

Model Pembelajaran Kewirausahaan Berbasis Kearifan Lokal Untuk Penguatan Ekonomi

Sapir (email: hw.sapir@yahoo.com)

Heri Pratikto (email: heripratikto@gmail.com)

Wasiti (email: wasiti.um@gmail.com)

Agus Hermawan (email: Aghermawan3@gmail.com),
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang

Abstract: *Personal and social values that form attitudes and behavior of entrepreneurs' creative industries based on local wisdom is the source of knowledge that is dynamically growing. Behavior-based creative industry entrepreneur's local wisdom can be an inspiration for the development of teaching entrepreneurship models. This study aims to identify the values of local wisdom, the process of internalizing the values and behavior of entrepreneurs, who subsequently discovered entrepreneurial learning model based on local wisdom. Conceptual model approach is examined through a narrative -based data collection depth interviews, and non- participatory observation as well as theme analysis of research methodologies premised. To check the validation of the data, triangulation is employed, i.e. employers with three creative industry entrepreneurs, who are the key informants, chairman of the employers' associations , and regulators from government institutions (DIPERINDAG). The findings of the study managed to reconstruct a new perspective of teaching entrepreneurial creative industry model, where social factors and entrepreneurial personality has been identified to be similar in forming themselves into a successful entrepreneurs. Besides, environmental changes determine the way they act in managing both the business management entrepreneurship and intrapreneurship managerial behavior. Religious values and local culture is internalized through spoken language as well as exemplary behavior of the pioneers of creative industries that strengthen the local economy. Implications of the research findings are useful for preparing entrepreneurship learning model and the basis for the preparation of entrepreneurship module guide for those who concern about the development of SMEs.*

Key words: learning model, entrepreneurship, local knowledge, strengthening economic

Abstrak: Nilai-nilai kepribadian dan sosial yang membentuk sikap dan perilaku para pengusaha industri kreatif berbasis kearifan lokal merupakan sumber ilmu pengetahuan yang berkembang secara dinamis. Perilaku pengusaha industri kreatif berbasis kearifan lokal ini dapat menjadi inspirasi untuk pengembangan model pengajaran kewirausahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi nilai-nilai kearifan lokal, proses internalisasi nilai-nilai, dan perilaku pengusaha, yang selanjutnya menemukan model pembelajaran kewirausahaan berbasis kearifan lokal. Pendekatan model konseptual diteliti dengan berbasis narasi melalui pengumpulan data dept invterview, dan observasi non partisipatoris serta analisis tema dijadikan landasan metodologi penelitian. Untuk memperoleh keabsahan data dilakukan triangulasi, yakni pihak pengusaha dengan tiga pengusaha industri kreatif yang merupakan informan kunci, ketua asosiasi pengusaha, dan regulator dari institusi pemerintah (diperindag). Temuan penelitian berhasil merekonstruksi model pengajaran kewirausahaan Industri kreatif perspektif baru, dimana faktor sosial dan kepribadian kewirausahaan diidentifikasi memiliki persamaan dalam membentuk diri mereka menjadi pengusaha berhasil. Selain itu faktor perubahan lingkungan menentukan cara mereka bertindak dalam mengelola manajemen usaha baik dengan perilaku manajerial entrepreneurship maupun intrapreneurship. Nilai-nilai keagamaan dan budaya lokal terinternalisasi melalui bahasa lisan dan perilaku keteladanan para perintis usaha industri kreatif yang memperkuat ekonomi masyarakat. Implikasi temuan penelitian berguna untuk menyusun model pembelajaran kewirausahaan dan menjadi dasar penyusunan panduan modul kewirausahaan bagi pihak-pihak yang peduli terhadap pengembangan UMKM.

Kata kunci: model pembelajaran, kewirausahaan, kearifan lokal, penguatan ekonomi

Kewirausahaan merupakan bagian penting dalam pembangunan ekonomi. Jika seseorang memiliki jiwa kewirausahaan, dia akan memiliki karakteristik motivasi/mimpi yang tinggi (*need of achievement*), berani mencoba (*risk taker*), innovative dan independence. Dengan sifatnya ini, jika ada sedikit saja peluang dan kesempatan, dia mampu merubah, menghasilkan sesuatu yang baru, relasi baru, akumulasi modal, baik berupa perbaikan usaha yang sudah ada (*upgrading*) maupun menghasilkan usaha baru. Dengan usaha ini, akan menggerakkan material/bahan baku untuk “berubah bentuk” yang lebih bernilai sehingga akhirnya konsumen mau membelinya. Pada proses ini akan terjadi pertukaran barang dan jasa, baik berupa sumber daya alam, uang, sumber daya sosial, kesempatan maupun sumber daya manusia. Dalam ilmu ekonomi, jika terjadi hal demikian, itu berarti ada pertumbuhan ekonomi, dan jika ada pertumbuhan ekonomi berarti ada pembangunan. Obyek seorang wirausahawan adalah industri kreatif, dimana industri kreatif merupakan wadah seorang wirausahawan dengan jiwa kewirausahaannya mengembangkan diri menjadi subyek yang tangguh. Wirausahawan dan industri kreatif ibarat ikan dan air, dimana keduanya menuntut “inovasi dan kreatifitas” untuk tujuan menghasilkan profit ekonomi bagi semua pihak yang terlibat di dalamnya.

Industri kreatif adalah bagian tak terpisahkan dari ekonomi kreatif. Industri kreatif merupakan industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Indonesia menempati urutan keempat, setelah AS, India, dan Inggris- berdasarkan permintaan *advertising* melalui *mobile advertising* (Kompas. 1 Januari dan 23 November 2003). Industri kreatif telah diklaim menjadi pendorong dalam ekonomi berbasis pengetahuan dan fasilitator bagi industri lain dan industri jasa (Hesmondhalgh, 2009).

Kabupaten Magetan merupakan suatu daerah yang sebagian besar penduduknya bermata pencaharian pertanian/perdagangan dan industry. Lokasi daerah ini berbatasan di sebelah barat dengan Gunung Lawu, menuju barat daya merupakan deretan gunung-gunung Sidoramping, Jobolarangan dan Kukusan, berbatasan dengan Kabupaten Karanganyar Propinsi Jawa Tengah. Dari sisi Kuliner pecel Magetan dan ayam panggang menjadi potensi kuliner dengan cita rasa yang banyak digemari pecinta kuliner (Admin, 2010).

Pada tahun 2010, di Kabupaten Magetan terdapat 10 industri kecil menengah sebanyak 6.288 pelaku usaha dengan nilai produksi sebesar Rp 137.273.222.200 (Disperindag Kabupaten Magetan, 2010). Dengan mempertimbangkan produk unggulan yang sarat dengan kemampuan kreatifitas pengusahanya dalam mengembangkan diri, penelitian ini memilih Magetan sebagai wilayah kajian dengan pertimbangan: 1) masih diperlukannya kajian untuk wilayah “terpencil” agar perekonomian daerah terangkat; 2) pelaku ekonomi kreatif dimanapun memiliki karakteristik untuk berupaya bertahan di tengah tekanan, sehingga kajian terhadap pengusaha daerah pinggiran perlu dilakukan; 3) kerajinan industri kulit, makanan dan penyamakan kulit mengandung unsur tantangan kreativitas yang tinggi untuk memenangi persaingan dan dijadikan produk unggulan daerah; 4) figur pelaku wirausahawan yang berhasil di daerah, bisa menjadi model pembinaan kewirausahaan khas lokal daerah, karena mereka telah memahami kondisi internal dan eksternal, kompetisi dan kerjasama bisnis dengan tantangan sosialnya yang bisa ditularkan kepada kepelaku bisnis lain; 5) setiap daerah lokal memiliki karakteristik sendiri dari sisi budaya, sosial, dan perilaku individu berwirausaha, sehingga model lokal bisa dijadikan sebagai dasar pembuatan kebijakan pemerintah daerah setempat. Figur pelaku usaha di Magetan juga diyakini dipengaruhi oleh kearifan lokal khas Magetan, yang terintegrasi dalam pemahaman pengusaha akan alam dan budaya sekitar. Kearifan budaya lokal sendiri adalah pengetahuan lokal yang sudah sedemikian menyatu dengan sistem kepercayaan, norma dan budaya serta diekspresikan dalam tradisi dan mitos yang dianut dalam jangka waktu lama. Untuk melaksanakan industri kreatif di daerah, siapapun hendaknya mengenal lebih dahulu pola pikir dan apa saja yang menjadi sasaran pembangunan.

