

BAB II

LANDASAN TEORI

II. Kewirausahaan

11.1.1 Esensi Kewirausahaan

Istilah kewirausahaan berasal dari terjemahan *entrepreneurship*, yang dapat diartikan sebagai "*the backbone of economy*", yaitu syaraf pusat perekonomian atau sebagai "*tailbone of economy*", yaitu pengendali perekonomian suatu bangsa (Soeharto Wirakusumo, 1997:1). Secara epistemologi, kewirausahaan merupakan nilai yang diperlukan untuk memulai suatu usaha (*start-up phase*) atau suatu proses dalam mengerjakan suatu yang baru (*creative*) dan sesuatu yang berbeda (*innovative*). Menurut Thomas W Zimmerer (1996:51), kewirausahaan adalah "*applying creativity and innovation to solve the problems and to exploit opportunities that people face everyday*". Kewirausahaan adalah penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan upaya untuk memanfaatkan peluang yang dihadapi setiap hari. Kewirausahaan merupakan gabungan dari kreativitas, inovasi, dan keberanian menghadapi resiko yang dilakukan dengan cara kerja keras untuk membentuk dan memelihara usaha baru. Kreativitas, oleh Zimmerer (1996:51) diartikan sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dan menghadapi peluang. Sedangkan, inovasi diartikan sebagai kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan-persoalan dan peluang

untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan. Menurut Harvard's Theodore Levitt yang dikutip Zimmerer(1996:51), kreativitas adalah *thinking new things* (berpikir sesuatu yang baru), sedangkan inovasi adalah *doing new things* (melakukan sesuatu yang baru). Keberhasilan wirausaha akan tercapai apabila berpikir dan melakukan sesuatu yang baru atau sesuatu yang lama yang dilakukan dengan cara yang baru (*thinking and doing new things or old thing in new ways*). Dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan (*entrepreneurship*), adalah suatu kemampuan dalam berpikir kreatif dan berperilaku inovatif yang dijadikan dasar, sumber daya, tenaga penggerak, siasat, kiat dan proses dalam menghadapi tantangan hidup.

Istilah *entrepreneurship*, sebenarnya berasal dari kata *entrepreneur*. Menurut Soeparman Soemahamidjaja (1997:2), istilah ini pertama kali digunakan oleh Cantilon dalam *Essai sur la nature du commerce* (1755), yaitu sebutan bagi para pedagang yang membeli barang di daerah-daerah dan kemudian menjualnya dengan harga yang tidak pasti.

Dalam konteks manajemen, pengertian *entrepreneur* adalah seseorang yang memiliki kemampuan dalam menggunakan sumber daya seperti finansial (*money*), bahan mentah (*materials*), dan tenaga kerja (*labor*), untuk menghasilkan suatu produk baru, bisnis baru, proses produksi, atau pengembangan organisasi usaha (Marzuki Usman,1997:3). *Entrepreneur* adalah seseorang yang memiliki kombinasi motivasi, visi, komunikasi, optimisme, dorongan semangat, dan kemampuan untuk memanfaatkan peluang usaha.. Menurut Sri Edi Swasono(1978:38), dalam konteks

bisnis, wirausaha adalah pengusaha, tetapi tidak semua pengusaha adalah wirausaha. Wirausaha adalah pelopor dalam bisnis, inovator, penanggung resiko, yang mempunyai visi ke depan, dan memiliki keunggulan dalam berprestasi di bidang usaha. Wirausaha mencakup semua aspek pekerjaan baik sebagai karyawan swasta maupun pemerintah (Soeparman Soemahamidjaja, 1980). Wirausaha adalah mereka yang melakukan upaya-upaya kreatif dan inovatif dengan jalan mengembangkan ide, dan meramu sumber daya untuk menemukan peluang (*opportunity*) dan perbaikan (*preparation*) hidup (Prawirokusumo, 1997:5).

