

Mindset Wirausaha Lulusan SMK Bidang Keahlian Teknik Pemesinan

Afifah Nurliawati⁽¹⁾, Purnomo⁽²⁾, Didik Nurhadi⁽³⁾

Pendidikan Kejuruan, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Malang
Jl. Semarang 5 Malang, Indonesia

Email: ¹nurliawatiafifah13@gmail.com, ²purnomo@um.ac.id,
³didik.nurhadi.ft@um.ac.id

Tersedia Online di

<http://www.jurnal.unublitar.ac.id/index.php/briliant>

Sejarah Artikel

Diterima pada 25 Agustus 2023
Disetujui pada 2 November 2023
Dipublikasikan pada 29 November 2023
Hal. 973-984

Kata Kunci:

Mindset Wirausaha, Elaborating Mindsets, Implementing Mindset, Compulsiveness, Lulusan SMK, Teknik Pemesinan

DOI:

<http://dx.doi.org/10.28926/briliant.v8i4.1570>

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi *mindset* para wirausaha Lulusan SMK bidang keahlian Teknik Pemesinan yang berfokus pada konsep *elaborating mindset*, *implementing mindset* dan *compulsiveness*. Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kualitatif. Sumber data diperoleh dari empat pemilik usaha dengan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan dengan model interaktif yang terdiri dari *data collection*, *data reduction*, *data display* dan *conclusion drawing and verifying*. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa konsep *elaborating mindset* yang ditemukan meliputi *skills*, keinginan untuk mandiri, keinginan menciptakan lapangan pekerjaan, serta dukungan dari teman dan keluarga. Sedangkan untuk melihat alasan yang digunakan dalam mempertimbangkan layak atau tidaknya sebuah usaha adalah *skills*, ada dan tidaknya kompetitor, modal, motivasi dan jenis usaha. Adapun Konsep *implementing mindset* terdiri dari cara mengidentifikasi target didapatkan melalui

perkembangan pasar, permintaan customer, pesaing, mitra/teman, internet, media sosial dan instruksi dari kantor pusat, sedangkan strategi/rencana dalam meraih tujuan dengan mendalami dan mengembangkan *skills*, memperbanyak pengalaman di bidang usaha yang sejalan dengan *skills*, mempersiapkan modal usaha, membangun jaringan bisnis/relasi. Analisis yang terakhir diketahui bahwa *skills*, modal, dan peluang menjadi faktor yang mempengaruhi konsep *compulsiveness*.

PENDAHULUAN

Tujuan dari pendidikan menengah kejuruan adalah untuk mempersiapkan peserta didik menjadi manusia yang produktif, bekerja secara mandiri dan menerima pekerjaan yang ada sebagai pekerja dengan kualifikasi lulusan SMK dan sesuai dengan kemampuannya (Depdiknas, 2003). Salah satu bentuk lembaga pendidikan kejuruan yang mengimplementasikan dari undang-undang tersebut adalah Sekolah Menengah Kejuruan. Pendidikan kejuruan khususnya SMK menjadi salah satu pusat pelatihan dan penyediaan pekerja yang terampil (*skilled worker*) (Samsudi, Widodo, & Margunani, 2016). Melalui SMK, dapat dihasilkan

dan dikembangkan tenaga terampil tingkat menengah untuk memenuhi kebutuhan tenaga kerja diberbagai lapangan pekerjaan.

Namun pada kenyataannya masih banyak Negara yang masih mengalami tingkat pengangguran yang tinggi, terutama untuk lulusan muda dengan kualifikasi yang rendah (Sandirasegarane, Sutermaster, Gill, Jennifer, & Mehta, 2016). Hal ini dapat menciptakan ketidakseimbangan antara sumber daya manusia (SDM) yang ada dengan kebutuhan tenaga kerja yang berakibat pada meningkatnya angka pengangguran (Mukesh, Rao, & Pillai, 2018). Menurut Slamet (2016), ada beberapa alasan di balik tingkat pengangguran yang tinggi misalnya kurangnya pendidikan, kurangnya keterampilan kerja yang tepat, terbatasnya kesempatan kerja, dan kurangnya perhatian pemerintah untuk menciptakan lapangan kerja bagi mereka. Selain itu, mayoritas lulusan SMK juga masih cenderung menjadi pencari kerja (*job seeker*), daripada sebagai pencipta lapangan pekerjaan (*job creator*) (Israr & Saleem, 2018; Rachmadi, 2015)