Pembelajaran kewirausahaan telah berkembang sebagai kajian yang penting dalam penelitian dan pengembangan paradigma kewirausahaan terkait dengan kajian studi akademis kewirausahaan dan pengembangan praktis bagi pengusaha baru, namun penelitian tersebut masih langka dan belum banyak yang dipahami dengan baik (Deakins, 2000). Kewirausahaan itu sendiri adalah learner (pembelajar), yang terus menerus menggali keinginan sukses dari perjalanan hidupnya (Franco dan Haase, 2009). Minniti dan Bygrave (2001) mengemukakan bahwa kewirausahaan harus dipahami sebagai suatu proses pembelajaran dimana teori tentang fenomena ini

membutuhkan teori pembelajaran. Penelitian ini disusun berdasarkan studi pembelajaran kewirausahaan pada industri kreatif di kabupaten Magetan yang mengeksplorasi pertanyaan: Bagaimana para wirausahawan belajar dari pekerjaan mereka sebagai wirausahawan: adakah proses yang signifikan dari pengalaman dalam pembelajaran tersebut terkait dengan teori-teori pembelajaran kewirausahaan yang bisa dikembangkan menjadi model pembelajaran kewirausahaan?

Kewirausahaan adalah proses yang saling terkait dalam rangka menciptakan, mengenali dan bertindak karena adanya peluang, dengan menggabungkan kemampuan inovasi, pengambilan keputusan dan keyakinan diri, ini konsisten dengan definisi oleh Shane dan Venkataraman (2000). Belajar adalah muncul sebagai proses akal di mana orang mengembangkan kemampuan untuk bertindak secara berbeda, yang terdiri dari mengetahui, melakukan, dan memahami situasi. Melalui pembelajaran, orang membangun makna melalui pengalaman kontekstual dan menciptakan realitas baru. Kedua, kewirausahaan dan pembelajaran konstruktivistik pada dasarnya, proses perilaku dan sosial. Istilah pembelajaran kewirausahaan dengan demikian berarti belajar untuk mengenali dan bertindak atas peluang, dan berinteraksi sosial untuk memulai, mengatur dan mengelola usaha.

Berdasarkan kondisi empirik industri kreatif dan kerangka teori yang mendukung pembelajaran kewirausahaan, maka fokus penelitian ini berupaya untuk mendeskripsikan nilai-nilai keyakinan yang membentuk sikap dan perilaku usaha, proses internalisasi nilai-nilai, dan tindakan perilaku pengusaha dalam mengelola usaha. Atas dasar temuan tersebut, diharapkan ditemukan sebuah model pengembangan pembelajaran kewirausahaan berbasis kearifan lokal sebagai penguat ekonomi masyarakat.

METODE

Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif dengan pendekatan konstruksionis sosial (Gergen, 2009), naratif (Polkinghorne, 1988) dan interpretatif (Smith et al. 2009). Pendekatan naratif menjadi diakui sebagai metode yang valid dalam studi interpretatif kewirausahaan. Subyek penelitian adalah para pengusaha industri kreatif di lingkungan Kabupaten Magetan dengan memilih 3 (tiga) pengusaha yang diyakini dapat mewakili sosok pengelolaan industri kreatif yang menghasilkan produk unggulan daerah. Empat peneliti (satu ketua dan 3 anggota) bertindak sebagai instrumen penelitian yang berupaya merekam data secara langsung melalui dept-interview dan observa-

tion non-participatoris terhadap pengalaman hidup tiga pelaku bisnis. Dengan bantuan instrumen berupa pedoman wawancara, alat perekaman wawancara dan dokumen, serta camera foto, tiap wawancara direkam dan diberi kode dengan seperangkat kategori yang dikembangkan melalui analisis wacana (*discourse analysis*) (Potter dan Wetherall, 1987).

Informan kunci yang dipilih dalam penelitian ini adalah tiga tokoh utama yang merepresentasikan sosok pengusaha UKM, dan pejabat pemerintah daerah yang bertanggungjawab atas pembinaan pengembangan UMKM. Dari ketiga informan pengusaha diharapkan diperoleh informasi yang luas dan mendalam sesuai cakupan hasil dan fokus penelitian. Ketiga informan kelompok pengusaha tersebut adalah ketua industri sepatu (Eko), ketua industri penyamakan kulit (Bas), dan ketua industri kopi merek “Luku” (Edi). Mereka telah berpartisipasi secara penuh dalam penelitian ini, serta mereka memang memiliki latar belakang usaha dengan komitmen aktif membantu menumbuhkan dan mengembangkan bisnis kreatif dengan cara yang inovatif. Pertimbangan lain yang ditetapkan untuk memilih informan (nara sumber) pengusaha adalah: 1) Nara sumber memang menjadi pioner dalam merintis dan senantiasa memiliki ide-ide kreatif untuk mengatasi permasalahan kewirausahaan dan menggunakan platform yang berbeda dari kompetitornya, dikenal dalam kepemimpinan pasar (*market leadership*), bukan sekedar *follower* dalam industri kreatif, memiliki brand image yang kuat di mata konsumen; 2) memberikan kontribusi dan komitmen yang kuat di kalangan industri sejenis, sehingga sering menjadi tempat bertanya oleh wirausahawan lain dengan pegawai lebih dari 5 orang dan telah berbisnis lebih dari 7 tahun, dengan jaringan bisnis dan sosial yang kuat; 3) setiap nara sumber dikenal dan terkenal, dikalangan konsumen dan sesama lingkup usaha dan mendapatkan penghargaan karena kreativitasnya dalam perspektif industri; 4) memiliki ketepatan, keakuratan akses yang baik dan terus terjaga dengan semua kalangan baik pemerintah, lingkungan masyarakat sekitar maupun konsumen ; dan 5) senantiasa kreatif dalam input, proses dan output dengan peduli pada visi pengembangan masa depan industri kreatif pada bidang bisnisnya.

Keabsahan atau validasi data kualitatif ini dilakukan peneliti melalui triangulasi, member check, audit trail. Triangulasi merupakan upaya untuk melihat fenomena dari beberapa sudut, melakukan verifikasi temuan dengan menggunakan berbagai sumber informasi dan teknik. Triangulasi peneliti lakukan kepada ketua kelompok pengusaha, pengusaha, petugas dari

disperindag. Membercheck adalah mengecek kebenaran data dengan cara mengembalikan data tersebut kepada sumber data untuk diperiksa kebenaran. Ada dua tahap membercheck yang peneliti lakukan yakni: dilakukan segera setelah data masuk saat wawancara dan observasi, dan setelah data rekaman ditranskrip. Audit trail adalah upaya memeriksa kesesuaian antara temuan peneliti dengan data yang terhimpun melalui pelacakan terhadap catatan-catatan lapangan, metode pengumpulan dan teknik analisisnya. Dalam penelitian ini audit trail terbuka untuk siapapun. Pengamatan terus menerus peneliti lakukan agar dapat melihat fenomena pada latar penelitian secara cermat, terinci dan mendalam.

