

**ANALISIS KOMPETENSI PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DITINJAU
DARI PERSPEKTIF PENGUSAHA
DI KABUPATEN BULELENG**

Nyoman Trisna Herawati
Universitas Pendidikan Ganesha

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kompetensi pendidikan kewirausahaan yang ditinjau dari perspektif pengusaha, disamping itu pula ingin diketahui apakah ada perbedaan kompetensi antara perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, dagang, atau manufaktur. Dalam penelitian ini dianalisis pula hambatan-hambatan yang ditemui dalam pengembangan usaha, yang nantinya dapat dijadikan masukan untuk penyempurnaan pembelajaran kewirausahaan di perguruan tinggi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan *expost facto* dengan tiga alat analisis yaitu, analisis faktor, deskriptif kuantitatif, dan deskriptif kualitatif. Penelitian dilaksanakan di Kabupaten Buleleng yang melibatkan 80 orang responden dalam hal ini pengusaha yang bergerak dalam bidang jasa, dagang, maupun manufaktur. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan menemui langsung para responden dan melalui *e-mail*.

Hasil analisis menunjukkan, pertama, kompetensi pendidikan kewirausahaan yang perlu dikembangkan antara lain: (1) kemampuan manajerial, (2) sikap mental, (3) kreatifitas, yang ditunjang dengan teknologi, (4) kemampuan prediktif. Kedua, mengenai perbedaan kompetensi dalam perusahaan jasa, dagang, dan manufaktur. Dari hasil penelitian menunjukkan perusahaan jasa lebih menekankan pada sikap mental (faktor 2) yang didukung oleh sikap kreatifitas (faktor 3), pada perusahaan dagang, kompetensi yang dominan adalah sikap mental (faktor 2) yang didukung oleh sikap kreatifitas (faktor 3) , dan pada perusahaan manufaktur (pabrik), kompetensi inti mencakup kemampuan manajerial (faktor1), dan sikap mental (faktor2). Ketiga, hambatan-hambatan yang ditemui dalam pengembangan usaha antara lain: masalah permodalan, permasalahan persaingan antara perusahaan sejenis, permasalahan pemasaran, permasalahan tenaga kerja. permasalahan dalam penentuan lokasi yang strategis, permasalahan mengenai teknik pendekatan pada pelanggan.

Kata Kunci : kompetensi, pendidikan kewirausahaan, pengusaha

ABSTRACT

This study aims to analyze the competence of entrepreneurship education is reviewed from the perspective of entrepreneurs, besides that it also wanted to know whether there are differences in competence between the companies engaged in services, trade, or manufacturing. In this study also analyzed the obstacles encountered in enterprise development, which will be used as input for the improvement of entrepreneurial learning in college.

This study used ex post facto approach with three tools analysis which is, factor analysis, descriptive quantitative and qualitative descriptive. The experiment was conducted in Buleleng District involving 80 respondents in this case employers engaged in services, trade, and manufacturing. Data were collected through a questionnaire with the respondents and meet directly via e-mail.

The results show, first, entrepreneurship education competencies that need to be developed include: (1) managerial skills, (2) mental attitude, (3) creativity, which are supported by technology, (4) predictive capability. Secondly, regarding the competency gap in service companies, trade, and manufacturing. The results showed service companies put more emphasis on mental attitude (factor 2) which is supported by the attitude of creativity (factor 3), the trading company, competence is the dominant mental attitude (factor 2) which is supported by the attitude of creativity (factor 3), and at manufacturing (factory), core competencies include managerial ability (faktor1), and mental attitude (faktor2). Third, the obstacles encountered in enterprise development, among others: the problem of capital, the issue of competition between similar companies, marketing problems, labor problems. problems in determining the strategic location, the problem of engineering approaches to the customer.

Keywords: competence, education of entrepreneurship, entrepreneur

1. PENDAHULUAN

Perguruan tinggi merupakan lembaga pendidikan yang diharapkan mampu mencetak sumber daya manusia yang unggul. Jiwa dan naluri kewirausahaan perlu ditanamkan secara sadar dan tersistem agar lulusan perguruan tinggi mampu mandiri setelah menjadi sarjana. Menurut Griffin dalam Suyanto kewirausahaan adalah kapasitas untuk melakukan inovasi, investasi dan ekspansi dalam pasar baru dan teknik baru. Hal ini perlu diadopsi dalam praktek pembelajaran di perguruan tinggi agar menghasilkan lulusan yang berwawasan penciptakerja atau

wirausaha. Untuk mewujudkan hal tersebut diperlukan suatu perubahan yang sistematis baik dalam tujuan, metode, maupun materi pembelajaran itu sendiri agar dapat memberikan pengalaman belajar yang bermanfaat untuk menumbuhkembangkan sikap dan perilaku kewirausahaan di kalangan siswa/mahasiswa.

Jika dilihat dari komponen materi dan kurikulum, pembelajaran di perguruan tinggi memerlukan bahan ajar yang luas dan dinamis. Hal ini berarti bahwa dosen dan mahasiswa secara sinergis perlu mengembangkan kurikulum yang ada menjadi kegiatan belajar baik secara

ideal, instruksional, maupun secara eksperensial. Hal ini diharapkan mampu menciptakan lulusan yang memiliki jiwa wirausaha, karena selama menempuh pembelajaran di perguruan tinggi mereka memiliki pengalaman kurikuler yang relevan dan aktual dengan tantangan nyata kehidupan. Materi ajar atau kurikulum yang tidak pernah dikembangkan secara sistematis akan mewariskan pengalaman belajar yang ketinggalan jaman. Kalau para mahasiswa mewarisi informasi, pengetahuan, atau ilmu dalam format pengalaman belajar yang tidak relevan dengan tuntutan jaman, tidak akan dapat diharapkan akan tumbuh wawasan wirausaha di kalangan mahasiswa yang mampu menciptakan lapangan pekerjaan.