Solusi untuk mengatasi banyaknya angka pengangguran di Indonesia yang masih mempunyai peluang yang besar dan jarang ditemukan, yaitu dengan memulai usaha mandiri atau wirausaha. Dalam dunia pendidikan kejuruan khususnya di SMK, ada satu mata pelajaran yang berhubungan dengan kewirausahaan yaitu produk kreatif dan kewirausahaan. Menurut (Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan, 2014) mata pelajaran produk kreatif dan kewirausahaan bertujuan untuk membina siswa berwirausaha dengan melatih dan mengelola penciptaan (produksi) dan penjualan. Kehadiran mata pelajaran produk kreatif dan kewirausahaan diharapkan dapat mempermudah siswa untuk mencari dan menemukan peluang bisnis yang ada di daerahnya. Selain itu, siswa SMK juga dibekali keterampilan dalam bekerja. Sehingga lulusan pendidikan kejuruan diharapkan dapat lebih berkontribusi dalam mengurangi pengangguran di Indonesia.

Namun realitanya saat ini masih jarang ditemukan masyarakat Indonesia khususnya lulusan SMK yang ingin memulai usaha mandiri atau wirausaha. Hal ini dikarenakan masyarakat Indonesia tidak berani mengambil pekerjaan yang beresiko. Pernyataan tersebut dipertegas oleh pendapat Mopangga (2014), dimana banyaknya pengangguran dilatarbelakangi oleh generasi muda saat ini yang mempunyai mental dan kepribadian yang kurang kuat sehingga mereka kurang percaya diri untuk berprestasi, pengambilan resiko, ulet, berjuang, percaya diri, kreativitas dan inovasi. Kebanyakan lulusan SMK menjadikan wirausaha sebagai pilihan kerja alternatif kedua setelah mereka tidak bekerja di tempat yang mereka inginkan.

Dari pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa *mindset* wirausaha akan membantu seseorang dalam mencari solusi atas permasalahan yang sedang dihadapi. Dengan *mindset*, juga dapat menjadikan wirausahawan untuk selalu berpikir optimis dan selalu memiliki keyakinan untuk berhasil. *Mindset* wirausaha merupakan sebuah kemampuan untuk mengidentifikasi dan menangkap peluang tanpa memperhatikan sumber daya yang tersedia, ini berarti bahwa melakukan aktivitas bisnis membawa beberapa risiko. Sedangkan menurut (Brownson, 2014), *mindset* merupakan sebuah kemampuan individu untuk menafsirkan dan merespons situasi yang ditentukan oleh sikap dan mentalnya. Sehingga dapat disimpulkan

bahwa *mindset* wirausaha merupakan cara berpikir atau kemampuan untuk menangkap peluang bisnis dalam situasi yang tidak pasti.

Menurut Mathisen dan Arnulf (2014) terdapat tiga faktor penting dalam *mindset* wirausaha. Ketiga faktor tersebut antara lain: (1) *elaborating mindset* merupakan pertimbangan atau alasan seseorang yang mempunyai keinginan untuk ikut terlibat menjadi wirausaha, (2) *implementing mindset* merupakan sebuah tindakan dan harus dikembangkan selama fase perencanaan wirausaha, dan (3) *compulsiveness* merupakan sebuah respons yang dapat memperkuat atau memperlemah ide-ide bisnis yang tercipta.

Berdasarkan uraian diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi *mindset* para wirausaha Lulusan SMK Pemesinan yang berfokus pada konsep *elaborating mindset*, *implementing mindset* dan *compulsiveness*. Sehingga diharapkan hasil analisa ini bisa menjadi sebuah konsep, motivasi yang diaplikasikan oleh para siswa setelah lulus sekolah.