Rumusan *entrepreneur* yang berkembang sekarang ini sebenarnya banyak berasal dari konsep Schumpeter (1934). Menurut Schumpeter, fungsi pengusaha bukan pencipta atau penemu kombinasi-kombinasi baru (kecuali kalau kebetulan), tetapi lebih merupakan pelaksana dari kombinasi-kombinasi yang kreatif. Pengusaha tersebut biasanya memiliki sikap yang khusus seperti sikap pedagang, pemilik industri, dan bentuk-bentuk usaha lainnya yang sejenis. Schumpeter mengemukakan dua tipe sikap dari dua subjek ekonomi, yaitu sikap pengusaha kecil biasa dan sikap pengusaha benar-benar. Sikap pengusaha yang benar-benar yang kemudian berkembang lebih cepat.

Kewirausahaan muncul apabila seseorang berani mengembangkan usaha-usaha dan ide-ide barunya. Proses kewirausahaan meliputi semua fungsi, aktivitas, dan tindakan yang berhubungan dengan perolehan peluang dan penciptaan organisasi usaha. Oleh sebab itu, wirausaha adalah orang yang memperoleh peluang dan menciptakan organisasi usaha. Oleh sebab itu, wirausaha adalah orang yang

memperoleh peluang dan menciptakan suatu organisasi untuk mengejar peluang itu (Bygrave,1995). Menurut Meredith (1996:9), berwirausaha berarti memadukan watak pribadi, keuangan dan ide-ide barunya. Oleh karena itu, berwirausaha merupakan suatu pekerjaan atau karier yang harus bersifat fleksibel dan imajinatif, mampu merencanakan, mengambil risiko, mengambil keputusan-keputusan dan tindakan-tindakan untuk mencapai tujuan. Syarat berwirausaha harus memiliki kemampuan untuk menemukan dan mengevaluasi peluang, mengumpulkan sumber-sumber daya yang diperlukan dan bertindak untuk memperoleh keuntungan dari peluang-peluang itu. Esensi dari kewirausahaan adalah menciptakan nilai tambah di pasar melalui proses kombinasi antara sumber daya dengan cara-cara baru dan berbeda agar dapat bersaing. Menurut Zimmerer(1996:51), nilai tambah tersebut diciptakan melalui cara-cara sebagai berikut:

- (1). Pengembangan teknologi baru (*developing new technology*)
- (2). Penemuan pengetahuan baru (*discovering new knowledge*)
- (3). Perbaikan produk dan jasa yang sudah ada (*improving existing product or services*)
- (4). Penemuan cara-cara yang berbeda untuk menghasilkan barang dan jasa yang lebih banyak dengan sumber daya yang lebih sedikit (*finding different ways of providing more goods and services with fewer resources*).

11.1.2 Karakteristik Kewirausahaan

M. Scarborough dan Thomas W. Zimmerer (1993:6-7) mengemukakan delapan karakteristik, yang meliputi :

- (1). *Desire for responsibility*, yaitu memiliki rasa tanggung jawab atas usaha-usaha yang dilakukannya. Seseorang yang memiliki rasa tanggung jawab akan selalu mawas diri.
- (2). *Preference for moderate risk*, yaitu lebih memilih risiko yang moderat, artinya ia selalu menghindari risiko, baik yang terlalu rendah maupun risiko yang terlalu tinggi.
- (3). *Confidence in their ability to success*, yaitu percaya akan kemampuan dirinya untuk berhasil.
- (4). *Desire for immediate feedback*, yaitu selalu menghendaki umpan balik yang segera.
- (5). *High level of energy*, yaitu memiliki semangat dan kerja keras untuk mewujudkan keinginannya demi masa depan yang lebih baik.
- (6). *Future orientation*, yaitu berorientasi ke masa depan, perspektif, dan berwawasan jauh ke depan.
- (7). *Skill at organizing*, yaitu memiliki keterampilan dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah.
- (8). *Value of achievement over money*, yaitu lebih menghargai prestasi daripada uang.

Dalam mencapai keberhasilannya, seorang wirausaha memiliki ciri-ciri tertentu pula. M.Scarborough dan Thomas W. Zimmerer(1993:5) mengemukakan ciri-ciri tersebut, diantaranya :

- (1). Proaktif, yaitu berinisiatif dan tegas (*assertive*).
- (2). Berorientasi pada prestasi, yang tercermin dalam pandangan dan bertindak (*sees and act*) terhadap peluang, orientasi efisiensi, mengutamakan kualitas pekerjaan, berencana, dan mengutamakan *monitoring*.
- (3). Komitmen kepada orang lain, misalnya dalam mengadakan kontrak dan hubungan bisnis.