Hal tersebut diperparah lagi dengan kurikulum pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi yang masih belum optimal. Seperti yang dikatakan oleh (Suryani Sidik, Koran Tempo) mengungkapkan bahwa salah satu penyebab kurangnya minat lulusan perguruan tinggi untuk berwirausaha adalah kurikulum kewirausahaan yang belum memadai baik secara kuantitas dan

kualitas. Hal tersebut terlihat dari kurang banyaknya perguruan tinggi yang menyelenggarakan pembelajaran kewirausahaan. Jika ada, kurikulumnya belum terintegrasi dengan baik. Misalnya bisa dilihat dari kurikulum yang lebih menonjolkan aspek pengetahuan (*cognitive*) daripada sikap maupun keterampilan berwirausaha (*attitude*). Kondisi yang demikian mengakibatkan lulusan perguruan tinggi hanya mengerti usaha pada tataran teori. Ditambah lagi dengan penyelenggaraan mata kuliah kewirausahaan yang hanya satu semester dengan tiga atau dua SKS. Hal ini tidak mencukupi untuk mengakomodasi kompleksitas materi yang harus diberikan.

Universitas Pendidikan Ganesha (Undiksha) merupakan lembaga pendidikan tinggi yang mencetak tenaga kependidikan maupun non kependidikan. Saat ini, Undiksha telah menyelenggarakan pendidikan kewirausahaan untuk semua jurusan baik kependidikan maupun non kependidikan, baik program sarjana (S1) maupun diploma (D3). Hasil penelitian Herawati

(2009), menunjukkan bahwa minat kewirausahaan mahasiswa Undiksha secara garis besar cenderung masih rendah. Dari segi kuantitas pendidikan kewirausahaan secara garis besar masih minim. Hal ini dapat dilihat dari jumlah SKS (satuan kredit per semester) yang diberikan pada mata kuliah ini hanya berkisar 2 sampai 3 sks saja. Untuk mengimbangi kuantitas yang minim tersebut, maka diperlukan peningkatan kualitas pendidikan kewirausahaan, salah satunya adalah dengan merancang materi-materi yang benar-benar relevan dikembangkan untuk dapat menumbuhkan minat dan sikap kewirausahaan pada mahasiswa. Untuk itu penelitian ini berpijak pada analisis kebutuhan, yang didasarkan pada pendapat para pengusaha sebagai pelaku bisnis baik yang bergerak di sektor jasa, dagang, maupun industri terhadap kompetensi yang relevan dikembangkan di perguruan tinggi.

Berdasarkan paparan diatas dapat dilihat bagaimana pentingnya menumbuhkembangkan minat dan sikap wirausaha di kalangan mahasiswa, karena pada dasarnya tidak semua lulusan mampu

tertampung dalam lapangan pekerjaan yang telah tersedia. Untuk itulah sudah seharusnya para lulusan perguruan tinggi mempunyai wawasan yang luas mengenai kewirausahaan agar nantinya ia mampu menjadi insan yang mandiri serta mampu menciptakan lapangan pekerjaan sehingga otomatis mengurangi angka pengangguran serta mampu meningkatkan ekonomi masyarakat sekitarnya. Salah satu upaya yang dilakukan adalah mengembangkan kompetensi di bidang kewirausahaan yang relevan dengan kebutuhan akademik mahasiswa yang disesuaikan dengan kebutuhan pasar. Secara rinci, rumusan masalah dapat diuraikan sebagai berikut.

- a) Kompetensi-kompetensi apasajakah yang perlu dikembangkan dalam pendidikan kewirausahaan pada jenjang perguruan tinggi dilihat dari perspektif pengusaha.
- b) Apakah terdapat perbedaan kompetensi dalam perusahaan jasa,

dagang, maupun manufaktur.

c) Kedala-kendala

apasajakah yang ditemui dalam upaya pengelolaan dan pengembangan sebuah usaha.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan *ex post facto*, dengan teknik analisis factor, deskriptif kuantitatif, dan kualitatif. Pendekatan *ex post facto* dipilih karena penelitian diharapkan dapat mengungkapkan permasalahan secara rinci dan jelas tanpa memanipulasi atau mensimulasi setting penelitian. Dalam hal ini memberikan gambaran secara rinci mengenai kompetensi pendidikan kewirausahaan yang relevan di perguruan tinggi.

