

STRATEGI BELAJAR DAN BERWIRAUSAHA

Avin Fadilla Helmi
Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada

Pengantar

Seolah-olah ada dikotomi antara dunia kampus dengan dunia bisnis. Dunia kampus digambarkan sebagai dunia ilmiah yang terpisah dari dunia bisnis, sementara dunia bisnis digambarkan seolah-olah tidak membutuhkan kaidah-kaidah ilmiah. Apakah betul keduanya merupakan hal yang terpisah ?

Oleh karena pandangan yang terlanjur memisahkan ilmu dengan bisnis, akibatnya terjadi semacam kegagalan pada para lulusan yang lebih banyak mencari pekerjaan daripada menciptakan pekerjaan. Jumlah pengangguran terdidik pun semakin meningkat setiap tahunnya.

Jika kita amati dunia di sekeliling kita, salah satu ciri yang mampu memenangkan kompetisi di dunia bisnis yaitu produk atau jasa bersifat inovatif. Hanya dalam waktu 5 tahun terakhir ini saja, *hand phone* tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi di era modern tetapi telah menjadi gaya hidup. Lima tahun lalu, *hand phone* hanya dimiliki oleh kalangan menengah ke atas tetapi sekarang ini penjual daging ayam, sayuran, dan pedagang lain di pasar tradisional telah mengenggam telpon seluler tersebut. Hal ini disebabkan selain kecanggihan fungsinya juga harganya yang semakin terjangkau oleh masyarakat luas.

Bisnis dengan konsep *franchise* (waralaba) pun telah menjamur di dunia ini. Bahkan pemain dalam negeri pun telah mampu mendirikan waralaba seperti es teller 77, mister Bakso, rumah makan ayam bakar Wong Solo dll. Dalam bisnis waralaba sangat tampak adanya inovasi yaitu dalam produk, jasa, dan manajemen yang terstandart atau telah memiliki *standrat operation procedured* (SOP).

Dunia transportasi dalam tiga tahun ini, harga-harga tiket pesawat terbang dapat terjangkau oleh kantong rakyat kecil. Harga tiket kereta api hamper sama dengan harga tiket pesawat dari Yogyakarta ke Jakarta. Inovasi dalam proses bisnis dalam jasa

Layanan transportasi udara adalah kata kuncinya sehingga mampu menekan biaya operasional dan tiket pun dijual murah. Citra pesawat terbang hanya milik orang kaya tinggalah mitos.

Ke tiga contoh tersebut memberikan ilustrasi bahwa yang dapat menjadi pemenang di alam kompetisi yang semakin ketat adalah yang mampu melakukan inovasi-inovasi, baik dalam proses bisnis, produk, maupun jasa. *Asumsi keberhasilan di masa lalu jika tetap digunakan adalah jaminan akan ketertinggalan. Asumsi-asumsi baru dalam pengelolaan bisnis menjadi peluang yang terbuka untuk merebut pasar.* Oleh karenanya, asumsi yang dibangun harus dapat dipertanggungjawabkan, baik dari sisi kualitas produk/ jasa dan secara manajerial sehingga terhindar dari kegagalan bisnis. Di sinilah jembatan yang menghubungkan antara bisnis dan ilmu. Dalam berbisnis kita membutuhkan ilmu dan pengetahuan, baik mengenai ilmu secara substantif maupun ilmu dalam praktek bisnis (manajemen).

Inovasi

Inovasi merupakan suatu proses kreatif dalam rangka memperkenalkan sesuatu yang baru atau sebagai sesuatu yang baru, seperti produk atau layanan pada pasar (Adair, 1996) dan memberikan nilai atau manfaat baik secara sosial atau ekonomi (Raka, 2001). Artinya, temuan yang baru tanpa disertai kemanfaatan belum dapat dikatakan inovatif. Apalagi di dunia bisnis, asumsi-asumsi baru atau temuan baru hasil riset harus mampu memberikan kemanfaatan secara ekonomis. Tanpa jaminan adanya kemanfaatan secara ekonomis, tidak perlu dilakukan inovasi.

