

Kewirausahaan Dipersimpangan Jalan

Mochamad Edwar Romli

Dosen PNSD L2 Dikti Pada Universitas PGRI Palembang

ABSTRACT

Entrepreneurship at a crossroads that occurs at this time is due to the influence of digital technology which causes marketing to be done more easily and quickly, business people or entrepreneurs are slow in anticipating competition and changes that occur so quickly, including in producing new products and following the development of marketing methods by using digital technology, entrepreneurs are less creative and innovative, existing entrepreneurship is only a response to opportunities, not because of the dominant influence of the entrepreneur's creativity and innovation, and the digital era has engulfed young people, making it easier for them to get involved and start a business using digital business.

Keywords: *Entrepreneurship, digital business, creative and innovative.*

ABSTRAK

Kewirausahaan dalam persimpangan jalan yang terjadi saat ini disebabkan adanya pengaruh dari teknologi digital yang menyebabkan pemasaran dapat dilakukan dengan lebih mudah dan cepat, pelaku bisnis atau wirausahawan lamban dalam mengantisipasi persaingan dan perubahan yang begitu cepat terjadi, termasuk dalam menghasilkan produk baru dan mengikuti perkembangan cara pemasaran dengan menggunakan teknologi digital, wirausahawan kurang kreatif dan inovatif, kewirausahaan yang ada hanya merupakan respon terhadap peluang ada, bukan karena pengaruh yang dominan dari kreativitas dan inovasi wirausahawan tersebut, dan era digital telah melanda kalangan anak-anak muda, sehingga memudahkan mereka untuk terlibat dan memulai usaha bisnis dengan menggunakan digital bisnis.

Kata Kunci : *Kewirausahaan, digital bisnis, kreatif dan inovatif.*

A. PENDAHULUAN

Menurut Perserikatan Bangsa-bangsa (PBB) suatu negara akan mampu membangun bila memiliki wirausahawan sebanyak 2% dari jumlah penduduknya. Dengan jumlah wirausahawan sebanyak 2 % dari jumlah penduduknya itu maka suatu negara akan mampu untuk membangun agar tercapai kemajuan. Suatu negara akan mencapai kemajuan bila jumlah wirausahawan yang dimiliki negara itu lebih dari 2 % yang berasal dari berbagai tingkatan jumlah wirausahawan, baik kecil, sedang dan besar. Tampaknya wirausahawan kecil saja tidak cukup. Tetapi seperti Jepang dan Korea Selatan wirausahawan di negara tersebut harus diwakili oleh adanya wirausahawan kecil, menengah, dan besar dengan jumlah yang cukup berimbang antara ketiga kelas atau golongan wirausahawan tersebut. Hal ini dapat diketahui dari pendapat berikut ini : "Keberhasilan pembangunan yang dicapai oleh negara Jepang ternyata disponsori oleh wirausahawan yang telah berjumlah 2 % tingkat sedang, berwirausaha kecil sebanyak 20 % dari jumlah penduduknya. Inilah

kunci keberhasilan pembangunan negara Jepang(Buchari Alma,2003:5).” Ini juga menunjukkan bahwa wirausahawan itu penting bagi pembangunan untuk mewujudkan kesejahteraan bagi penduduk disuatu negara.

Dari pendapat ini diketahui bahwa suatu negara akan mencapai kemajuan dan mampu mensejahterakan penduduknya bila bila jumlah wirausahawan di negara itu mencapai 2 % yang berasal dari berbagai tingkatan wirausahawan, baik wirausahawan kecil, menengah dan besar. Sebaiknya memang jumlah wirausahawan menengah dan besar harus lebih banyak daripada jumlah wirausahawan kecil karena mungkin wirausahawan menengah dan besar itu lebih dapat dan lebih mudah untuk melakukan inovasi-inovasi produk dan bisnis mengingat kemampuan modalnya yang lebih kuat dan sumber daya manusianya yang lebih berkualitas.

Sedangkan wirausahawan kecil itu lebih berorientasi pada pemenuhan kebutuhan hidup mereka, karena itu sulit bagi mereka untuk melakukan inovasi produk baru yang mampu bersaing dengan produk yang sudah ada di pasar. Wirausahawan kecil lebih memikirkan bagaimana memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari saja. Dari usahanya mereka memperoleh uang, kemudian uang itu digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dari hari-kehari. Oleh karena itu sulit bagi mereka untuk melakukan pembaharuan melalui inovasi-inovasi yang memang sulit dilakukannya karena keterbatasan finansial yang ada pada diri wirausahawan kecil itu.

