

**NILAI-NILAI INDIVIDUAL WIRAUSAHA
SEBAGAI SUMBERDAYA STRATEGIS DALAM PROSES PEMBENTUKAN
KEUNGGULAN KOMPETITIF**

(Studi Kasus di Unit Usaha Waralaba CV. Inti Sukses Pratama Malang)

Aleria Irma Hatnery¹

Ety Saraswati²

Hariri³

Ita Athia⁴

¹Program Studi Manajemen, FE, Universitas Islam Malang
alerialmah@unisma.ac.id

²Program Studi Manajemen, FE, Universitas Islam Malang
etysaraswati@unisma.ac.id

³Program Studi Manajemen, FE, Universitas Islam Malang
hariri@unisma.ac.id

⁴Program Studi Manajemen, FE, Universitas Islam Malang
itaathia@unisma.ac.id

ABSTRACT

From the GEM report (Global Entrepreneurship Monitor) small and medium enterprises can contribute 57% to GDP Indonesia, including entrepreneurship. While the phenomenon is still visible weak competitiveness capabilities in which the data from Global Competitiveness Report 2016-2017 rank Indonesia decreased. The number of entrepreneurs is also relatively small compared to neighboring countries. From the perspective of entrepreneurship spirit is interesting to examine the values of individual entrepreneurs who have an important role to competitiveness. How the role of individual values of entrepreneurs in the process of forming competitive advantage that has high competitiveness. From the results of research and discussion obtained the conclusion that there are 5 individual values of entrepreneurs are important based on the intensity of entrepreneurial activity. Individual values are integrated in such a way in corporate strategy that proved to be an important capital that plays a strategic role for the process of achieving competitive advantage and competitiveness of business organizations.

Keywords : *entrepreneurship, individual values of entrepreneurship, competitive advantage*

Latar Belakang

Berdasarkan data BPS Rasio wirausaha Indonesia yang pada 2013/2014 lalu masih 1,67 persen pada tahun 2016 ini sudah naik menjadi 3,1 persen. Kenaikan tersebut patut diapresiasi walaupun jika dibandingkan negara lain masih lebih rendah seperti Malaysia 5 persen, China 10 persen,

Singapura 7 persen, Jepang 11 persen maupun AS yang 12 persen.

Peningkatan tersebut tak bisa dilepaskan dari peran pemerintah melalui Gerakan Kewirausahaan Nasional (GKN) oleh Kementerian Koperasi dan UKM. Melalui GKN yang digulirkan sejak 2013 lalu, target 2 persen persentase pengusaha di Indonesia akhirnya mampu tercapai.

Walapun demikian sayangnya sebaran pengusaha masih terjadi ketimpangan dimana sebagian besar terpusat di Jakarta. Belum lagi silih bergantinya usaha yang harus tutup dan digantikan dengan usaha lainnya karena lemahnya keunggulan kompetitif yang dimilikinya.

Wirausaha (*entrepreneur*) diharapkan menjadi basis peningkatan kesejahteraan ekonomi nasional. Dari laporan GEM (Global Entrepreneurship Monitor) usaha kecil dan menengah mampu berkontribusi 57% terhadap GDP Indonesia. Dari data tersebut mencerminkan bagaimana peranan wirausaha yang tidak bisa dianggap remeh terhadap perekonomian di Indonesia.

Sementara itu latar belakang situasi persaingan bisnis semakin ketat dan bersifat global. Mau tidak mau untuk bisa bersaing dengan baik diperlukan mindset global. Dengan demikian strategi harus dipersiapkan dengan matang agar suatu unit bisnis mampu bertahan. Untuk itu pemerintah berupaya antara lain, melalui Kementerian Koperasi dan UKM mendorong para wirausaha nasional agar dapat memperluas jaringan pemasaran untuk menembus pasar global melalui forum internasional wirausaha sosial global (Sankalp Forum). Dalam Sankalp Forum, para wirausaha, investor dan

para stakeholder dapat bertemu dan membahas pengembangan pasar global.

Dalam bidang permodalan pemerintah juga telah melaksanakan beberapa kebijakan dan program untuk memenuhi kebutuhan UKM. Salah satunya, pemerintah telah menurunkan suku bunga pinjaman Kredit Usaha Rakyat (KUR) dari 22 persen menjadi 9 persen per tahun. Diharapkan kebijakan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dana untuk investasi, sehingga pengusaha Nasional dapat memperluas skala bisnisnya. Di bidang pengembangan SDM Kementerian Koperasi dan UKM juga aktif menggelar program kewirausahaan nasional untuk mencetak wirausaha pemula.

