

Meretas Jiwa Entrepreneur Muda Studi pada Salah Satu Desa Terbaik di Indonesia

Umi Hanifah¹, Retna Dewi Lestari², Novemy Triyandari Nugroho³, Rita Wahyuningsih⁴, Retno Karunia Putri⁵

^{1,2,3}Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bangsa Surakarta

^{4,5}Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Duta Bangsa Surakarta

Article Info

Article history:

Received 19 November 2021

Publish 24 November 2021

Keywords:

Entrepreneur spirit, young generation.

Abstract

Entrepreneur is a promising profession if it is occupied seriously for the future. On entrepreneur where they could get the opportunity to show their potential fully also could do a change and have freedom to reach the purpose they need without depending on others. Ngringo village as an economic point at Karanganyar regency which putting forward the entrepreneurship side. The independence power of community of Ngringo village has been tested independently by IPD (Development of Village Index) categorize as independent village. It is implied that the Ngringo village's community is much participated on independence as improving their economic. That statement is proved by Ngringo village which placed the 4th of 100 the best village in Indonesia released by village ministry, Development remote village, and transmigration on 2018. Entrepreneurial trend which carrying the economic creative in Ngringo village is developing nowadays, and more spreading by the social development that occurred. The actor of economic creative obviously that is the entrepreneur which actually a young age who trying a new one. The young people paradigm gives different color at Ngringo village. Therefore, the research is going to analyze the link between the spirit of young entrepreneur as an effort of economic creative improvement. This research is done at Ngringo village, Karanganyar regency. The data analyzing method which is used is qualitative method by phenomenology approach by collecting data technique, interview, observation and documentation. The output target is the released of national journal accreditation. The research is expected to be able to give additional insight for the reader and also as the reference of researches at University of Duta Bangsa Surakarta area at the future time.

This is an open access article under the [Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



Corresponding Author:

Umi Hanifah

Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bangsa Surakarta

Email: umi_hanifah@udb.ac.id

1. PENDAHULUAN

Dalam perkembangan zaman, *entrepreneur* kini menjadi topik yang tengah diperdebatkan di Indonesia sebab adanya faktor psikologis masyarakat yang negatif terhadap profesi wirausaha seperti sifat egois, tidak jujur, kikir, sumber penghasilan tidak stabil, dan kurang terhormat. Akan tetapi, kondisi pada saat ini justru mendorong masyarakat untuk memilih berwirausaha (Nana Herdiana, 2013). Sebagaimana dikutip dari situs Badan Pusat Statistik (BPS) kini jumlah penduduk yang memilih untuk berwirausaha telah mencapai angka 8,06 juta jiwa dan rasio wirausaha tersebut berkisar 3,1% dari seluruh jumlah penduduk. Airlangga Hartanto selaku Menteri perindustrian juga mengatakan bahwa rasio wirausaha di Indonesia telah mencapai standart Internasional, yaitu sebesar 2% dan perlu berusaha mengejar pencapaian Negara Singapura yang sudah memperoleh angka 7% dan Malaysia pada level 5%. Dari data tersebut, maka terlihat jika perkembangan industri saat ini mulai meningkat seiring dengan munculnya wirausaha-wirausaha baru.

Wirausahawan kini mulai terpicu dan melihat profesi bisnis sebagai suatu hal yang sangat menjanjikan bagi masa depannya, sebab dengan berwirausaha mereka mampu membuat peluang untuk memperlihatkan potensi diri mereka sendiri secara penuh serta dapat melakukan sebuah perubahan, dan memiliki kebebasan untuk mencapai tujuan yang dikehendaki tanpa bergantung kepada orang lain (Suharyadi, 2007). Sebagaimana arti entrepreneur itu sendiri yaitu orang yang memiliki jiwa berani mengambil suatu resiko untuk membuka sebuah usaha dalam berbagai kesempatan tanpa diliputi rasa takut ataupun cemas meskipun berada dalam kondisi yang tidak pasti (Kasmir, 2013).