Dalam pelaksanaan penelitian ini peubah yang akan dianalisis adalah kompetensi pendidikan kewirausahaan yang ditinjau dari perspektif pengusaha. Dalam hal ini maka analisis kompetensi tersebut dikaitkan dengan kompetensi yang harus dimiliki oleh seorang pengusaha yang meliputi: (1) memiliki pengetahuan

tentang usaha yang akan dijalani/ditekuni. Dengan kata lain mengetahui segala sesuatu yang ada hubungannya dengan usaha atau bisnis yang akan dilakukan, (2) memiliki pengetahuan tentang dasar-dasar pengelolaan bisnis/dasar-dasar bisnis manajemen. Dalam hal ini pengetahuan dalam hal merancang usaha, mengorganisasikan, dan mengendalikan perusahaan, (3) Memiliki sikap yang benar terhadap usaha yang dilakukan, dalam hal ini memiliki sikap sungguh-sungguh dan tidak setengah hati, (4) Memiliki pengetahuan mengenai berbagai jenis permodalan, baik modal yang bersifat materi (uang atau asset lainnya) maupun non materi (moril, kepercayaan, dan keteguhan hati), (5) Memiliki pengetahuan dalam bidang keuangan dan akuntansi (tata buku). Dalam hal ini memiliki pengetahuan dalam hal mengelola keuangan secara efektif dan efisien, mencari sumber dana dan menggunakannya dengan tepat, serta mengensdalikannya secara akurat, (6) Memiliki pengetahuan tentang prinsip-prinsip kepemimpinan, (7) Memiliki pengetahuan mengenai *managing people*, bagaimana mengatur dan

memotivasi seseorang dalam menjalankan sebuah usaha, (8) Memiliki pengetahuan mengenai strategi pasar dan pemasaran, (9) Memiliki kemampuan mengatur waktu seefisien mungkin. Mengatur, menghitung, dan menepati waktu sesuai dengan kebutuhannya, (10) Memiliki kemampuan untuk menyediakan barang dan jasa yang bermutu, bermanfaat, dan memuaskan, (11) Memiliki kemampuan dalam menganalisis SWOT baik dalam diri sendiri maupun pesaing, (12) Memiliki kemampuan dalam membuat aturan dan pedoman yang jelas. Dalam hal ini berkaitan dengan etika dalam berbisnis, (13) Memiliki kemampuan dalam mengatur dan meramalkan segala sesuatu di masa depan, (14) Memiliki kemampuan dalam berkreasi dan berinovasi untuk menciptakan nilai tambah yang dapat dipasarkan, (15) Memiliki kemampuan dan berkomunikasi dan berinteraksi dalam hal ini mengembangkan hubungan personal, dan (16) Memiliki kemampuan IT.

Populasi penelitian ini adalah seluruh pengusaha yang ada di

Kabupaten Buleleng. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Stratified Random Sampling*. Teknik *stratified* digunakan untuk mengklasifikasikan perusahaan ke dalam jenis usaha yang dilihat dari kegiatannya meliputi usaha jasa, dagang, dan industri/pabrik, sedangkan *random* merupakan teknik pengambilan sampel, dengan memilih sampel secara acak. Karena keterbatasan waktu dan tenaga, dalam penelitian ini besaran sampel dilihat dari kecukupan sampel berdasarkan jumlah butir dalam instrumen. Besaran sampel yang ditetapkan mengacu pada Supranto (2004:122), yaitu $4N-5N$; dimana N adalah jumlah butir. Dalam penelitian ini jumlah butir yang digunakan sebanyak 16 butir sehingga kecukupan sampel berkisar antara 64-80 orang yang terbagi atas sampel dari pengusaha sektor jasa, dagang, dan industri.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuisisioner. Kuisisioner disusun dengan menganalisis kompetensi yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha, kemudian diskala (interval) dengan menggunakan tingkat persetujuan (*level of agreement*) yang

bergerak dari 7 sampai dengan 1 atau dari sangat setuju sampai dengan sangat tidak setuju. Kuesioner ini diadaptasi dan dikembangkan dari penelitian Herawati, 2009. Kuesioner dikumpulkan dengan dua cara, pertama menemui langsung para pengusaha dan yang kedua melalui *e-mail* (surat elektronik). Kedua cara ini ditempuh agar data dapat dikumpulkan secara maksimal.

Teknik analisis data yang digunakan meliputi: (1) analisis faktor untuk merumuskan kompetensi pendidikan kewirausahaan yang ditinjau dari perspektif pengusaha, (2) teknik deskriptif kuantitatif untuk menganalisis perbedaan kompetensi antara usaha jasa, dagang dan manufaktur, dan (3) teknik deskriptif kualitatif untuk mendeskripsikan hambatan-hambatan yang ditemui dalam pengembangan usaha.

3. HASIL PENELITIAN

1. Analisis Faktor Kompetensi pendidikan kewirausahaan di jenjang perguruan tinggi

Analisis pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi yang dilihat dari perspektif pengusaha

dianalisis dengan menggunakan analisis faktor. Analisis faktor merupakan studi tentang keterhubungan antarsekumpulan variabel dalam usaha menemukan sekumpulan variabel baru. Variabel baru merupakan persekutuan dari beberapa variabel asli, sehingga banyak variabel dalam kumpulan variabel baru yang tercipta lebih sedikit dibandingkan dengan banyak variabel dalam kumpulan variabel asli. Jadi istilah analisis faktor merupakan teknik analisis yang digunakan untuk membedakan beberapa jenis varian, sedangkan istilah faktor dimaksudkan sebagai varian persekutuan (Tantra, 2008).

Berdasarkan hasil analisis faktor dalam Tabel 1 akan terlihat konstelasi antara butir tes dengan faktor untuk menjelaskan kompetensi-kompetensi yang diperlukan untuk mengembangkan wawasan kewirausahaan di jenjang perguruan tinggi.