Dari beberapa ciri kewirausahaan di atas, ada beberapa nilai hakiki penting dari kewirausahaan,yaitu :

a. Percaya Diri (*Self-confidence*)

Kepercayaan diri merupakan suatu paduan sikap dan keyakinan seseorang dalam menghadapi tugas atau pekerjaan. Orang yang percaya diri memiliki kemampuan untuk menyelesaikan pekerjaan dengan sistematis, berencana, efektif, dan efisien. Gagasan, karsa, inisiatif, kreativitas, keberanian, ketekunan, semangat kerja keras, kegairahan berkarya, dan sebagainya dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan diri seseorang yang berbaur dengan pengetahuan ketrampilan dan kewaspadaannya.(Soesarsono Wijandi,1988:33-37).

b. Berorientasi Tugas dan Hasil

Seseorang yang selalu mengutamakan tugas dan hasil, adalah orang yang selalu mengutamakan nilai-nilai motif berprestasi, berorientasi pada laba, ketekunan dan ketabahan, tekad kerja keras, mempunyai dorongan kuat, energik, dan berinisiatif.

c. Keberanian Mengambil Resiko

Menurut Yuyun Wirasasmita(1994:2), wirausaha adalah orang yang lebih menyukai usaha-usaha yang lebih menantang untuk mencapai kesuksesan atau kegagalan daripada usaha yang kurang menantang. Oleh karena itu, wirausaha kurang menyukai resiko yang terlalu rendah atau yang terlalu tinggi. Risiko yang terlalu rendah akan memperoleh sukses yang relatif rendah. Sebaliknya, risiko yang tinggi kemungkinan memperoleh sukses yang tinggi, tetapi dengan kegagalan yang sangat tinggi. Karena inilah ia akan menyukai risiko yang seimbang(moderat).

d. Kepemimpinan

Wirausaha yang berhasil selalu memiliki sifat kepemimpinan, kepeloporan, keteladanan. Selalu ingin tampil berbeda, lebih dulu, lebih menonjol. Ia memanfaatkan perbedaan sebagai suatu yang menambah nilai. Dan ia selalu ingin bergaul untuk mencari peluang, terbuka untuk menerima kritik dan saran yang kemudian dijadikan peluang.

e. Berorientasi ke Masa Depan

Orang yang berorientasi ke masa depan adalah orang yang memiliki perspektif dan pandangan ke masa depan. Karena memiliki pandangan yang

jauh ke masa depan, maka ia selalu berusaha untuk berkarsa dan berkarya. Kuncinya pada kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda dengan yang sudah ada sekarang.

f. Keorisinilan

Nilai inovatif, kreatif, dan fleksibel merupakan unsur-unsur keorisinilan seseorang. Ciri dari inovatif adalah : tidak pernah puas dengan cara-cara yang dilakukan saat ini, selalu menuangkan imajinasi dalam pekerjaannya, selalu memanfaatkan perbedaan. Sedangkan pengertian kreativitas adalah menciptakan sesuatu yang asalnya tidak ada atau menggantikan sesuatu dengan sesuatu yang lebih sederhana dan lebih baik.

II.1.3 Perilaku Kewirausahaan

Dalam perusahaan, wirausaha adalah seorang inisiator atau organisator penting suatu perusahaan. Menurut Dusselman(1989:16), seseorang yang memiliki jiwa kewirausahaan ditandai oleh pola-pola sebagai berikut :

- (1) Inovasi, yaitu usaha untuk menciptakan, menemukan dan menerima ide-ide baru.
- (2) Keberanian untuk menghadapi resiko, yaitu usaha untuk menimbang dan menerima risiko dalam pengambilan keputusan dan dalam menghadapi ketidakpastian.
- (3) Kemampuan manajerial, yaitu usaha-usaha yang dilakukan untuk melaksanakan fungsi-fungsi manajemen, meliputi :
 - a. Usaha perencanaan.