METODE

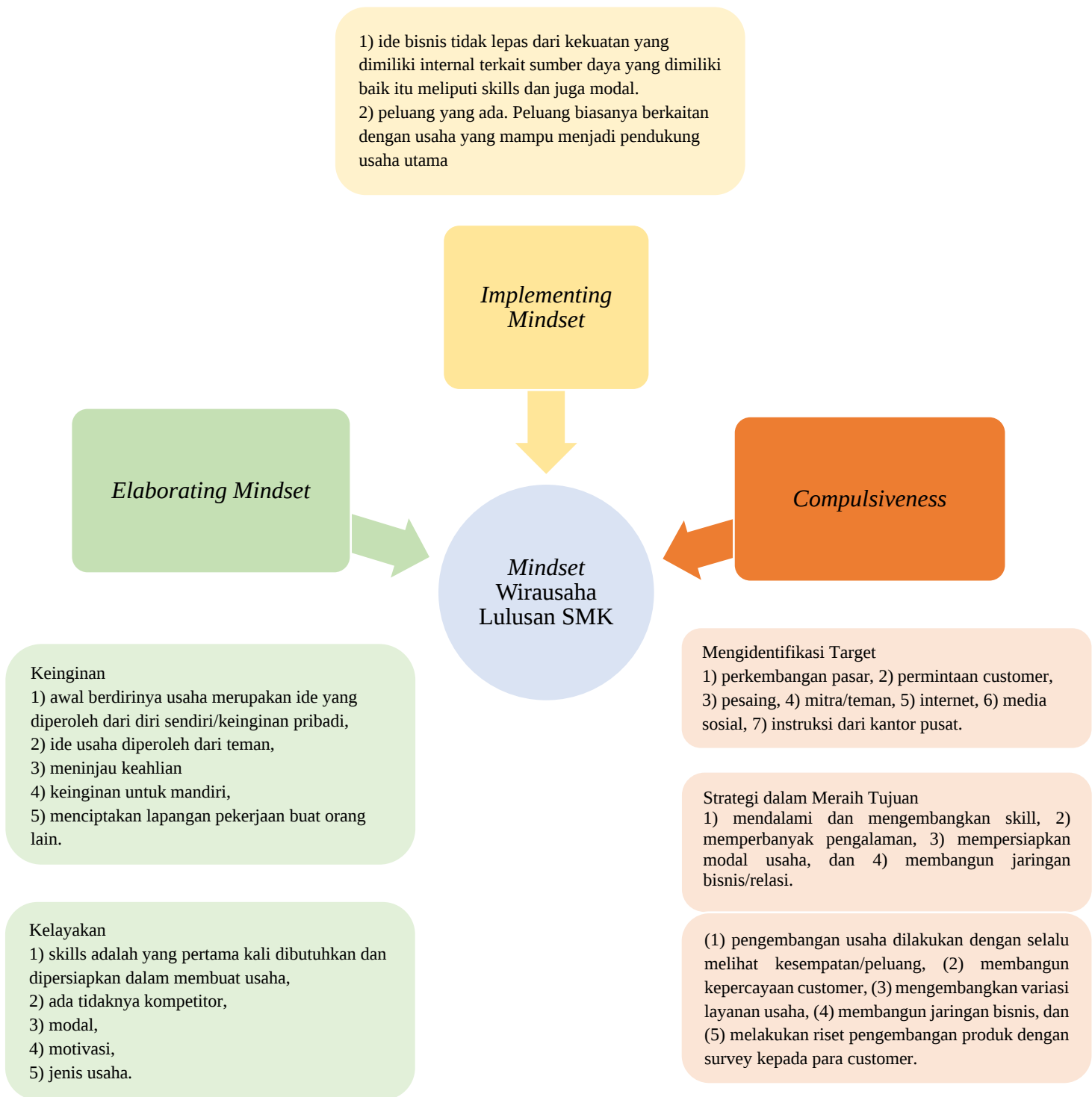
Penelitian ini bertujuan untuk memberikan deskripsi terhadap suatu kasus secara mendalam, lengkap dan terperinci mengenai masalah yang tertuang dalam fokus penelitian. Berkaitan dengan hal tersebut, maka peneliti menggunakan pendekatan kualitatif yang dianggap paling sesuai untuk menjabarkan data dan informasi secara mendalam, detail dan menyeluruh untuk menggambarkan subjek penelitian. Dengan demikian akan tampak sebuah gambaran yang riil dan sesuai dengan fakta-fakta lapangan yang nyata dan sesungguhnya.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif. Jenis penelitian deskriptif ini digunakan oleh peneliti untuk menggambarkan atau menjelaskan ciri-ciri masalah yang sedang dipelajari. Salah satu ciri utama dari penelitian deskriptif adalah sifatnya yang naratif. Secara umum, penelitian deskriptif kualitatif membantu menjawab pertanyaan tentang apa, bagaimana, dan mengapa (Ulfatin, 2015). Dalam penelitian deskriptif kualitatif diperlukan untuk menjelaskan *mindset* apa yang mendorong seseorang wirausahawan lulusan SMK dalam memutuskan untuk berwirausaha, bagaimana keputusan tersebut diambil dan alasan kuat apakah yang menjadi latar belakang usaha tersebut.