Kewirausahaan adalah suatu usaha yang kreatif yang membangun suatu value dari yang belum ada menjadi ada dan bisa dinikmati oleh orang banyak (Peggy, 2007). Konsep Kewirausahaan atau entrepreneurship dan konsep ekonomi kreatif terdapat unsur atau pokok tujuan yang sama yaitu terdapat konsep kreatifitas, ide, gagasan, maupun inovasi. Konsep ini dapat dipelajari oleh siapa saja. Konsep kewirausahaan adalah bahwa kewirausahaan merupakan sebuah penciptaan organisasi (Gartner, 2003). Hampir seluruh organisasi besar yang ada sekarang, dimulai dari ide atau gagasan dari seorang wirausaha kecil.

Aktifitas ekonomi yang ada pada desa Ngringo sangat beragam. Daya kemandirian masyarakat desa Ngringo telah teruji mandiri dengan IPD dan IPM kategori desa mandiri. IPD adalah indeks komposit yang menggambarkan tingkat kemajuan atau perkembangan desa dengan skala 0-100. Adapun, skala kurang dari sama dengan 50 menggambarkan desa tertinggal, 50-75 merupakan desa berkembang dan lebih dari 75 termasuk kategori desa mandiri. IPM merupakan indikator penting untuk mengukur keberhasilan dalam upaya membangun kualitas hidup manusia (masyarakat/ penduduk). Hal ini menyiratkan masyarakat desa Ngringo sangat berpartisipasi dalam kemandirian sebagai peningkatan ekonominya. Pernyataan tersebut dibuktikan dengan Desa Ngringo menempati urutan ke-4 dari 100 Desa Terbaik di Indonesia yang dirilis oleh Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi pada tahun 2018.

Tren wirausaha yang mengusung ekonomi kreatif di desa Ngringo semakin menjamur seiring perkembangan sosial yang terjadi. Para pelaku ekonomi kreatif adalah para wirausaha yang sebenarnya masih pada usia yang sangat muda. Oleh karenanya, penelitian ini dilakukan untuk menganalisa semangat wirausahawan muda dalam upaya meningkatkan ekonomi kreatif di desa Ngringo, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah.

Entrepreneur

“*Entrepreneur*” menurut Zimmerer dan Scarborough, adalah mereka yang menciptakan suatu bisnis baru dengan mengambil resiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan bisnis dengan cara mengidentifikasi peluang dan menggabungkan sumber daya yang diperlukan untuk mendirikannya (Thomas W. Zimmerer dan Norman Scarborough, 2008). Seorang *entrepreneur* yang terkenal dan sukses dalam membangun bisnis secara besar umumnya bukanlah sebagai penanggung suatu resiko, melainkan mereka belajar mendefinisikan sendiri risiko yang mereka hadapi, dan berusaha meminimalkan suatu resiko tersebut. Jika mereka berhasil mendefinisikan suatu resiko tersebut dan kemudian membatasinya, maka mereka juga mampu menganalisis berbagai peluang yang ada serta mampu mengolahnya untuk meraih suatu keuntungan dalam sebuah bisnis yang besar (Buchari Alma, 2013).

Dari pemaparan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa *entrepreneur* adalah seseorang yang berjiwa berani mengambil suatu resiko untuk membuka usaha baru tanpa diliputi rasa takut atau cemas meskipun berada pada kondisi yang tidak jelas dan tidak pasti hasilnya kedepan (Idri, 2015). Adapun makna *spirit entrepreneur* kaum muda itu sendiri adalah semangat seorang *entrepreneur* yang masih di usia muda pada saat ia terjun dibidang kewirausahaan.

Geoffrey G. Meredith tahun 2016 menyatakan bahwa seseorang yang memiliki karakter kewirausahaan memiliki ciri-ciri sebagai berikut: 1) percaya diri, 2) berorientasi pada proses dan hasil, 3) mengambil resiko, 4) kepemimpinan, dan 5) kreatif dan inovatif.

Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif adalah suatu konsep untuk merealisasikan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan berbasis kreativitas. Pemanfaatan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tidak terbatas, yaitu ide, gagasan, bakat atau talenta dan kreativitas. Nilai ekonomi dari suatu produk atau jasa di era kreatif tidak lagi ditentukan oleh bahan baku atau sistem produksi seperti pada era industri, tetapi lebih kepada pemanfaatan kreativitas dan penciptaan inovasi melalui perkembangan teknologi yang semakin maju. Industri tidak dapat lagi bersaing di pasar global dengan hanya mengandalkan harga atau kualitas produk saja, tetapi harus bersaing berbasiskan inovasi, kreativitas dan imajinasi.

