku yang ditulis secara kolaboratif. Selain itu, melakukan penelitian dalam jurnal bidang manajemen, sosial dan pariwisata. Aktif mengikuti kegiatan sebagai pengurus Asosiasi Profesi Ikatan Sarjana Manajemen dan Administrasi Pendidikan Indonesia (ISMAPI) Pusat dan Daerah Sumatera Utara, Pengurus Organisasi kemasyarakatan HMSI Sumatera Utara, PMS Kota Medan dan IKA S3 MP UNJ Wilayah Sumatera Utara.

Rahman Tanjung lahir di Karawang 12 Januari 1981. Menikah dengan Neng Sri Ekawati dan saat ini dikaruniai 2 anak, Azka dan Azkia. Penulis saat ini bekerja sebagai Widyaiswara Ahli Madya pada BPSDM Kabupaten Karawang dan juga aktif mengajar di STIT Rakeyan Santang Karawang.

Menamatkan pendidikan dasar di SDN Nagasari VII Karawang, jenjang menengah pertama di SMPN 2 Karawang, menengah atas di SMAN 1 Karawang dan melanjutkan Pendidikan jenjang sarjana di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen UNSOED Purwokerto, kemudian S2 Magister Manajemen dengan konsentrasi MSDM di STIE Kampus Ungu Jakarta dan saat ini sedang menempuh studi doktoral (S3) di Universitas Islam Nusantara (UNINUS) Bandung.

Penulis sudah menghasilkan beberapa judul buku diantaranya Manajemen Humas Lembaga Pendidikan, Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi (Konsep dan Perkembangan), Manajemen Pemasaran Pendidikan, Manajemen Strategi

dan Manajemen Mitigasi Bencana. Saat ini penulis aktif menulis jurnal ilmiah nasional maupun internasional.

KEWIRAUSAHAAN

Buku ini diharapkan menjadi bahan referensi dan dapat memberikan gambaran bahwa Kewirausahaan adalah kewirausahaan bisa didefinisikan sebagai kemampuan untuk menjadi kreatif dan inovatif (menciptakan yang baru dan berbeda), digunakan sebagai singkatnya keterampilan, fondasi, sumber daya, proses, dan upaya untuk menciptakan produk dan layanan bernilai tambah untuk berani menghadapi risiko.

Buku ini membahas:

Bab 1 Kewirausahaan dan Tantangan Bangsa
Bab 2 Kewirausahaan: Konsep yang Berevolusi
Bab 3 Falsafah dan Spirit Kewirausahaan
Bab 4 Motivasi Wirausaha
Bab 5 Kreativitas Dalam Kewirausahaan
Bab 6 Inovasi Dalam Kewirausahaan
Bab 7 Perspektif Kewirausahaan Pada Individu
Bab 8 Kecerdasan Wirausaha
Bab 9 Intrapreneurship
Bab 10 Woman and Home Entrepreneurship
Bab 11 Menemukan Dan Mengembangkan Ide Usaha
Bab 12 Technopreneur dan Inspirasi
Bab 13 Pendidikan Kewirausahaan
Bab 14 Peran Teknologi Informasi dalam Kewirausahaan

YAYASAN KITA MENULIS
press@kitamenulis.id
www.kitamenulis.id

ISBN 978-623-6840-71-9
9 786236 840719