Data dikumpulkan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Sumber data diperoleh dengan melakukan wawancara kepada 4 informan lulusan SMK yang saat ini telah memiliki bengkel (usaha) maju di Tulungagung, Jawa Timur. Adapun teknik analisis data yang digunakan dengan model interaktif yang terdiri dari *data collection*, *data reduction*, *data display* dan *conclusion drawing and verifying*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data dalam penelitian ini di bagi menjadi tiga bagian yaitu meliputi *elaborating mindset*, *implementing mindset* dan *compulsiveness*. Hasil penelitian diungkapkan pada gambar berikut:



Gambar 1. Hasil wawancara dengan informan

Elaborating Mindset

Tidak ada suatu teori yang pasti yang bisa menjelaskan secara pasti tentang pola pikir, perilaku dan sikap seorang wirausahawan. Ketidakpastian tersebut menjadi alasan dari beberapa peneliti yang telah mencoba menganalisis tentang kepribadian, keterampilan, sikap dan kondisi yang memperkuat pengembangan

wirausahawan. Terdapat faktor-faktor psikologi dan sosiologi yang mempengaruhi seseorang berwirausaha (Malinda, 2002).

Teori psikologi yang dianggap sebagai payung dalam psikologi kewirausahaan dikemukakan oleh Mc Clelland sekitar tahun 1960-an yang menemukan bahwa orang yang mengejar karir semacam wirausahawan, mempunyai kebutuhan untuk berprestasi (*need achievement*) atau kebutuhan pencapaian yang lebih tinggi. Orang dengan kebutuhan berprestasi tinggi suka mengambil risiko, tetapi hanya yang beralasan, dan risiko tersebut menjadi alasan untuk berusaha lebih keras (Malinda, 2002). Dari teori ini menguatkan alasan owner yang mengungkapkan tentang keinginan mereka untuk mandiri dan bersaing sehingga menjadikan mereka untuk berusaha lebih keras dalam mengembangkan skills yang dimiliki. Stoner, Freeman, dan Gilbert, (1996) menyebutkan bahwa motif dan sasaran wirausahawan yang menjadikan aspek kekayaan, kekuasaan, prestise, keselamatan, harga diri dan bakti pada masyarakat sebagai dasarnya. Teori tersebut mendukung pernyataan owner yang mengungkapkan alasan membangun usaha karena didasari keinginannya untuk menciptakan lapangan pekerjaan untuk masyarakat.

Menurut pendapat para ahli terkait dengan faktor sosiologi dibagi menjadi faktor internal dan eksternal. Faktor internal adalah faktor yang berasal dari individu dan faktor eksternal yaitu faktor yang dipengaruhi oleh pihak lain di luar individu. Menurut para ahli kewirausahaan berkembang dan diawali karena adanya inovasi. Inovasi ini dipicu oleh faktor pribadi, lingkungan dan sosiologi (By Grave dalam Suryana, 2001).