Terdapat 3 hal pokok yang menjadi dasar dari ekonomi kreatif, antara lain kreativitas, inovasi dan penemuan. a) Kreativitas (Creativity) Dapat dijabarkan sebagai suatu kapasitas atau kemampuan untuk menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang unik, fresh, dan dapat diterima umum. Bisa juga menghasilkan ide baru atau praktis sebagai solusi dari suatu masalah, atau melakukan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada (thinking out of the box). Seseorang yang memiliki kreativitas dan dapat memaksimalkan kemampuan itu, bisa menciptakan dan menghasilkan sesuatu yang berguna bagi dirinya sendiri beserta orang lain. b) Inovasi (Innovation) Suatu transformasi dari ide atau gagasan dengan dasar kreativitas dengan memanfaatkan penemuan yang sudah ada untuk menghasilkan suatu produk ataupun proses yang lebih baik, bernilai tambah, dan bermanfaat, c) Penemuan (Invention) Istilah ini lebih menekankan pada menciptakan sesuatu yang belum pernah ada sebelumnya dan dapat diakui sebagai karya yang mempunyai fungsi yang unik atau belum pernah diketahui sebelumnya (Rochmat Aldy Purnomo, 2016).

Istilah Ekonomi Kreatif mulai ramai diperbincangkan sejak John Howkins, menulis buku "Creative Economy, How People Make Money from Ideas". Howkins mendefinisikan Ekonomi Kreatif sebagai kegiatan ekonomi dimana input dan outputnya adalah Gagasan. Esensi dari kreativitas adalah gagasan, maka dapat dibayangkan bahwa hanya dengan modal gagasan, seseorang yang kreatif dapat memperoleh penghasilan yang relatif tinggi.

2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif ini melandaskan pada filsafat postpositivisme, yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah (*natural setting*), di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, tehnik pengumpulan data secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2011).

Pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi. Pada konteks penelitian kualitatif, fenomena merupakan sesuatu yang muncul dalam kesadaran peneliti dengan menggunakan cara tertentu menjadi tampak dan nyata (Muri Yusuf, 2017). Pendekatan fenomenologi mencoba mengungkap makna konsep atau fenomena pengalaman yang didasari oleh kesadaran yang terjadi pada beberapa individu (Juliansyah Noor, 2012).

Data penelitian didapatkan dari narasumber yang sesuai dan *ekspert* dengan bidangnya. Peneliti melakukan wawancara pada para usahawan muda di Desa Ngringo. Data penelitian berbentuk hasil wawancara yang peneliti kumpulkan selama waktu penelitian, selanjutnya dilakukan pengolahan dan dijabarkan menggunakan analisis data yang akan dibahas pada sub-bab selanjutnya.

Tabel. 2.1 Narasumber Penelitian

Identitas Narasumber	Umur	Kode Narasumber	Bidang Usaha
Muhammad Yusuf Rochmad Basuki	41 thn	N1	Kayla Souvenir
Fajar Wahid	21 thn	N2	Hope.Ic
Ajeng Tiara Devi	30 thn	N3	Alesha Fashion

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

Menurut Geoffrey G. Meredith 2016 yang menyatakan bahwa karakteristik kewirausahaan meliputi percaya diri, berorientasi pada proses dan hasil, mengambil resiko, kepemimpinan, kreatif dan inovatif.

Wawancara yang dilakukan peneliti kepada para narasumber adalah untuk mengetahui sejauh mana semangat usahawan muda dalam menggeluti bidang bisnisnya dan apa yang melatarbelakangi kaum muda terjun dalam bisnis yang secara umum dipandang sebagai pekerjaan yang kurang dapat diandalkan di banding menjadi seorang PNS dan karakteristik apa yang menjadi utama dalam bidang kewirausahaan.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dari ke 5 karakteristik tersebut menurut para narasumber yang paling utama dalam pondasi menjalankan suatu bisnis adalah "berani mengambil resiko". Ketika seseorang memiliki kemauan yang tinggi akan berkecimpung dalam bidang bisnis namun ia tidak berani melangkah dengan alasan takut mengalami kerugian dalam berbisnis ataupun

takut apabila bisnis tersebut terhenti karena tidak maksimalnya dalam mendapatkan pendapatan, maka hal tersebut akan menghambat diri pribadi calon pebisnis tersebut untuk merealisasikan keinginannya tersebut. Dari penjelasan itulah para narasumber berasumsi bahwa karakteristik wirausahawan yang terpenting adalah berani mengambil resiko.