Analisis wacana (*discourse analysis*) dan tematik digunakan untuk menafsirkan narasi kisah hidup tiga pengusaha di industri kreatif. Cakupan wawancara termasuk cerita karir dalam memulai bisnis serta mengeksplorasi pengalaman hidup sebagai pengusaha pada hakekatnya proses inti pembelajaran diri mereka sendiri yang dapat dipelajari dan diajarkan pada orang lain, seperti alasan mereka untuk memutuskan memulai bisnis dan berbagai perkembangan pengalaman berbisnis, perubahan strategi bisnis merupakan bagian inti pembelajarannya. Pengalaman belajar inilah digunakan untuk mendukung pengembangan model konseptual kewirausahaan. Hal ini dalam upaya menunjukkan hubungan antara munculnya identitas kewirausahaan, pembelajaran sebagai suatu proses sosial, kemampuan melihat peluang, dan pembentukan usaha sebagai kegiatan yang dinegosiasikan dengan pihak eksternal. Tahapan analisis data kualitatif ini meliputi transkripsi, pengorganisasian data, pengenalan, dan koding. Langkah-langkah pelaksanaan analisis data meliputi: pengumpulan data, transkripsi, pengorganisasian dan reduksi data, koding data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau proposisi.

HASIL

Pada bagian hasil ini disajikan temuan berdasarkan perspektif tipologi pengusaha, nilai-nilai yang diyakini, proses internalisasi nilai, tindakan dalam usaha, model pembelajaran kewirausahaan.

1. Tipologi wirausahawan yang diteliti

Berdasarkan perspektif tipologi pengusaha, hasil analisis menunjukkan bahwa wirausahawan yang diteliti termasuk dalam kategori pengusaha tipe Craftsman “dan *“like father like son”*”. Pengusaha yang diteliti ternyata memiliki kecenderungan membentuk dan mempengaruhi masyarakat

di sekitar mereka. Hal ini terlihat dari profil dan nilai yang membentuk dan terbentuk dalam diri masing-masing informan. Ketua Pengrajin Sepatu kulit mengembangkan usaha dengan meneruskan usaha orang tua. Namun, dalam pengelolaan usaha tidak terpengaruh manajemen model orang tua, melainkan berupaya untuk memperbaharui dengan pemikiran dan manajemen intrapreneurship dan entrepreneurship yang *style* nya baru. Ketua Pengrajin penyamak-an kulit, yang bersangkutan pada awal berusaha mewarisi industri yang dimiliki orang tua. Prinsip hidup yang menginternal adalah dengan pemahaman dan penerapan nilai-nilai keagamaan dan nilai-nilai tradisi orang tua. Pengusaha kopi bubuk “Luku”, orang tuanya telah menjadi pemacu awal ketika yang bersangkutan berupaya untuk menjadi pengusaha di desanya. Pengusaha tersebut berjuang dari bawah dengan keahlian utama diawal bisnisnya sebagai tenaga marketing pabrik kopi. Memiliki jiwa belajar yang tinggi dengan bukti adanya buku teks berwirauha di ruang tamu dan tanpa lelah mengikuti training pengembangan usaha di manapun, meski yang bersangkutan hanya belajar pendidikan formal sampai tingkat SMP, karena senang belajar dari orang lain, nilai-nilai berwirausaha bisa muncul dengan meniru orang lain, dan ada upaya penanaman nilai bagi generasi pengusaha berikutnya.

2. Pengaruh Sosial Kewirausahaan

Berdasarkan perspektif pengaruh social kewirausahaan, temuan penelitian menunjukkan terdapat adanya dependency culture (budaya saling ketergantungan), budaya percontohan, budaya tradisi dan religius, budaya sukses dan gagal, jaringan pengamanan sosial. Pada sisi sosiologis saling ketergantungan sesama pelaku bisnis memiliki prinsip saling tolong menolong dengan upaya memberikan contoh dengan dukungan adanya kemampuan berkreasi, memegang tradisi, dan komitmen bersama pada sisi sosiologis, kepribadian dengan ketersediaan sumberdaya lokal dan dukungan pemerintah. Wirausahawan yang diteliti memiliki budaya percontohan yang kuat dalam upaya mendukung adanya jaringan pengamanan sosial dalam masyarakat, dengan kemampuannya sebagai pemberi inspirasi sesuai kapasitas masing-masing. Budaya tradisi jawa dan religi agama (islam) mewarnai perilaku sosiologis yang tidak terlepas dari perilaku individual ketiga wirausahawan informan. Perilaku sosial tradisi ini mewarnai visi mereka terhadap keberhasilan dan kegagalan usaha, menjadikan mereka tabah dan gigih, memiliki kemampuan pengendalian diri, kepercayaan diri dan

fleksibilitas dalam berbisnis. Mensikapi kesuksesan dan kegagalan usaha bagi ketiga pengusaha ini bisa dianalisis bahwa dalam berbisnis tidak senantiasa mengalami kesuksesan bahkan cenderung beberapa kali mengalami kegagalan. Mensikapi secara sosiologis, bagi mereka kegagalan dan kesuksesan bagi mereka telah didukung oleh jaringan sosial diseperti bisnis, kesadaran saling tergantung justru mendorong kearah ketabahan dan kegigihan serta berupaya mandiri, belajar dari kesuksesan dan kegagalan, menjadikan energi dan semangat tinggi untuk berusaha. Jaringan pengamanan sosial dalam hubungan dengan konsumen, suplier, rekan bisnis, maupun asosiasi menjadi inti yang tidak terlepas dari wirausahawan di Magetan. Konstek sosial ini telah membentuk visi, budaya saling tergantung, komitmen pada sesama, dalam kondisi ketidakpastian pasar, kreativitas dan fleksibilitas dengan peran pemerintah sebagai pengendali kebijakan pada sentra industri maupun pelaku mandiri pengusaha di Magetan. Jaringan pengaman sosial yang bermakna adanya sinergi pelaku bisnis nampak merupakan fakta sosial yang tidak bisa diabaikan begitu saja dalam membentuk model pembelajaran kewirausahaan.

3. Perspektif Kepribadian Kewirausahaan

Dari perspektif kepribadian wirausahawan, temuan penelitian menunjukkan bahwa nilai-nilai kepribadian yang dimiliki para wirausahawan meliputi: toleransi terhadap risiko, toleransi terhadap ketidakpastian, visi, kapasitas memberi inspirasi, kreativitas, pengawasan internal yang tegas, tabah dan gigih, pengendalian diri, kepercayaan diri, energi/semangat tinggi, proaktif, terdorong mandiri, fleksibel, kemampuan belajar, komitmen pada sesama.

Toleransi terhadap risiko senantiasa bermakna bahwa risiko negatif dihadapi dengan tegar oleh para wirausahawan. Dari narasi mereka ada sisi dimana toleransi terhadap risiko telah memperkuat kepribadian mereka dalam konteks dorongan untuk lebih mandiri, tabah dan gigih, proaktif menghadapi permasalahan, justru menimbulkan kreativitas dan menjadikannya sebagai kapasitas pemberi inspirasi dan kesempatan belajar pada saat menghadapi risiko yang ada. Toleransi terhadap ketidakpasti dilakukan pada dasarnya dengan strategi yang berbeda oleh pelaku, bisa jadi dengan pengendalian internal yang ketat terhadap karyawan, membangun jaringan dengan pengusaha mapan, dan memberikan toleransi terhadap risiko yang dihadapi. Kemampuan pengendalian diri merupakan internalisasi dari hasil

belajar dikarenakan tidak ada usaha yang tidak jatuh bangun dan ini akhirnya terkait dengan tumbuhnya kepercayaan diri dalam berbisnis. Perjuangan pantang menyerah dengan dukungan latar belakang pendidikan berbeda tidak menyurutkan sikap untuk berjuang dan mendorong menjadikan pilihan untuk mandiri merupakan nilai-nilai yang ada pada pengusaha.

4. Perspektif kondisi makro wirausahawan

Dari perspektif lingkungan makro atau lingkungan luar wirausahawan, temuan penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa kondisi yang membentuk sikap dan perilaku berusaha, yakni: perubahan kondisi pasar, ketersediaan fasilitas lingkungan lokal, control terhadap ketersediaan sumberdaya dan fasilitas lingkungan lokal, akses keuangan, kemampuan membangun mitra dan aliansi, serta peran dan dukungan pemerintah. Kondisi lingkungan ini cukup memiliki makna dalam membentuk sikap dan perilaku pengusaha.