Sedangkan fenomena yang terlihat masih lemahnya kemampuan daya saing dimana dari data Global Competitiveness Report 2016-2017 ranking indonesia mengalami penurunan. Dari perspektif spirit berwirausaha menarik untuk dikaji nilai-nilai individual wirausaha yang memiliki peran penting terhadap daya saing. Bagaimana nilai-nilai individu wirausahawan yang tangguh dan mampu membentuk spirit bertahan dalam situasi persaingan yang ketat. Jiwa dan karakter kunci kewirausahaan perlu dibangun dan ditumbuhkan lebih dini, terutama untuk mempersiapkan diri memasuki era berikutnya. Spirit atau karakter

kewirausahaan dibutuhkan agar wirausahawan memiliki keunggulan kompetitif untuk kelangsungan usahanya karena dunia terus berkembang dengan tantangan yang semakin berat dan ketat terutama dalam menghadapi era pasar bebas.

Belum lagi masalah yang mengancam dari eksternal, Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan bahwa awal 2016 telah terjadi lonjakan drastis (74 persen) kedatangan pekerja asing paruh waktu ke Indonesia sejak Masyarakat Ekonomi (MEA) diberlakukan. Jika tak diantisipasi maka bangsa Indonesia berisiko menjadi penonton di negeri sendiri. Posisi Indonesia yang sangat strategis secara geopolitik di mata berbagai kekuatan politik ekonomi global, akan memantik arus sumberdaya dari luar ke dalam Indonesia.

Pada kegiatan entrepreneurship, dimana peran seorang entrepreneur sangat dominan dalam keputusan-keputusan manajemennya, maka nilai-nilai individual seorang wirausaha menjadi inti atau kunci. Karena nilai-nilai khas tiap-tiap wirausahawan akan melahirkan strategi yang khas pula dalam proses pencapaian keunggulan kompetitif.

Berdasarkan paparan tersebut, maka para wirausahawan perlu memiliki nilai-nilai individual kunci untuk menyongsong perubahan pasar yang

sangat dinamis. Dan jika nilai-nilai tersebut mampu dibangun dengan baik maka diharapkan dapat menjadi modal untuk proses terciptanya keunggulan kompetitif wirausahawan sehingga mampu beradaptasi dan mengantisipasi tantangan menghadapi persaingan global. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi nilai-nilai individual wirausaha yang menonjol dalam unit bisnis waralaba di CV. Inti Sukses Pratama dan untuk mengidentifikasi dan menganalisis peranan nilai-nilai wirausaha yang menonjol dalam proses pembentukan keunggulan kompetitif dalam unit bisnis waralaba di CV. Inti Sukses Pratama.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Guna memperoleh suatu hasil yang baik dalam suatu penelitian sangat diperlukan adanya suatu cara atau metode yang jelas dan terarah untuk melakukan pendekatan terhadap objek yang diteliti. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan obyek penelitian strategi bisnis waralaba minuman di CV. Inti Sukses Pratama Malang. Oleh Bogdan dan Buklen (dalam Arifin, 1994) dikatakan bahwa pendekatan kualitatif ini akan memudahkan interpretasi temuan data yang ada terutama peran nilai-nilai individual wirausaha yang menjadi fokus penelitian ini.

Pada dasarnya penelitian ini didesain dengan tujuan untuk mendeskripsikan dan mengidentifikasi peranan nilai-nilai individual wirausaha yang menonjol dalam proses pembentukan keunggulan kompetitif bisnis waralaba. Diharapkan dengan fokus penelitian tersebut dapat mengungkap data lebih dalam, dengan memperbanyak dan menambah atau memperpanjang waktu penelitian diharapkan kedalaman analisis dapat tercapai.

Fokus Penelitian

Penetapan fokus penelitian bertujuan untuk mengarahkan penggalan data atau informasi yang sesuai dengan permasalahan yang diangkat dalam suatu penelitian (Moleong, 2000).