3.2. Pembahasan

3.2.1. Percaya diri

Karakteristik jiwa wirausahawan yang harus dimiliki salah satunya kepercayaan diri yang kuat, ketidaktergantungan terhadap orang lain, dan individualistis. Rasa percaya diri yang kuat apabila telah melekat maka akan mampu menumbuhkan rasa mampu bersaing, mampu menghadapi pasar dan mampu membuka solusi ekonomi pada para pelaku bisnis. Faktor pendorong kepercayaan diri antara wirausahawan satu dengan lainnya pasti berbeda-beda, hal tersebut terlihat dari pemaparan pada masing-masing narasumber sebagai berikut;

Hasil wawancara narasumber N1;

“saya memiliki kepercayaan diri yang kuat dalam menjalankan bisnis karena saya mampu memahami pangsa pasar, peluang dan market place dalam bidang yang saya tekuni. Ketika saya mampu memahami peluang dan pangsa pasar maka rasa percaya diri saya semakin meningkat”.

Berbeda dengan pernyataan yang disampaikan narasumber N2;

“kepercayaan diri saya muncul karena saya merasa mampu berusaha dan bersaing dengan yang wirausahawan lain.”

Begitu juga dengan Narasumber N3 yang menuturkan demikian,

“karena sebuah tuntutan dalam kebutuhan ekonomi membuat saya terdorong memunculkan rasa percaya diri dalam menekuni bidang ini.”

3.2.2. Berorientasi pada proses dan hasil

Berorientasi pada proses dan hasil merupakan suatu pandangan kedua seorang wirausahawan. melalui proses dan hasil maka peningkatan proses bisnis masing-masing pelaku bisnis akan dapat meningkat karena selalu melakukan pembaruan proses bisnisnya dengan menganalisis hasil yang selalu didapatkannya. Hal tersebut sejalan dengan ungkapan para narasumber terkait;

Pandangan N1 menyatakan bahwa;

“Ketika pelaku bisnis mampu menganalisis bisnisnya, mencermati produk yang diminati konsumen, mampu mencari solusi atas permasalahan, mampu membaca situasi dan kondisi terkini, maka pelaku bisnis tersebut telah melakukan orientasi bisnis berdasar proses dan hasil.”

Hal tersebut diperkuat dengan pandangan dari N2 dan N3 bahwa;

“terjun langsung ke lapangan untuk tahu pasar yg sedang bergerak terkini merupakan salah satu langkah tepat pelaku bisnis dalam upaya memaksimalkan bisnisnya melalui proses dan hasil”

3.2.3. Berani mengambil resiko

Keberanian dalam mengambil resiko yang ada dalam menjalankan sebuah bisnis adalah kunci sebuah bisnis itu dilakukan. Ketika calon pelaku bisnis tidak memiliki karakter yang demikian, maka hal tersebut akan menghambat pelaku bisnis dalam memulai bisnis yang akan direncanakan.

Hal tersebut teruraikan dalam proses wawancara dengan N1 sebagai berikut;

“N1 menyatakan bahwa awal mula yang harus dimiliki seorang wirausahawan adalah mau atau berani mengambil resiko. Ketika wirausahawan memiliki rencana bisnis yang baik namun tidak mau mengambil resiko yang ada akan sebuah kegagalan, maka hal yang demikian akan menghambat wirausahawan sendiri untuk memulai usahanya. N1 menceritakan bahwa alasan berani mengambil resiko terkait pemilihan produk usahanya adalah terbukanya pangsa pasar dan variasi produk yang akan dihasilkan, begitu juga menurut N2 dan N3.”