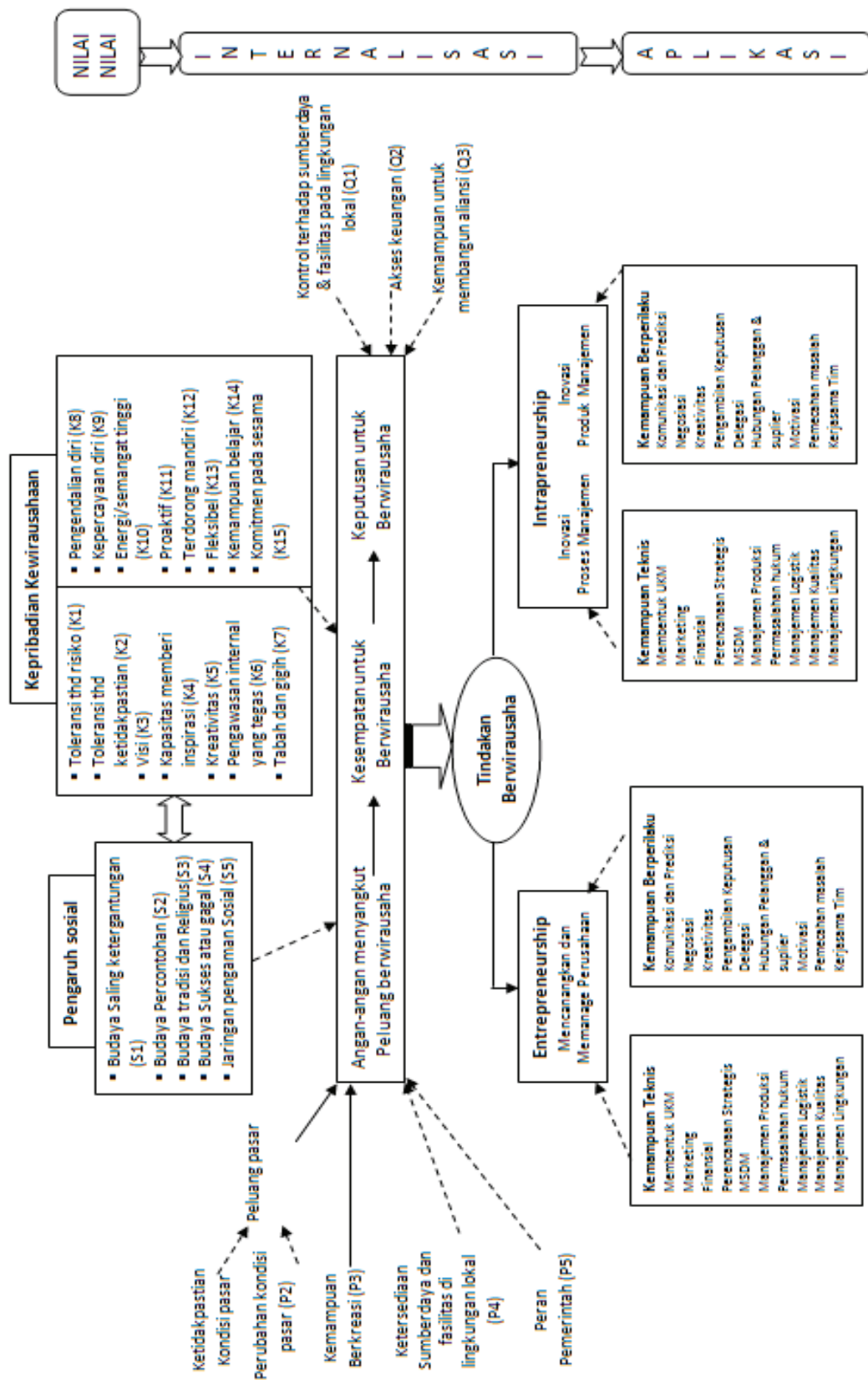
5. Temuan Model Pembelajaran Kewirausahaan

Filosofi ketiganya kiranya telah membawa penelitian ini pada kesimpulan model yang terbentuk dari perilaku kewirausahaan industri kreatif di Magetan, sebagaimana pada Gambar 1. berikut ini. Dari gambar tersebut, garis tebal menjelaskan yang wajib ada dalam berwirausaha dan garis terputus merupakan faktor yang secara langsung maupun tidak langsung berpengaruh atau faktor komponen pada perwujudan kewirausahaan. Secara keseluruhan model bermula berwirausaha pada hakekatnya merupakan bentuk tindakan kreatif dari ketiga pelaku usaha dalam melihat situasi dalam pasar yang kompetitif maupun dorongan pribadi dan karakteristik sosial yang kuat, serta kondisi pasar yang berubah.

PEMBAHASAN

Temuan penelitian menunjukkan bahwa Tipologi ketiga pengusaha memiliki kecenderungan yang sama dengan tipologi pengusaha "*craftman*" dan "*like father like son*", yang memiliki jejak usaha dari orang tua. Namun tidak senantiasa mengikuti ide-ide nilai yang berasal dari orang tua, mereka senantiasa berupaya belajar dari lingkungan dan senantiasa berupaya untuk melakukan pembaharuan. Dua tipe tersebut ada pada informan meski ada yang mengungkap eksplisit maupun tidak, yang jelas ketiganya masuk dalam domain "*craftman*" dalam konteks pendapat yang mendefinisikan *craftman* se-

Gambar 1: MODEL TERPADU KEWIRUSAHAAN BERBASIS KEARIFAN LOKAL



bagai “*The “craftsman”*” adalah *which includes those individuals who provide a product or service directly to customers and who generally enjoy doing so.*

Secara sosiologis dari temuan yang ada karena ketiganya memiliki tipologi the Craftman menurut A ward (2005) dan analisis temuan ini: tipe ini memiliki 5 karakteristik dasar yang membentuk dan mendorong mereka menjadi pengusaha yakni: Dependency culture (budaya saling ketergantungan-S1); role model culture (budaya percontohan-S2); budaya menghormati tradisi dan nilai-nilai agama (Tradition and religious culture-S3); budaya positif mensikapi sukses atau gagal (*Failure / Success culture*-S4), dan memiliki Jaringan pengamanan Sosial (Social safety net-S5).

Temuan ini berhasil memaparkan dan menganalisis karakteristik Sosiologis dan karakteristik Kepribadian dari ketiga pengusaha tersebut secara kesatuan maupun bersama, meskipun sebagai catatan bahwa satu karakteristik sosiologis dan kepribadian akan saling terkait satu sama lain pada masing-masing item yang ada dan menjadi ciri dari perilaku kewirausahaan mereka. Kedua karakteristik ini saling bersinggungan dalam sikap dan perilaku para pengusaha informan, bisa jadi satu karakterteristik sosial di dalamnya mengandung unsur-unsur kepribadian yang melekat pada diri. Sebagaimana nilai-nilai yang secara normatif terbawa dari pengalaman hidup masing-masing pengusaha. Sebagaimana yang dinyatakan Mitchel dkk kewirausahaan yang ada pada seseorang pada awalnya muncul dari realitas obyektif yang ada di masyarakat berupa simbol, pekerjaan, nilai, kepercayaan dan ekspektasi.

