

## **MEMBANGUN JIWA WIRAUSAHA SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN DAYA SAING**

**Rokh Eddy Prabowo**  
**Kis Indriyaningrum**  
**Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang**  
[eddybowo@g.mail.com](mailto:eddybowo@g.mail.com)  
[kis.indriyaningrum@yahoo.com](mailto:kis.indriyaningrum@yahoo.com)

### **Abstrak**

Tulisan ini membahas urgensi membangun jiwa wirausaha sebagai upaya meningkatkan daya saing. Bahasan ini mengacu pada hasil penelitian Potensi Jiwa Wirausaha Mahasiswa Unisbank Semarang Pengusul Program Kreativitas Mahasiswa Kewirausahaan (PKMK) Tahun 2012. Sebanyak 54 kelompok pengaju proposal sebagai populasi ( $\pm 170$  orang) dan masing-masing kelompok ditentukan satu orang sebagai responden. Data tentang potensi jiwa wirausaha diperoleh dengan menggunakan Tes Pendengar dan *Thematic Apperception Test (TAT)* dari BP2TK Provinsi Jateng. Hasil Tes Pendengar menunjukkan, bahwa secara agregat terdapat 52,5 persen responden berpotensi tidak mampu memperoleh informasi yang utuh dan akurat sekaligus berpotensi tidak mampu bekerjasama dengan berbagai alasan. Adapun hasil *TAT* hanya 39,72 persen responden yang berpotensi mampu berinovasi/berkreasi, 33,7 persen berpotensi menjadi karyawan, dan 26,6 persen tidak terdeteksi sebagai kelompok yang mampu berinovasi/berkreasi maupun sebagai karyawan. Potensi jiwa wirausaha ini perlu dieksplor agar menjadi kemampuan berwirausaha handal sebagai modal bersaing. Oleh karena itu peran psikolog sangat penting dalam membangun jiwa berwirausaha, disamping peran akademisi dalam aspek pengetahuan ekonomi, dan peran masyarakat sekaligus pemerintah dalam membuat kondisi perilaku (budaya) wirausaha.

Kata kunci: potensi, jiwa, wirausaha, daya saing

### **PENDAHULUAN**

Jiwa wirausaha/wiraswasta sangat diperlukan untuk meningkatkan daya saing. Secara teoritis pernyataan ini mengacu pada pengertian jiwa wirausaha dan daya saing yang terdapat di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Menurut KBBI (Depdiknas, 2005: 475) jiwa mempunyai tiga pengertian, yaitu: 1. Roh manusia (yg ada di dalam tubuh dan menyebabkan seseorang hidup), 2. Seluruh kehidupan batin manusia (yg terjadi dari perasaan, angan-angan, dan semangat), dan 3. Sesuatu atau orang yg utama dan menjadi sumber tenaga dan semangat. Wirausaha (ibid, 1273) adalah orang yang pandai atau berbakat mengenali produk-produk baru, menemukan produk baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya. Adapun daya saing adalah kemampuan melakukan sesuatu untuk saling mendahului (ibid, 241 dan 978).

Berdasarkan pada pengertian jiwa dan wirausaha tersebut, maka jiwa wirausaha dalam

tulisan ini didefinisikan sebagai kepandaian maupun bakat untuk mengenal, menemukan, menyusun operasi pengadaan, mengatur permodalan dan memasarkan produk baru sebagai sumber tenaga dan semangat hidupnya. Apabila pengertian tersebut disederhanakan, maka jiwa wirausaha adalah orang yang sumber tenaga dan semangat hidupnya selalu memproduksi dan memasarkan produk baru.

Jiwa wirausaha ini sangat tepat untuk dimasukkan dalam suasana persaingan bisnis, karena dalam persaingan bisnis masing-masing pembisnis beradu untuk saling mengungguli produk-produk yang telah ada. Hadirnya produk-produk baru merupakan alternatif baru bagi para konsumen. Produk baru yang dimaksud dapat berasal dari satu produsen atau dari produsen lain. Walaupun produk baru itu diproduksi oleh satu produsen, namun produk baru yang diproduksi dan dipasarkan harus mempunyai keistimewaan lebih dibandingkan dengan produk lama yang beredar di pasaran.

Membuat keistimewaan lebih yang terdapat di dalam produk baru dibandingkan dengan produk lama membutuhkan personalia yang mempunyai daya saing, yaitu personalia yang mempunyai jiwa dan kemampuan untuk mengungguli para pesaing kapan dan di manapun. Personalia yang demikian merupakan modal yang harus dibangun dan dimiliki oleh perusahaan, bangsa dan negara untuk kepentingan persaingan bisnis.

Setiap bangsa dan negara mempunyai kewajiban untuk membangun jiwa wirausaha bagi warga negaranya. Demikian juga dengan Bangsa dan Negara Republik Indonesia yang harus bersaing dengan bangsa-bangsa lain dalam perdagangan internasional; baik regional ASEAN, ASIA, maupun internasional.

Dalam kaitan dengan kewajiban tersebut, Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang mewajibkan setiap mahasiswa mengikuti perkuliahan Kewirausahaan. Mahasiswa yang diwajibkan ikut kegiatan ini adalah mahasiswa mulai angkatan tahun akademik 2009/2010. Sejak tahun itu pula mahasiswa dilatih dan difasilitasi untuk mengajukan proposal Program Kreativitas Mahasiswa Kewirausahaan (PKMK) yang diselenggarakan oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi (Ditjen Dikti).

