



Available online at: prosiding.relawanjurnal.id/index.php/comdev

Proceeding of Community Development

Volume 1 (2017): 162-172; DOI: <https://doi.org/10.30874/comdev.2017.22>

“Memberdayakan Masyarakat Melalui Inklusi dan Literasi Keuangan untuk Pembangunan”

Sosialisasi kepada Pelaku Usaha mengenai Pentingnya Pendampingan, Pembimbingan, Pelatihan dan Pengkaderan Pemuda Pengusaha Pemula (7P) di Gorontalo

Dondick W. Wiroto, Rahmatiah

Universitas Negeri Gorontalo

Jl. Jenderal Sudirman No. 6 Kota Tengah, Gorontalo, Indonesia.

E-mail: dondickwiroto@ung.ac.id

Abstrak

Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) tertinggi di Provinsi Gorontalo adalah Kota Gorontalo sebesar 7.79 %. Mengantisipasi meningkatnya angka pengangguran terdidik, sudah saatnya generasi muda benar-benar memiliki “jiwa entrepreneur” agar tetap bertahan menghadapi tantangan dan persaingan di era globalisasi. Pembentukan jiwa kewirausahaan pemuda memerlukan peran dari pengusaha yang sudah teruji coba dan konsisten menjadi pengusaha. Judul artikel ini merupakan kegiatan pengabdian pada masyarakat yang bertujuan untuk: (1) mensosialisasikan persoalan yang dihadapi pemuda saat ini kepada para pengusaha, (2) menekankan peran penting pengusaha dalam membentuk etos kewirausahaan pemuda pengusaha di Gorontalo yang perlu ditanamkan pada diri pemuda dan dijadikan faktor penting sebagai pengembangan norma kewirausahaan bagi pemuda-pemudi Gorontalo. Sebelum sosialisasi diberikan, para pengusaha ini diwawancarai mengenai pengalaman mereka mengenai awal menjadi pengusaha dan mendirikan usaha, antara lain kejadian pemicu, inovasi dan usaha persiapan usaha baru. Pada akhir wawancara, sosialisasi dan diskusi, para pengusaha diminta kesediannya untuk bisa dihubungi kembali dan berpartisipasi dalam perancangan program Pendampingan, Pembimbingan, Pelatihan dan Pengkaderan Pemuda Pengusaha Pemula (7P) di Gorontalo.

Kata Kunci: pemuda; pengusaha; etos kewirausahaan; sosialisasi

Abstract

The highest Unemployment Rate (TPT) in Gorontalo Province is Gorontalo City of 7.79%. Anticipating the rise of the unemployed unemployment rate, it is time for the young generation to have "entrepreneur spirit" to survive the challenges and competition in the globalization era. The formation of the soul of youth entrepreneurship requires the role of entrepreneurs who have tried and consistently become entrepreneurs. The title of this article is a community service activity that aims to: (1) socialize the problems facing youth today to entrepreneurs, (2) emphasize the important role of entrepreneurs in shaping the entrepreneurial ethos of entrepreneurs in Gorontalo that needs to be instilled in youth and become factors important as the development of entrepreneurial norms for Gorontalo youth. Before the socialization was given, these entrepreneurs were interviewed about their experience of early becoming entrepreneurs and establishing businesses, including triggers, innovations and new business preparation efforts. At the end of the interview, socialization, and discussion, the entrepreneurs were asked to be reconnected and to participate in the design of the Beginners' Coaching, Coaching, Training and Coaching program (7P) in Gorontalo.

Keywords: young man; businessman; the ethos of entrepreneurship; socialization

PENDAHULUAN

Presentase angkatan kerja terhadap penduduk usia kerja di Gorontalo tahun 2014 sebesar 61,83% berarti lebih dari separuh penduduk usia kerja tergolong angkatan kerja sehingga kesempatan kerja semakin kecil dan persaingan kerja semakin besar. Kondisi tersebut rentan terhadap meningkat-

nya pengangguran terbuka pada usia muda dan tingkat pendidikan. Jumlah Pengangguran terbuka pada tingkat pendidikan yang ditamatkan selengkapnya dirinci pada tabel 1.

Data dari tabel 1 tersebut menunjukkan bahwa Tingkat Pengangguran Terbuka tertinggi adalah Kota Gorontalo sebesar 7.79%, terendah di wilayah Kabupaten Boalemo sebesar 2.139 %. Dilihat dari tingkat pendidikan SMP kebawah tertinggi Kota Gorontalo sebesar 31.22% dan terendah di Kabupaten Pohuwato sebesar 3.30%. Sedangkan SMA sederajat tertinggi sebesar 35.51% di Kota Gorontalo terendah di Kabupaten Boalemo sebesar 5.50%. Sementara tingkat perguruan Tinggi terbesar 43.34% di Kabupaten Gorontalo dan terendah di Kabupaten Bone Bolango sebesar 6.20%. Data Sakernas Februari 2015 sebesar 47,71%, dapat diartikan dari 100 penganggur terdapat sekitar 48 Orang penganggur muda (umur 15-24 tahun). Sementara Tingkat Pengangguran berdasarkan tingkat pendidikan secara umum, TPT tertinggi pada Pendidikan Sekolah menengah sebesar 5,13%, tertinggi kedua pada pendidikan tinggi sebesar 4,02%, sementara yang terendah pada kelompok tidak pernah sekolah sebesar 1,75%.