- b. Usaha untuk mengkoordinir.
 - c. Usaha untuk menjaga kelancaran usaha.
 - d. Usaha untuk mengawasi dan mengevaluasi usaha.
- (4) Kepemimpinan, yaitu usaha memotivasi, melaksanakan, dan mengarahkan tujuan usaha.

David McClelland(1961:205) mengemukakan enam ciri perilaku kewirausahaan,yaitu :

- (1) Keterampilan mengambil keputusan dan mengambil resiko yang moderat dan bukan atas dasar kebetulan belaka.
- (2) Energik, khususnya dalam bentuk berbagai kegiatan inovatif.
- (3) Tanggung jawab individual.
- (4) Mengetahui hasil-hasil dari berbagai keputusan yang diambilnya, dengan tolok ukur satuan uang sebagi indikator keberhasilan.
- (5) Mampu mengantisipasi berbagai kemungkinan di masa datang.
- (6) Memiliki kemampuan berorganisasi maupun manajerial.

II.1.4 Faktor Pemicu Kewirausahaan

Kewirausahaan berkembang dan diawali dengan adanya inovasi. Inovasi ini dipicu oleh faktor pribadi, lingkungan, dan sosiologi. Faktor individu yang memicu adalah pencapaian *locus of control*, toleransi, pengambilan risiko, nilai-nilai pribadi, pendidikan, pengalaman, usia, komitmen, dan ketidakpuasan. Sedangkan faktor pemicu yang berasal dari lingkungan ialah peluang, model peran, aktivitas, pesaing, inkubator, sumber daya, dan kebijakan pemerintah. Sedangkan, faktor pemicu yang

berasal dari lingkungan sosial meliputi keluarga, orang tua dan jaringan kelompok. Seperti halnya pada tahap perintisan kewirausahaan, maka pertumbuhan kewirausahaan sangat tergantung pada kemampuan pribadi, organisasi, dan lingkungan. Faktor lingkungan yang mempengaruhi pertumbuhan kewirausahaan adalah pesaing, pelanggan, pemasok, dan lembaga-lembaga keuangan yang akan membantu pendanaan. Sedangkan faktor yang berasal dari pribadi adalah komitmen, visi, kepemimpinan, dan kemampuan manajerial. Selanjutnya faktor yang berasal dari organisasi adalah kelompok, struktur, budaya, dan strategi. Jadi kewirausahaan diawali dengan inovasi. Inovasi tersebut dipengaruhi oleh nilai-nilai pribadi, sosiologi, organisasi, dan lingkungan.

II.1.5 Profil Wirausaha

Roopke (1995, 5) mengelompokkan kewirausahaan berdasarkan perannya, sebagai berikut :

- (1). Kewirausahaan rutin (*wirt*), yaitu wirausaha yang dalam melakukan kegiatan sehari-harinya cenderung menekankan pada pemecahan masalah dan perbaikan standar prestasi tradisional. Fungsi wirausaha rutin adalah mengadakan perbaikan-perbaikan terhadap standar tradisional, bukan penyusunan dan pengalokasian sumber-sumber. Wirausaha ini berusaha untuk menghasilkan barang, pasar, dan teknologi, misalnya seorang pegawai atau manajer dan rutin dibayar dalam bentuk gaji.



- (2). Kewirausahaan arbitrase, yaitu wirausaha yang selalu mencari peluang melalui kegiatan penemuan (pengetahuan) dan pemanfaatan (pembukaan). Misalnya, bila tidak terjadi ekuilibrium dalam penawaran dan permintaan pasar, maka ia akan membeli dengan murah dan menjualnya dengan mahal. Kegiatan kewirausahaan arbitrase tidak perlu melibatkan pembuatan barang dan tidak perlu menyerap dana pribadi wirausaha. Kegiatanannya melibatkan spekulasi dalam memanfaatkan perbedaan harga jual dan harga beli.
- (3). Wirausaha inovatif, yaitu wirausaha dinamis yang menghasilkan ide-ide dan kreasi-kreasi baru yang berbeda. Ia merupakan promotor, tidak saja dalam memperkenalkan teknik dan produk baru, tetapi juga dalam pasar dan sumber pengadaan, peningkatan teknik manajemen, dan metode distribusi baru. Ia mengadakan proses dinamis pada produk, proses, hasil, sumber pengadaan, dan organisasi yang baru.