Sudah 164 proposal yang diajukan ke Ditjen Dikti dari tahun 2010 sd 2012, namun hanya empat proposal yang lolos seleksi untuk mendapat pembiayaan dari instansi tersebut. Data ini menunjukkan kesenjangan yang sangat lebar antara jumlah proposal yang diusulkan dengan hasil seleksi dari pihak Ditjen Dikti. Kondisi inilah yang menjadi pokok permasalahan dalam kajian ini, terutama mengenai jiwa wirausaha dilihat dari sudut pandang: 1. Potensi mahasiswa untuk mendapatkan informasi yang utuh dan akurat, 2. Potensi untuk bekerja sama dengan berbagai pihak yang terkait, dan 3. Potensi untuk melakukan inovasi dan kreasi. Ketiga hal tersebut merupakan bagian yang dibutuhkan untuk menghasilkan dan memasarkan produk-produk baru.

## KAJIAN PUSTAKA

### 1. Pengertian Jiwa Wirausaha

Sebagaimana sudah dikemukakan dalam bagian Pendahuluan, Jiwa Wirausaha dalam lembar kerja ini adalah kepandaian maupun bakat untuk

mengenal, menemukan, menyusun operasi pengadaan, mengatur permodalan dan memasarkan produk baru sebagai sumber tenaga dan semangat hidupnya. Apabila pengertian tersebut disederhanakan, maka jiwa wirausaha adalah orang yang sumber tenaga dan semangat hidupnya selalu memproduksi dan memasarkan produk baru.

### 2. Informasi bagi Kegiatan Wirausaha

Informasi sangat penting bagi kegiatan wirausaha, karena informasi akan membantu seorang wirausaha membuat keputusan yang tepat. Keputusan yang tepat ini sangat penting, agar produk-produk baru yang dihasilkan mampu mengungguli produk-produk lain yang telah ada di pasaran.

Untuk mendapatkan informasi yang utuh dan akurat dibutuhkan kesediaan untuk mendengar, melihat, melakukan, dan merasakan dari pihak lain. Ini berarti, untuk mendapatkan informasi yang utuh dan akurat dibutuhkan konsentrasi yang maksimal. Dengan demikian, pencari informasi yang utuh dan akurat harus mengorbankan kepentingan lain pada saat mendapatkan informasi.

### 3. Kerjasama bagi Kegiatan Wirausaha

Kerjasama merupakan bagian integral dalam kegiatan berwirausaha. Peran kerjasama dalam berwirausaha sangat strategis dan utama. Dikatakan mempunyai peran strategis, karena kerjasama selalu digunakan dalam setiap aktivitas berwirausaha. Kerjasama dibutuhkan sejak merancang, melaksanakan, hingga mengevaluasi kegiatan. Kerjasama ini dilakukan baik pada saat berkaitan dengan perorangan maupun kelembagaan.

Adapun keutamaan kerjasama dalam wirausaha adalah sebagai katup penentu perkembangan wirausaha. Semakin lebar katup kerjasama dibuka, maka kegiatan wirausaha akan semakin berkembang. Sebaliknya makin tertutup katup kerjasama, maka akan semakin mengkerdalkan aktivitas berwirausaha.

Dalam beberapa penelitian menunjukkan, bahwa kemampuan bekerja sama dengan pihak lain menjadi faktor yang dominan dari kesuksesan seseorang dibandingkan dengan tingkat kecerdasannya. Dalam banyak hal, orang yang cerdas namun sulit untuk menghargai pendapat

orang lain, tidak mau menghargai pekerjaan orang lain, selalu menang sendiri, dan perbuatan lain yang tidak disukai oleh pihak lain akan dikucilkan oleh teman-temannya. Sifat dan perilaku yang demikian, sangat sulit diterapkan pada kegiatan wirausaha.

#### **4. Inovasi dan Kreasi bagi Kegiatan Wirausaha**

Upaya untuk selalu berkembang merupakan syarat mutlak bagi orang yang berwirausaha. Penopang utama untuk berkembang adalah kemauan dan kemampuan berpikir kreatif dan inovatif. Menurut KBBI (Depdiknas, 2005: 599 dan 435) kreatif adalah memiliki daya cipta, memiliki kemampuan untuk menciptakan, sedangkan inovasi mempunyai arti: pengenalan hal-hal baru, penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada/sudah dikenal sebelumnya.

Penemuan baru yang berbeda dengan sesuatu yang sudah ada dapat terjadi, karena menambah atau mengurangi sesuatu yang sudah ada. Selama ini banyak produk-produk baru yang hanya sekedar hasil perubahan dari produk-produk yang sudah ada. Sebagai contoh produk hasil inovasi, adalah: berbagai ragam produk mainan anak, berbagai ragam produk pakaian, berbagai ragam produk sepeda, berbagai ragam produk sepeda motor, berbagai ragam produk mobil, hingga berbagai ragam pesawat luar angkasa.

Kreatif dan inovatif merupakan kunci untuk selalu berkembang. Melalui kedua hal ini seseorang akan selalu memiliki sikap dan perilaku untuk selalu berprestasi. Menurut para ahli (Suryana, 2006: 72) seseorang memiliki minat berwirausaha, karena memiliki motif berprestasi. Motif berprestasi merupakan suatu nilai sosial yang menekankan pada hasrat untuk mencapai hasil terbaik untuk memperoleh kepuasan pribadi.

Hasil penelitian Suryana (2006: 64) terhadap 115 usaha kecil unggulan di Kabupaten Bandung menunjukkan, bahwa kreativitas dan inovasi sangat penting dalam proses pertumbuhan usaha mereka. Perwujudan kemampuan untuk berkreasi maupun berinovasi, nampak pada perkembangan usaha mereka. Pada umumnya para pelaku usaha kecil itu mengalami pertumbuhan melalui tiga tahap yaitu: (1). Tahap imitasi dan duplikasi, (2). Tahap duplikasi dan pengembangan,

dan (3). Tahap menciptakan sendiri baik yang berkaitan dengan barang maupun jasa.