Tabel 1. Jumlah Pengangguran Kabupaten/Kota dan Pendidikan yang Ditamatkan

Kab/Kota	Pengangguran		Pendidikan Tinggi yang Ditamatkan					
			SMP sederajat		SMA sederajat		Perguruan Tinggi	
	Jumlah	TPT	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
Boalemo	1,352	2.13 %	560	6.65 %	492	5.50 %	300	1.43%
Gorontalo	6,338	4.04%	2,496	29.65 %	2,302	25.75 %	1,540	43.26 %
Pohuwato	1,552	2.44 %	278	3.30 %	882	9.86 %	392	11.01 %
Bone Bolango	3,044	5.08 %	1,422	16.89 %	1,398	15.64 %	224	6.29 %
Gorontalo Utara	1,999	3.99 %	1,034	12.28 %	692	7.74 %	273	7.67 %
Kota Gorontalo	6,634	7.79 %	2,628	31.22 %	3,175	35.51 %	831	23.34 %
Prov. Gorontalo	20,919	4.37 %	8,418	40.24 %	8,941	42.74 %	3,560	17.02 %
	(jiwa)		(jiwa)		(jiwa)		(jiwa)	

Sumber: BPS, Sakernas Agustus, 2014 (dalam Inkesra Provinsi Gorontalo, 2014)

Mengantisipasi meningkatnya angka pengangguran terdidik, sudah saatnya generasi muda benar-benar memiliki “jiwa entrepreneur” untuk mempersiapkan diri agar tetap survive menghadapi tantangan dan persaingan di era globalisasi. Menghadapinya tentu membutuhkan kapital manusia dalam membentuk kemampuan personal dan kemampuan sosial menuju kemandirian, yang menurut Coleman dalam Torner bahwa kemampuan tersebut berpengaruh terhadap kinerja seseorang dalam bidang ekonomi yang didukung oleh beberapa kapital lainnya seperti kapital budaya, kapital finansial dan sebagainya (Lawang, 2005:19). Kemandirian dipandang sebagai suatu yang mutlak harus dimiliki, maka Aa Gym (dalam Monif dan Laode, 2013:131) bahwa empat keuntungan dari sikap kemandirian yakni keteguhan, kreatifitas, jiwa visioner, dan mental yang kuat.

Kewirausahaan atau entrepreneurship adalah suatu intangible culture, suatu kemampuan struktural non fiskal yang mampu menggerakkan sosok fisik. Kewirausahaan mengkombinasikan empat faktor produksi yaitu land, labour, capital, dan skill. Sumarsono (2010), menjelaskan bahwa seorang wiraswasta yang unggul memiliki sifat-sifat kreatif, inovatif, originalitas, berani mengambil resiko, berorientasi ke depan dan mengutamakan prestasi, tahan uji, tekun, tidak gampang patah semangat, bersemangat tinggi, disiplin, dan teguh dalam pendirian. Sementara Hafeez et.al (2012), mengemukakan bahwa orientasi wirausaha adalah cara yang pragmatis mengarah ke inovasi dan

pembentukan usaha baru dengan mengasumsikan resiko yang lebih tinggi dan manfaat yang terkait dengan usaha baru.

David McClelland salah satu tokoh terkemuka membahas bagaimana menumbuhkan minat berwirasaha dengan teorinya kebutuhan berprestasi yang selalu berkaitan dengan pertumbuhan ekonomi. McClelland menolak anggapan ekonom bahwa dorongan utama wiraswasta adalah profit motif. Sementara Weber melihat bahwa tumbuhnya kapitalisme di dunia barat karena memiliki spirit/etos kewirausahaan yang membawa suatu perubahan besar pada tatanan masyarakat dari tradisional menuju masyarakat industri (Fakih, 2001:56).

Identitas pengusaha dibangun karena empat hal, antara lain: kejadian pemicu, inovasi, strategi tindakan persiapan usaha baru, dan implementasi kewirausahaan. Empat hal ini digagas dengan cara menelusuri hal-hal utama yang mengkonstruksi secara internal, obyektif dan eksternal identitas pengusaha pada diri seseorang.

Perilaku pengusaha sangat ditentukan oleh latar belakang ruang aktivitasnya dan wilayah kolektifnya (Hatten 2011). Beberapa contoh ruang aktivitas pengusaha adalah pengalaman pengusaha saat mengalami ketidakpuasan atau kehilangan pekerjaan, pengalaman belajar pada pendidikan formal, identifikasi umur dan gender, dan pembentukan komitmen pribadi). Sedangkan wilayah kolektif pengusaha antara lain adalah orang tuanya, keluarganya, panutannya, kelompok/timnya, dan jaringan sosialnya). Ruang aktivitas dan wilayah kolektif ini disebut oleh Carol Moore (1998) sebagai kejadian pemicu atau (triggereing event) (Bygrave & Zacharakis, 2010).

Inovasi merupakan eksperimen yang akan membawa dampak pada kompetisi karena persaingan usaha untuk mengakumulasi kapital (Swedberg, 2009). Semakin banyak akumulasi kapital pengusaha dengan melakukan banyak inovasi akan semakin mendorong terjadinya transisi pada suatu tatanan kapitalisme, karena pengusaha semakin dinamis dalam menciptakan perubahan usaha agar selalu terjaga akumulasi keuntungannya.

Studi kewirausahaan lain lebih memperhatikan perilaku pengusaha saat mereka membangun organisasi usahanya. Para pengusaha awal (nascent entrepreneur) akan melakukan kegiatan yang serius, yakni kegiatan untuk mempersiapkan usaha baru, dengan maksud untuk mencapai sebuah usaha awal (business start-up) (Saade, 2013). Kegiatan ini terdiri atas empat tahap (Aidin, 2015): persiapan (gestation), penciptaan (creation), peluncuran (launching), konsolidasi (consolidation). Pada saat persiapan menuju penciptaan, para pengusaha akan melakukan beberapa kegiatan ini: analisa industri, konsumen dan pesaing; mendeskripsikan perusahaan dan produknya; rencana pemasaran; rencana operasi; rencana pengembangan; identifikasi resiko; sumber dana dan penggunaannya; proyeksi laporan keuangan (Bygrave & Zacharakis, 2010).