Dewasa ini jumlah wirausahawan di negara kita sudah mencapai 2% dari jumlah penduduk Indonesia. Tetapi kesejahteraan penduduk Indonesia belum begitu meningkat. Ini menyebabkan kewirausahaan berada dipersimpangan jalan. Permasalahannya apakah yang menyebabkan kewirausahaan di negara kita berada dipersimpangan jalan, padahal jumlah wirausahawan yang ada di negara kita sudah mencapai 2 % dari jumlah penduduk negara kita. Tujuan penulisan ini untuk mengetahui faktor penyebab kewirausahaan di negara kita berada dipersimpangan jalan. Demikian pula menurut Andi Surya (Warta LL Dikti Wilayah II, Agustus,2018), pengusaha Indonesia baru mencapai 3,1% dari total penduduk.Komposisi ini sudah melewati angka kritis 2 % walaupun masih jauh lebih rendah dibanding negara-negara tetangga Asia. Hal ini berarti secara prosentase Indonesia masih kekurangan entrepreneur yang handal. Menurut David Mc.Clelland (Eman Suherman,2008:13) suatu negara akan mencapai tingkat kemakmuran apabila jumlah entrepreneurnya paling sedikit 2 % dari total jumlah penduduknya. Dewasa ini diketahui jumlah wirausahawan yang ada di Indonesia sebanyak sudah lebih dari 2 %. Hal ini berarti jumlah wirausahawan yang ada di Indonesia sudah melewati ketentuan 2 % seperti yang dikemukakan oleh David Mc.Clelland

Namun dengan jumlah wirausahawan sebanyak itu ternyata Kewirausahaan itu belum dapat mengantarkan atau menjadikan penduduk Indonesia ini sejahtera, sehingga kewirausahaan menurut Rektor Universitas Terbuka, Ojat Darajat berada dipersimpangan jalan.

B. LANDASAN TEORI

1) Pengertian kewirausahaan

Kewirausahaan sangat penting bagi kemajuan perekonomian di negara kita. Dengan berwirausaha, masyarakat akan dapat memenuhi kebutuhan hidupnya sehingga mereka dapat mencapai kehidupan yang lebih sejahtera. Oleh karena itu Suryana dalam Eman Suherman (2008:11) mengatakan kewirausahaan merupakan

syaraf pusat perekonomian atau pengendali perekonomian suatu bangsa. Dengan pendapat ini dapat diketahui bahwa suatu negara itu akan mencapai kemajuan bila bidang kewirausahaan di negara itu juga sudah mencapai kemajuan. Oleh karena itu kewirausahaan harus dibangkitkan dalam suatu negara, khususnya para generasi mudanya harus dibangkitkan kreasinya agar mereka memiliki daya cipta atau kreasi untuk menghasilkan hal-hal yang inovatif agar tercipta produk-produk baru yang mampu membuka peluang usaha untuk berwirasusaha. Kewirausahaan sebagai syaraf pusat perekonomian negara kita jelas menunjukkan bahwa kewirausahaan berperan menentukan kesejahteraan penduduk negara kita. Oleh karena itu kita membutuhkan jumlah wirausahawan yang banyak tetapi jumlahnya sebaiknya cukup merata antara wirausahawan kecil, menengah dan besar.

Kewirausahaan adalah tanggapan terhadap peluang usaha yang terungkap dalam seperangkat tindakan serta membuahkan hasil berupa organisasi usaha yang melembaga, produktif dan inovatif. Seorang wirausahawan harus dapat atau mampu menciptakan peluang usaha, dan dengan jiwa keberanian yang dimilikinya mereka harus mampu mewujudkan peluang itu untuk berwirasusaha. Pendapat lain dalam Eman Suherman (2008:13) mengatakan wirausahawan adalah pelopor dalam bisnis, inovator, penanggung resiko, yang mempunyai visi ke depan dan memiliki keunggulan dalam berprestasi di bidang usaha. Dari pengertian wirausahawan ini diketahui bahwa wirausahawan itu merupakan seorang pelopor, seorang perintis, yang selalu berada di depan untuk memulai sesuatu seperti melakukan aktivitas kewirausahaan. Ini menunjukkan bahwa seorang wirausahawan itu harus menjadi seorang yang pemberani, berani menghadapi resiko, berani menghadapi persaingan, dan tentu saja harus berani memulai usaha yang akan dirintisnya itu. Tanpa keberanian memulai akan sulit bagi seseorang untuk memulai berwirasusaha. Dari sini jelas bahwa wirausahawan harus dengan cepat menanggapi peluang yang ada atau yang kemungkinan akan ada dewasa ini maupun di masa yang akan datang. Ini artinya wirausahawan itu harus kreatif dan inovatif, termasuk kreatif dan inovatif dalam menciptakan produk-produk baru agar tercipta peluang usaha yang akan menjauhkan usaha kita dari persaingan usaha yang ketat.

Menurut Peter Drucker (Buchari Alma, 2003:19) entrepreneur adalah seseorang yang mampu memanfaatkan peluang. Wirausahawan itu mampu menciptakan peluang dan kemudian memanfaatkan peluang itu untuk berwirasusaha.