Peran penting kreasi dan inovasi dalam berwirausaha juga diakui oleh Suharyadi dkk (2008: 12). Mereka menyatakan, bahwa semangat kewirausahaan harus dibangun berdasarkan asas pokok kreatif dan inovatif. Pada bagian lain mereka mengemukakan (ibid, 91), bahwa setiap pengusaha dituntut untuk selalu memiliki kreativitas yang tinggi dan inovasi baru.

Beberapa contoh keberhasilan inovasi dan kreativitas dalam bidang minuman adalah Teh Botol Sosro dan dalam bidang obat cair herbal adalah Tolak Angin produksi PT Sido Muncul. Teh Botol Sosro merupakan contoh pelopor dan kesuksesan seorang pengusaha minuman tradisional. Adapun Tolak Angin merupakan contoh pelopor dan kesuksesan pengusaha obat cair herbal.

#### **METODE PENELITIAN**

Populasi dalam penelitian ini adalah semua mahasiswa Unisbank Semarang yang mengajukan proposal PKMK ke Dikti pada tahun 2012. Jumlah mereka sebanyak 54 kelompok mahasiswa dengan jumlah personal, ketua dan anggota, sebanyak 170 orang mahasiswa.

Sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 54 orang mahasiswa sebagai responden dengan menggunakan teknik proporsif sampling. Dengan teknik ini, maka masing-masing kelompok diambil satu orang responden sebagai representatif dari kelompoknya. Dari 54 orang mahasiswa yang diharapkan menjadi responden, hanya 47 orang yang bersedia hadir memenuhi undangan dan mengerjakan kuisisioner.

Variabel jiwa wirausaha yang ingin diteliti ada tiga, yaitu: 1. Potensi untuk mendapatkan informasi yang utuh dan akurat. 2. Potensi untuk bekerjasama dengan pihak lain. 3. Potensi untuk melakukan inovasi dan kreasi.

Data diperoleh langsung dari responden dengan menggunakan kuisisioner. Untuk mendapatkan data tentang potensi responden untuk mendapatkan informasi yang utuh dan akurat maupun potensi untuk bekerja sama dengan pihak lain menggunakan Tes Pendengar. Ada sepuluh pertanyaan yang harus dijawab dengan cara menyilang kata YA atau kata TIDAK untuk

masing-masing pertanyaan. Setiap pertanyaan ditayangkan dengan durasi satu menit untuk kesempatan membaca dan menjawab.

Adapun untuk mendapatkan data tentang potensi responden melakukan inovasi dan kreasi dengan menggunakan *Thematic Apperception Test (TAT)*. Tes ini menyajikan enam gambar yang harus dinarasikan oleh responden. Masing-masing gambar ditayangkan selama lima menit, dengan tujuan responden dapat seksama mengamati sekaligus menuliskan imajinasi mereka berdasarkan gambar yang bersangkutan.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif (persentase) dan deskriptif kualitatif. Adapun untuk menafsirkan hasil masing-masing variabel adalah sbb.

### 1. Potensi untuk Mendapatkan Informasi yang Utuh dan Akurat

Berdasarkan pada hasil Tes Pendengar, maka diperoleh jawaban YA dan TIDAK dari sepuluh pertanyaan. Jawaban tersebut dapat ditafsirkan menjadi dua, yaitu: berpotensi untuk mendapatkan informasi yang utuh dan akurat atau berpotensi untuk mendapatkan informasi yang kurang dan salah.

### 2. Potensi untuk Bekerja sama dengan Pihak Lain

Berdasarkan pada jawaban responden yang terdiri dari YA dan TIDAK, maka dapat ditafsirkan bahwa responden mempunyai potensi bersedia untuk bekerja sama dengan pihak lain dan berpotensi untuk tidak dapat bekerja sama dengan pihak lain.

### 3. Potensi Melakukan Inovasi dan Kreasi

Berdasarkan pada hasil imajinasi melalui *Thematic Apperception Test* ada tiga kategori imajinasi. *Pertama*: imajinasi untuk selalu berprestasi (*Achievement Imaginary*). *Kedua*, imajinasi menjadi petugas/pekerja (*Task Imaginary*). *Tiga*, Imajinasi yang tidak termasuk dalam kedua kategori tersebut (*Undertermined Imaginary*).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Gambaran Umum Responden

Jumlah responden yang memberikan data sebanyak 47 orang mahasiswa dari rencana yang telah ditetapkan sebanyak 54 orang mahasiswa. Dilihat dari sisi gender, 22 (46,8 persen) responden berjenis kelamin perempuan dan 25 (53,2 persen) responden berjenis kelamin laki-laki.

### 2. Potensi untuk Mendapatkan Informasi yang Utuh dan Akurat

2.1. Menurut pendapat para ahli, anda berpikir empat kali lebih cepat dari orang yang bercakap-cakap dengan anda. Apakah anda menggunakan sisa waktu ini untuk berpikir ke hal-hal lain pada waktu bercakap-cakap dengan orang lain tersebut? Jawaban YA= 34 (72,5 persen) dan TIDAK=13 (27,7 persen).

Ini berarti sebanyak 72,3 % berpotensi mendapat informasi yang kurang dan salah, karena pada saat bercakap-cakap dengan orang yang diajak bicara justru menggunakan waktunya untuk berpikir ke hal-hal lain. Adapun kelompok yang berpotensi mendapatkan informasi yang utuh dan akurat hanya ada 27,7 persen. Apabila dikaitkan dengan upaya membuat kebijakan, maka kebijakan yang diputuskan oleh kelompok pertama cenderung salah, karena informasi yang dijadikan landasan untuk membuat kebijakan kurang dan salah. Kelompok kedua cenderung dapat membuat kebijakan yang benar, karena didukung oleh informasi yang utuh dan akurat.

2.2. Apakah anda lebih memperhatikan fakta-fakta dari pada ide-ide pada saat anda mendengarkan percakapan teman anda? Jawaban YA= 32 (68,1 persen) dan Jawaban TIDAK= 15 (31,9 persen).