Berdasarkan penjelasan situasi pengangguran yang dihadapi pemuda di kota Gorontalo dan definisi dan konsep kewirausahaan tersebut, maka bukanlah suatu yang mudah bagi seorang pemuda, yang sedang dalam maupun akan berhadapan dengan situasi pengangguran, untuk bisa belajar sendiri menjadi wirausaha yang tangguh dan sukses. Para pengusaha di Kota Gorontalo perlu diajak dan diminta partisipasinya dalam mewujudkan hal ini.

Para pengusaha merupakan pihak pendamping, bersama-sama dengan para peneliti. Pelibatan para pengusaha didasarkan oleh beberapa fakta sosial mereka di masyarakat, yakni karena mereka telah memiliki pengalaman usaha, dan jelas telah memiliki karakter pengusaha; memiliki motivasi untuk tidak gampang menyerah dan menghindari kemalasan dan kemiskinan; memiliki jaringan pengusaha dan jaringan usaha; bisa jadi memiliki lebih dari satu bisnis sehingga memiliki wawasan kewirausahaan yang lebih luas lagi; dan mungkin pernah berhasil mendidik orang lain menjadi pengusaha. Fakta-fakta ini memperlihatkan keberhasilan mereka sebagai pengusaha dan dengan membagikan proses pengalaman

mereka dalam mendapatkan hasil yang seperti saat ini maka para pemuda akan memperoleh beberapa pengalaman penting, antara lain: pengalaman mendirikan dan merencanakan usaha; pengalaman dalam manajemen keuangan, pemasaran dan operasi usaha; pengalaman dalam pengurusan suatu legal-formal usaha dan interaksi dengan lingkungan luar seperti pemerintah, kompetitor, LSM, supplier, pelanggan, dan teknologi; dan mungkin pengalaman dalam berinvestasi di bidang sosial dalam menciptakan pengusaha-pengusaha baru di Gorontalo.

Keterlibatan pengusaha merupakan bentuk sinergi pemerintah dan masyarakat. Harapan dari terbentuknya pemuda pengusaha yang berkarakter tangguh ini adalah agar ia bisa berperan aktif sebagai agen perubahan dalam mengembangkan sumber daya ekonomi, kepedulian terhadap masyarakat, kepedulian terhadap lingkungan hidup, pendidikan kewirausahaan, dan kepemimpinan dan kepeloporan pemuda, sebagaimana yang termaktub dalam Undang-undang no. 40 tahun 2009 tentang Kepemudaan pasal 17 ayat 3. Pada pasal 18 dijelaskan bahwa ini bisa dijalankan apabila ada kerjasama antara Pemerintah, pemerintah daerah, badan hukum, organisasi kemasyarakatan, dan pelaku usaha memberi peluang fasilitas dan bimbingan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

METODE

Tempat pelaksanaan dilaksanakan di kediaman dan tempat usaha para pengusaha di bulan September dan Oktober 2017. Jumlah pengusaha yang disosialisasikan dan dimintai informasi melalui wawancara dan diskusi adalah 4 orang, antara lain: Ramli Anwar (pemilik Alumunium 77), Yunan Harahap (pemilik Pia Saronde dan O Mart), Abd. Muchthalib (Istana Handphone), Sandi Modjo (pemilik Megaseluler). Nama-nama pengusaha ini diperoleh melalui penyelusuran internet untuk menemukan nama-nama pengusaha muda di Gorontalo, kecuali untuk bapak Abd. Muchthalib dan Sandi Modjo. Bapak Abd. Muchthalib memiliki toko handphone yang selalu terlihat ramai pengunjung, sedangkan bapak Sandi Modjo merupakan pendiri toko handphone pertama di Gorontalo.

Pengumpulan data dan sosialisasi dilakukan dengan cara: (1) wawancara, (2) kemudian sosialisasi dan diskusi mengenai persoalan yang dihadapi pemuda saat ini dan peran penting pengusaha dalam membentuk etos kewirausahaan pemuda pengusaha di Gorontalo yang perlu ditanamkan pada diri pemuda dan dijadikan faktor penting sebagai pengembangan norma kewirausahaan bagi pemuda-pemudi Gorontalo, (3) pernyataan lisan pengusaha untuk berpartisipasi dalam perancangan program Pendampingan, Pembimbingan, Pelatihan Dan Pengkaderan Pemuda Pengusaha Pemula (7p) di Grontalo.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini akan berisikan penjelasan dari hasil kegiatan diskusi dan sosialisasi, diantara lain adalah: a) bagaimana pentingnya hal-hal berupa: kejadian pemicu menjadi pengusaha, inovasi saat awal usaha, dan strategi tindakan persiapan usaha baru (tertuang dalam rencana bisnis) penting bagi seseorang yang ingin memulai usaha; dan b) respon para pengusaha terhadap materi sosialisasi. Kemudian kedua hasil tersebut dianalisis agar menjadi sebuah pendekatan sosiologi yang bisa membuat program pelatihan kewirausahaan yang benar-benar dibimbing langsung oleh para pengusaha yang sukses dan didampingi oleh pemerintah.

Tiga Dimensi Penting Pembentuk Identitas Pengusaha

Wawancara pada bagian pertama adalah mengani kejadian pemicu yang membuat para informan menjadi pengusaha. Pengalaman dan nilai-nilai hidup seorang yang bisa mendorongnya menjadi

pengusaha bisa dipengaruhi oleh faktor eksternal dan internal. Keluarga merupakan lingkungan luar individu yang paling dekat. Dari empat pengusaha yang diajak diskusi, tiga orang mendapatkan pengalaman dan penanaman nilai-nilai pengusaha dari keluarga. Pak Ramli berkata,

“Orang tua seorang pengusaha sehingganya kita memang anak-anaknya di ajarkan untuk bisa berusaha dan melanjutkan usaha yang sudah dia bangun, seperti itu pak”.