Sedangkan Zimmerer (2005) mengelompokkan profil kewirausahaan sebagai berikut :

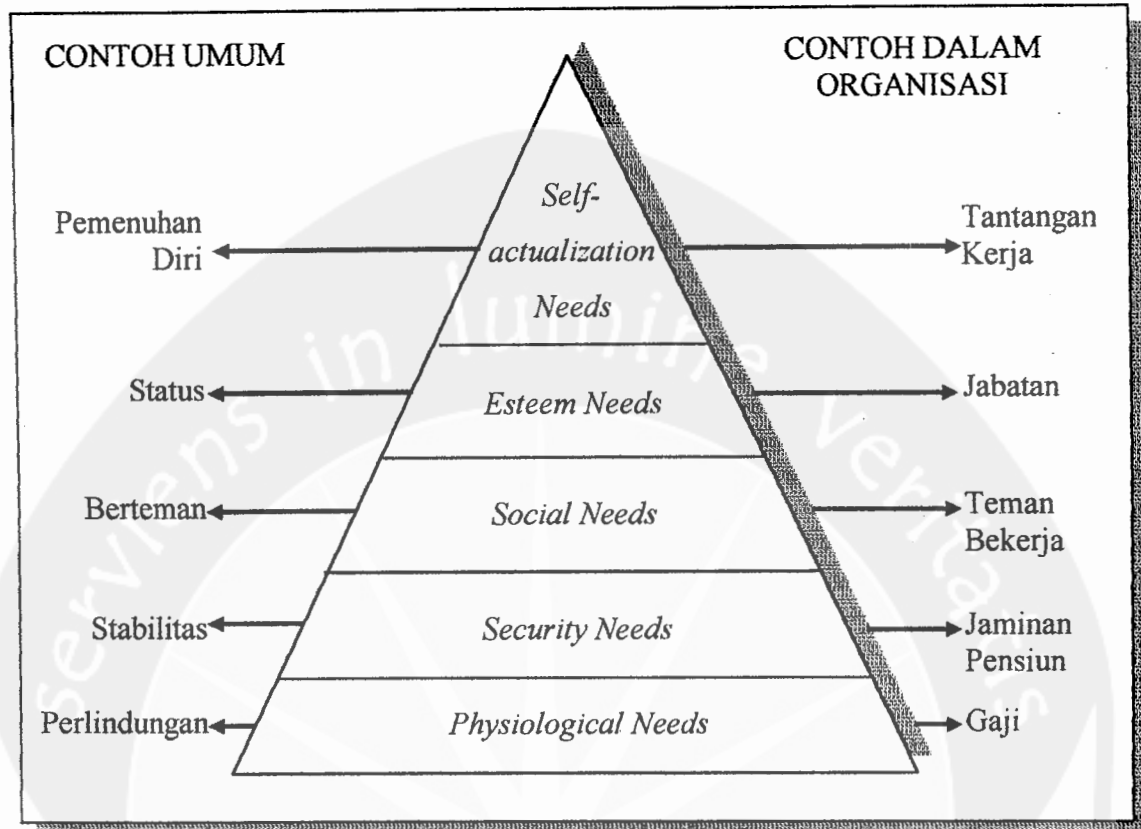
- (1). *Part-time Entrepreneur*, yaitu wirausaha yang melakukan usahanya hanya sebagian waktu saja sebagai hobi. Kegiatan bisnis biasanya hanya bersifat sampingan.
- (2). *Home-Based New Ventures*, yaitu usaha yang dirintis dari rumah / tempat tinggalnya.

- (3). *Family-Owned Business*, yaitu usaha yang dilakukan / dimiliki oleh beberapa anggota keluarga secara turun-temurun.
- (4). *Copreneurs*, yaitu usaha yang dilakukan oleh dua orang wirausaha yang bekerja sama sebagai pemilik dan menjalankan usaha bersama-sama

II.2 Motivasi

Para ahli mengemukakan bahwa seseorang memiliki minat berwirausaha karena adanya suatu motif tertentu, yaitu motif berprestasi (*achievement motive*). Motif berprestasi ialah suatu nilai sosial yang menekankan pada hasrat untuk mencapai yang terbaik guna mencapai kepuasan secara pribadi (Gede Anggan Suhandana, 1980:55). Faktor dasarnya adalah adanya kebutuhan yang harus dipenuhi.