Ini berarti sebanyak 68,1 persen cenderung tidak mendapatkan informasi yang utuh dan akurat, karena lebih memperhatikan pada fakta-fakta dari pada ide-ide pada saat anda mendengarkan percakapan teman. Pada umumnya, dalam suatu percakapan cenderung membahas daripada hanya sekedar menyampaikan fakta. Membahas berarti

menjelaskan suatu fakta, agar dapat dipahami oleh pihak-pihak yang membutuhkan. Dalam pembahasan ide-ide dikemas kedalam pola pikir logis, agar mudah dipahami oleh orang lain. Di samping itu informasi yang didapat oleh lawan bicara akan lebih banyak daripada hanya sekedar mendapatkan data yang berupa fakta. Dengan demikian, 68,1 persen responden cenderung membuat kebijakan yang salah, karena tidak didukung oleh informasi yang utuh dan akurat. Hanya 31,9 persen responden yang kebijakannya cenderung benar, karena didukung oleh informasi yang utuh dan akurat.

2.3. Apakah kata-kata atau ungkapan atau pemikiran tertentu yang agak menyinggung perasaan anda dari si pembicara menyebabkan anda menjadi kurang obyektif terhadap apa yang dikatakannya? Jawaban YA= 23 (48,9 persen) dan Jawaban TIDAK= 24 (51,1 persen).

Ini berarti sebanyak 48,9 persen sudah subjektif terhadap lawan bicara dan cenderung tidak mendapat informasi yang utuh dan akurat, karena perasaan mereka tersinggung oleh kata-kata atau pemikiran lawan berbicara. Jumlah ini lebih sedikit dibandingkan responden yang tetap objektif dalam mendapatkan informasi yang utuh dan akurat (51,1 persen). Dengan demikian, 48,9 persen responden cenderung membuat kebijakan yang salah, karena tidak didukung oleh informasi yang utuh dan akurat. Selebihnya, yaitu 51,1 persen responden yang kebijakannya cenderung benar, karena didukung oleh informasi yang utuh dan akurat.

2.4. Kalau anda merasa bingung atau kurang mengerti dengan apa yang dikatakan seseorang, apakah anda mencoba untuk dapat penjelasan pada saat itu juga, baik dalam hati anda atau langsung menginterupsi pembicara? Jawaban YA= 41 (87,2 persen) dan Jawaban TIDAK= 6 (12,8 persen).

Ini berarti sebanyak 87,2 persen responden mencoba untuk segera mendapat penjelasan pada saat itu juga, baik dalam hati anda atau langsung menginterupsi pembicara dan hanya 12,8 persen tetap memperhatikan keutuhan informasi dari lawan bicara. Keuntungan dari sikap membiarkan lawan bicara menyampaikan informasi tanpa diinterupsi dengan pertanyaan adalah informasi

yang disampaikan tidak terpotong-potong dan tidak akan menyimpang dari konteks yang asli. Keutuhan informasi dan keaslian informasi menjadi sangat penting dalam membuat kebijakan yang berkaitan dengan kondisi tertentu. Pada sisi lain, pertanyaan-pertanyaan yang disampaikan dalam proses pembicaraan cenderung akan menyimpang dari pokok pembicaraan. Di samping itu, penjelasan-penjelasan tambahan justru membuka peluang untuk makin lupa dengan apa yang sudah dibicarakan. Karena lupa dengan yang sudah dibicarakan, maka informasi yang diperoleh juga tidak utuh dan cenderung salah. Akibat informasi tidak utuh dan cenderung salah, maka kebijakan yang diputuskan oleh 87,2 persen responden cenderung salah. Hanya 12,8 persen responden yang kebijakannya cenderung benar, karena didukung oleh informasi yang utuh dan akurat.

2.5. Kalau anda merasa bahwa untuk memahami sesuatu akan memakan waktu dan usaha yang keras, apakah anda akan berusaha menghindari untuk mendengarkan? Jawaban YA= 11 (23,4 persen) dan Jawaban TIDAK= 36 (76,6 persen).

Ini berarti sebanyak 23,4 persen responden berusaha menghindar untuk mendengar informasi yang susah dipahami dan 76,6 persen responden tetap setia untuk mendengarkan; walau harus memerlukan waktu yang lebih lama dan usaha keras untuk memahami informasi yang diperoleh. Dengan demikian, kelompok yang cenderung salah dalam membuat kebijakan sebanyak 23,4 persen, karena kebijakannya tidak didasarkan pada informasi yang utuh dan akurat. Jumlah ini lebih sedikit dibandingkan dengan kelompok yang kebijakannya benar (76,6 persen), karena didukung oleh informasi yang utuh dan akurat.

2.6. Apakah anda akan mengalihkan pikiran anda pada hal-hal lain, bila anda yakin bahwa teman berbicara anda tidak akan membicarakan sesuatu yang menarik bagi anda? Jawaban YA= 28 (59,6 persen) dan Jawaban TIDAK= 19 (40,4persen).

Ini berarti responden yang tidak fokus terhadap pembicaraan lebih banyak (59,6 persen) dibandingkan dengan orang yang tetap fokus pada pembicaraan (40,4 persen). Informasi yang utuh dan akurat hanya dapat diperoleh apabila pencari

informasi selalu fokus pada pembicaraan. Apabila informasi itu akan dijadikan bahan pembuatan kebijakan, kelompok yang isi kebijakan benar lebih sedikit (40,4 persen) dibandingkan dengan kelompok yang isi kebijakannya salah (59,6 persen).

2.7. Dapatkah anda menerka dari penampilan dan cara berbicara seseorang bahwa apa yang dibicarakannya tidak akan bermanfaat? Jawaban YA= 23 (48,9 persen) dan Jawaban TIDAK= 24 (51,1 persen).