Pak Yunan sejalan dengan pernyataan pak Ramli,

“Kalau pertama... latar belakang pribadi sebenarnya waktu kecil memang latar belakang orang tua kan pengusaha. Saya dilatih oleh orang tua itu kalau mau sesuatu itu intinya tidak ada makan nasi yang gratis jadi semua harus di dapat dengan usaha dan perjuangan. Yang kedua, kalo saya tidak capai itu berarti saya tidak dapat hadiah apa yang saya inginkan. Sehingga orang tua mengajarkan kalo kamu nggak bisa mending kamu bisnis, kamu cari uang sendiri”.

Namun, Sandi Modjo mengatakan ia memilih menjadi pengusaha karena hanya ingin saja menjadi pengusaha karena adanya peluang yang bagus untuk memulai bisnis.

“Buka aja. Merintis aja, waktu itu kan kalo kakak ingat kita di handphone kan. Waktu itu lagi pertama-tama masuk jaringan telpon di sini yaa kita buka sudah tokoh handphone. Itu aja, sampe sekarang”.

Setelah itu, ternyata latar belakang pendidikan dan pekerjaan sangat penting dalam memicu seseorang menjadi pengusaha. Pilihan menjadi pengusaha tidak serta merta mengabaikan pendidikan, karena saat para pengusaha ini masih anak-anak mereka tetap mendapatkan pendidikan formal namun orang tua telah menanamkan nilai-nilai kedisiplinan dan bertanggungjawab. Pak Yunan menjelaskan bahwa orang tuanya berpesan, “tidak srlamanya papa mama ini kan hidup ,suatu saat nanti akan meninggal”. Pesan ini sangat membekas sehingga saat berkuliah ia selalu mencari peluang untuk mendapatkan pengetahuan dan peluang bisnis. Ia mengatakan,

“Ada juga mungkin bisa jadi tim, tim buat mahasiswa, jadi kan kita kan kalo kita mau ikut seminar harus bayar, bagaimana cara supaya gratis, ah kita ikut-ikutanlah jadi panitia. Saya pikir saya mau ke bisnis—seminar marketing, seminar branding, seminar ya pokoknya seminar bisnislah—karna kan kalo waktu itu kan karna krisis moneter jadi banyak skali seminar itu”.

Informan lainnya mengatakan bahwa pengalamannya adalah “pulang sekolah SD kita punya meja kerja sendiri satu orang satu... Kalau masih modalnya bapak, tiap 3 bulan itu harus laporan. Modal berapa? hasil sekarang berapa? ada laba nda? minus nda? seperti itu. sampai dengan kita sudah punya modal sendiri. Modalnya di ambil, ini kita putar”.

Kemudian akhir diskusi pada bagian ini adalah prinsip-prinsip agar bisa bertahan menjadi pengusaha. Pak Abd. Muchthalib menjelaskan bahwa komitmen adalah faktor penting dalam hal ini, ia mengatakan,

“prinsip yang di turunkan yang dipesankan oleh orang tua itu menjaga komitmen yang sudah terbangun. Bicara A ya A. jangan pernah lari dari komitmen itu ajalah. Karena kalo bapak itu berawal dari berusaha itu hanya dengan modal kepercayaan. Jadi kalo kepercayaan sudah hilang, selesai....!”

Pak Yunan Harahap memberikan penekanan bahwa untuk bertahan menjadi pengusaha adalah dengan cara berkumpul dengan sesama pengusaha besar, agar selalu bisa mendapat motivasi.

“Sampai saat ini saya tetap jaga itu, kebiasaan. Jadi kan katanya kalo ketemu jago mate-matika ngumpulnya sama ahli matematika, pengen jadi penghafal Al-Qur’an ngumpulnya sama penghafal Al-Qur’an, pengen jadi pengusaha besar ya ngumpulnya sama pengusaha besar. Serahkan pada ahlinya. Itu yang saya jaga”.

Bagian kedua topik wawancara adalah inovasi saat awal usaha. Memang dibutuhkan inovasi pada awal usaha, dan pertama-tama ini berkaitan dengan nilai-nilai yang unggul pada bisnisnya. Ada beberapa hal menurut seorang bapak Yunan Harahap pemilik brand Pia Saronde agar hal ini bisa dicapai,

“Pastikan produk kita ada di semua tempat....saya membangun bisnis yang bersistem, jadi serahkan semua pada ahlinya, aah gitu. Siapa ahlinya yang bikin ini, kemudian kita bikinkan sistemnya, kita bikinkan standarnya, kita bikin resep bakunya.... kalo kita mau bagus kita harus punya nilai tambah... Kemudian juga ada namanya kalo prediksi dalam bisnis Continuous Improvement, ya jadi apa yang baik kita hari ini belum tentu baik di masa yang akan datang... intinya kami tidak pernah lelah berinovasi”.

Intinya menurutnya adalah membangun bisnis itu harus memiliki: 1) standar produk, 2) sistem usaha untuk mencapai dan menjaga standar produk, 3) nilai tambah pada produk, 4) produk mudah didapatkan oleh berbagai kalangan konsumen, dan 5) sistem yang tidak lelah melakukan perbaikan pada produk dan sistem usahanya.

Bagian lain dari inovasi adalah cara mempertahankan keuntungan dan keunggulan perusahaan. Bapak Abd. Muchthalib mengatakan bahwa,

“Kalo bicara soal keuntungan tergantung pak, karena kompetitor sudah semakin banyak jadi margin keuntungan yang kita tekan. Kalo saya pribadi, kalo disini dulu sebelum saya handle pak, prosentasenya cukup tinggi untuk ambil keuntungan. Karena memang bermain tunggal. Setelah kompetitor banyak jadi mau tidak mau kita tekan margin untuk mendapatkan lebih laba yang lebih. Memang dari sisi keuntungannya tipis tapi proses perputaran barangnya yang lancar”.