Inovasi dikatakan oleh Drucker (1985) sebagai proses yang dapat dipelajari, mempunyai prinsip, dan sistematis. Prinsip dalam inovasi yang sebaiknya dilakukan adalah:

1. Bertujuan, sistematis, dan diawali dari analisis peluang
2. Inovasi antara konseptual dan perseptual. Inovator yang sukses menggunakan otak kanan dan kiri.
3. Inovasi efektif jika sederhana dan terfokus
4. Inovators yang sukses dimulai dari yang kecil

Yang seharusnya tidak dilakukan adalah:

1. Jangan bersikap 'pandai' ('minteri')
2. Jangan beragam dan mengerjakan sesuatu dalam banyak hal
3. Jangan berinovasi untuk yang akan datang

Berdasarkan prinsip inovasi tersebut maka persoalan riset dan pengembangan dalam dunia bisnis adalah kata kuncinya. Temuan-temuan baru yang diperoleh dari hasil riset yang mempunyai probabilitas memenangkan pasar akan diproduksi besar-besaran dengan harga kompetitif dan promosi yang menjanjikan.

Karakter inividu yang memiliki perilaku inovatif (George JM dan Zhou J 2001):

1. Mencari tahu teknologi baru, proses, teknik, ide-ide baru
2. Menghasilkan ide-ide kreatif
3. Memajukan dan memperjuangkan ide-ide ke orang lain
4. Meneliti dan menyediakan sumber daya yang diperlukan untuk mewujudkan ide-ide baru
5. Mengembangkan rencana dan jadwal yang matang untuk mewujudkan ide baru tersebut
6. Kreatif

Ada 3 tahap perilaku inovatif (Scott SG & Bruce RA, 1994):

Tahap 1

Perilaku Inovasi dimulai dari pengenalan masalah dan penghimpunan ide atau solusi, dapat berupa sesuatu yang baru atau merupakan adaptasi dari situasi yang lain

Tahap 2

Berusaha mencari dukungan untuk ide tersebut dan mencoba membangun kerjasama antar pendukung ide.

Tahap 3

Menyelesaikan ide tersebut dengan membuat modul atau prototipe inovasi dalam wujud nyata yang dapat dirasakan/ disentuh dan mengubahnya ke arah penggunaan yang produktif atau terlembagakan.

Perilaku inovatif merupakan proses yang bertahap, kegiatan yang berbeda dan dengan perilaku individu yang berbeda sesuai dengan yang dibutuhkan pada setiap tahapnya.

Dalam mengelola Inovasi, kreativitas saja tidak cukup untuk melakukan inovasi (Scott SG & Bruce RA, 1994) tetapi perlu dukungan terhadap perilaku inovatif dari pimpinan dan ketersediaan sumber daya untuk mewujudkan inovasi

Inovasi pada mahasiswa

Delapan tahun saya membimbing mahasiswa dalam mengikuti lomba karya ilmiah berbasis penelitian. Empat kali mahasiswa yang saya bimbing telah memenangkan Lomba Karya Inovatif dan Produktif (LKIP). Indikator inovasi dalam lomba karya ilmiah tersebut lebih kepada kemanfaatan sosial. Namun sejak 4 tahun terakhir, LKIP telah digantikan dengan PKM (Program Kreativitas Mahasiswa), tampaknya persoalan kewirausahaan telah menjadi salah satu bidang yang dilombakan.

Berubahnya LKIP menjadi PKM merupakan suatu paradigma baru, dimana selama ini, dalam LKIP lebih menekankan sisi ilmiah dan kemanfaatan sosial. Sementara itu dengan konsep PKM, inovasi yang dituntut selain dari sisi ilmiah juga kemanfaatan secara ekonomis. Sebuah terobosan dalam mensinergikan antara ilmu dan bisnis.

Beberapa hasil penelitian mahasiswa yang bersifat inovatif antara lain:

1. *Modul Death Education* oleh mahasiswa Fakultas Psikologi UGM sebagai juara I LKIP bidang Sosial Budaya Humaniora di PIMNAS 2003 di Surakarta. Modul tersebut mendapat sambutan yang luas oleh media masa cetak maupun elektronik. Masyarakat juga menyambut secara antusias hasil temuan tersebut.
2. *Secang Celup modifikasi Minuman Sultan*. Hasil penelitian mahasiswa Fakultas Farmasi UGM, juara I PKM bidang penelitian di PIMNAS 2004 Bandung.
3. *Geplak Inovasi*. Hasil penelitian mahasiswa Fakultas Teknologi Pertanian UGM, juara I bidang Kewirausahaan di PIMNAS 2004 Bandung.

Hasil penelitian mahasiswa tersebut bersifat inovatif, tetapi persoalannya kemudian adalah :

1. apakah temuannya sudah dilindungi secara hukum ?
2. bagaimana pemasarannya ?