Faktor pribadi yang memicu adalah pencapaian *locus of control* (pandangan orang terhadap hal-hal yang dapat mempengaruhi hidupnya), toleransi, pengambilan risiko, nilai-nilai pribadi, pendidikan, pengalaman, ketidakpuasan, usia dan komitmen. Lingkungan meliputi peluang, aktivitas, dan model peranan (bagaimana pandangan seseorang dalam melihat model/wirausahawan yang berhasil kemudian dia kembangkan), kompetisi, penggunaan sumber daya, kebijakan pemerintah, aktivitas dan inkubator (suatu wadah/lingkungan yang dibentuk untuk memacu orang yang ada di dalamnya untuk mengenal kewirausahaan). Sedangkan dari aspek sosiologi meliputi asal keluarga, orang tua, dan jaringan kelompok. Teori tersebut menguatkan jawaban dari para informan bahwa keinginan mandiri, keinginan bersaing sebagai wujud pengambilan risiko, *skills*, latar belakang pendidikan merupakan faktor dari aspek pribadi yang mempengaruhi keputusan wirausaha. Adapun dukungan dari teman, dukungan dari keluarga merupakan faktor sosiologi yang memberikan pengaruh pada keputusan wirausaha.

Berdasarkan jawaban-jawaban informan tersebut dapat dirumuskan bahwa informan telah melakukan penilaian terkait layak dan tidaknya sebuah usaha sebelum mendirikan. Secara sederhana meski tidak melakukan analisis dengan teknik analisis yang benar, namun informan telah mempertimbangkan aspek kekuatan, kelemahan, peluang dan juga ancaman yang mungkin akan dihadapi dalam bisnis tersebut. Secara teoritis analisis yang melibatkan unsur-unsur tersebut dinamakan sebagai analisis SWOT.

Analisis SWOT adalah penilaian terhadap hasil identifikasi situasi, untuk menentukan apakah suatu kondisi dikategorikan sebagai kekuatan, kelemahan,

peluang atau ancaman. Hal utama yang ditekankan adalah bahwa dalam proses perencanaan tersebut, suatu institusi membutuhkan penilaian mengenai kondisi saat ini dan gambaran ke depan yang mempengaruhi proses pencapaian tujuan institusi. Dengan analisa SWOT akan didapatkan karakteristik dari kekuatan utama, kekuatan tambahan, faktor netral, kelemahan utama dan kelemahan tambahan berdasarkan analisa lingkungan internal dan eksternal yang dilakukan (Alma & Priansa, 2009). Analisis SWOT adalah suatu bentuk analisis situasi dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis terhadap kekuatan-kekuatan (*strengths*) dan kelemahan-kelemahan (*weaknesses*) suatu organisasi dan kesempatan-kesempatan (*opportunities*) serta ancaman-ancaman (*threats*) dari lingkungan untuk merumuskan strategi termasuk dalam menentukan strategi bisnis.

Dari point-point yang dirumuskan atas jawaban informan dapat dikelompokkan bahwa aspek kekuatan meliputi skills dan kepercayaan diri, aspek kesempatan secara tidak langsung disampaikan informan yang menyatakan hal itu dapat diketahui dengan melihat kebutuhan-kebutuhan konsumen dan juga perkembangan. Aspek kelemahan disampaikan informan misalnya modal yang besar sehingga awal membuka usaha peralatan dipenuhi secara bertahap. Aspek ancaman misalnya adalah bagaimana pergerakan kompetitor dalam bisnis tersebut.

Implementing Mindset

Selanjutnya adalah mencoba memahami mindset wirausahawan dari aspek implementing mindset dengan pedoman wawancara yang kedua. Adapun dari interview yang dilakukan dengan informan dapat diketahui bagaimana rencana informan untuk mewujudkan usaha bisnisnya dengan cara: (1) mendalami dan mengembangkan skill, (2) memperbanyak pengalaman di bidang usaha yang sejalan dengan skills, (3) memperisapkan modal usaha, dan (4) membangun jaringan bisnis/relasi.