Teori motivasi pertama kali dikemukakan oleh Maslow (1934). Ia mengemukakan hierarki kebutuhan yang mendasari motivasi. Menurutnya, kebutuhan itu bertingkat sesuai dengan tingkatan pemuasannya, yaitu kebutuhan fisik (*physiological needs*), kebutuhan akan keamanan (*security needs*), kebutuhan sosial (*social needs*), kebutuhan harga diri (*esteem needs*), dan kebutuhan akan aktualisasi diri (*self-actualization needs*).



Sumber : Dr. Suryana M.Si, Kewirausahaan, Edisi Revisi, 2003, hal.33

Gambar 2.1. Hierarki Kebutuhan Maslow

Teori Maslow, kemudian oleh Clayton Alderfer dikelompokkan menjadi tiga kelompok, yang dikenal dengan teori *existence, relatedness, and growth* (ERG). Pertama, kebutuhan akan akan eksistensi (*existence*) yaitu menyangkut keperluan material yang harus ada (termasuk *physiological need and security need* dari Maslow). Kedua, ketergantungan (*relatedness*), yaitu kebutuhan untuk mempertahankan hubungan interpersonal (termasuk *social and esteem need* dari Maslow). Ketiga, kebutuhan perkembangan (*growth*), yaitu kebutuhan intrinsik untuk perkembangan personal (termasuk *self-actualization and esteem need* dari

Maslow). David McClelland (1971) mengelompokkan kebutuhan (*needs*) menjadi tiga, dan disebut teori motivasi prestasi, yakni :

- (1) *Need for achievement (n'Ach) : The drive to excel, to achieve in relation to a set of standard, to strive to succeed.*
- (2) *Need for power (n'Pow) : The need to make other behave in a way that they would not have behaved otherwise.*
- (3) *Need for affiliation (n'Aff) : The desire for friendly and close interpersonal relationship.*

Kebutuhan berprestasi wirausaha (*n'Ach*) terlihat dalam bentuk tindakan untuk melakukan sesuatu yang lebih baik dan lebih efisien dibanding sebelumnya. Wirausaha yang memiliki motif berprestasi pada umumnya memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

- (1) Ingin mengatasi sendiri kesulitan dan persoalan-persoalan yang timbul pada dirinya.
- (2) Selalu memerlukan umpan balik yang segera untuk melihat keberhasilan dan kegagalan.
- (3) Memiliki tanggung jawab personal yang tinggi.
- (4) Berani menghadapi risiko dengan penuh perhitungan.
- (5) Menyukai tantangan dan melihat tantangan secara seimbang.

Kebutuhan akan kekuasaan (*n'Pow*), yaitu hasrat untuk mempengaruhi, mengendalikan, dan menguasai orang lain. Ciri umumnya adalah senang bersaing ,

berorientasi pada status, dan cenderung lebih berorientasi pada status dan ingin mempengaruhi orang lain.

Kebutuhan untuk beraffiliasi(n'Aff), yaitu hasrat untuk diterima dan disukai oleh orang lain. Wirausaha yang memiliki motivasi beraffiliasi tinggi lebih menyukai persahabatan, bekerja sama daripada persaingan, dan saling pengertian.

Dalam "*Entrepreneur's Handbook*", yang dikutip oleh Yuyun Wirasmita(1994:8), dikemukakan beberapa alasan mengapa seseorang berwirausaha,yakni:

- (1) Alasan keuangan, yaitu untuk mencari nafkah, untuk menjadi kaya, untuk mencari pendapatan tambahan, sebagai jaminan stabilitas keuangan.
- (2) Alasan sosial, yaitu untuk memperoleh gengsi / status, untuk dapat dikenal dan dihormati, untuk bertemu dengan orang banyak.
- (3) Alasan pelayanan, yaitu untuk memberi pekerjaan pada masyarakat, untuk membantu ekonomi masyarakat, demi masa depan anak-anak dan keluarga, untuk mendapatkan kesetiaan suami / istri, untuk membahagiakan ayah dan ibu.
- (4) Alasan pemenuhan diri, yaitu untuk menjadi atasan / mandiri, untuk mencapai sesuatu yang diinginkan, untuk menghindari ketergantungan pada orang lain, untuk menjadi lebih produktif, dan untuk menggunakan kemampuan pribadi.