Kewirausahaan dan Berwirausaha

Ada kerancuan dalam penggunaan istilah kewirausahaan (*entrepreneurship*) dan berwirausaha (*entrepreneurial*). Kewirausahaan dikatakan oleh Drucker (1985) sebagai suatu semangat, kemampuan, sikap, perilaku individu dalam menangani usaha/kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi, dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar. Berdasarkan pendapat Drucker ini maka kewirausahaan bukan diartikan berwirausaha. Berwirausaha merupakan kegiatan atau perilaku wirausaha yang meliputi mendirikan, mengelola, mengembangkan, dan melembagakan suatu hasil usaha (baik yang bersifat produk maupun jasa).

Kewirausahaan dapat dilaksanakan di luar organisasi yang disebut sebagai *entrepreneurship*, sementara yang dilaksanakan dalam organisasi adalah *intrapreneurship* (Adair, 1996). Dalam prakteknya, ketika seseorang berwirausaha belum tentu dijiwai semangat kewirausahaan, tetapi ketika seseorang mempunyai semangat kewirausahaan maka jalan menuju berwirausaha lebih dekat.

Selama ini *pembicaraan kewirausahaan di Perguruan Tinggi terjebak pada mengajarkan bagaimana mahasiswa untuk melakukan bisnis bukan menekankan pada proses kreatif dalam menciptakan cara kerja baru, produk baru dan teknologi baru – yang merupakan esensi dari kewirausahaan*. Jika penekanannya lebih pada kewirausahaan pada dasarnya mengajarkan kepada mahasiswa untuk mengasah kreativitas secara sistematis sehingga muncul inovasi produk, jasa, atau teknologi baru yang lebih efisien. *Hal itu berarti mahasiswa haruslah menguasai bidang ilmunya (hardskills), penguasaan metodologi penelitian, dan manajemen*.

Beberapa contoh hasil penelitian mahasiswa yang bersifat inovatif yaitu modul *death education* dan geplak inovatif mendapat respon positif dari masyarakat ketika dipublikasikan sebagai pemenang dalam lomba karya ilmiah di Pekan Ilmiah Mahasiswa Nasional. Secara substantif hasil penelitian tersebut telah dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dan mempunyai nilai inovatif dalam arti nilai sosial. Bagaimana nilai ekonomisnya ? Nilai ekonomis baru dinikmati oleh individu. Kelompok mahasiswa yang meneliti geplak, sekarang ini telah mempunyai *outlet* di Bantul untuk menjual produknya. Demikian juga dengan modul *Death Education* yang mendapatkan tawaran beberapa

kelompok Lansia dan Rumah Sakit. Bagaimana secara kelembagaan ? Tampaknya masih berhenti di dokumentasikan di perpustakaan saja. Belum ada konsep strategi pemasaran bagi hasil karya inovasi mahasiswa di UGM ini.

Satu tantangan besar bagi UGM untuk membuat konsep yang menjembati hasil-hasil temuan ilmiah dari mahasiswa dengan dunia bisnis. Koperasi yang ada di UGM seperti Koperasai Mahasiswa (KOPMA) idealnya adalah outlet bagi temuan mahasiswa yang inovatif, demikian juga koperasi yang lain seperti KOKELGAM dan KOSUDGAMA.

Strategi berilmu dan berwirausaha

Strategi berasal dari kata *strategos* (Yunani) yang berarti jenderal. Jenderal yang baik itu memulai dari penyusunan strategi dan bukan menyusun rencana operasional. pendekatan yang digunakan adalah mengubah keseimbangan di lapangan.

Paradigma shift dari pencari kerja ke pencipta kerja adalah salah satu kata kuncinya. *Kewirausahaan lebih disosialisasikan dalam konteks pemahaman bahwa kewirausahaan sebagai suatu semangat (nilai-nilai) dalam membuat inovasi yang berbasis ilmu yang dikuasai (hardskills) atau entrepreneurship dan bukan dalam konteks sebagai penjual baju, pedagang bakso, fotokopi, dsb (berwirausaha = enterpreneurial)*. Kegiatan berwirausaha ditekankan setelah menemukan ide-ide yang kreatif dan bernilai inovasi.