Fokus penelitian juga memberikan gambaran yang lebih jelas tentang aspek-aspek yang diteliti. Berdasarkan atas rumusan permasalahan, tujuan dan konsep-konsep teori yang melandasi penelitian ini, serta kerangka konseptual, maka fokus penelitian ini mengamati beberapa hal antara lain:

1. Mengidentifikasi nilai-nilai individual wirausaha yang menonjol dalam bisnis waralaba di CV. Inti Sukses Pratama.
 - a. Konteks, karakteristik dan perilaku pemilik
 - b. Konteks, karakteristik dan perilaku manajer

2. Mendeskripsikan peranan nilai-nilai individual wirausaha yang menonjol dalam proses pembentukan keunggulan kompetitif di CV. Inti Sukses Pratama.

Analisis Data

Instrumen utama penelitian ini adalah peneliti sendiri (Lincoln & Guba, 1985; Miles & Huberman, 1992). Peneliti sebagai suatu instrumen tidak berarti harus menghilangkan aspek kemanusiawannya, tetapi kemampuan peneliti sebagai suatu individu dalam mengamati, bertanya, menelusuri dan mengabstraksi merupakan instrumen penting yang sangat utama. Oleh karena itu yang diperlukan dalam diri seorang peneliti sebagai alat penelitian adalah kemampuan atau kapasitasnya sebagai peneliti. Teknik pengumpulan data yaitu:

1. Wawancara mendalam (In depth interview)
2. Dokumentasi
3. Observasi

Berdasarkan model analisis interaktif, analisis reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dilakukan dalam bentuk interaktif dengan proses pengumpulan data sebagai suatu proses siklus. Tujuannya adalah fokus pengamatan yang diperkirakan penting serta relevan

dengan permasalahan yang sedang diteliti dapat dipertajam dan diperdalam, sebab pengamatan tanpa analisis dan penafsiran tidak mungkin dapat mengetahui makna data (Lindolf, 1995: 215-219).

Sedangkan untuk memperkuat keabsahan hasil penelitian dilakukan triangulasi dan konfirmasi data dengan narasumber kunci.

PEMBAHASAN

Nilai-nilai Individual Wirausaha

Dari hasil observasi dan wawancara, berhasil diidentifikasi nilai-nilai individual yang mencirikan karakter kewirausahaan. Ada 12 nilai

dapat dikategorikan mewakili nilai-nilai individual seorang wirausahawan sebagaimana disajikan pada tabel 3.1.

Dari 12 nilai karakter tersebut pada tahap selanjutnya dapat dikategorikan menjadi nilai-nilai yang dominan dan memiliki hubungan yang kuat dengan proses perumusan strategi perusahaan. Dari data yang diolah, dapat diperoleh nilai-nilai yang dominan/menonjol (diurutkan mulai dari yang paling dominan) meliputi 5 nilai karakter yaitu; berani, menguasai manajerial, kreatif dan inovatif, jeli melihat peluang dan pekerja keras, sebagaimana tersaji pada tabel 3.2.

Tabel 3.1

Daftar nilai-nilai wirausaha dari review literatur

No.	Nilai Karakter Kewirausahaan
1	Berani
2	Pekerja Keras
3	Efisien
4	Kemampuan Manajerial
5	Jeli melihat peluang
6	Bertanggung jawab
7	Terbuka
8	Energik
9	Memiliki jiwa <i>leadership</i>
10	Kreatif dan inovatif
11	Mandiri
12	Optimis

Tabel 3.2

Nilai-nilai kewirausahaan yang dominan

No.	Nilai-nilai dominan
1	Berani
2	Kemampuan Manajerial
3	Kreatif dan inovatif
4	Jeli melihat peluang
5	Pekerja keras

**Peranan Nilai-nilai Kewirausahaan
Sebagai Sumberdaya Strategis**

Nilai Keberanian

Berdasarkan analisis data, karakter berani atau keberanian menjadi salah satu nilai yang paling dominan jika dibandingkan dengan nilai-nilai yang lain. Informan merupakan seorang yang memiliki kepercayaan diri yang besar dalam mengambil risiko. Namun bukan membabi buta tanpa perhitungan, sebaliknya adanya kematangan perhitungan dan perkiraan. Karena Ia menyadari bahwa pada akhirnya tanggung jawab akan ditanggungnya, sehingga hal itu menjadi dasar keberaniannya termasuk dalam hal mengambil keputusan dan segala resiko bisnis yang akan timbul. Sepertinya kesadaran tanggung jawab yang kuat inilah yang menjadi landasan keberaniannya. Sebagaimana diutarakan Nuh pentingnya karakter dalam proses membentuk daya saing dalam menciptakan wirausahawan yang handal (Hakim, 2012)

Keberanian mengambil keputusan untuk memulai wirausaha dimulai jauh setelah Ia lulus dari SMK, namun kesadaran tanggungjawab sudah terpatri oleh bentukan lingkungan informalnya. Latar belakangnya yang dibesarkan oleh *single parent* memiliki pengaruh yang cukup besar untuk membangun karakternya yang berani.