Cara lain yang dilakukan oleh informan lainnya adalah jika sebuah produk dan layanan bisnis secara spesifik berkaitan dengan perilaku dan preferensi gaya konsumen, maka harus ada sebuah eksklusifitas yang diberikan pada mereka, dengan demikian konsumen akan belajar bahwa produk dan layanan dari bisnis ini bukanlah sesuatu yang umum dan selalu memiliki makna personal.

Bagian terakhir pada topik wawancara ini adalah prinsip-prinsip dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha. Bapak Ramli Anwar menjelaskan bahwa untuk bertahan dan mengembangkan usaha ia berfokus pada pelayanan pada pelanggan dan relasi baik dengan karyawannya.

“Kalo saya bahasanya ke teman-teman pekerja itu bukan anak buah, bukan karyawan. Tapi teman kerja. Saya bahasanya teman kerja. Dan saya memang tidak ada batasan sama teman-teman. Karena kalo kapan terbangun antara bos dengan anak buah, karyawan dengan anak buah dengan bawahan pasti ada batasan.” “Saya melihat dari teman-teman pelayanannya bagus, karena saya tekankan pada teman-teman yang jaga senyum yang paling utama. Kapan pelayanannya jelek pasti mereka lari.”

Bapak Sandi Modjo juga menekankan pada pelayanan yang bagus dan berstandar. Selain itu ia juga menekankan perlunya kemasan yang selalu menarik, tidak melibatkan keluarga dalam bisnis terutama untuk posisi yang mampu untuk mengambil keputusan, memiliki sikap rendah hati, dan menghindari berbisnis yang produknya tidak bermanfaat.

Topik ketiga dari dalam wawancara adalah strategi tindakan persiapan usaha baru. Semua pengusaha yang terlibat diskusi menekankan bahwa dalam membentuk usaha awal yang perlu diperhatikan adalah membaca peluang dengan tepat, resiko usaha, kehati-hatian dan kesungguhan.

“Persiapan siih yaa dari kita aja sendri bagaimana caranya, kalo kita sudah niat mau buka yaa harus buka, gitu. Liat-liat aja peluang. Liat-liat ajaa, ada tempat kita, kita sudah pikirkan apa yang kita buka tinggal cari tempat kontrak ya udah buka. Pelan-pelan, iyaa kan”.

“Cari informasi pak, itu yang penting. Saya suka mendatangi yang sudah membuka usaha tersebut, tapi saya tidak bertanya tentang yang bagus, tapi tanya yang sulitnya. Susahnya nanti bagaimana. Kalau saya tidak dapat ini, karena pak ada yang kasih informasi bagus tapi sebenarnya dia sudah rugi, dan dia ingin ada yang rugi sama-sama dia. Jadi saya juga sering carinya lewat google saja pak.”

“Ya ini yang penting insting bertahan hidup untuk tahap awal tapi di tahap berikutnya harus mau nggak mau harus ya harus kerja, harus detail bahkan harus sangat-sangat detail. Tapi pemula detail, nggak jalan-jalan. Saya punya banyak bisnis yang saya rancang detail, nggak jalan sampai sekarang. Detail banget bikin proposalnya keren banget, bikin proposalnya keren, ya tapi ga jalan sampai sekarang. Bahkan itu bisnis yang sebelum dibuka udah bangkrut.”

“Tantangan terberat, malas. Malas kemudian apa itu? hati kacili kata orang, hati kacili ya awal-awal iya dong, hati kacili “ini aduh ini laku nggak ya”. Termasuk saya ngalamin, kalo orang Gorontalo hati kacili apa bahasa psikologinya? Inferiority, Inferiority Complex, yes.”

Kemudian komponen penting dalam mendirikan dan menjaga usaha pertama antara lain adalah kepercayaan, kontrol usaha, modal keuangan yang sehat, dan ketangguhan dalam menghadapi hambatan.

“Modal, kepercayaan orang, itu. Walaupun ada modal yaa orang ngga percaya susah. Ada modal kalo orang nga’ percaya juga gimana kase barang apapun kan susah. Iyaa kan. Cari jalan keluar gimana caranya. Cari jalan keluarnya yaa pendekatan dengan orang atau bagaimana, pendekatan dengan suplayer-suplayer, supaya dia bisa percaya bisa taru barang.”

“Saya selalu membangun apa namanya...kalo bahasa saya itu “friendship Investment” investasi pertemanan. Entah kapan suatu saat kita bisa kerja sama. Kalo konsep slalu nyebutnya dengan friendship Investment. jadi Investasi itu bukannya uang tapi pertemanan, persahabatan, ukhuwah, saudara jadi diinvestasikan.”

“Jangan pernah nipu orang, jangan pernah bohongin orang. Sekali kamu bohongin wasallam, kamu jangan jadi pengusaha. Kalo nggak punya duit “jangan pa nggak punya duit”, datang bilang. “Maaf pa nggak punya duit, maaf bu nggak punya duit, saya minta waktu boleh?”. Dan itu diajarin orang tua saya, orang tua saya hancur-bangkrut bisnisnya tapi dia nggak nipu orang. Kalo kita punya hutang, datengin orang itu, dekatin orang itu justru makin mendekat. Ditampeleng nggak apa-apa trima ya, punya hutang. Tapi habis itu dia langsung cooling down itu, ya udahlah kamunya bisa kapan?. “Bisanya gimana anu, nggak punya duit, bisanya gimana? ya udahlah kapan kamu punya duit, bayar kamu bayar.”

“Musti di kontrol, semuanya di kontrol kan. Pertama ada program iya kan, kita musti kontrol barang, stok barang, sekarang kan musti ada programnya kita liat dimana, stok opnemnya, jangan sampe bobol. Itu aja, iya kan. Kalo kita yang jual jasa begini kan, atau yang begini walau sudah ada yang bantu atau tetap kita yang musti kontrol...”