Beberapa strategi yang dapat dilakukan antara lain:

1. Level Individu

Pada level individu, ada beberapa yang harus dimiliki oleh mahasiswa:

a. Bangga dan Penguasaan *hardskills*

Realita menunjukkan bahwa tidak semua mahasiswa dapat kuliah sesuai dengan minat utama. Oleh karena tidak sesuai dengan minat utamanya muncul rasa keengganan untuk mendalami ilmu yang dipelajari. Berbagai cara seharusnya dilakukan oleh mahasiswa untuk menyenangkan 'bidang' ilmunya dan merasa bangga. Kebanggaan terhadap ilmu yang dipelajari ini menyebabkan mahasiswa terdorong melakukan pendalaman kajian.

b. Karakteristik Wirausahawan

Ada beberapa karakteristik psikologis yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan yaitu:

- **Tidak malu**

Perasaan tidak malu adalah yang paling utama. Realitas memang menunjukkan bahwa berwirausaha bagi sebagian masyarakat dinilai kurang bergengsi dibandingkan dengan mereka yang bekerja di kantor, apalagi di BUMN atau perusahaan multi nasional.

- **Berani mengambil resiko**

Pengambilan keputusan beresiko memang tidak mudah dan membutuhkan ketrampilan tersendiri. Beberapa hasil pengamatan menunjukkan bahwa mahasiswa yang aktif di pecinta alam lebih berani mengambil resiko dibandingkan yang tidak aktif di pecinta alam. Dalam kegiatan kepecintaalaman, mahasiswa dilatih untuk melakukan aktivitas yang beresiko seperti arung jeram, panjat tebing, dll. Dalam aktivitas beresiko merupakan sarana yang baik untuk mengambil keputusan beresiko. *David Mc Clelland menyarankan agar mengambil keputusan bersiko dalam level sedang.* Hal ini berkaitan dengan kemampuan kontrol seseorang. Resiko tinggi diperkirakan akan membuat manusia kehilangan terhadap kontrol terhadap probabilitas sukses. Resiko rendah tidak menantang karena kontrol sukses ditangannya. Pengambilan resiko sedang adalah salah satu ciri mereka yang mempunyai motivasi berprestasi tinggi.

- **Berfikir optimis**

Masyarakat kita pada umumnya sering dijangkiti penyakit 'ragu-ragu' dan *sering kali terjebak dalam kesalahan berfikir* seperti 'jangan-jangan kalau bisnis nanti' oleh karenanya berfikir positif yang merupakan landasan bagi sikap optimisme harus ditingkatkan. Model kesalahan berfikir apakah berfikir dengan overgeneralisasi, tidak berdasarkan data, *jump out to conclusion* dsb perlu disingkirkan. Pola pikir alternatif seperti melihat sisi lain dari suatu peristiwa sangat dianjurkan, seperti misalnya semacam otosugesti 'pasti ada jalan alternatif', 'ada jalan lain' dsb.

- **Kreatif dan inovatif**

Kelebihan manusia dari makhluk yang lain adalah terletak pada kreativitas. Kreativitas adalah kemampuan untuk mencipta. Kreativitas dianggap sebagai kemampuan untuk menghasilkan gagasan baru atau wawasan yang segar

Kreativitas adalah penciptaan ide-ide yang baru. Ide-ide yang kreatif tersebut dibuat sedemikian rupa sehingga menghasilkan produk, jasa, atau cara pengelolaan yang baru yang mempunyai nilai kemanfaatan sosial/ ekonomik. *Gde Raka (2001) mengatakan bahwa memikirkan dan melakukan sesuatu yang baru yang menambah atau menciptakan nilai-atau manfaat (sosial/ ekonomik) disebut dengan inovasi.*

- **Peka dan tanggap terhadap peluang**

Peluang ada di sekitar kita tanpa disadari. Secara tidak sadar bahwa yang menutup peluang adalah diri kita sendiri karena manusia sering kali tidak dapat terbebas dari berbagai hambatan yang muncul dari diri sendiri salah satunya keberanian melakukan kompetisi di luar. Sering kali orang merasa nyaman dalam kondisi aman dan kurang menyukai situasi yang menantang. Peluang biasanya tidak jauh dari tantangan. Jika mahasiswa kurang menyukai tantangan maka mereka akan jauh dari peluang.