Tabel 1
Konstelasi Antara Butir Tes Dengan Faktor

Faktor	No Butir	Korelasi Butir dgn Faktor	Variabel	Nama Faktor
1	B2	0,722	Memiliki pengetahuan tentang dasar-dasar pengelolaan bisnis/dasar-dasar bisnis manajemen	Kemampuan Manajerial (pengelolaan usaha)
	B4	0,815	Memiliki pengetahuan mengenai berbagai jenis permodalan baik yang bersifat materi maupun bukan materi	
	B5	0,606	Memiliki pengetahuan dalam bidang keuangan dan akuntansi	
	B6	0,606	Memiliki pengetahuan tentang prinsip-prinsip kepemimpinan	
	B7	0,675	Memiliki pengetahuan mengenai <i>managing people</i> .	
	B8	0,560	Memiliki pengetahuan mengenai strategi pasar dan pemasaran	
2	B1	0,711	Memiliki pengetahuan tentang usaha yang akan dijalani/ ditekuni	Sikap Mental
	B3	0,813	Memiliki sikap yang benar terhadap usaha yang akan dilakukan	
	B12	0,792	Memiliki kemampuan dalam membuat aturan dan pedoman yang jelas	
	B15	0,633	Memiliki kemampuan berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain	
3	B10	0,806	Memiliki kemampuan menyediakan barang dan jasa yang bermutu, bermanfaat, dan memuaskan	Kreatifitas yang ditunjang dengan teknologi
	B14	0,768	Memiliki kemampuan dalam berkreasi dan berinovasi untuk menciptakan nilai tambah yang dapat dipasarkan	
	B16	0,714	Memiliki pengetahuan mengenai Informasi Teknologi (IT)	

4	B11	0,748	Memiliki kemampuan menganalisis SWOT (<i>strenght, weekness, oportunities, treatment</i>) baik dalam diri sendiri maupun pesaing	Kemampuan Prediktif
	B13	0,803	Memiliki kemampuan dalam mengatur dan meramalkan segala sesuatu di masa depan	

Sumber data: diolah

2. Perbedaan kompetensi kewirausahaan dalam usaha jasa, dagang, dan manufaktur

Perbedaan kompetensi dalam usaha jasa, dagang, dan manufaktur akan dianalisis dengan menggunakan teknik deskriptif kuantitatif. Teknik deskriptif kuantitatif dimaksudkan untuk menggambarkan kompetensi (variabel) yang paling dominan untuk setiap karakteristik usaha, baik itu usaha jasa, dagang, maupun manufaktur. Analisisnya dilakukan

dengan cara membagi jumlah skor setiap variabel dengan jumlah total skor atau mencari rata-rata setiap variabel. Kemudian mengurutkan variabel dari rata-rata tertinggi pada masing-masing jenis usaha (jasa, dagang, atau manufaktur). Berdasarkan rata-rata tertinggi itulah, dapat dilihat kompetensi kewirausahaan yang paling dominan. Kompetensi kewirausahaan yang dominan pada masing-masing jenis usaha dapat dilihat dalam Tabel 2 berikut.

Tabel 2
Kompetensi Pendidikan Kewirausahaan yang Dominan Untuk Setiap Jenis Usaha

Perusahaan Jasa		Perusahaan Dagang		Perusahaan Manufaktur	
B3	6.96	B3	7.10	B3	7.14
B1	6.87	B1	6.68	B8	6.93
B10	6.68	B14	6.64	B15	6.82
B15	6.68	B10	6.56	B2	6.71
B12	6.40	B15	6.56	B6	6.28
B8	6.30	B4	6.52	B7	6.28
B14	6.30	B8	6.37	B11	6.28

B2	6.21	B2	6.25	B14	6.28
B7	6.11	B12	6.09	B1	5.95
B4	6.02	B11	6.06	B10	5.95
B6	6.02	B7	6.02	B4	5.74
B11	6.02	B5	5.98	B5	5.74
B5	5.83	B6	5.94	B13	5.74
B16	5.64	B16	5.67	B16	5.63
B13	5.55	B13	5.32	B12	5.52

Sumber data: diolah

3. Hambatan – Hambatan yang Ditemui dalam Pengembangan Usaha

Hambatan-hambatan dalam pengembangan usaha, dianalisis dengan menggunakan teknik deskriptif kualitatif, yaitu dengan mendeskripsikan permasalahan-permasalahan yang ditemui para pengusaha dalam menjalankan ataupun mengembangkan bisnisnya. Berdasarkan kuesioner yang diisi oleh responden, maka dapat dijabarkan beberapa permasalahan yang mendasar antara lain.

- a) Masalah permodalan, dipaparkan sulitnya mencari sumber permodalan dengan syarat ringan, dan bunga yang rendah. Disamping itu dirasakan pengetahuan mengenai syarat-syarat permodalan, dan jenis-jenis

permodalan masing sangat kurang

- b) Permasalahan persaingan antara perusahaan sejenis. Maraknya toko-toko ritel nasional, dan hipermart-cukup mempengaruhi pasar lokal khususnya usaha dagang. Bagi perusahaan jasa masalah persaingan diakibatkan banyaknya muncul usaha-usaha baru yang lebih modern dan memberikan harga yang lebih murah.
- c) Permasalahan pemasaran. Ada beberapa permasalahan yang diajukan disini, antara lain: masalah kejenuhan pasar dan metode pemasaran yang efektif. Hal ini sangat dirasakan untuk usaha skala mikro atau UKM, dibandingkan dengan perusahaan yang bermodal

besar dan memiliki jaringan nasional yang telah memiliki teknik-teknik pemasaran yang modern.