II.3 Usaha Kecil

Sampai saat ini batasan usaha kecil masih berbeda-beda tergantung pada fokus permasalahannya masing-masing. Seperti dikemukakan oleh Dan Steinhoff dan John F. Burgess (1993: 14) bahwa *"Small business has been defined in different ways by different organization and agencies"*. Usaha kecil telah didefinisikan dengan cara yang berbeda tergantung pada kepentingan organisasi.

Menurut *"Small Business Development Centre" University of Wisconsin-Madison*, perusahaan kecil memiliki ciri-ciri sebagai berikut: *"Greater potential, greater risk, limited access to capital, one or few managers, and less able to survive major mistakes"*. Dilihat dari perangkat manajemennya, Lambing (2000: 43) mengemukakan bahwa kontrol atau pengawasan pada usaha kecil biasanya informal. Apabila hanya ada beberapa karyawan, maka deskripsi pekerjaan dan segala aturan secara tidak tertulis sebab wirausaha mudah menguasai segala aspek usahanya. Banyak wirausaha yang cenderung untuk menggunakan manajemen mikro (*micromanage*) dalam usahanya.

Di Indonesia sendiri belum ada batasan dan kriteria yang baku mengenai usaha kecil. Berbagai instansi menggunakan batasan dan kriteria menurut fokus permasalahan yang dituju. Dalam Undang-undang No.9/1995 Pasal 5 tentang usaha kecil disebutkan beberapa kriteria usaha kecil sebagai berikut :

- (1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000 (dua ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau

- (2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000 (satu miliar rupiah).

Biro Pusat Statistik Indonesia (BPS) (1988) mendefinisikan usaha kecil dengan ukuran tenaga kerja, yaitu 5 sampai 19 orang yang terdiri (termasuk) pekerja kasar yang dibayar, pekerja pemilik, dan pekerja keluarga. Perusahaan industri yang memiliki tenaga kerja kurang dari 5 orang diklasifikasikan sebagai industri rumah tangga (*home industry*).

Terlepas dari ukuran secara kuantitatif, pada umumnya perusahaan kecil memiliki ciri-ciri khusus, yaitu manajemen, persyaratan modal dan pengoperasian yang bersifat lokal. Pada usaha kecil, manajer yang mengoperasikan perusahaan adalah pemilik, majikan, dan investor yang mengambil berbagai keputusannya secara mandiri. Jumlah modal yang diperlukan juga biasanya relatif kecil dan hanya dari beberapa sumber saja. Karena permodalan relatif kecil dan dikelola secara mandiri, maka daerah operasinya juga adalah lokal, majikan dan karyawan tinggal dalam suatu daerah yang sama, bahan baku lokal dan pemasarannya hanya pada lokasi / daerah tertentu. Beberapa usaha kecil menghasilkan produk untuk keperluan ekspor dengan skala yang relatif kecil, relatif spesifik atau kurang diversifikasi, misalnya barang-barang untuk keperluan rumah tangga dan cinderamata. Usaha kecil pada umumnya memiliki jumlah karyawan yang sedikit, modal terbatas dan volume penjualan yang rendah. Akan tetapi, secara keseluruhan merupakan sektor yang mampu menyerap tenaga kerja lokal yang cukup besar dan tersebar.