Mendalami dan mengembangkan skills

Seperti yang sudah disampaikan oleh informan melalui interview, ditemukan bahwa skills adalah faktor yang penting sekali dalam membangun dan mengembangkan usaha. Hal itu juga dikuatkan oleh Sudarmadji, Dillak, dan Kadja, (2018) yang menyatakan bahwa meningkatkan skills (keahlian) seperti melakukan pelatihan sumber daya manusia untuk mengelola manajemen usaha, dan manajemen keuangan dengan baik akan berpengaruh pada peningkatan usaha seperti adanya peningkatan laba.

Memperbanyak pengalaman di bidang usaha yang sejalan dengan skills

Dikatakan oleh Suryana (2001) seseorang yang berhasil dalam berwirausaha adalah orang yang dapat menggabungkan nilai-nilai, sifat-sifat utama (pola sikap) dan perilaku dengan bekal pengetahuan, pengalaman dan keterampilan praktis (*knowledge and practice*). Teori ini mendukung ungkapan yang telah dipaparkan oleh informan bahwa pengalaman dan skills adalah hal utama dalam membangun dan mengembangkan usaha.

Memperisapkan modal usaha

Sebagaimana yang sudah dipaparkan oleh informan, modal adalah bagian penting dalam mendirikan usaha. Dalam perusahaan, modal memiliki beragam bentuk, termasuk kas, persediaan, pabrik, dan peralatan (Zimmerer & Scarborough, 2009). Untuk mendirikan atau menjalankan suatu usaha diperlukan sejumlah modal baik itu berupa uang dan tenaga (keahlian). Menurut Kasmir (2009) modal yang pertama kali dikeluarkan digunakan untuk membiayai pendirian perusahaan (pra investasi), mulai dari persiapan yang diperlukan sampai perusahaan tersebut berdiri (memiliki badan usaha).

Membangun jaringan bisnis/relasi.

Seorang wirausaha dalam menjalankan usahanya memiliki keterkaitan dengan pihak lain, baik itu pemasok, karyawan, penyalur ataupun konsumen. Hal itu disadari juga oleh para informan, bahkan keberhasilan selama ini banyak dipengaruhi oleh keberhasilan membangun jaringan/relasi. Dari mereka, informasi bahkan promosi bisa tersebar luas. Menurut Suryana dan Bayu (2015) berbagai jenis jaringan usaha dalam pengembangan usaha antara lain: a) Jaringan produksi, b) Jaringan pemasaran, c) Jaringan pelayanan, d) Jaringan kerjasama, e) memecahkan tantangan dengan jaringan usaha, f) jaringan antar kelompok usaha, swasta, dan BUMN.

Pedoman wawancara yang terakhir dalam indikator implementing mindset adalah tentang bagaimana langkah informan dalam mengembangkan usahanya. Sebagaimana informan memaparkan tentang rencana-rencana mewujudkan usaha, data yang diperoleh peneliti hampir sama dengan pedoman wawancara yang terakhir. Adapun data yang diperoleh peneliti tentang cara informan mengembangkan usaha adalah dengan melakukan: (1) pengembangan usaha dilakukan dengan selalu melihat kesempatan/pejuang, (2) membangun kepercayaan customer, (3) mengembangkan variasi layanan usaha, (4) membangun jaringan bisnis, (5) melakukan Riset pengembangan produk dengan survey kepada para customer.

Pengembangan usaha dilakukan dengan selalu melihat kesempatan/pejuang

Seorang wirausaha harus tanggap, harus mampu membaca situasi dan memanfaatkan peluang. Dengan begitu, setiap ada kesempatan seorang wirausaha selalu bisa masuk menjadi bagian dalam kesempatan tersebut, karena kesuksesan bagi mereka adalah memanfaatkan peluang sebaik-baiknya (Sari & Hasanah, 2019). Hal ini sesuai dengan ungkapan informan bahwa melihat kesempatan/pejuang bisa dilakukan dengan mengikuti proyek-proyek besar. Selain hal ini memberikan pengalaman tersendiri untuk melihat kemampuan seberapa mampu pengusaha bersaing dan juga untuk melihat kapan mengambil posisi sebagai pemain atukah ikut di bawah perusahaan lain yang lebih besar. Ungkapan informan tersebut selaras dengan keharusan seorang wirausahawan yang senantiasa memperhatikan situasi dan memanfaatkan peluang.