C. PEMBAHASAN

1) Kewirausahaan di Persimpangan Jalan

Dari uraian di atas tadi kita mengetahui bahwa saat ini kewirausahaan itu dipersimpangan jalan. Dahulu tentu kita tidak berpikir demikian bahwa bila jumlah wirausahawan di suatu negara melebihi angka 2 %, maka penduduk di negara itu akan mencapai kesejahteraannya seperti yang pernah dinyatakan oleh David Mc.Clelland. Ternyata hal ini tidak selalu demikian walaupun rasio kewirausahaan di Indonesia sudah melewati rasio yang digagas oleh Mc.Clelland. Kondisi ini mengantarkan kewirausahaan di negara kita berada dipersimpangan jalan. Apakah yang menyebabkan kewirausahaan di negara kita ini berada dipersimpangan jalan, maka inilah yang menjadi topik menarik untuk dikaji dan diteliti melalui studi literatur atau kajian pustaka yang peneliti lakukan berdasarkan pandangan para ahli.

2) Penyebab Kewirausahaan Berada Dipersimpangan Jalan

Kewirausahaan merupakan aktivitas usaha sangat penting yang akan mengantarkan negara kita agar penduduknya menjadi maju, dan sejahtera. Tetapi dalam upaya mewujudkan kewirausahaan sebagai sesuatu tonggak yang sangat penting, ternyata banyak tantangan yang kita hadapi saat ini, terutama akibat berkembangnya dan kemajuan yang dicapai di bidang teknologi khususnya teknologi informasi digital. Dengan adanya teknologi digital, semua orang dapat memulai bisnis dengan tidak harus memulai bisnis itu dari tempat tertentu yang spesial seperti mall yang mewah, ruko-ruko atau toko-toko yang bagus, tetapi bisnis dapat dimulai dari rumah sendiri saja. Memang menurut pakar pemasaran William J. Stanton (1989:35) pemasaran itu dapat terjadi dimana saja. Yang penting di pasar itu ada orang-orang dengan kebutuhan dan keinginan serta orang-orang itu memiliki uang dan punya keinginan untuk membelanjakan uang yang dimilikinya.

Dari pengertian ini kita dapat menyimpulkan bahwa pasar itu dapat terjadi dimana saja, yang penting disitu ada orang-orang yang memiliki kebutuhan dan keinginan serta memiliki uang dan punya keinginan untuk membelanjakan uangnya. Pemasaran dapat kita lakukan dari rumah sendiri saja dengan aktivitasnya melibat segenap keluarga, sehingga pekerjaan ini dapat dilakukan dengan lebih efisien dan efektif.

Oleh karena itu pemasaran dapat dilakukan dengan menggunakan teknologi informasi khususnya teknologi digital. Dengan adanya teknologi digital ini, untuk memasarkan produk dapat dilakukan dari rumah saja, tidak perlu harus punya ruko, toko atau dari mall yang mewah. Tapi modalnya cukup teknologi digital untuk memasarkan produk secara global. Strategi pemasaran di dunia memang telah mengalami perubahan seiring dengan adanya kemajuan teknologi informasi digital. Kalau dahulu orang memasarkan produk ada yang datang dari rumah ke rumah yang dalam bidang pemasaran lebih dikenal sebagai personal selling, tetapi dewasa ini dengan berkembangnya teknologi informasi, maka cara promosi itu sudah beralih kepada pemakaian teknologi digital yang ternyata memang lebih mudah dan lebih cepat untuk menyampaikan informasi pemasaran.

Dengan instrumen digital ini marketer tidak perlu dengan susah-payah membawa produk yang dipasarkan. Cukup dengan instrumen digital itu informasi tentang produk yang dipasarkan sudah sampai kepada calon konsumen dalam jangkauan yang luas, baik lokal, regional dan bahkan global. Cara pemasaran inilah yang dewasa ini banyak menguasai dunia bisnis kita. Cara pemasaran seperti ini tidak perlu tergantung pada tempat yang khusus, yang penting ada produk yang akan kita bisniskan dan pasarkan disertai dukungan instrumen teknologi digital. Teknologi digital memang telah menguasai cara pemasaran dan menggantikan cara pemasaran konvensional yang sudah kita kenal selama ini seperti periklanan, promosi penjualan atau sales promotion, publikasi, cara campuran, dan personal selling atau penjualan pribadi yang tenaga marketernya berkunjung dari rumah ke rumah.