Kesulitan hidup yang harus dialami karena ibunya yang *single parent* ikut membentuk kepribadiannya menjadi pribadi yang tangguh dan penuh tanggungjawab. Bahkan diakui sendiri oleh informan bahwa kegiatan Pramuka sangat dominan dalam pembentukan karakternya. Pengakuan ini semakin memperkuat signifikansi pengaruh informal dibandingkan pendidikan formalnya.

Informan memilih untuk berwirausaha dan merelakan karirnya sebagai staf tata usaha, dan keberanian menganalisis resiko tidak sekedar berani mengambil resiko dan menempatkan resiko sebagai bagian alami dalam pencapaian tujuan. Dengan kata lain wirausaha adalah analisis resiko, bukan sekedar pengambil resiko. Scarborough & Cornwall, 2016 mengatakan bahwa spirit wirausaha menjadi faktor yang paling signifikan dalam pembangunan ekonomi dewasa ini. Hasil riset dari Kauffman Foundation menunjukkan bahwa di Amerika Serikat saja ada 476.000 bisnis baru dalam setiap bulan.

Nilai pekerja keras

Untuk mencapai kesuksesan diperlukan kerja keras, tanpa adanya kerja keras mungkin kesuksesan akan lama diraih. Bahkan bukan kesuksesan yang didapat melainkan kegagalan. Dalam berwirausaha sangat perlu adanya kerja keras, dengan kerja keras

maka hasil dari berwirausaha akan maksimal. Kerja keras ditunjukkan oleh sikap informan yang bersungguh-sungguh, semangat, pantang menyerah, dan tidak mudah putus asa. Kerja Keras dalam berwirausaha juga terlihat dalam kegiatan usaha yang dilakukan secara sungguh-sungguh untuk mencapai suatu target dan kepuasan serta untuk mencapai sebuah kesuksesan.

Kerja keras ditunjukkan melalui kemauan bekerja secara teliti, tekun dan produktif. Disamping itu, dengan sentuhan riset, trial and error akhirnya informan kunci berhasil meracik segelas minuman segar pelepas dahaga, bernama Roobeans Float Shake. Tahun 2010, olahan milkshake yang dipelajarinya secara otodidak itu diluncurkan ke pasar.

Selain itu sikap tidak pernah takut dalam mengambil suatu peluang dan tidak pernah takut untuk gagal serta menjadikan kegagalan tersebut sebagai vitamin untuk bisa lebih baik lagi kedepannya. Beliau beranggapan bahwa kegagalan akan menuntun seseorang menuju jalan kesuksesan.

Nilai Kemampuan Manajerial

Kemampuan manajemen dan mengorganisasikan atau mengelola suatu bisnis sangat diperlukan. Sependapat dengan hasil penelitian Wartika et al (2015) menunjukkan bahwa terdapat delapan faktor yang mempengaruhi kegagalan usaha wirausaha salah

satunya adalah kurangnya kompetensi dalam hal manajerial.

Dengan kepercayaan dirinya, beliau yang sebetulnya mendorong perubahan, karena mampu mengkombinasikan berbagai sumber daya untuk mendapatkan suatu yang baru.

Kreatif dan Inovatif

Kreativitas dan inovasi adalah kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru. Sependapat dengan Hadiyati (2011) berdasarkan analisis yang dilakukannya, kreatifitas dan inovasi berpengaruh secara simultan terhadap kewirausahaan dengan variabel inovasi memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap kewirausahaan. Dengan kata lain, entrepreneur lebih sebagai pendobrak dan pembuka jalan baru yang memiliki daya kreativitas yang tinggi.

Meski saat itu muncul beragam produk pesaingnya, namun informan tak patah arang. Inovasi varian produk pun ia lakukan untuk menggaet pasar waralaba. Dalam hal ini wirausaha dibantu oleh orang lain yang “all round” bertindak sebagai inovator, perencanaan perusahaan.

Nilai Jeli Melihat Peluang

Esensi kewirausahaan yaitu tanggapan yang positif terhadap peluang untuk memperoleh keuntungan untuk

diri sendiri dan atau pelayanan yang lebih baik pada pelanggan dan masyarakat, cara yang etis dan produktif untuk mencapai tujuan.