Menyangkut bagaimana pengusaha belajar dari pekerjaannya sebagai wirausahawan, adakah proses yang signifikan dari pengalaman dalam pembelajaran mereka. Kajian teoritis ini terkait dengan bagian dari terbatasnya manusia secara individu, dimana wirausahawan membutuhkan proses sosial dalam pembelajaran kewirausahaan (Davidson dkk., 2001). Konsep ini tentu tidak mengabaikan kontribusi teori ekonomi, Kirzner (1973) mengamati pentingnya pembelajaran dalam proses kewirausahaan. Binks dan Vale (dalam Rae 2005) berpendapat terdapatnya keterbatasan teori ekonomi dalam memahami aspek sosiologis dan psikologis manusia dalam perilaku kewirausahaannya. Studi terbaru menyangkut kognisi kewirausahaan, dari Mitchell dkk. (2002) dan Ojastu (2010) telah dibatasi oleh paradigma kognitivist individu (bukan sosial) dan konseptualisasi otak (bukan keperilakuan) dalam penelitiannya. Berbekal pada pemaknaan demikian, kewirausahaan yang ada

pada seseorang pada awalnya muncul dari realitas obyektif yang ada di masyarakat berupa simbol, pekerjaan, nilai, kepercayaan dan ekspektasi. Pribadi ini terus berkembang dengan berbagai macam relasi, interaksi, integrasi dan akulturasi sehingga akan memunculkan identitas bagi yang bersangkutan.

Kesimpulan utama yang dapat ditarik dari tulisan yang luas tentang pendidikan kewirausahaan adalah bahwa pendidikan dapat memberikan kesadaran budaya, pengetahuan dan keterampilan untuk berwirausaha, “seni” praktek kewirausahaan dipelajari melalui upaya mencoba langsung dengan terlibat dalam bisnis daripada lingkungan pendidikan (Jack dan Anderson, 1999). Belajar harus dieksplorasi sebagai sebuah proses kontekstual dan aktif daripada sekedar murni pendidikan, yang menimbulkan pertanyaan kedua, apakah kerangka kerja dapat dibuat untuk memahami pembelajaran kewirausahaan. Paradigma kognitif juga telah mendominasi studi pembelajaran, dan dibatasi oleh menggunakan konsep pengolahan informasi individu untuk memahami pikiran manusia dan kemampuan untuk belajar (Bandura, 1986). Bandura (1986) didalamnya membagi pembelajaran individu bisa berupa learning by doing, refleksi saat membandingkan situasi dan menirunya. Pembelajaran dapat juga dipandang sebagai proses kognitif dengan mengambil dan menstrukturkan pengetahuan.

Temuan penelitian tentang karakteristik pribadi pengusaha, didukung oleh Deakins (1998) yang menunjukkan mereka butuhkan menjadi prestasi berorientasi, memperhitungkan risiko, pencari internal locus kontrol yang tinggi, inovatif, toleran terhadap ambiguitas dan visioner. Mengingat bahwa pengambilan risiko atas ketidakpastian senantiasa diupayakan menjadi suatu peluang kepastian. Kajian menyangkut kepribadian menjadi menarik karena menyangkut internalisasi yang terjadi pada diri individu pengusaha sebagai akibat dari pengalaman hidup yang dijalannya ketika berinteraksi dengan lingkungannya. Sehingga tidak berlebihan bila dikatakan bahwa cerita deskriptif yang dipaparkan sebagai informan memiliki makna mendalam dalam membentuk sikap dan aksinya sebagai pengusaha.

Kondisi di atas sesuai dengan pendalaman kognitivisme dari Mumford et al. (1995) mengembangkan teori pengalaman dan pembelajaran sosial yang menggabungkan tindakan, konseptualisasi dan praktek sosial dimana peran pemimpin dan faktor sosial menentukan, sementara kontribusi dari bahasa, konstruktivisme, dan wacana dalam pembelajaran pemahaman telah dikembangkan melalui karya Wenger (2004) mengembangkan teori sosial dan

perilaku yang komprehensif dari belajar, termasuk dimensi makna, praktik, identitas dan komunitas. Kebermaknaan pembelajaran merupakan kemampuan untuk menangkap pengalaman dan mengembangkannya menjadi bermakna yang adalah sebagai puncak pembelajaran itu sendiri. Ini memberikan dasar konseptual untuk model pembelajaran kewirausahaan yang mengakomodasi partisipasi sosial dan tindakan manusia serta kognisi, memungkinkan teori belajar canggih untuk diterapkan pada kewirausahaan. Hal ini juga memungkinkan perkembangan dari konsepsi pembelajaran individu kewirausahaan (Rae dan Carswell, 2001).

Cope dan Watt menekankan pentingnya pembimbingan (mentoring) untuk menginterpretasikan kejadian kritis yang dihadapi sebagai pembelajaran, sehingga hasil pembelajarannya menjadi efektif. Sullivan (dalam Rae 2005) menekankan pentingnya client-mentor matching dalam keberhasilan pembimbingan. Ia mengatakan bahwa pengetahuan, keterampilan, dan pembelajaran dapat difasilitasi ketika dibutuhkan wirausaha, dengan memperhatikan tingkat siklus hidup wirausaha, dari manapun sumber pembelajaran tersebut internal maupun eksternal.

Secara garis besar kepribadian seorang wirausaha menurut Deakin (1998) disifati oleh orientasinya yang senantiasa berprestasi, mengkalkulasikan diri untuk mengambil setiap risiko, pengendalian kontrol yang tinggi, inovatif, toleran terhadap keberagaman dan visioner, serta senantiasa berupaya memecahkan masalah bukan mencari masalah.

Dari narasi pelaku usaha, jiwa melekat dalam bentuk internalisasi nilai-nilai pada kehidupan sehari-hari mereka, tidaklah berlangsung dalam sekejap. Secara teoritis dan praktis proses belajar mereka terwujud dalam bentuk tingkah laku berupa naluri dan pikiran (kognitif) serta ketrampilan mengelola manajemen. Lingkungan berbisnis apapun baik besar maupun kecil, pada hakekatnya memiliki struktur yang sama dimana tantangan dan masalah senantiasa ada. Sehingga apabila fakta temuan di atas memberikan indikasi bahwa sebelum mereka seperti sekarang juga belajar, berupaya mengelola dan melakukan konsolidasi hubungan dengan berbagai pihak merupakan hal yang memang seharusnya. Sebagaimana yang dinyatakan yang memandang usaha kecil dan menengahpun hakekatnya sama dengan perusahaan besar mereka membutuhkan cara-cara pengelolaan manajemen yang baik dan pelakunya harus memiliki ketrampilan dimana mereka harus terus menerus belajar.

Tipe ketiga wirausahawan tersebut menunjukkan upaya untuk menjaga hubungan yang harmonis dengan lingkungan, yang dicirikan adanya saling pertukaran ilmu dengan karyawan, rekan bisnis dan birokrasi, maupun sumber luar yang memberikan pengaruh pada mereka. Bila salah satu pengusaha berjuang untuk mendirikan BLK sebagai cita-cita utama, pengusaha lain lebih terpacu untuk senantiasa belajar dari orang lain dalam memperbaiki kinerja usahanya. Sedangkan yang lainnya lagi, lebih berorientasi bagaimana menanamkan nilai-nilai keagamaan kedalam perusahaannya.

Pada hakekatnya mereka sebagai wirausahawan senantiasa mencari dan siap menghadapi tantangan, dan meresponnya, mengelolanya untuk membaca peluang dengan fokus bagaimana sikap mereka tetap konsisten bekerja. Hal tersebut jelas ada dalam jiwa perusahaan kecil dan juga perusahaan besar. Kesimpulannya menyangkut manajemen perusahaan kecil adalah skil tetap dibutuhkan dalam bentuk perilaku mereka untuk melanggengkan jalannya bisnis, meskipun kedalaman dan keluasan berbeda dengan perusahaan besar, perbedaannya lebih kepada ragam dan jenis pekerjaan industri kecil yang skalanya berbeda. Namun yang menjadi catatan adalah bahwa industri besarpun berangkat dari industri kecil, sehingga proses belajar akan tetap senantiasa dialami oleh masing-masing pihak.