Ini berarti sebanyak 48,9 persen responden cenderung mendapat informasi yang tidak utuh dan tidak akurat, karena sebelum mendapat informasi seakan-akan mereka sudah mengetahui informasi yang akan disampaikan oleh pembicara. Informasi yang mereka peroleh hanya berdasarkan pada penampilan dan cara berbicara pembicara yang dinilai tidak akan bermanfaat bagi pencari informasi. Karena informasi yang diperoleh tidak utuh dan tidak akurat, maka kebijakan yang diputuskan cenderung salah. Adapun 51,1 persen responden cenderung membuat kebijakan yang benar, karena didukung oleh informasi yang utuh dan akurat.

2.8. Kalau seseorang sedang berbicara dengan anda, apakah anda mencoba untuk membuat teman anda terkesan, bahwa anda sedang benar-benar memperhatikannya padahal sebetulnya anda tidak memperhatikannya? Jawaban YA= 18 (38,3 persen) dan Jawaban TIDAK= 29 (61,7 persen).

Ini berarti sebanyak 38,3 persen responden hanya berpura-pura memperhatikan isi pembicaraan maupun berpura-pura memperhatikan orang yang diajak bicara. Adapun 61,7 persen responden benar-benar memperhatikan isi pembicaraan sekaligus memperhatikan orang yang diajak bicara.

Orang yang memperhatikan isi pembicaraan sekaligus memperhatikan orang yang diajak bicara tentu akan lebih dihargai oleh lawan bicara. Dalam kondisi seperti ini, orang yang diajak bicara cenderung untuk rela memberikan informasi yang diinginkan oleh pencari informasi. Oleh karena itu, pencari informasi mempunyai peluang mendapat informasi yang utuh dan akurat. Sebaliknya, orang yang hanya pura-pura memperhatikan isi pembicaraan dan berpura-pura memperhatikan

orang yang diajak bicara akan mendapat informasi yang kurang dan salah.

Apabila informasi itu dijadikan dasar untuk membuat kebijakan, maka isi kebijakan yang dibuat oleh 61,7 persen responden cenderung benar, karena didukung oleh informasi yang utuh dan akurat. Jumlah ini lebih banyak dibandingkan dengan jumlah responden yang isi kebijakan yang cenderung salah (38,3 persen responden).

2.9. Kalau anda sedang mendengarkan seseorang yang sedang berbicara, apakah anda dengan mudah terganggu oleh suara dan pandangan dari luar? Jawaban YA= 24 (51,1 persen) dan Jawaban TIDAK= 23 (48,9 persen).

Ini berarti sebanyak 51,1 persen responden mudah terganggu oleh suara dan pandangan dari luar, sedangkan responden yang tidak mudah terganggu lebih sedikit yaitu 48,9 persen. Orang yang mudah terganggu oleh suara dan pandangan dari luar pasti tidak konsentrasi terhadap bahan pembicaraan. Akibatnya, mereka tidak mendapatkan informasi yang utuh dan akurat. Apabila informasi yang demikian untuk dasar pembuatan kebijakan, maka kebijakan yang ditetapkan cenderung salah.

Kondisi di atas berbeda dengan orang yang tidak mudah terganggu oleh oleh suara dan pandangan dari luar. Mereka tetap fokus terhadap suasana pembicaraan, sehingga informasi yang didapatpun tetap utuh dan akurat. Apabila informasi yang demikian untuk dasar pembuatan kebijakan, maka kebijakan yang ditetapkan cenderung benar.

2.10. Kalau anda ingin mengingat akan apa yang dikatakan seseorang, anda merasa lebih baik untuk mencatatnya, sementara ia masih berbicara? Jawaban YA= 10 (21,3 persen) dan Jawaban TIDAK= 37 (78,7 persen).

Ini berarti 21,3 persen responden memprioritaskan untuk menulis/mencatat pada saat pembicaraan berlangsung, sedangkan 78,7 persen responden tetap fokus mendengarkan pembicaraan lawan bicara. Mencatat pada saat pembicaraan berlangsung tentu akan mengurangi daya ingat, sebab cenderung tidak dapat mengikuti isi pembicaraan. Pembicaraan seseorang jauh lebih cepat dibandingkan kecepatan mencatat. Oleh karena itu, orang yang mendengarkan sambil

mencatat akan mendapatkan informasi yang tidak utuh dan tidak akurat. Apabila informasi yang demikian digunakan sebagai dasar pembuatan kebijakan, maka kebijakan yang ditetapkan cenderung salah. Dalam kasus ini, terdapat 23,3 persen responden akan membuat kebijakan yang

cenderung salah. Jumlah ini lebih sedikit dibandingkan jumlah responden yang akan membuat kebijakan cenderung benar (78,7 persen).