- **Tanggungjawab pribadi**

Di dalam psikologi sosial dikenal dengan konsep atribusi yaitu penjelasan mengapa suatu peristiwa terjadi apakah disebabkan faktor eksternal ataukah internal. Oleh karena dunia wirausaha adalah dunia yang beresiko maka semua keputusan dalam wilayah yang harus mampu dipertanggungjawabkan secara pribadi. Kesuksesan dan kegagalan dipercaya sebagai atribusi internal dan bukan atribusi eksternal.

Upaya untuk meningkatkan kewirausahaan dapat dilakukan dengan melalui keikursertaaan mahasiswa dalam mata kuliah kewirausahaan (Helmi, 2003), pelatihan-pelatihan kewirausahaan, atau pun mendatangkan dosen tamu sebagai pembicara dari kalangan wiraushawan yang sukses.

2. Level kelompok

Peter Drucker mengingatkan bahwa upaya untuk melakukan inovasi yang sistematis sebaiknya dilakukan mulai dari kecil. Sebaiknya dilakukan secara berkelompok atau tim. Pendekatan kelompok lebih didorong karena mahasiswa masih dalam fase belajar, belajar tentang ilmu, dan belajar berwirausaha. Selain itu, jika dilakukan melalui kelompok, masing-masing mahasiswa yang mempunyai kelebihan tertentu bersinergi sehingga menghasilkan inovasi. Akan mengalami kesulitan jika dilakukan seorang diri. Misalnya kelompok dari mahasiswa Teknik Elektro membuka konsultan di bidang Teknologi Informasi, sebagian lebih mendalami pemasaran, yang lain persoalan teknologi informasi, dan yang lain mengelola usaha.

Kelompok di dalam dunia kemahasiswaan sebenarnya dapat dijumpai dalam berbagai organisasi kemahasiswaan yang formal maupun kelompok-kelompok yang terbentuk secara informal. Pengalaman di Fakultas Psikologi UGM, hampir semua organisasi kemahasiswaan sangat antusias untuk mengikuti berbagai lomba karya ilmiah.

3. Level organisasi

Perlu upaya konkrit dalam membuat konsep pengembangan kewirausahaan dan berwirausaha dalam level organisasi. Jika selama ini, mahasiswa telah melakukan banyak sekali inovasi, perlu dipikirkan mengenai hak cipta, pemasaran, dan iklim yang mendukung lainnya.

Yang lebih penting lagi adanya iklim yang kondusif, sumber daya, dan dukungan dari pengelola PT (Universitas dan Fakultas) dalam menumbuhkembangkan inovasi pada mahasiswa yang merupakan embrio dari kewirausahaan

Penutup

Kewirausahaan dalam perguruan tinggi sudah mulai disosialisasikan dan diimplementasikan dalam kelompok mahasiswa SP2MP. Idelanya seluruh mahasiswa, baik melalui mata kuliah atau pendidikan dan pelatihan mendapatkan dasar-dasar kewirausahaan.

Upaya pengembangan kewirausahaan di perguruan tinggi bukan bertumpu pada kegiatan berwirausaha tetapi lebih menekankan proses inovasi yang sesuai dengan ilmu

yang digelutinya. Hal ini merupakan nilai tambah, yang akan membedakan jika mahasiswa/ alumni berwirausaha dengan wirausahawan dari masyarakat. Nilai tambah tersebut sebagai proses temuan ilmiah dari ilmu yang selama ini digeluti. Strategi yang ditempuh dapat dilakukan dalam 3 level yaitu individu, kelompok, dan organisasi.

Daftar Pustaka

Adair, J. 1996. *Effective Innovation: How to Stay Ahead of the Competition*. London: Pan Books Ltd.

Helmi, A.F. 2003. Laporan Pelaksanaan RPKPS: Kewirausahaan dan Inovasi. *tidak diterbitkan*. Proyek Due-like UGM. Yogyakarta.

George, J.M. dan Zhou, J. 2001. When Openness to Experiences and Conscientiousness are Related to Creative Behaviour: An Internal Approach. *Journal of Applied Psychology*. Vol 86. No. 3. hal 513-524.

Raka,G. 2001. Inovasi dan Kewirausahaan. Handout. Dalam Kepemimpinan Transformasional. Tidak diterbitkan.

Scott, S.G dan Bruce, R.A. 1994. Determinant of Innovative Behaviour: A Path Model of Individual Innovation in the workplace. *Academy of Management Journal*. Vol. 37. no. 3. hal 580 – 607.

**LAMPIRAN
HAND OUT
STRATEGI BERILMU DAN BERWIRAUSAHA**