Membangun kepercayaan customer

Dengan menjaga kualitas, kepuasan konsumen dan terus meningkatkan kemampuan maka customer akan ter-handle dengan baik demikianlah paparan

informan. Pendapat tersebut dikuatkan pula oleh Sari dan Hasanah (2019) yang menyatakan bahwa pengusaha dituntut untuk selalu menepati janji, misalnya dalam hal pembayaran, pengiriman barang atau penggantian. Sekali saja seorang pengusaha ingkar janji, hilanglah kepercayaan pihak lain terhadapnya. Pengusaha juga harus konsisten terhadap apa yang telah dibuat dan disepakati sebelumnya.

Mengembangkan variasi layanan usaha

Informan memaparkan mengembangkan usaha sangat diperlukan untuk keberlangsungan usaha jangka panjang, mengingat dinamisnya dunia usaha dan persaingan yang semakin ketat. Oleh karena dari paparnya informan menceritakan awal usaha hingga sekarang, sudah ada pengembangan usaha, dari hanya menawarkan jual beli mesin lalu menservis kemudian memproduksi dan lain-lain. Hal itu menunjukkan adanya pengembangan dan variasi usaha dan produk yang dilakukan. Strategi diversifikasi (keanekaragaman produk) dan diferensiasi produk berperan dalam meningkatkan loyalitas. Kertajaya, Setiawan, Mussry, dan Darwin (2012) menyimpulkan bahwa pelaksanaan diversifikasi dan diferensiasi produk berpengaruh pada peningkatan jumlah konsumen. Peningkatan ini menunjukkan bahwa konsumen telah puas terhadap keanekaragaman produk yang ditawarkan. Menurut Raharjo (2007), diferensiasi produk merupakan strategi yang membuat produk berbeda dengan kompetitor bahkan melebihinya, sehingga hasil yang dapat dinilai oleh konsumen dan nilai yang diharapkan dapat mempengaruhi pilihan dan kepentingan konsumen yang paling istimewa.

Membangun jaringan bisnis

Membangun jaringan bisnis di sini pada dasarnya identik dengan pembahasan sebelumnya tentang membangun jaringan. Informan pun membenarkan tentang kondisi tersebut. Sari dan Hasanah (2019) menambahkan Pengembangan jaringan yang harus dimiliki wirausaha antara lain memiliki jaringan kerja, banyak teman, dan kerja sama. Memiliki jaringan kerja bisa dilakukan dengan cara mengenali orang lain. Dalam hal ini memang tidaklah mudah, namun salah satu kuncinya adalah dengan komunikasi secara dua arah baik dengan cara langsung maupun dengan menggunakan alat komunikasi yang tepat. Teman memiliki peran akan membantu mengembangkan usaha kita, memberi nasihat, dan membantu menolong pada masa yang sulit. Peran teman disini tidak hanya terbatas kepada seorang kawan, namun lebih kepada relasi, pemasok, pelanggan, mitra kerja maupun pihak-pihak lain yang turut berpartisipasi dalam pengembangan usaha.

Melakukan Riset pengembangan produk dengan survey kepada para customer

Menurut Sari dan Hasanah (2019) perusahaan (pengusaha) harus pandai membaca keinginan dan kebutuhan konsumennya melalui berbagai cara, misalnya dengan melakukan riset pemasaran. Tanpa riset pemasaran yang andal pengusaha tidak dapat mengetahui keinginan dan kebutuhan pelanggannya secara tepat. Bahkan, bukan tidak mungkin pengusaha akan ketinggalan informasi dibandingkan dengan pesaing. Berkaitan dengan ini, informan menyatakan melakukan survey dengan menanyai para pelanggannya untuk mengetahui kebutuhan pelanggannya ataupun untuk melihat respon pasar atas produk yang informan buat.