**Tabel 1.** Pertanyaan dan Jawaban Tes Pendengar

No	Pertanyaan	Jawaban	
		YA	TIDAK
1.	Menurut pendapat para ahli, anda berpikir empat kali lebih cepat dari orang yang bercakap-cakap dengan anda. Apakah anda menggunakan sisa waktu ini untuk berpikir ke hal-hal lain pada waktu bercakap-cakap dengan orang lain tersebut?	34 (72,3)	13 (27,7)
2.	Apakah anda lebih memperhatikan fakta-fakta dari pada ide-ide pada saat anda mendengarkan percakapan teman anda?	32 (68,1)	15 (31,9)
3.	Apakah kata-kata atau ungkapan atau pemikiran tertentu yang agak menyinggung perasaan anda dari si pembicara menyebabkan anda menjadi kurang obyektif terhadap apa yang dikatakannya?	23 (48,9)	24 (51,1)
4.	Kalau anda merasa bingung atau kurang mengerti dengan apa yang dikatakan seseorang, apakah anda mencoba untuk dapat penjelasan pada saat itu juga, baik dalam hati anda atau langsung menginterupsi pembicara?	41 (87,2)	6 (12,8)
5.	Kalau anda merasa bahwa untuk memahami sesuatu akan memakan waktu dan usaha yang keras, apakah anda akan berusaha menghindari untuk mendengarkan?	11 (23,4)	36 (76,6)
6.	Apakah anda akan mengalihkan pikiran anda pada hal-hal lain, bila anda yakin bahwa teman berbicara anda tidak akan membicarakan sesuatu yang menarik bagi anda?	28 (59,6)	19 (40,4)
7.	Dapatkah anda menerka dari penampilan dan cara berbicara seseorang bahwa apa yang dibicarakannya tidak akan bermanfaat?	23 (48,9)	24 (51,1)
8.	Kalau seseorang sedang berbicara dengan anda, apakah anda mencoba untuk membuat teman anda berkesan, bahwa anda sedang benar-benar memperhatikannya padahal sebetulnya anda tidak memperhatikannya?	18 (38,3)	29 (61,7)
9.	Kalau anda sedang mendengarkan seseorang yang sedang berbicara, apakah anda dengan mudah terganggu oleh suara dan pemandangan dari luar?	24 (51,1)	23 (48,9)
10.	Kalau anda ingin mengingat akan apa yang dikatakan seseorang, anda merasa lebih baik untuk mencatatnya, sementara ia masih berbicara?	10 (21,3)	37 (78,7)

Sumber: Data Primer, diolah: 2013

Keterangan: angka di dalam kurung menunjukkan persentase

### 3. Potensi untuk Bekerja sama

Berdasarkan pada jawaban Tes Pendengar, maka gambaran jiwa wirausaha dilihat dari potensi kemauan dan kemampuan bekerja sama adalah sbb.

3.1. Sebanyak 72,3 persen responden berpotensi susah diajak bekerja sama, karena kurang menghormati dan menghormati orang yang diajak bicara. Orang yang diajak bicara tentu akan menjadi sebal terhadap kelompok orang ini. Berdasarkan pada data ini, maka hanya 27,7 persen responden yang berpotensi mau dan mampu bekerja sama, karena mereka menghormati dan menghormati orang yang diajak bicara.

3.2. Sebanyak 68,1 persen responden berpotensi tidak mau dan tidak mampu bekerja sama, karena

tidak menghormati dan tidak menghargai penjelasan orang yang diajak bicara. Responden yang berpotensi mau dan mampu bekerja sama hanya 31,9 persen, karena mereka bersedia menghormati dan menghargai penjelasan orang yang diajak bicara.

3.3. Sebanyak 48,9 persen responden berpotensi tidak mau dan tidak mampu bekerja sama, karena mudah tersinggung oleh kata-kata atau ungkapan atau pemikiran tertentu dari orang yang diajak berbicara. Adapun responden yang berpotensi mau dan mampu bekerja sama, karena tidak mudah tersinggung oleh kata-kata, ungkapan atau pemikiran lawan bicara sebanyak 51,1 persen.

3.4. Sebanyak 87,9 persen responden berpotensi tidak mau dan tidak mampu bekerja sama, karena

selalu menginterupsi pada saat pembicaraan berlangsung. Interupsi yang dilakukan secara terus-menerus tentu akan menimbulkan penilaian cerewet terhadap orang yang bersangkutan. Orang yang cerewet sering membuat tidak nyaman bagi orang lain; terutama orang yang diajak bicara.

Dari kategori ini, hanya 12,8 persen responden yang mempunyai potensi mau dan mampu bekerja sama, karena kelompok ini tidak cerewet. Mereka bertanya kepada orang yang diajak berbicara, setelah orang yang diajak berbicara selesai memberi keterangan. Dengan demikian suasana perbincangan akan menjadi lebih nyaman dan masing-masing cenderung saling menyenangkan.

3.5. Sebanyak 23,4 persen responden mempunyai potensi tidak mau dan tidak mampu bekerja sama, karena berusaha menghindari dari percakapan-percakapan yang susah untuk dipahami. Tipe orang yang cepat putus asa seperti ini, cenderung ditinggal oleh orang yang bertipe pantang menyerah terhadap permasalahan yang menjadi tanggung jawabnya. Ternyata jumlah responden yang pantang menyerah terhadap permasalahan yang menjadi tanggung jawabnya lebih banyak, yaitu 76,6 responden.

3.6. Sebanyak 59,6 persen responden berpotensi tidak mau dan tidak mampu bekerja sama, karena mereka akan mengalihkan pikiran pada hal-hal lain pada saat mereka merasa yakin bahwa teman yang diajak berbicara tidak akan membicarakan sesuatu yang menarik baginya. Sikap dan perilaku ini merupakan salah satu perwujudan dari orang yang tidak menghormati dan tidak menghargai orang lain. Orang tidak dihormati dan dihargai, cenderung tidak mau diajak bekerja sama. Jumlah responden yang tidak mau dan tidak mampu bekerja sama dengan alasan seperti ini lebih banyak (59,6 persen responden) dari pada orang yang berpotensi mau dan mampu bekerja sama dengan pihak lain yang berjumlah 40,6 persen.

3.7. Sebanyak 48,9 persen responden berpotensi susah untuk menjalin kerja sama dengan pihak lain, karena menyepelkan orang yang diajak berbicara. Mereka seakan-akan sudah mengetahui, bahwa materi pembicaraan tidak akan bermanfaat bagi dirinya hanya dengan melihat penampilan dan cara berbicara teman yang diajak berbicara. Jumlah ini lebih sedikit dari orang berpotensi mau dan mampu

bekerja sama yang berjumlah 51,1 persen responden. Kelompok ini berpotensi mau dan mampu kerja sama, karena mereka menghormati dan menghargai dengan cara memperhatikan isi pembicaraan yang disampaikan oleh lawan bicara.