- d) Permasalahan tenaga kerja. Ada beberapa perusahaan yang sering gonta-ganti tenaga kerja, yang tentu saja berakibat pada pemborosan biaya perekrutan maupun kualitas layanan yang diberikan.
- e) Permasalahan dalam penentuan lokasi yang strategis
- f) Permasalahan mengenai teknik pendekatan pada pelanggan.

4. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian, kompetensi pendidikan kewirausahaan di jenjang perguruan tinggi, dapat dilihat dari 4 kompetensi dasar sebagai berikut.

Pertama, Kemampuan Manajerial, kompetensi ini meliputi beberapa kemampuan usaha antara lain: (1) dasar-dasar pengelolaan bisnis, (2) jenis-jenis permodalan, (3) keuangan dan akuntansi, (4) prinsip-prinsip kepemimpinan, (5) pengelolaan sumber-daya manusia, (6)

strategi pasar dan pemasaran. Pengelolaan usaha dimulai dari tahap perencanaan. Jadi setelah ide untuk memulai usaha muncul, maka langkah selanjutnya adalah membuat perencanaan. Perencanaan usaha adalah suatu cetak biru tertulis (*blue print*) yang berisikan tentang misi usaha, usulan usaha, operasional usaha, rincian financial, strategi usaha, peluang pasar yang mungkin diperoleh, dan kemampuan serta keterampilan untuk mengelolanya. Perencanaan ini memiliki dua fungsi penting yaitu, sebagai pedoman untuk mencapai keberhasilan manajemen usaha, dan sebagai alat untuk mengajukan kebutuhan permodalan dari sumber luar. Aspek keuangan maupun aspek pemasaran sangatlah penting dalam memulai sebuah usaha. Kemampuan jenis-jenis permodalan, juga sangat diperlukan dalam pengembangan usaha. Selama ini usaha kecil, menengah (UKM) dikenal menghadapi keterbatasan dana. Untuk itu diperlukan upaya dan strategi tertentu untuk mengenali berbagai alternatif pembiayaan usaha antara lain: modal sendiri, investor individu, perbankan, perusahaan

modal ventura, mitra usaha, perusahaan leasing, *factoring* (anjak piutang), rumah gadai sampai bursa saham (Lupoyoadi, 2007:137). Dalam Aspek keuangan maka pengelolaan keuangan perusahaan dapat diidentifikasi secara jelas. Pengelolaan keuangan adalah bagaimana perusahaan mengusahakan sumber dana, menggunakan, dan mengendalikan dana-dana tersebut (Suryana, 2008:133). Untuk itu diperlukan pemahaman dalam bidang pencatatan keuangan (akuntansi) baik untuk menentukan sumber pendanaan maupun pengelolaan dana-dana itu sendiri. Pemasaran merupakan kegiatan yang bertujuan untuk meneliti kebutuhan dan keinginan konsumen, menghasilkan barang atau jasa, menentukan harga, mempromosikan, serta mendistribusikan barang dan jasa (Suryana, 2008; Alma, 2005). Dilihat dari hakekat pemasaran maka aspek ini memegang peranan yang sangat penting dalam sebuah usaha, sebab sebaik dan sebagus apapun sebuah produk tidak akan sampai di tangan konsumen jika tidak memperhatikan aspek pemasaran. Pengelolaan SDM

dilakukan dengan memperhatikan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia yang digunakan. Karena bagaimanapun juga pengelolaan sebuah usaha tidak dapat dijalankan sendirian namun oleh kerjasama tim baik dari tingkat manajer sampai tingkat karyawan.

Kedua, Sikap mental, kompetensi ini meliputi pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki seorang wirausaha antara lain: (1) pemahaman mengenai usaha yang dijalani, (2) memiliki sikap yang benar terhadap usaha yang dijalankan, (3) memiliki kemampuan membuat pedoman dan aturan yang jelas, dan (4) memiliki kemampuan komunikasi dan berinteraksi dengan orang lain. David C. McClelland mengemukakan bahwa kewirausahaan ditentukan oleh motivasi berprestasi, optimisme, sikap nilai, dan status kewirausahaan atau keberhasilan. Perilaku kewirausahaan itu sendiri dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi hak kepemilikan, kompetensi, dan insentif, sedangkan faktor eksternal adalah faktor lingkungan (Suryana, 2008:62). Untuk itulah aspek-aspek dalam

proses kewirausahaan memberikan pemahaman akan faktor-faktor yang menyebabkan seseorang menjadi wirausaha yang andal. Menurut Astamoen Moko (2005:218) pergaulan sangatlah penting dalam mengembangkan sebuah usaha, semakin besar usahanya maka semakin luas pergaulan yang dimiliki. Dalam suatu studi ditemukan bahwa 85% kesuksesan sebuah bisnis disebabkan karena kemampuannya berkomunikasi dengan orang lain, dan sisanya 15% dari kemampuan teknis. Ini berarti bahwa kemampuan untuk melakukan komunikasi dan memperluas pergaulan (*personal network*) penting dalam kewirausahaan.