Akses keuangan yang relatif mudah pada ketiga pelaku usaha, kemampuan membangun aliansi sebagai ketua, serta kedekatan dengan pelanggan dengan pengalaman sebagai pemasar telah menyebabkan mereka memiliki kemampuan untuk mengontrol sumberdaya dan fasilitas lingkungan lokal (karyawan, bahan baku, pasar). Menyadari kondisi tersebut peneliti pun memasukkan unsur-unsur teoritis manajerial kewirausahaan kedalam konteks yang bisa melengkapi model pembelajaran yang terbangun dengan memasukkan variabel bahwa perubahan lingkungan pasar dengan segala kondisinya, ketersediaan sumberdaya dan fasilitas lingkungan loka Magetan yang khas telah diantisipasi oleh ketiga pelaku usaha dengan kreativitas yang mereka miliki untuk menjalankan usahanya dengan tindakan nyata yang berupa kemampuan teknis. Kemampuan-kemampuan teknis yang dalam hal ini dibutuhkan adalah kemampuan ketrampilan untuk menjalankan dan mengelola bisnis, yang berupa entrepreneurship dan intrapreneurship. Penelitian ini mendukung adanya kesadaran bahwa tindakan berwirausaha pada hakekat entrepreneurship adalah kemampuan mencangkan dan memanage perusahaan

dengan dukungan kemampuan teknis dan berperilaku. Kemampuan teknis dalam mengembangkan UKM, marketing, finansial, perencanaan strategis, mengelola SDM, manajemen produksi, mengatasi permasalahan hukum, manajemen kualitas dan mengelola manajemen lingkungan.

Intrapreneurship hakekatnya mengelola manajemen kedalam, dengan menumbuhkan jiwa entrepreneurship kepada anggota organisasi, yang dalam hal ini adalah mendorong kemampuan inovasi dalam proses manajemen dan manajemen produk. Kemampuan ini nampak dua segi yang dimiliki pengusaha yakni kemampuan teknis berupa ajakan kepada karyawan untuk mengembangkan UKM, marketing, finansial, perencanaan strategis, mengelola SDM, manajemen produksi, mengatasi permasalahan hukum, manajemen logistik dan mengelola manajemen lingkungan. Sedangkan inovasi kemampuan berperilaku dibangun melalui kemampuan berkomunikasi dan melakukan prediksi, negosiasi, kreativitas, pengambilan keputusan, delegasi kekuasaan, menjaga hubungan dengan pelanggan dan supplier, memberikan motivasi, memecahkan masalah dan membentuk kerjasama tim, unsur yang hakekatnya juga ada pada kemampuan berperilaku pada sisi entrepreneurship.

Sebagai proposisi, model adalah abstraksi dari sistem sebenarnya, dalam gambaran yang lebih sederhana serta mempunyai tingkat persentase yang bersifat menyeluruh, atau model adalah abstraksi dari realitas dengan hanya memusatkan perhatian pada beberapa sifat dari kehidupan sebenarnya Berbasis pada model Rae (2005), Priyanto(2009), Ojastu (2010) dan Model A Ward (2005) yang mensinergikan dengan perilaku kearifan lokal wirausahaan Industri kreatif, peneliti ingin mencari kemungkinan pengembangan model dalam proses di lapangan, karena fungsi teori dalam kualitatif hanya berfungsi sebagai bahan pemikiran tanpa harus terikat secara mutlak pada teori tersebut.

Munculnya pribadi dan sosial adalah pengembangan identitas kewirausahaan, termasuk kehidupan awal dan pengalaman keluarga, pendidikan dan pembentukan karir, dan hubungan sosial. Ini mencakup pembentukan rasa diri dan aspirasi masa depan. Untuk menjadi wirausahawan yang dikenal mereka harus membuktikan sebagai orang yang giat, orang berusaha untuk menegosiasikan identitas pribadi dan sosial yang mengungkapkan siapa mereka, siapa yang mereka inginkan, dan bagaimana mereka menempuh jalan untuk dikenal dalam konteks sosial mereka.

Pembelajaran kontekstual terjadi melalui partisipasi dalam masyarakat, industri dan jaringan lain di mana pengalaman individu terkait, dibandingkan dan makna untuk berbagi dibangun. Melalui situasi pengalaman ini dan hubungan dengan orang lain dapat terbentuk intuisi dan kemampuan untuk mengenali peluang. Munculnya pembelajaran konteks sosial mereka “ bisa menjadi siapa mereka “ dan “bagaimana bekerja dengan orang lain untuk mencapai tujuan mereka” sebagaimana juga realitas “apa yang bisa dan tidak bisa mereka lakukan”. Konsep perusahaan dinegosiasikan adalah bahwa usaha bisnis tidak dijalankan oleh satu orang saja, tetapi melalui negosiasi hubungan dengan orang lain. Ide dan aspirasi individu yang diwujudkan melalui proses interaktif dari pertukaran dengan orang lain di dalam dan di sekitar perusahaan, termasuk pelanggan, investor dan co-aktor seperti mitra perusahaan. atau karyawan. Deniss Rutseikov Ojastu (2010) menggunakan metode human geography, memetakan domain kewirausahaan yang dikonstruksikan berdasarkan kisah 36 wirausahawan di Norwegia, dengan mengembangkan kognitif model.

Penelitian Priyanto (2009) Dari pengujian yang dilakukan di Jawa Tengah dengan responden petani tembakau dan di Nusa Tenggara Timur dengan responden Nelayan, diperoleh hasil model yang konsisten. Temuan model kewirausahaannya diawali atau dipengaruhi oleh lingkungan eksternal seperti lingkungan fisik, lingkungan ekonomi, lingkungan sosial dan lingkungan ekonomi serta karakter individu. Kemudian kewirausahaan tidak langsung menyebabkan kinerja usaha, namun harus dimediasi oleh kapasitas manajemen. Pemikiran integratif menyangkut kewirausahaan dari perspektif A Ward, Department of Electronics, University of York dalam pengembangan model pembelajaran kewirausahaan: 1) Perspektif Ekonomi - yang menganggap peran wirausahawan dalam ekonomi dalam pembangunan daerah, bangsa atau wilayah. Wirausahawan senantiasa dengan karakteristik masing-masing memiliki motif ekonomi dibalik tindakannya; 2) Perspektif Sosiologis - yang melihat wirausahawan sebagai anggota dari suatu sistem sosial dan yang dipengaruhi oleh dan melalui pengaruh kegiatan kewirausahaan mereka, lingkungan sosial dan ciri-ciri kepribadian yang menimbulkan sistem sosiologis. Perspektif sosiologis diambil untuk memasukkan spektrum masyarakat dari unit di luar keluarga yang mempengaruhi; 3) Perspektif Idiosinkratis - yang berfokus pada pengusaha sebagai individu dengan kombinasi unik dari karakteristik pribadi dan keyakinan yang

dimilikinya ketika bersikap dan bertindak dalam kegiatan bisnisnya dengan dukungan kemampuan untuk melakukan tindakan nyata dalam berwirausaha dengan menerapkan prinsip-prinsip tindakan entrepreneurship dan intrapreneurship.

Gambar 1 menunjukkan terintegrasiannya model dalam langkah-langkah yang berorientasi pada terjadinya proses, model ini sejalan dengan penelitian A Ward (2005) dengan menambahkan temuan baru dalam empat sisi, yang pertama adalah bahwa pengaruh faktor religius memegang peran penting dalam pembentukan model, dimana sikap sosial para pengusaha cenderung memegang teguh nilai-nilai agama dalam perilaku berbisnis; yang kedua, peran nilai-nilai budaya tradisi dari orang tua yang diajarkan membawa internalisasi mendalam pada pelaku bisnis ketika mereka mengambil tindakan-tindakan nyata dalam berbisnis dan melakukan kontak sosial; yang ketiga, peran pemerintah (birokrasi) cukup memiliki pengaruh dalam mereka mengambil keputusan usaha, kontribusi penciptaan lingkungan usaha yang kondusif dan kritik mereka terhadap peran pemerintah betul-betul mempengaruhi jalinan bisnis selanjutnya, dan yang keempat mereka berhasil membangun lingkungan lokal yang lebih baik dalam berusaha, terbukti mereka merupakan perintis pertama usaha Captive market dan berhasil menularkan serta menumbuhkan usahawan-usahawan baru dilingkungan desa tempat tinggalnya, dengan menumbuhkan persepsi penduduk desa bahwa “orang yang dulunya yatim sekarang bisa menjadi pengusaha sukses”. Mereka telah menjadi contoh dan pelopor entrepreneur yang ditiru bagi lingkungannya.