3.8. Sebanyak 38,3 persen responden berpotensi susah untuk menjalin kerja sama, karena mereka hanya berpura-pura memperhatikan isi pembicaraan maupun berpura-pura memperhatikan orang yang diajak bicara. Sikap dan perilaku demikian, berpotensi untuk menjemukan bahkan memuakkan orang yang diajak bicara. Kalau sudah jemu dan muak, maka sangat sulit untuk diajak bekerja sama dengan orang yang menyebabkan jemu dan muak. Jumlah ini lebih sedikit dari pada orang berpotensi mau dan mampu bekerja sama yang berjumlah 61,7 persen. Mereka berpotensi mau dan mampu bekerja sama, karena mereka tetap memperhatikan isi pembicaraan sekaligus memperhatikan orang yang diajak berbicara.

3.9. Sebanyak 51,1 persen responden berpotensi susah bekerja sama dengan pihak lain, karena mereka mudah terpengaruh oleh suara maupun pemandangan dari luar suasana pembicaraan. Sikap dan perilaku ini akan menimbulkan berkurangnya penghormatan dan penghargaan terhadap orang yang diajak berbicara. Akibat kurang dihormati dan kurang dihargai, maka orang yang diajak berbicara berpotensi tidak mau menjalin kerja sama dengan kelompok responden ini. Jumlah ini lebih banyak dari pada orang yang berpotensi mudah diajak bekerja sama yang mereka sebanyak 61,7 persen. Mereka berpotensi mau dan mampu bekerja sama, karena mereka tetap memperhatikan isi pembicaraan sekaligus memperhatikan orang yang diajak berbicara.

3.10. Sebanyak 21,3 persen berpotensi susah untuk bekerja sama dengan pihak lain, karena kelompok ini mencatat materi pembicaraan pada saat lawan bicara masih berbicara untuk mengingat isi pembicaraan. Kejelekan sikap dan perilaku ini adalah mereka akan meminta pengulangan dari lawan bicara terhadap materi yang tidak dapat dicatat pada saat itu. Kecepatan mencatat lebih rendah dibandingkan dengan kecepatan orang berbicara. Apabila permintaan pengulangan tersebut terjadi terus-menerus, hal ini tentu akan menyebalkan orang yang diajak bicara. Sikap dan perilaku yang demikian, berpotensi untuk gagal

dalam menjalin kerjasama dengan pihak lain. Jumlah ini lebih sedikit dibandingkan dengan responden yang berpotensi dapat menjalin kerjasama (78,7 persen). Kelompok ini berpotensi mau dan mampu menjali kerja sama, karena tidak terpengaruh pada bagian-bagian kecil yang tidak dipahami, namun mereka tetap memperhatikan keseluruhan dari isi pembicaraan.

**4. Potensi untuk Berinovasi dan Berkreasi**

Berdasarkan pada **Tabel 5.** di bawah ini menunjukkan, bahwa responden yang memiliki

*Achievement Imaginary (AI)* sebanyak 39,72 persen, *Task Imaginary (TI)* sebanyak 33,7 persen, dan *Undetermined Imaginary (UI)* sebanyak 26,6 persen. Ini berarti hanya 39,72 persen responden yang berpotensi melakukan inovasi dan kreasi, 33,7 persen berpotensi hanya sebagai pegawai/karyawan, dan 26,6 persen berpotensi menjadi beban bagi orang lain, karena mereka tidak tahu apa yang harus mereka lakukan.

**Tabel 5.** Hasil *Thematic Apperception Test*

No	Gambar	Kategori Imajinasi			Total Responden (N)
		<i>Achievement Immaginary (AI)</i>	<i>Task Imaginary (TI)</i>	<i>Undetermined Imaginary (UI)</i>	
1.	Gambar 1	19	10	18	47
2.	Gambar 2	13	17	17	47
3.	Gambar 3	23	12	12	47
4.	Gambar 4	18	26	3	47
5.	Gambar 5	19	18	10	47
6.	Gamabr 6	20	12	15	47
Jumlah		112 (39,72%)	95 (33,7 %)	75 (26,6%)	282

Sumber: Data Primer Diolah, 2013

Pembahasan masing-masing kelompok yang *Achievement Imaginary*, *Task Imaginary*, dan *Undetermined Imaginary* adalah sbb.

**4.1. Achievement Imaginary (AI)**

*Achievement Imaginary (AI)* menggambarkan khayalan responden untuk selalu berinovasi dan berkreasi. Jumlah responden yang berinovasi dan berkreasi sebanyak 39,72 persen. Responden sebanyak ini berpotensi untuk berprestasi, karena salah satu penunjang prestasi adalah kemauan dan kemampuan untuk melakukan inovasi dan kreasi. Menurut Zimmerer (Suryana, 2006: 47) inovasi dan kreasi sebagai salah satu kaidah dalam kewirausahaan.

Hasil penelitian Suryana (2006: 64) terhadap 115 usaha kecil unggulan di Kabupaten Bandung menunjukkan akan pentingnya kreativitas dan inovasi dalam proses pertumbuhan usaha mereka. Perwujudan kemampuan untuk berkreasi maupun berinovasi, nampak pada perkembangan usaha mereka. Pada umumnya para pelaku usaha kecil itu mengalami pertumbuhan melalui tiga tahap yaitu: (1). Tahap imitasi dan duplikasi, (2). Tahap duplikasi dan pengembangan, dan (3). Tahap menciptakan sendiri baik yang berkaitan

dengan barang maupun jasa.

**4.2. Task Imaginary (TI)**

*Task Immaginery (TI)* menggambarkan khayalan responden sebagai petugas/pegawai/karyawan. Sebanyak 33,7 persen responden berkhayal sebagai petugas/pegawai/karyawan. Tipe responden ini tidak berpotensi menjadi seorang wirausaha, karena mereka lemah untuk melakukan inovasi dan kreasi.