Di samping ciri-ciri di atas, usaha kecil memiliki kekuatan dan kelemahan tersendiri. Beberapa kekuatan usaha kecil antara lain :

- (1) **Memiliki kebebasan untuk bertindak** . Bila ada perubahan, misalnya perubahan produk baru, teknologi baru, dan perubahan mesin baru, usaha kecil bisa bertindak dengan cepat untuk menyesuaikan dengan keadaan yang berubah tersebut.
- (2) **Fleksibel**. Perusahaan kecil sangat luwes, ia dapat menyesuaikan dengan kebutuhan setempat. Bahan baku, tenaga kerja dan pemasaran produk usaha kecil pada umumnya menggunakan sumber-sumber setempat yang bersifat lokal.
- (3) **Tidak mudah goncang**. Karena bahan baku dan sumber daya lainnya kebanyakan lokal, maka perusahaan kecil tidak rentan terhadap fluktuasi bahan baku impor. Bahkan bila bahan baku impor sangat mahal sebagai akibat tingginya nilai mata uang asing, maka kenaikan mata uang asing tersebut dapat dijadikan peluang oleh perusahaan kecil yang menggunakan bahan baku lokal dengan memproduksi barang-barang untuk keperluan ekspor.

Sedangkan kelemahan perusahaan kecil dikategorikan dalam dua aspek :

- (1). **Kelemahan Struktural**, yaitu kelemahan dalam struktur perusahaan misalnya kelemahan dalam bidang manajemen dan organisasi, kelemahan dalam pengendalian mutu, kelemahan dalam mengadopsi dan penguasaan teknologi, kesulitan mencari permodalan, tenaga kerja masih lokal, dan

terbatasnya akses pasar. Kelemahan faktor struktural yang satu saling terkait dengan faktor yang lain membentuk lingkaran ketergantungan yang tidak berujung pangkal dan membuat usaha kecil terdominasi dan rentan. Secara struktural, salah satu kelemahan usaha kecil yang paling menonjol adalah kurangnya permodalan. Akibatnya terjadi ketergantungan pada kekuatan pemilik modal yang lebih menguasai sumber-sumber bahan baku dan akses informasi pasar, dan dengan demikian ketergantungan usaha kecil terhadap bahan baku menjadi ketergantungan terhadap pasar. Demikian juga, harga jual bahan baku dan bunga modal yang ditanggung oleh usaha kecil ditentukan oleh penguasa pasar dan modal. Karena harga jual barang-barang yang dihasilkan usaha kecil ditentukan oleh pemilik pasar yang juga sebagai pemilik informasi bahan baku, maka ia akan menentukan harga jual bahan baku (monopoli). Dengan kondisi ini, maka batas keuntungan pengusaha kecil ditentukan oleh batas harga jual produk dan batas harga beli bahan baku. Terjadilah repatriasi keuntungan yang mengakibatkan permodalan usaha kecil jumlahnya tetap kecil.

- (c). Informasi untuk memperoleh fasilitas dan bantuan pengusaha besar dalam menjalin hubungan kemitraan untuk memperoleh bantuan permodalan dan pemasaran.
- (d). Informasi tentang tata cara pengembangan produk, baik desain, kualitas, maupun kemasannya.
- (e). Informasi untuk menambah sumber permodalan dengan persyaratan yang terjangkau.

Melalui survey terhadap para responden dalam penelitian ini, jumlah mahasiswa FE-UAJY yang berwirausaha adalah sebanyak 73 orang, sedangkan alumninya berjumlah sebanyak 27 orang. Jenis usaha kecil yang dilakukan oleh mahasiswa dan alumni FE-UAJY di kota Yogyakarta, baik berupa produk maupun jasa, dikelompokkan dalam bidang-bidang usaha sebagai berikut :

1. Bidang sandang : produksi *design* / sablon kaos, toko pengecer pakaian baik itu berupa butik atau *outlet distro*, cuci dan seterika (*laundry*).
2. Bidang pangan : warung makan tenda, warung makan lesehan, rumah makan, produksi dan penyalur makanan kecil (*pastry*), dan *coffee shop*.
3. Bidang hiburan : studio musik, event organizer, persewaan video cd, persewaan buku / majalah / komik, persewaan *game playstation* / *game center*, jasa *tattoo* dan tindik (*piercing*),
4. Bidang teknologi informasi : warung telekomunikasi, warung internet, rental pengetikan komputer, *outlet* penjualan dan perbaikan *handphone*, *outlet* penjualan pulsa *handphone* dan toko penjualan komputer.

5. Bidang lainnya : produksi dan penyalur kerajinan tradisional, jasa *design* stiker, penjualan lilin dan produk *aromatherapy*, jasa *foto copy*, layanan bimbingan skripsi, rumah produksi dan jasa dokumentasi.