Dewasa ini pelaku bisnis lebih cenderung dan lebih tertarik untuk menggunakan instrumen digital bisnis dalam memasarkan produk. Gelombang era digital ini telah melanda kalangan muda di negara kita, sehingga kaum muda atau generasi muda kita lebih mudah untuk memulai bisnis dan tertarik dengan dunia bisnis. Lihatlah dewasa ini di internet begitu banyak anak muda yang memasarkan produk yang

mereka bisniskan seperti pemasaran kendaraan bermotor, mobil, dan lain-lain. Semua ini berkat adanya teknologi digital.

Selain adanya pengaruh dari teknologi digital, penyebab kewirausahaan berada dipersimpangan jalan adalah karena pelaku kewirausahaan atau wirausahawan lamban dalam mengantisipasi adanya gelombang persaingan dan perubahan yang akan terjadi. Dengan adanya kelambanan pelaku kewirausahaan dalam mengantisipasi adanya persaingan dan perubahan yang terjadi begitu cepat maka timbullah pesaing-pesaing bisnis yang baru yang dapat mengganggu pebisnis yang sudah ada. Inilah yang terjadi pada bisnis taksi berarga yang mendapat saingan dari gocar, dan gojek. Begitu pula fenomena yang dialami PT. Pos Indonesia yang mendapat saingan dari perusahaan kargo yang lain seperti TIKI, dsbnya.

Faktor lain yang menyebabkan kewirausahaan berada dipersimpangan jalan adalah karena pelaku kewirausahaan atau para wirausahawan itu kurang dapat berlaku atau bertindak secara kreatif dan inovatif. Akibatnya mereka tidak dapat menemukan produk-produk baru dibandingkan dengan pelaku bisnis yang lain yang lebih kreatif dan inovatif. Selanjutnya pelaku bisnis yang lebih kreatif dan inovatif akan mengganggu kelancaran bisnis pelaku bisnis yang sudah lama menekuni bisnis tersebut. Inilah yang terjadi antara gocar dengan usaha taksi yang lain. Traveloka yang mengganggu usaha jasa perjalanan yang lain, dan sebagainya.

Kewirausahaan yang ada timbul dan berkembang di negara kita ini umumnya juga dikarenakan untuk merespon peluang ada saja. Kewirausahaan itu sangat tergantung pada peluang yang ada saja. Selama peluangnya masih ada kewirausahaan itu masih dapat bertahan. Ketika peluang itu tidak ada atau mulai meredup, maka aktivitas kewirausahaannya juga mulai berkurang.

D. KESIMPULAN

Dari hasil kajian literatur atau pustaka yang telah penulis lakukan dan kemukakan di atas, dapat disimpulkan faktor yang menyebabkan kewirausahaan itu berada dipersimpangan jalan adalah:

- 1) Adanya pengaruh dari teknologi digital yang menyebabkan pemasaran dapat dilakukan dengan lebih mudah dan cepat
- 2) Pelaku bisnis atau wirausahawan lamban dalam mengantisipasi persaingan dan perubahan yang begitu cepat terjadi, termasuk dalam menghasilkan produk baru dan mengikuti perkembangan cara pemasaran dengan menggunakan teknologi digital.
- 3) Wirausahawan kurang kreatif dan inovatif
- 4) Kewirausahaan yang ada hanya merupakan respon terhadap peluang ada, bukan karena pengaruh yang dominan dari kreativitas dan inovasi wirausahawan tersebut.
- 5) Era digital telah melanda kalangan anak-anak muda, sehingga memudahkan mereka untuk terlibat dan memulai usaha bisnis dengan menggunakan digital bisnis.

E. SARAN

Sehubungan kesimpulan diatas dapat diberikan saran sebagai berikut:

- 1) Wirausahawan harus mengantisipasi dan mengikuti perkembangan era digital,serta memanfaatkan instrumen digital untuk pemasaran
- 2) Wirausahawan harus meningkatkan kreativitas dan inovasi agar dapat menghasilkan produproduk kreatif dan inovatif sesuai kebutuhan konsumen,sehingga mampu menghadapi persaingan dan tidak mudah disaingi oleh wirausahawan lain.
- 3) Wirausahawan harus berusaha meningkatkan kelas atau klasifikasinya dari kecil menjadi menengah dan besar,agar penghasilan dan kesejahteraannya juga meningkat.
- 4) Wirausahawan yang sudah besar atau berhasil harus berusaha membantu wirausahawan yang masih kecil agar penghasilan dan kesejahteraan mereka juga ikut meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

Buchari Alma, 2003. Kewirausahaan. Penerbit : Alfabeta, Bandung.

Eman Suherman, 2008. Kewirausahaan. Penerbit : Alfabeta, Bandung.

Faisol,2002. Kalau Begitu Saya Berani Berwirausaha. Penerbit : Bina Rena
Pariwara,Jakarta.

Rian Nugroho, 2009. Memahami Latar Belakang Pemikiran Entrepreneurship
Ciputra. Penerbit : Elex Media Komputindo-Gramedia, Jakarta.