Kelompok ini berpotensi taat dan tertib dalam menjalankan perintah yang sudah ditetapkan maupun perintah dari baru dari orang lain. Mereka dapat meraih prestasi sebagai pegawai yang taat dan tertib sesuai dengan peraturan yang sudah ditetapkan. Tipe kelompok ini mempunyai potensi untuk menjadi loyalis terhadap majikannya dan atau atasannya.

**4.3. Undetermined Imaginary (UI)**

*Undetermined Imaginary (UI)* merupakan khayalan yang tidak masuk dalam kategori *Achievement Imaginary* maupun *Task Imaginary*. Mereka membuat khayalan yang tidak menentu. Jumlah kelompok yang khayalannya tidak dapat masuk pada kategori *AI dan TI* sebanyak 26,6 persen.

Kelompok ini berpotensi tidak tahu apa yang harus mereka lakukan. Bisa jadi mereka bingung, apatis dan acuh tak acuh dengan diri mereka maupun lingkungannya. Kelompok ini berpotensi menjadi beban bagi orang lain.

### **5. Urgensi Membangun Jiwa Wirausaha sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing**

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan, bahwa masih banyak (secara agregat 42,8 persen) responden tidak mempunyai potensi untuk mendapatkan informasi yang utuh dan akurat. Kondisi ini tentu sangat memprihatinkan, karena untuk seorang wirausaha selalu membutuhkan informasi yang utuh dan akurat dalam setiap pembuatan kebijakan usahanya. Kondisi ini tentu menjadi sangat urgen untuk dirubah menjadi orang yang mampu mendapatkan informasi yang utuh dan akurat. Perubahan kemampuan ini dalam rangka meningkatkan daya saing. Adapun cara yang digunakan dengan melatih dan memberi penalaran kepada warga negara untuk selalu berkonsentrasi dalam setiap berkomunikasi dengan pihak lain.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan, bahwa secara agregat (42,8 persen) responden berpotensi tidak mau dan tidak mampu melakukan kerjasama. Padahal kerjasama sangat penting dalam aktivitas seorang wirausaha. Kerjasama ini diperlukan sejak merancang, melaksanakan, hingga mengevaluasi kegiatan. Kerjasama ini dilakukan baik pada saat berkaitan dengan perorangan maupun kelembagaan. Apabila ingin meningkatkan daya saing, maka ketrampilan bekerja sama harus ditingkatkan dengan cara memberi pelatihan dan pendidikan kepada setiap orang.

Dari hasil *TAT* diperoleh informasi, bahwa 39,70 persen mempunyai potensi untuk selalu berprestasi dengan jalan melakukan inovasi dan kreasi. Jumlah ini lebih sedikit dibandingkan dengan jumlah responden yang berpotensi hanya sebagai karyawan dan responden yang tidak tahu dengan apa yang harus dilakukan yang mencapai 60,30 persen. Kondisi ini sangat memerlukan perhatian yang serius dari berbagai pihak, agar mereka semua mempunyai jiwa untuk melakukan inovasi dan kreasi sebagai upaya untuk meningkatkan daya saing bangsa.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **1. Simpulan**

Berdasarkan pada uraian terdahulu, maka simpulan dalam lembar kerja ini dirumuskan sbb.

- a. Secara agregat responden yang berpotensi mendapatkan informasi yang utuh dan akurat sedikit lebih banyak (57,20 persen) dibandingkan dengan responden yang berpotensi tidak mendapatkan informasi yang utuh dan akurat (42,80 persen).
- b. Secara agregat responden yang berpotensi mau dan mampu menjalin kerja sama lebih banyak (57,20 persen) dibandingkan dengan responden yang berpotensi tidak mau dan mampu menjalin kerjasama (42,80 persen).
- c. Responden yang mempunyai potensi mau dan mampu melakukan inovasi dan kreasi lebih sedikit (39,70 persen) dibandingkan dengan jumlah responden yang hanya berpotensi sebagai karyawan (33,70 persen) ditambah dengan jumlah responden yang tidak tahu apa yang harus dilakukan (26,60 persen) yang mencapai 60,30 persen responden.
- d. Ketiga potensi yang tersebut dalam simpulan a, b, dan c menjadi sangat urgen untuk diperhatikan dalam upaya meningkatkan daya saing.

### **2. Saran**

Berdasarkan pada simpulan di atas, maka diperlukan upaya dari berbagai pihak untuk melakukan berbagai usaha sebagai berikut.

- a. Untuk menjadikan mahasiswa seorang wirausahawan tidak cukup hanya dengan memupuk pengetahuan kewirausahaan namun perlu melakukan perubahan keranah jiwa kewirausahaan maupun perilaku kewirausahaan.
- b. Untuk merubah jiwa pekerja dan kelompok yang tidak tahu apa yang harus dilakukan, maka dibutuhkan psikolog kewirausahaan.
- c. Untuk membiasakan perilaku kewirausahaan, maka perlu bekerjasama dengan wirausahawan dalam rangka magang.
- d.

**DAFTAR PUSTAKA**

BP2TK, 2009, *Panduan Materi Pelatihan AMT*, Semarang, Depnakertrans.

Depdiknas, 2005, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta, Balai Pustaka.

Prabowo, Rokh Eddy dkk, 2014, *Potensi Jiwa Wirausaha Mahasiswa Unisbank Semarang Pengusul Program Kreativitas Mahasiswa*

*Kewirausahaan (PKMK) Tahun 2012*, Semarang, Unisbank.

Suharyadi, dkk., 2008, *Kewirausahaan: Membangun Usaha Sukses sejak Usia Muda*, Cetakan Kedua, Jakarta, Salemba Empat.

Suryana, 2006, *Kewirausahaan: Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Jakarta, Salemba Empat.