“70 persen bisnis hancur itu karna kesalahan pengolahan keuangan. Saya kasih contoh bagini, saudara-saudara kita yang begini ya (sipit), itu mereka itu sebenarnya kalo dari jago bisnis nggak jago-jago amat. Kita masih lebih pintar, saya yakin karna kebetulan kompetitor saya banyak yang begini. Tapi mereka itu punya satu disiplin yang luar biasa, itu disiplin uang, kelola uang. akhirnya itu kan katanya kan salah kelola uang. Begitu dapat duit baru mulai kaya, langsung beli tv baru, langsung beli kulkas baru, langsung jalan-jalan keluar negri akhirnya habis itu duit. Jadi awalnya harusnya dimakan adalah keuntungan lama-lama dimakan modalnya, ya udah wasallam.”

“Dalam mengurus segala persyaratan administrasi, kalo tahap awal saya sapi saya roda untuk awal. Untuk pemula bisnis kamu jadi sapinya kamu juga rodanya...kamu jadi kusirnya tapi untuk tahap berikutnya kan sudah siapkan tim, sudah ada tim. Ada banyak kendalanya makanya ada uang tolnya, ada ongkos tol. Kalo nggak nanti entah kapan karna kita butuh legalitas, ini kalo nggak ya habis kita.”

Sosialisasi Kepada Pelaku Usaha Mengenai Pentingnya Pendampingan, Bimbingan, Pelatihan dan Pengkaderan Pengusaha di Grontalo

MATERI I: Pemuda pengusaha adalah mereka yang menyadari berbagai kejadian hidup yang dialami secara pribadi dan kolektif dan menggunakannya sebagai sumber untuk mengembangkan potensi diri sebagai pengusaha dan mencetuskan sebuah komitmen untuk mencapai impian.

Pada materi ini, saya memberikan penjelasan bahwa kejadian pemicu menjadi pengusaha telah memperlihatkan bahwa mereka telah berhasil mengembangkan potensi dirinya dan berkomitmen sebagai pengusaha. Untuk mengembangkan pemberdayaan bagi pemuda lainnya saat ini agar mereka bisa berpotensi dan berkomitmen menjadi pengusaha, maka para pengusaha ini diharapkan mau ikut serta dalam merumuskan program pemberdayaan pemuda dalam bidang kewirausahaan.

MATERI II: Pemuda pengusaha adalah mereka yang sadar pada komitmennya untuk mencapai impian adalah berkaitan dengan perubahan kesejahteraan manusia yang lebih baik, sehingga mereka selalu melakukan inovasi dan merancang rencana dan model bisnis baik pada saat mendirikan, memelihara dan mengembangkan usahanya

Para pengusaha juga sudah melakukan inovasi saat awal usaha, antara lain: 1) standar produk, 2) sistem usaha untuk mencapai dan menjaga standar produk, 3) nilai tambah pada produk, 4) produk mudah didapatkan oleh berbagai kalangan konsumen, dan 5) sistem yang tidak lelah melakukan perbaikan pada produk dan sistem usahanya. Ini adalah materi inti dalam pengembangan dan pemberdayaan pemuda sebagai pengusaha pemula. Permulaan usaha tetap harus ada inovasi, dan banyak para pengusaha pemula hanya mendirikan usaha dengan mental ikut-ikutan terhadap usaha yang sudah ada. Hal inilah yang membuat usaha mereka tidak kompetitif dan kala bersaing dengan produk sejenis lainnya.

Para pengusaha diharapkan keterlibatannya untuk bisa mengejawantahkan pengalaman inovasi mereka menjadi sebuah tantangan dalam program pemberdayaan pemuda sebagai pengusaha.

MATERI III: Pemuda pengusaha adalah mereka yang sadar bahwa usahanya harus berpotensi untuk tumbuh dan berkembang, dan karena itu ia selalu menjaga kepercayaan penggunanya, kliennya, dan investornya, dan terus meningkatkan daya tarik bisnisnya.

Strategi tindakan persiapan usaha baru yang dialami oleh para pengusaha tersebut memperlihatkan bahwa usaha mereka berpotensi untuk tumbuh dan berkembang. Persiapan usaha ini bermakna bahwa usaha awal walaupun perencanaannya tidak terinci dan sistematis namun harus memberikan fondasi yang kuat bagi usaha. Fondasi ini antara lain adalah: membaca peluang dengan tepat, resiko usaha, kehati-hatian dan kesungguhan, kepercayaan, kontrol usaha, modal keuangan yang sehat, dan ketangguhan dalam menghadapi hambatan.

Keempat pengusaha ini diharapkan dapat membantu merumuskan program pemberdayaan pemuda untuk menjadi pengusaha pemula dalam sikap dan perilaku ini, karena para pemuda ini pada kenyataannya mengenai pengalaman hidup mereka masih rendah dan sedikit, tetapi harapan generasi saat ini agar mereka lebih baik sangat tinggi. Kenyataan tersebut ditambah pula dengan anggapan bahwa mereka adalah generasi konsumtif, tidak kreatif, tidak produktif, belum memiliki visi yang kuat dan jauh kedepan dan tidak memiliki modal usaha. Mereka juga adalah generasi yang pada umurnya gampang tergoda oleh berbagai situasi yang akhirnya membuatnya tidak fokus dengan yang sedang ditekuni, gampang menyerah dengan keadaan yang sulit dan selalu menghindari tatangan atau menghadapi tantangan dengan cara-cara yang kurang baik maupun tidak terpuji, dan belum memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk tujuan produktif jangka panjang.

Keempat pengusaha telah mendapatkan sosialisasi, namun belum semua materi diskusi dilakukan. Perkembangan kedepan adalah penulis akan menjadikan ini sebuah penelitian dalam rangka membentuk Program 7P (Pendampingan, Pembimbingan, Pelatihan dan Pengkaderan Pemdua Pengusaha Pemula). Penulis berharap para pengusaha ini tetap mau untuk ikut serta terlibat dalam perumusan program tersebut. Ada dua orang pengusaha yang tidak memberikan respon positif saat diminta untuk berpartisipasi pada pembentukan program 7P. Penulis masih akan mencari beberapa pengusaha lainnya di Gorontalo yang dapat memberikan kesan yang lebih kuat untuk mau dan senang jika terlibat dalam program 7P ini.