Ketiga, kreatifitas yang ditunjang dengan teknologi, kompetensi ini meliputi: (1)kemampuan menyediakan barang dan jasa yang bermutu, (2) kemampuan dalam menciptakan berkreasi dan berinovasi untuk menciptakan nilai tambah barang yang dipasarkan, dan (3) pengetahuan mengenai informasi teknologi (IT). Inovasi dan Kreatifitas merupakan suatu hal yang penting dalam

menumbuhkembangkan jiwa kewirausahaan. Dengan adanya persaingan yang ketat antara perusahaan-perusahaan yang sejenis membuat faktor ini merupakan suatu keharusan agar usaha yang dibangun mencapai kesuksesan. Kreatifitas merupakan sebuah proses yang dapat dikembangkan dan ditingkatkan, Kemampuan dan bakat merupakan dasarnya, tetapi pengetahuan dari lingkungannya dapat juga memengaruhi kreativitas seseorang (Lupiyoadi, 2007; Wasti Soemanto, 2002). Selama ini ada anggapan yang salah mengenai orang yang kreatif. Ada yang mengatakan bahwa orang jenius/pintar saja yang memiliki kreativitas. Kreativitas bukanlah suatu bakat misterius yang diperuntukkan hanya bagi segelintir orang. Mengingat kreativitas merupakan suatu cara pandang yang sering kali justru dilakukan secara tidak logis, yang mana proses ini melibatkan hubungan antar-banyak hal di mana orang lain kadang-kadang tidak atau belum memikirkannya. Berdasarkan hal tersebut maka aspek inovasi dan kreatifitas merupakan kompetensi yang sangat penting dalam pendidikan

kewirausahaan. Dewasa ini perkembangan IT sudah sangat berkembang pesat, dengan adanya internet, maka memasarkan produk ke luar daerah bukanlah hal yang sulit dan mahal. Sudah banyak pebisnis yang sukses memasarkan produknya melalui internet. Ada beberapa keuntungan dari teknik ini antara lain, tidak memerlukan modal yang tinggi dan pangsa pasarnya pun sangat luas karena dapat diakses oleh banyak orang.

Keempat, kemampuan prediktif, dalam hal ini kemampuan yang diperlukan antara lain: (1) kemampuan menganalisis kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan pengelolaan sebuah usaha, baik usaha sendiri, maupun pesaing, (2) kemampuan dalam mengatur dan memprediksi usaha di masa depan.

Permasalahan kedua yang dianalisis dalam penelitian ini adalah mengenai perbedaan kompetensi dalam usaha jasa, dagang, dan manufaktur dengan menggunakan teknik deskriptif kuantitatif. Teknik deskriptif kuantitatif dimaksudkan untuk menggambarkan kompetensi (variabel) yang paling dominan untuk

setiap karakteristik usaha, baik itu usaha jasa, dagang, maupun manufaktur. Dalam perusahaan jasa, dari hasil penelitian dapat dilihat urutan kompetensi dari yang paling dominan ke yang tidak dominan, meskipun rata-ratanya tidak jauh berbeda, namun dapat diinterpretasikan bahwa kompetensi (variabel) B3 merupakan kompetensi yang paling dibutuhkan dalam perusahaan jasa. Kompetensi (variabel) B3, termasuk dalam kategori faktor 2 yaitu sikap mental, dalam hal ini memiliki sikap yang benar terhadap usaha yang dilakukan, yaitu sikap sungguh-sungguh dan tidak setengah hati. Kemudian di urutan yang kedua adalah kompetensi (variabel) B1, yang termasuk pula dalam kategori faktor 2 yaitu sikap mental. Variabel ini merupakan pengetahuan yang harus dimiliki seorang wirausaha dalam hal seluk beluk usaha yang akan dijalani. Dengan kata lain mengetahui segala sesuatu yang ada hubungannya dengan usaha atau bisnis yang akan dilakukan. Urutan yang ketiga dan keempat memiliki rata-rata yang sama (6,68) , yaitu kompetensi (variabel) B10 dan B15. Variabel B10 termasuk

dalam faktor 3 yaitu kreatifitas yang ditunjang dengan teknologi, merupakan kemampuan untuk menyediakan barang dan jasa yang bermutu, dan B15 termasuk dalam faktor 2 sikap mental, yaitu memiliki kemampuan berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain. Dalam hal ini mengembangkan hubungan personal, dan kemampuan berrelasi. Berdasarkan paparan diatas, maka kompetensi inti dalam perusahaan jasa lebih menekankan pada sikap mental (faktor 2) yang didukung oleh sikap kreatifitas (faktor 3) yang meliputi, pengetahuan mengenai seluk beluk usaha yang akan dijalani, kemampuan untuk menyediaan jasa yang bermutu dan memuaskan, kemampuan personal network atau kemampuan berkomunikasi dan berinteraksi, serta memiliki sikap sungguh-sungguh dan tidak setengah hati terhadap usaha yang akan digeluti.

Pada perusahaan dagang, kompetensi yang dominan antara lain: kompetensi (variabel) B3, kompetensi (variabel) B1, dan kompetensi (variabel) B14. Kompetensi (variabel) B3, termasuk dalam kategori faktor 2

yaitu sikap mental, dalam hal ini memiliki sikap yang benar terhadap usaha yang dilakukan, yaitu sikap sungguh-sungguh dan tidak setengah hati. Kemudian di urutan yang kedua adalah kompetensi (variabel) B1, yang termasuk pula dalam kategori faktor 2 yaitu sikap mental. Variabel ini merupakan pengetahuan yang harus dimiliki seorang wirausaha dalam hal seluk beluk usaha yang akan dijalani. Dengan kata lain mengetahui segala sesuatu yang ada hubungannya dengan usaha atau bisnis yang akan dilakukan. Urutan yang ketiga adalah kompetensi (variabel) B14, yaitu kemampuan dalam berkreasi dan berinovasi untuk menciptakan nilai tambah yang dapat dipasarkan. Variabel ini termasuk dalam faktor (3) kreatifitas yang ditunjang teknologi. Berdasarkan paparan diatas, maka kompetensi yang dominan dalam perusahaan dagang hampir sama dengan perusahaan jasa, yang meliputi: sikap mental (faktor 2) yang didukung oleh sikap kreatifitas (faktor 3) yang meliputi, pengetahuan mengenai seluk beluk usaha yang akan dijalani, kemampuan untuk menciptakan inovasi dan kreatifitas

produk, serta memiliki sikap sungguh-sungguh dan tidak setengah hati terhadap usaha yang akan digeluti.