Dari segi kemampuannya, seringkali dikatakan bahwa seorang wirausaha mampu dan peka melihat peluang bisnis. Pencarian peluang pasar yang terus menerus dan bereksperimen untuk merubah trend lingkungannya. Hal itu terlihat pada usaha trial dan error yang telah dilakukannya untuk menemukan racikan float shake yang enak. Kejelian melihat peluang itu diperkuat oleh pendapat Mukti dan Charina (2014) bahwa Sifat dan watak seorang agripreneurship adalah memiliki kemauan keras, berani mengambil risiko, jeli dalam melihat peluang usaha

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan ada 5 nilai individual wirausaha yang penting berdasarkan intensitasnya dalam aktifitas wirausahawan. Kelima nilai individual wirausaha tersebut adalah; berani, menguasai manajerial, kreatif dan inovatif, jeli melihat peluang dan pekerja keras. Nilai-nilai individual tersebut terintegrasi sedemikian rupa dalam strategi perusahaan sehingga terbukti mampu menjadi modal penting yang berperan strategis bagi proses pencapaian keunggulan kompetitif dan daya saing organisasi bisnis.

Kematangan nilai-nilai tersebut lebih banyak diperoleh dari lingkungan non formal sehingga dalam hal ini peran lembaga formal kurang dominan.

Jumlah wirausahawan yang relatif masih kecil dibandingkan negara-negara lain memerlukan fasilitasi pemerintah. Kebijakan berupa bantuan modal dengan biaya yang ringan serta kemudahan untuk mengurus legalitas dan ijin-ijin berkaitan dengan usahanya masih sangat dibutuhkan oleh pelaku usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Zaenal Prof. DR., 1994, Dasar Dasar Penulisan Karya Ilmiah, Penerbit: PT Grasindo, Jakarta
- Dewi, R.S., 2013. Pengaruh Faktor Modal Psikologis, Karakteristik Entrepreneur, Inovasi, Manajemen Sumber Daya Manusia, dan Karakteristik UKM terhadap Perkembangan Usaha Pedagang di Pasar Tradisional (Studi Kasus pada Pedagang Sembako dan Snack di Pasar Peterongan). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1).
- Hadiyati, E., 2011. Kreativitas dan inovasi berpengaruh terhadap kewirausahaan usaha kecil. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 13(1), pp.8-16.
- Hakim, D., 2012. Pengembangan Pendidikan Kewirausahaan Berdasarkan Nilai-Nilai Budaya untuk Membentuk Daya Saing dan Karakter Bangsa. *Prosiding Seminas*, 1(2).

- Lincoln dan Guba, 1985, YS dan Egon GB, 1985, *Naturalistic Inquiry*, London : Sage Publication
- Lindolf, T., 1995, *Qualitative communication research methods*, Thousand Oaks, CA, Sage Publishing.
- Miles, Mathew B, dan A. Michael Huberman, 1992, *Analisa Data Kualitatif*, Penerjemah, Tjejep Rohendi, UI-Press, Jakarta
- Moleong, Lexy, 2000, “Metode Penelitian Kualitatif”, Edisi Revisi , PT. Remaja Rosda Karya Bandung
- Mukti, G.W. and Charina, A., 2014. PENERAPAN KEWIRAUSAHAAN DALAM PENGELOLAAN KOPERASIAGRIBISNIS BERORIENTASI BISNIS. *Agriekonomika*, 3(2), pp.192-202.
- Rahardjo, P., 2010. Hubungan Karakteristik Individu dengan Keputusan Menjadi Wirausaha Baru di Purwokerto (Studi Tentang Alternatif Karir Lulusan PT). *PSYCHOIDEA*, 8(1).
- Salirawati, D., 2012. Percaya Diri, Keingintahuan, dan Berjiwa Wirausaha: Tiga Karakter Penting Bagi Peserta Didik. *Jurnal Pendidikan Karakter*, (2).
- Scarborough, N. M., & Cornwall, J. R. 2016. *Essentials of entrepreneurship and small business management*. Pearson.
- Wartika, I.W., Tripalupi, L.E. and Suwena, K.R., 2015. Analisis Faktor Penyebab Kegagalan Usaha Penerima Program Mahasiswa Wirausaha (Pmw) Di Universitas Pendidikan Ganesha (Undiksha) Tahun 2013. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi*, 5(1).