Pembahasan Secara Sosiologis

Program Pendampingan, Pembimbingan, Pelatihan dan Pengkaderan Pemdua Pengusaha Pemula (7P) adalah sebuah gagasan penulis sebagai peneliti sosiologi yang tertarik pada persoalan sosial bidang ekonomi.

Pengusaha memiliki 3 fase dalam perkembangan identitas pengusahanya:

1. Fase inisiasi yang ditandai dengan situasi penggunaan jaringan dan kapital sosial awal untuk membentuk organisasi usaha yang bersepakat pada visi perubahan dan jelas pembagian tugas para pendirinya.
2. Fase strategis yang berkaitan dengan situasi penggunaan organisasi usaha untuk mencari jaringan dan kapital sosial baru dalam membangun kekuatan bisnis dan perluasan organisasi dalam menghadapi kompetisi dan tantangan yang lebih besar, karena masih banyak orang-orang yang resisten dan tidak suka dengan perluasan bisnis yang merubah keadaan strategis kelompok-kelompok bisnis lain.
3. Fase kontrol yang berkaitan dengan penggunaan jaringan dan kapital sosial awal dan baru agar kepercayaan terhadap organisasi usaha dari jaringan sosial yang dimiliki semakin kuat, sehingga kinerja organisasi untuk mencapai impian perubahan kesejahteraan manusia yang lebih baik akan menjadi lebih mudah untuk dilaksanakan dan hambatan semakin bisa dikontrol.

Fase inisiasi berada pada situasi bisnis atau kewirausahaan berbasis-pasar berisikan tindakan awal pengusaha yang berkaitan dengan pengetahuan akan jaringan dan kapital sosial (Bjerke, 2010; Lippman, Davis & Aldrich, 2005 dalam Wiroto, 2016: 203). Jaringan dan jejaring merupakan alat penting kewirausahaan yang berperan dalam pendirian, perkembangan dan pertumbuhan perusahaan kecil (Shaw & Conway, 2000 dalam Bjerke, 2010). Fase inisiasi terjadi pada situasi bisnis di mana seorang pengusaha baru mengoptimalkan segala potensi jaringan dan jejaringnya untuk melakukan sejumlah inovasi agar bisa bertahan pada situasi bisnis dan persaingan pasar.

Fase strategis berada pada situasi umum yang ditandai dengan perkembangan bentuk kewirausahaan yang lebih kolektif yang berfokus pada tindakan dan hasil yang lebih luas sebagai sebuah respon terhadap perubahan mendeskripsikan periode global. Fase strategis masuk pada situasi ini, dimana pengusaha menyiapkan fondasi untuk membangun ekonomi inklusif kemasyarakatan yang kuat di dalam dunia yang saling terhubung secara global (De Bruin, 2003 dalam Bjerke, 2010: 107). Fase strategis ini terjadi karena terbentuknya sebuah kolektifitas pengusaha didasari pada keinginan mereka untuk membantu meningkatkan perkembangan kewirausahaan di wilayah tempat mereka beroperasi dengan beberapa cara seperti mengidentifikasi masalah-masalah yang dapat diubah menjadi kesempatan untuk mendapatkan keuntungan dan menciptakan organisasi usaha kolaborasi swasta dan pemerintah dan inovasi yang akan digunakan untuk merubah kesempatan menjadi bisnis. Fase strategis ini membuahkan sebuah komunitas kewirausahaan karena aktivitas swasta dan pemerintah telah

bersama-sama mengangkat dan mempromosikan wilayah mereka supaya lebih terhubung secara global dengan banyak wilayah lain yang meningkat aktivitas ekonominya secara mendunia (Bjerke, 2010: 114-116).

Fase kontrol berkenaan dengan situasi sosial yang ditandai dengan terjadinya sebuah tindakan kewirausahaan karena orang-orang yang menyadari adanya kesempatan untuk memenuhi kebutuhan yang tidak tercukupi yang mana sistem kesejahteraan tidak akan pernah atau bisa memenuhinya, dan yang mengumpulkan sumber daya yang diperlukan secara bersama-sama (umumnya para sukarelawan, uang dan tanah dan bangunan) dan menggunakannya untuk membuat perbedaan (Thomson, 2000: 238 dalam Bjerke, 2010: 111). Semakin banyak pengusaha yang terlibat pada fase strategis atau kewirausahaan publik, maka bisa semakin kuat kemungkinan akan muncul kolektifitas pengusaha yang bisa berbagi masalah, menemukan solusi dan saling membantu untuk memenuhi harapan-harapan mereka masing-masing mengenai perubahan sosial untuk kesejahteraan yang lebih baik yang belum terwujud. Dengan demikian, mereka bisa mengontrol keadaan yang bisa membuat kualitas kewirausahaan publik menjadi menurun dan mereka juga bisa mengontrol keadaan yang bisa membuka jalan untuk memperbaiki persoalan-persoalan sosial yang masih ada, seperti kemiskinan.