Dalam perusahaan manufaktur (pabrik), dari hasil penelitian dapat diinterpretasikan bahwa kompetensi (variabel) B3 merupakan kompetensi yang paling dibutuhkan dalam perusahaan jasa. Kompetensi (variabel) B3, termasuk dalam kategori faktor 2 yaitu sikap mental, dalam hal ini memiliki sikap yang benar terhadap usaha yang dilakukan, yaitu sikap sungguh-sungguh dan tidak setengah hati. Kemudian di urutan yang kedua adalah kompetensi (variabel) B8, yang termasuk dalam kategori faktor 1 yaitu kemampuan manajerial dalam aspek pengetahuan mengenai strategi pasar dan pemasaran. Tentu saja, untuk perusahaan manufaktur, maka aspek ini sangat penting, untuk memperkenalkan produk hasil olahan yang dijual kepada pasar. Urutan yang ketiga yaitu kompetensi (variabel) B15, termasuk dalam faktor 2 sikap mental, yaitu memiliki kemampuan berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain. Dalam hal ini mengembangkan hubungan personal,

dan kemampuan berrelasi. Berdasarkan paparan diatas, maka kompetensi inti dalam perusahaan manufaktur mencakup kemampuan manajerial (faktor1), dan sikap mental (faktor 2) yang meliputi, pemahaman akan strategi pemasaran, kemampuan personal network atau kemampuan berkomunikasi dan berinteraksi, serta memiliki sikap sungguh-sungguh dan tidak setengah hati terhadap usaha yang akan digeluti.

Permasalahan ketiga, yaitu mendeskripsikan hambatan-hambatan yang ditemui dalam pengembangan usaha. Secara garis besar hambatan tersebut meliputi: **(1) masalah permodalan**, dipaparkan sulitnya mencari sumber permodalan dengan syarat ringan, dan bunga yang rendah. Disamping itu dirasakan pengetahuan mengenai syarat-syarat permodalan, dan jenis-jenis permodalan masing sangat kurang. Wirausaha yang baik memahami modal tidak saja uang (modal fisik), namun diperlukan pula modal non fisik seperti, semangat, kerja keras dan inovasi. Sehingga kredit yang membabi buta ke bank-bank bukan solusi tunggal, apalagi mengambil kredit maksimal dari

plafon jaminan, yang tidak diperhitungkan dari kebutuhan operasional. Pengusaha mikro banyak menjadikan kredit sebagai ekspansi produksi dan pra investasi tanpa memperhitungkan kemampuan membayar cicilan dan skala likuiditasnya. Disamping itu permodalan yang tidak terpisah dengan kepentingan/ kebutuhan pribadi juga menjadi awal kegagalan usaha. Untuk itu pengetahuan dalam pengelolaan modal mutlak diperlukan.

(2) Permasalahan persaingan antara perusahaan sejenis.

Maraknya toko-toko ritel nasional, dan hipermart-cukup mempengaruhi pasar lokal khususnya usaha dagang. Bagi perusahaan jasa masalah persaingan diakibatkan banyaknya muncul usaha-usaha baru yang lebih modern dan memberikan harga yang lebih murah. Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan terus menyempurnakan produk dan jasa yang dijual. Jadi disini diperlukan kemampuan dalam berkreasi dan berinovasi, agar semua barang atau jasa yang dijual tidak membosankan (itu-itu saja) tetapi terus mengikuti perkembangan jaman dan teknologi.

Disamping itu kemampuan interpersonal juga sangat dibutuhkan, dalam hal ini pelayanan yang ramah dapat mempertahankan loyalitas pelanggan.

(3) Permasalahan pemasaran.

Ada beberapa permasalahan yang diajukan disini, antara lain: masalah kejenuhan pasar dan metode pemasaran yang efektif. Hal ini sangat dirasakan untuk usaha skala mikro atau UKM, dibandingkan dengan perusahaan yang bermodal besar dan memiliki jaringan nasional yang telah memiliki teknik-teknik pemasaran yang canggih. Secara umum masyarakat pelaku UKM, mampu dan giat dalam memproduksi, baik dalam usaha kerajinan, makanan, layanan jasa, dan lainnya. Namun tidak memiliki metode dan konsep pemasaran yang efektif dan sistematis, disamping itu pemasaran yang diterapkan masih bersifat sederhana sehingga rentan terhadap perebutan pelanggan oleh pesaing. Jika permodalan cukup, maka sewalah seorang ahli pemasaran. Jika tidak maka pemanfaatan teknologi dalam hal ini internet sangat membantu, untuk itu wirausahawan harus melek teknologi. **(4) Permasalahan tenaga**