Model ini utamanya juga menggambarkan bahwa terbentuknya Tindakan berwirausaha pada dasarnya merupakan proses tertanamnya nilai-nilai sosial dan kepribadian dalam diri seseorang, yang berupa internalisasi yang terjadi di dalam diri dengan didukung oleh kemampuan mereka “membaca lingkungan dan kapasitas diri” dalam hal ini peluang untuk menjadikannya sebagai dasar bertindak (tindakan berwirausaha) yang berarti mereka mampu dan mau mengaplikasikannya dalam bentuk tindakan entrepreneurship dan intrapreneurship yang ideal. Tindakan entrepreneurial pada hakekatnya akan membawa kearah kemapanan dan manajemen sebuah UKM dengan cara-cara yang inovasi ke dalam perusahaan dan keluar perusahaan. Ketika mereka dihadapkan pada persaingan bisnis dan menjaga hubungan pelanggan (relationship marketing, ketika itu pula mereka telah menunjukkan keberhasilannya dengan menjaga hubungan harmonis dengan kon-

sumen, suplaier, dan bahkan menganggap kompetitor sebagai bukan pesaing melainkan “rekan” dan “tetangga”. Ketika mereka dihadapkan pada kondisi pengelolaan usaha kedalam (Intrapreneurship), mereka melakukan pendekatan secara manusiawi melalui agama, melatih dan mengembangkan, dan tidak pernah menyalahkan. Perilaku pengelolaan manajemen internal (intrapreneurship) dan eksternal (entrepreneurship) inilah yang diantaranya berhasil dibangun dan dikembangkan oleh ketiganya, yang sifatnya memperkuat karakter dan kepribadian positif dalam berwirausaha.

Secara keseluruhan model bermula pada berwirausaha pada hakekatnya merupakan bentuk tindakan kreatif dari ketiga pelaku usaha dalam melihat situasi dalam pasar yang kompetitive maupun dorongan pribadi dan karakteristik sosial yang kuat, serta kondisi pasar yang berubah. Hal ini bisa karena Krisis ekonomi (Eko memulai 1998 saat krisis ekonomi; Edi membaca peluang; dan Bas adanya penerunan omset ketika diwariskan dari orang tua). Kemampuan berkreasi dibutuhkan untuk mengidentifikasi setiap peluang yang dibutuhkan dalam rangka menyeimbangkan sumber-sumber daya serta fasilitas lokal yang ada. Dalam hal ini bisa berupa adanya teknologi baru (Bas: mesin penyamakan); kesempatan finansial dan pasar yang memungkinkan dieksploitasi (Edi: pasar kopi bubuk daerah yang belum diambil pengusaha lain); maupun sumberdaya yang tersedia (Eko: Ikon magetan adalah kulit; dan lingkungannya banyak tenaga kerja yang perlu dikembangkan skilnya dan menganggur). Kesemua tersebut telah menjadi pendorong untuk melangkah kedepan untuk berusaha. Kemampuan kreativitas diindikasikan merupakan komponen kompetensi dengan asumsi bahwa kemampuan kreativitas dapat dibangun dalam diri individu. Bayangkanlah bahwa kesempatan berwirausaha sebagai mana yang ada pada model didukung oleh faktor-faktor sosial dan kepribadian ketiga pengusaha, maka internalisasi faktor-faktor tersebut akan betul-betul membentuk sikap yang kuat dan hal ini menjadi dasar seseorang untuk bertindak usaha. Proses internalisasi tersebut merupakan proses pembelajaran pada pengusaha yang tidak terjadi seketika. Tindakan berwirausaha merupakan “pintu gerbang” dimana individu pengusaha harus melaluinya yang dipengaruhi oleh variabel sosial dan kepribadian serta lingkungan bisnis. Apa yang ada pada jiwa kewirausahaan dari proses pembelajaran berwirausaha telah didiskusikan dibagian awal sebagai hasil wawancara berupa narasi terhadap informan pelaku. Ketiga individu

telah melalui proses pembelajaran melalui proses yang terus menerus pada diri masing-masing. Secara umum bisa dikatakan bahwa jika individu mampu membentuk dirinya berkepribadian dan berjiwa sosial maka kesempatan menjadi wirausahawan yang berhasil terbuka. Tindakan praktis berupa implementasi secara nyata telah dilakukan pada ketiga pelaku usaha, Eko dan Bas membentuk dan aktif dalam asosiasi pengusaha, berperannya pemerintah, dan upaya-upaya untuk mendapatkan akses finansial pada awal usaha (Edi); dan membaca peluang dari adanya fasilitas lingkungan lokal Magetan. Keluaran dari unsur-unsur tersebut adalah berupa tindakan nyata dalam bentuk implementasi. Ketiganya terbukti memiliki orientasi berwirausaha yang kuat, meskipun dengan caranya masing-masing. Dengan kemampuan teknis dan perilaku yang mereka tunjukkan, mereka dikenal sebagai pengusaha yang mampu membaca situasi lingkungan dan tren dengan pola masing-masing dalam proses pembelajaran kewirausahaannya.

Model pembelajaran ini paling tidak mendukung pernyataan bahwa suatu model pembelajaran memungkinkan sistem pendidikan memberikan pelatihan dan pembelajaran yang sama dengan situasi sama baik dalam konteks industri kecil maupun besar. Lebih lanjut model dapat digunakan untuk meningkatkan peluang dalam pembelajaran yang memungkinkan individu memperoleh pengaruh besar dari apa yang dipelajarinya baik berupa pengetahuan kognitif maupun afektif, terutama terkait dengan studi kasus yang dihasilkan. Juga psikomotorik ketika seorang calon wirausahawan “nyantrik” atau magang pada industri. Sebuah model generik dimungkinkan akan memiliki potensi yang berguna dalam perencanaan kurikulum, khususnya mereka yang ingin menyusun perencanaan kurikulum dengan mengadopsi perilaku pengusaha. Sedangkan modul yang akan dihasilkan dari penelitian ini pada tahun kedua akan menjadi alat pembimbing bagi pengajar pendidikan kewirausahaan dan peserta didik. Pengembangan pembelajaran kewirausahaan merupakan arena yang sedang dan terus dikembangkan perguruan tinggi sehingga arah yang dibangun akan signifikan dengan model pengembangan pendidikan yang sesuai dengan realitas perilaku pengusaha yang sesungguhnya, dimana mahasiswa dapat belajar (Rodrigue z-Falcon dalam A Ward, 2005).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Model terpadu pembelajaran yang telah dikembangkan dari perspektif sosial dan kepribadian ini dikembangkan dari industri kreatif di Magetan dan di tahun depan akan dikembangkan menjadi panduan pembelajaran kewirausahaan dengan sasaran target masyarakat yang tertarik dengan wirausaha. Model yang dihasilkan telah memberikan gambaran bahwa: 1) pembelajaran kewirausahaan mengalami tiga tahapan: penanaman nilai-nilai sosial dan kepribadian individu wirausaha – yang menginternalisasi didalam segala upaya aksi dan tindakan berwirausaha – dan yang ketiga mewujudkan perilaku tindak nyata berwirausaha dalam bentuk keluar perusahaan (entrepreneurship) dan kedalam (intrapreneurship); 2) nilai-nilai kearifan lokal dari sisi agama (religius) dan tradisi/budaya yang ditanamkan orang tua memberikan kontribusi terhadap perilaku sosial wirausahawan, internalisasi nilai-nilai lokal telah mempengaruhi pula pola perilaku wirausahawan sebagai figur yang secara langsung berpengaruh terhadap lingkungan lokal tempat tinggal masing-masing informan wirausahawan; 3) lingkungan makro sebagai peluang pasar, mampu dibaca pengusaha sebagai peluang yang harus dimanfaatkan dengan mengembangkan potensi melalui kreativitas dan inovasi masing-masing individu pengusaha; 4) birokrasi pemerintah memegang peranan penting terhadap jatuh bangunnya wirausahawan, meskipun ada kritik dan saran yang harus dibenahi, berupa penerapan skala prioritas dan konflik pengelolaan area industri kecil dan menengah di lingkungan lokal; 5) model pembelajaran memungkinkan sistem pendidikan memberikan pelatihan dan pembelajaran yang sama dengan situasi sama baik dalam konteks industri kecil maupun besar; 6) model dapat digunakan untuk meningkatkan peluang dalam pembelajaran yang memungkinkan individu memperoleh pengaruh besar dari apa yang dipelajarinya baik berupa pengetahuan kognitif maupun afektif, terutama terkait dengan studi kasus yang dihasilkan; 7) sebuah model generik dimungkinkan akan memiliki potensi yang berguna dalam perencanaan kurikulum, khususnya mereka yang ingin menyusun perencanaan kurikulum dengan mengadopsi perilaku pengusaha.