Sudah jelas para pengusaha yang disosialisasikan disini telah mencapai fase inisiasi, namun belum benar-benar masuk pada fase strategis. Program Pendampingan, Pembimbingan, Pelatihan dan Pengkaderan Pemdua Pengusaha Pemula (7P) adalah sebuah cara agar para pengusaha bisa mencapai fase strategis, menjadi kategori kewirausahaan publik, sebelum akhirnya nanti menjadi kewirausahaan sosial. Semangat pengusaha untuk mau masuk kedalam fase ini adalah seperti yang dikatakan pada definisi diatas, yakni membuahakan sebuah komunitas kewirausahaan karena aktivitas swasta dan pemerintah telah bersama-sama mengangkat dan mempromosikan wilayah mereka supaya lebih terhubung secara global dengan banyak wilayah lain yang meningkat aktivitas ekonominya secara mendunia, dengan jalan: (a) pengusaha menyiapkan fondasi untuk membangun ekonomi inklusif kemasyarakatan yang kuat di dalam dunia yang saling terhubung secara global, (b) membentuk kolektifitas pengusaha yang didasari pada keinginan mereka untuk membantu meningkatkan perkembangan kewirausahaan di wilayah tempat mereka beroperasi dengan beberapa cara seperti mengidentifikasi masalah-masalah yang dapat diubah menjadi kesempatan untuk mendapatkan keuntungan dan menciptakan organisasi usaha kolaborasi swasta dan pemerintah dan inovasi yang akan digunakan untuk merubah kesempatan menjadi bisnis.

SIMPULAN

Kegiatan yang dilakukan selama dua minggu ini mendapat berbagai respon dari pengusaha. Ada pengusaha yang sejak awal diskusi tidak memberikan informasi diskusi yang maksimal, tapi ada juga yang memberikan informasi sangat maksimal dan terinci. Ada pengusaha yang memberikan kesan baik bahwa ia bisa terlibat dalam perumusan program, tapi ada juga yang hanya ingin kegiatan ini selesai pada tahap sosialisasi ini.

Para pengusaha mungkin belum melihat adanya kontribusi penting dari bidang pendidikan dalam menghubungkan persoalan sosial dengan eksistensi pengusaha agar tercipta peluang-peluang bisnis yang bisa menghidupkan perekonomian wilayah dan akan memberi keuntungan pada bisnis para pengusaha tersebut. Sosialisasi ini memang harus didukung dengan kegiatan yang lebih makro dan struktural, karena faktor partisipatif di daerah ternyata belum bisa dilakukan secara induktif, karena persoalan publik khususnya berkaitan dengan pembangunan kewirausahaan pemuda belum benar-benar mendapat pengurusan yang baik dan berkelanjutan dari pemerintah. Kesimpulannya, keterlibatan

pemerintah dalam perumusan awal program mungkin akan lebih mudah dibentuk, karena berkaitan dengan tugas dan tanggung jawab mereka pada masyarakat, dan sebaiknya diarahkan untuk meningkatkan partisipasi wirausaha pada persoalan publik ini.

Sosialisasi ini sulit dinilai keunggulan dan kekurangannya, namun secara positif bisa memperlihatkan bahwa gagasan pengusaha untuk menciptakan komunitas kewirausahaan masih rendah, apalagi ditujukan untuk pembangunan ekonomi wilayah yang kuat. Dari segi pelaksanaan memang diakui berkesan negatif, karena program sosialisasi seperti ini haruslah menempatkan para pengusaha pada posisi yang dibutuhkan bukan pada posisi yang dimintai keterangan dan respon belaka. Sosialisasi harus lebih dilakukan dalam sebuah kegiatan yang menyenangkan dan kolektif, agar bisa menekan perspektif dan pendekatan pribadi pengusaha dan memunculkan ide-ide kreatif sosial yang berdimensi bisnis dalam hal kerjasama untuk menciptakan komunitas kewirausahaan.[]

DAFTAR PUSTAKA

- Aidin, S. (2015). *New Venture Creation: Controversial Perspectives and Theories*. *Economic Analysis*, 48(3-4), 101-109. Diunduh dari https://www.researchgate.net/publication/289671406_New_Venture_Creation_Controversial_Perspectives_and_Theories.
- Bjerke, B. "Entrepreneurship, Space and Place". Dalam: F. Bill, B. Bjerke, & A. W. Johansson. (2010). *Mobilizing Entrepreneurship Discourse: Exploring Entrepreneurial Thinking and Action*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Bygrave, W. & Zacharakis, A. (2010). *Entrepreneurship*. USA: Wiley.
- Fakih, M. (2001). *Runtuhnya Teori Pembangunan dan Globalisasi*, Yogyakarta: Insist Press.
- Hatten, T. S. (2012). *Small Business Management: Entrepreneurship and Beyond*. USA: Southwestern, Cengage Learning.
- Hafeez, M. H., Shariff, M. N., Lazim, M, (2012). "Relationship between Entrepreneurial Orientation, Firm Resources, SME Branding and Firms Performance: Is Innovation the Missing Link?" *American Journal of Industrial and Business Management*, 2012, 2, 153-159.
- Lawang, R. M. Z. (2005). *Kapital Sosial dalam Perspektif Sosiologi: Suatu Pengantar*. Depok: FISIP UI Press.
- Monif, K dan Kamaluddin, L. (2013). *Rasulullah's Business School*. Jakarta: Santri Ikwah Corporation.
- Sumarsono, S. (2010). *Kewirausahaan*, Edisi pertama, Yogyakarta, Graha Ilmu.
- Swedberg, R., & Knudsen, T. (2009). "Capitalist Entrepreneurship: Making Profit through the Unmaking of Economic Orders". *Capitalism and Society*, 4(2), Art 3. Diunduh dari https://papers.ssrn.com/sol3/Data_Integrity_Notice.cfm?abid=2209371.
- Saade, F. (2013). "Towards Understanding Nascent Entrepreneurship: A Theory of Planned Behavior Perspective" (Doctoral dissertation). http://epub.lib.aalto.fi/en/ethesis/pdf/13312/hse_ethesis_13312.pdf.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 2009 tentang Kepemudaan.
- Wiroto, D. W. (2016). "Kapital Sosial dan Kepemimpinan dalam Pengembangan Kompetensi Usaha Mikro dan Kecil di Era MEA: Sebuah Tinjauan Konseptual Ringkas". Dalam M. Ilyas, R. Junaid, H. Asri. (Peny.). *Seminar Nasional 2016: Kesiapan Daerah Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)* (h. 591-601). Palopo, Sulawesi Selatan: UNCP Press.