kerja. Ada beberapa perusahaan yang sering gonta-ganti tenaga kerja, yang tentu saja berakibat pada pemborosan biaya perekrutan maupun kualitas layanan yang diberikan. Disamping itu staf yang berasal dari hubungan kekerabatan dapat menghilangkan kinerja fungsi struktural yang seharusnya. Untuk itu latihlah staf agar mempunyai daya tahan terhadap masalah yang timbul, karena beranggapan bahwa masalah adalah proses dari berwirausaha. Salah satu upaya yang dilakukan adalah jangan jadikan staf seorang robot yang harus turut pada perintah namun juga diberikan tantangan untuk analisa perbaikan, dan ada reward secara periodik, inilah hal yang harus dilakukan untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas SDM yang dimiliki. **(5) Permasalahan dalam penentuan lokasi yang strategis,** tidak dipungkiri untuk jenis-jenis usaha tertentu maka lokasi sangat mempengaruhi keberhasilan usaha. Namun tentu saja pertimbangan pemilihan lokasi harus disesuaikan dengan beberapa hal antara lain, pangsa pasar, permodalan, dan pengadaan barang **(6) Permasalahan**

mengenai teknik pendekatan pada pelanggan. Terutama bagi perusahaan jasa, diperlukan suatu upaya untuk menarik pelanggan dan kemudian mempertahankannya agar tetap berlangganan pada perusahaan kita. Kembali dalam hal ini diperlukan kemampuan interpersonal yang cukup disamping memberikan pelayanan yang prima kepada pelanggan sehingga pelanggan merasa puas dan ingin terus kembali.

5. PENUTUP

An Entrepreneur was not born, but they are created, memiliki makna yang sangat mendalam bahwa seorang wirausaha tidaklah semata-mata karena bakat maupun keturunan namun mereka-mereka adalah individu-individu kreatif yang harus diciptakan dan ditumbuhkembangkan agar bangsa Indonesia menjadi bangsa yang maju dan bermartabat. Melihat urgensi pendidikan kewirausahaan bagi lulusan, maka perguruan tinggi diharapkan lebih memperhatikan kualitas maupun kuantitas pendidikan kewirausahaan dalam kurikulumnya. Selama ini materi perkuliahan didasarkan pada literatur-literatur

kewirausahaan yang telah ada, maka dengan temuan ini, pengampu mata kuliah dapat mengadaptasi kebutuhan akademik mahasiswa dengan mengkombinasi kompetensi yang dihasilkan dengan materi yang sudah ada dalam literatur. Selain itu, temuan penelitian ini dapat bermanfaat untuk mengembangkan materi pokok, metode pembelajaran, serta penilaian yang relevan untuk menunjang kompetensi pendidikan kewirausahaan yang dihasilkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Astamoen Moko, 2005, *Entrepreneurship Dalam Perspektif Bangsa Indonesia*, Bandung, Penerbit Alfabeta
- Buchari Alma, 2005, *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa dan Umum*, Bandung, Penerbit Alfabeta
- Candiasa I Made, 2007, *Statistik Multivariat Disertai Petunjuk Analisis dengan SPSS*, Buku Ajar, Program Pasca Sarjana Universitas Pendidikan Ganesha
- Dantes Nyoman, 2007, *Metodologi Penelitian (Untuk Ilmu-Ilmu Sosial dan Humaniora)*, Buku Ajar, Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja
- Joko Sutrisno, 2003, Pengembangan Pendidikan Berwawasan Kewirausahaan Sejak Dini, *Makalah*
- Koyan I Wayan, 2007, *Statistika Terapan (Teknik Analisis Data Kuantitatif)*. Buku Ajar, Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja
- Lupiyoadi, Rambat, 2007, *Entrepreneurship From Mindset To Strategi*, Jakarta, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- Mas'ud dan Mahmud Manchfoedz, 2004, *Kewirausahaan Suatu Pendekatan Kontemporer*, Yogyakarta, UPP AMP YKPN.
- Suharsono Naswan, 2003, *Kewirausahaan*, Buku Ajar N.05 Seri Manajemen Perhotelan, IKIP Negeri Singaraja
- _____, 2006, Pengembangan Model Pembelajaran Multimedia Dengan CD Interaktif Untuk Menumbuhkan Budaya Kewirausahaan di Perguruan Tinggi. *Laporan Penelitian* Tidak Diterbitkan, Singaraja, Undiksha
- Soesarsono Wijandi. (2000). *Pengantar Kewiraswastaan*, Bandung, Sinar Baru Algensindo
- Sri Rahayu, 2005, *SPSS Versi 12.00 dalam Riset Pemasaran*, Bandung, Penerbit Alfabeta
- Suad Husnan, Suwarsono Muhamad, 2000, *Studi Kelayakan Proyek*, Yogyakarta, UPP AMP YKPN
- Suryana, 2008, *Kewirausahaan*, Jakarta, Penerbit Salemba Empat
- Suryani Didik, 2007. Penyebab Kegagalan Pendidikan Kewirausahaan <http://www.kompas.com/kompas-cetak/1207/08/Daerah/nime28.htm> Bandung.

- Trisna Herawati, 2009. *Pengembangan Kompetensi Pendidikan Kewirausahaan di Kalangan Mahasiswa*. Tesis (tidak diterbitkan), Pasca Sarjana Undiksha
- Trisna Herawati, 2010. Analisis Potensi kewirausahaan Dilihat dari Minat Wirausaha pada Mahasiswa Undiksha, *Media Komunikasi FIS*, Vol. 9, No.5 Edisi Khusus
- Wasty Soemanto, 1984, Pendidikan Wiraswasta, Jakarta, PT. Bina Aksara