Saran

Telaah digunakan untuk mengidentifikasi kesenjangan dalam penyediaan teori dan praktek kewirausahaan dan membantu meyakinkan akademisi terkait komponen kompetensi calon wirausahawan untuk

menjadi modul akademik inti pada pengembangan penelitian selanjutnya. Model ini telah dikembangkan sebagai bagian dari penelitian tujuan nantinya dijadikan sebuah kerangka penilaian dan pijakan dasar bagi pelaksanaan pendidikan kewirausahaan yang tepat bagi industri kreatif UMKM. Model ini kiranya dapat dikemas dan dikembangkan lebih lanjut dalam modul pembelajaran yang bisa digunakan peserta didik dan praktisi kewirausahaan dalam belajar dan mengembangkan usahanya paling tidak dalam tataran studi kasus. Untuk itu berdasarkan temuan disarankan: 1) model ini kiranya dapat dimanfaatkan bagi sektor pendidikan sebagai dasar mendeskripsikan pembelajaran kewirausahaan dan implementasi kewirausahaan dengan studi kasus yang ada; 2) para regulator (institusi pemerintah kabupaten/kota dan propinsi) hendaknya duduk bersama dengan para pengusaha industri kecil agar terjadi sinkronisasi pembinaan industri UKM; 3) kepada institusi pendidikan dan pelatihan, disarankan agar memberikan kontribusi ilmiah model pembelajaran kewirausahaan yang berlandaskan kondisi real pelaku bisnis dengan membuat konstruksi dari narasi langsung, sehingga memiliki makna bagi pendidik dan pelaku bisnis industri kreatif; 4) menciptakan program yang berkelanjutan dengan kemanfaatan maksimal dan langsung yang dirasakan baik peneliti, lembaga UM maupun masyarakat melalui tiga tahapan mulai dari penelitian – desain modul – sampai implementasi melalui pengabdian kepada masyarakat, sebagai satu rangkaian; 5) menjadi alat evaluasi secara teoritis dan praktek dalam pengembangan kewirausahaan, karena terjadi proses yang berdampak pada pendidikan kewirausahaan, pendidik kewirausahaan, pembuat kebijakan yang mengembangkan kewirausahaan dan masyarakat yang peduli kewirausahaan; 6) industri kreatif UMKM masih memungkinkan untuk dikembangkan dan memiliki pengalaman yang tidak kalah dengan industri besar, sehingga penelitian ini hasilnya bisa diterapkan juga secara teoritis dan praktis pada level menengah dan besar; 7) model ini diharapkan dapat digunakan dengan efek yang baik bagi sektor formal maupun informal dengan indikasi bahwa spesifikasi intervensi pendidikan dari temuan dapat ditempatkan sebagai sebuah model pembelajaran utuh dan temuan akan dapat diimplementasikan untuk perbaikan pendidikan kewirausahaan; 8) model bisa dipergunakan sebagai langkah untuk diimplementasikan menjadi modul kewirausahaan dalam penelitian berikutnya.

DAFTAR RUJUKAN

- A Ward, Department of Electronics, University of York. 2005. *An integrated model of Entrepreneurship and Intrapreneurship*. Emerald Insight source of Journal.
- Admin. 2010. Gambaran Umum Kabupaten Magetan. <http://kotamagetan.com/gambaran-umum-kabupaten-magetan.html>. diakses: 22 Februari 2013 and Research, Vol. 6 No. 3.
- Bandura, A. 1986, *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*, (E-Book). Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ
- Davidsson, P., Low, M. and Wright, M. 2001, Editor's introduction: Low and MacMillan ten years on: achievements and future directions for entrepreneurship research, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 25 No. 4, pp. 5-15.
- Deakins, D. dan Freel, M. 1998, *Entrepreneurial learning and the growth process in SMEs*, *The Learning Organization*, Vol. 5 No. 3, pp. 144-55
- Franco, M dan Haase, K. 2009. *Entrepreneurship: an organisational learning approach*. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. Vol. 16 No. 4, 2009 pp. 628-641
- Gergen, K.J. 2009. *An Invitation to Social Construction*. (E-Book). London: Sage Publication Ltd.
- Hesmondhalgh, D. 2009, *Politics, theory, and method in media industries research*, in Holt, J. and Perren, A. (Eds), *Media Industries*, Wiley-Blackwell, Oxford, pp. 245-55.
- Jack, S. dan Anderson, A. 1999, *Entrepreneurship education within the enterprise culture*, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, Vol. 5 No. 3, pp. 110-25.
- Kirzner, I. 1973. *Competition and Entrepreneurship*, (E-Book). University of Chicago Press, Chicago, IL
- Minniti, M. dan Bygrave, W. 2001. *A dynamic model of entrepreneurial learning*, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 25 No. 3, pp. 5-16.
- Mitchell, R., Busenitz, L., Lant, T., McDougall, P. dan Morse, E. 2002, *Towards a theory of entrepreneurial cognition*, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 27 No. 2, pp. 93-104 No. 2, pp. 195-202.
- Mumford, M.D. Hunter S.T, Bedel-Ever K.E, 1995. *Multi-Level Issues in Creativity and Innovation*. (E-Book) Emerald Group Publishing
- Ojastu, D.R. 2010. *Cognitive model of entrepreneurship and its reflection in three Scandinavian*

- graduate programmes. Online
- Polkinghorne, D.E. 1988. *Narrative Knowing and the Human Sciences*. (E-book). Albany: State University of New York Press
- Potter, J., dan Wetherell, M. 1987. *Discourse and social psychology: Beyond attitudes and behaviour*, (E-Book) London: Sage
- Priyanto, S.H. 2009. Mengembangkan Pendidikan Kewirausahaan di Masyarakat. *Andragogia, Jurnal PNFI*/volume 1/ no./ November 2009
- Rae, D. 2005. Entrepreneurial learning: a narrative-based conceptual model. *Journal of Small Business and Enterprise Development* Vol. 12 No. 3, 2005 pp. 323-335)
- Rae, D. dan Carswell, M. 2001, Towards a conceptual understanding of entrepreneurial Learning , *Small Business and Enterprise Development*, Vol. 8 No. 2, pp. 150-8.
- Shane, S. dan Venkataraman, S. 2000. The promise of entrepreneurship as a field of research, *Academy of Management Review*, Vol. 25 No. 1, pp. 217-26.
- Smith, J.A, P. Flowers, M. Larkin. 2009. *Interpretative Phenomenological Analysis: Theory, Method and Research*. California: Sage Publication Ltd
- Wenger, E. 2004. *Communities of Practice: Learning, Meaning, and Identity – Learning in doing: Social, cognitive, and Computational Perspective*. (E-Book) Cambridge: Cambridge University Press. Diakses 14 Februari 2012
- Kompas. 1 Januari 2013. *Industri Kreatif dan Kategorinya di Indonesia*. (ONLINE) <http://creatips.net/2013/01/industri-kreatif-dan-kategorinya-di-indonesia/>