3.2.4. Kepemimpinan

Karakteristik wirausahawan yang tak kalah pentingnya adalah memiliki sikap kepemimpinan. Melalui karakter yang demikian wirausahawan mampu mengatur diri sendiri dalam pencapaian tujuan usaha. Salah satunya yang dapat dilakukan pelaku bisnis adalah

memberikan jobdisc tersendiri yang diberikan pada diri sendiri pelaku bisnis. Hal tersebut juga diperkuat oleh yang disampaikan para N1, N2, dan N3 sebagai berikut;

“mengatur diri sendiri dalam pencapaian tujuan dapat dilakukan melalui sebuah proses perjalanan bisnis, menanamkan pada diri akan keyakinan mampu atas keandalan pribadi dalam upaya memaksimalkan hasil usaha”

3.2.5. Kreatif dan inovatif

Kreatif dan inovatif adalah aspek pelengkap dalam menjalankan proses bisnis. Pelaku bisnis tanpa adanya inovasi dan kreatifitas yang timbul, maka bisa jadi bisnisnya akan mengalami penurunan bahkan gulung tikar karena tidak mampu bersaing dengan pebisnis lain yang lebih kreatif dan inovatif. Hal tersebut diperkuat dengan pendapat para narasumber sebagai berikut;

“dalam menjalankan usaha wirausahawan harus memiliki kiblat dalam berinovasi, melihat pergerakan pasar saat ini, dan mengikuti alur pasar berkaitan dengan kebutuhan konsumen saat sekarang. Hal tersebut dilakukan untuk mencegah pengurangan pangsa pasar yang terambil alih oleh pesaing”

4. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat disampaikan berkaitan dengan karakteristik wirausahawan yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan berdasarkan Geoffrey G. Meredith adalah: 1) percaya diri, 2) berorientasi pada proses dan hasil, 3) mengambil resiko, 4) kepemimpinan, dan 5) kreatif dan inovatif merupakan hal yang sangat krusial dalam pelaksanaan sebuah usaha. Ketika aspek-aspek tersebut tidak dimiliki oleh seorang wirausahawan dimungkinkan usahanya tidak akan berjalan dengan lancar bahkan dapat mengalami sebuah kebangkrutan.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ucapkan terima kasih atas dukungan dari Universitas Duta Bangsa Surakarta, serta semua pihak yang telah memberikan kesempatan pada kami untuk melaksanakan kegiatan penelitian.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Beni Saebani, Pedoman Aplikatif Metod Penelitian Dalam Penyusunan Karya Tulis Ilmiah, Skripsi, Tesis dan Disertasi. Bandung: Pustaka Setia, 2017.
- Alma, Buchari. Kewirausahaan. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Badan Pusat Statistik (BPS). Statistik Tenaga Kerja 2019. 18 September 2019. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2019/05/06/1564/februari-2019/tingat-pengangguran-terbuka.html>
- Badan Pusat Statistik (BPS). Indeks Pembangunan Manusia. 18 September 2019. <https://www.bps.go.id/subject/26/indeks-pembangunan-manusia.html>
- Herdiana, Nana Abdurahman. Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan. Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Idri. Hadis Ekonomi Ekonomi dalam perspektif hadis Nabi. Jakarta: Prenada media Group, 2015.
- Kasmir. Kewirausahaan. Jakarta: Rajawali Pers, 2013
- Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi. 100 desa terbaik Indonesia, 2018.
- Lambing, Peggy & Kuehl, Charles. Entrepreneurship 4th edition. Prentice Hall. New Jersey, 2007
- Gartner, W.B. "Who is an entrepreneur? Is the wrong question". Entrepreneurship Theory and Practice. 3rd Edition. Wiley, 2003.
- Meredith, Geoffrey, 2015, Kewirausahaan Teori dan Praktek, Jakarta: PT Pustaka Binaman Presindo
- Rachmat Aldy Purnomo. Ekonomi kreatif pilar pembangunan Indonesia, Surakarta: Ziyad visi media, 2016.
- Kemenperin. Indonesia butuh 4 Juta wirausaha baru untuk menjadi Negara maju . 18 September 2019. <https://kemenperin.go.id/artikel/19926/indonesia-butuh-4-juta-wirausaha-baru-untuk-menjadi-negara-maju-ID>

Putra, Nusa. Penelitian Kualitatif IPS. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013

Sugiyono, Metode Penelitian Kualitatif, Bandung: Alfabeta, 2018

Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta, 2017

Sujarweni, Wiratna. Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi. Bandung: Pustaka Setia, 2017

W , Thomas Zimmerer dan Norman Scarborough. Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management Terj. Deny Arnos Kwary. Person Education Inc, 2008