Compulsiveness

Indikator terakhir dalam pembahasan ini adalah *compulsiveness* (alasan seseorang memiliki ketertarikan yang sangat terhadap ide-ide bisnis). Pada tahapan ini peneliti mendapatkan informasi tentang yang pertama adalah ide bisnis tidak lepas dari kekuatan yang dimiliki internal terkait sumber daya yang dimiliki baik itu meliputi: skills dan modal. Sedangkan yang terakhir adalah peluang yang ada. Peluang biasanya berkaitan dengan usaha yang mampu menjadi pendukung usaha utama.

Skills

Ketertarikan informan terhadap bisnis memang tidak lepas dari skills yang dimiliki. Mampu dan tidak menjalankan usaha, informan mengembalikan kepada keahlian yang mereka miliki. Hal ini dikuatkan dengan penelitian di Amerika yang dilakukan oleh NFIB Foundation (1990), sumber ide untuk bisnis baru adalah sebagai berikut: a) Dari pekerjaan terdahulu (43%). Hal ini sesuai dengan pemaparan informan bahwa dari pekerjaan terdahulu inilah informan memperdalam skills dan mendapatkan pengalaman sehingga bisa dikembangkan untuk menjadi ide-ide bisnis. b) Hobi/Minat pribadi (18%). c) Adanya kesempatan/peluang (10%). d) Saran orang lain (8%). e) Pendidikan/Kursus (6%). f) Teman/Saudara (6%). g) Bisnis keluarga (6%). h) Lain-lain (3%)

Modal

Firmansyah dan Roosmawarni (2019) menyatakan dalam memutuskan untuk melakukan usaha terdapat hal-hal yang harus dipertimbangkan pada langkah awal dalam usaha baru. Apa yang akan diputuskan sebelum melaksanakan pekerjaan adalah dengan memulai jawaban atas pertanyaan berikut: a. Seberapa banyak dana yang dimiliki sebagai modal dasar? b. Apakah Anda memiliki kemampuan untuk menarik investor? c. Apakah ada kejelasan visi, misi, tujuan yang dapat direalisasi sejalan dengan keinginan dan kemampuan Anda? d. Apakah akan bekerja keras untuk mencapai hasil yang Anda inginkan? e. Adakah kejelasan bisnis yang akan dimasuki?.

Pertimbangan-pertimbangan tersebut sesuai dengan paparan informan yang menyatakan bahwa ketertarikan mereka pada ide-ide bisnis salah satunya adalah kembali kepada ketersediaan modal.

Peluang

Sudah dibahas sebelumnya bahwa peluang memberikan peranan terhadap munculnya ide bisnis, hal ini juga telah diungkapkan sebelumnya oleh para informan. Ini juga telah disampaikan sebelumnya dan dikuatkan dengan penelitian di Amerika yang dilakukan oleh NFIB Foundation (1990), bahwa salah satu sumber ide untuk bisnis baru adalah peluang. Peluang memegang prosentase sebesar 10% (urutan ketiga) sebagai alasan seseorang pengusaha memiliki ide bisnis. Dengan demikian dapat kita ketahui bahwa konsep berpikir tentang ide bisnis para informan telah sesuai dengan teori-teori kewirausahaan yang ada.

KESIMPULAN

Elaborating mindset membahas tentang keinginan dan kelayakan dalam hal penetapan tujuan dan alasan seseorang untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan. Dari hasil wawancara dapat ditemukan bahwa pengembangan *skills* yang dimiliki oleh informan menjadi faktor utama dalam mendirikan usaha. Faktor lainnya adalah keinginan untuk mandiri dan menciptakan lapangan pekerjaan buat orang lain. Jawaban informan tersebut dikuatkan oleh teori yang membahas tentang faktor-faktor psikologi. Selain itu, dukungan dari teman dan keluarga merupakan faktor sosiologi yang memberikan pengaruh pada keputusan berwirausaha. Sedangkan untuk pertimbangan informan untuk melihat layak atau tidaknya sebuah usaha, *skills* merupakan aspek yang pertama kali dibutuhkan dan disiapkan. Selanjutnya ada dan tidaknya kompetitor, modal, motivasi dan jenis usaha. Hal ini dapat diketahui secara tidak langsung informan telah melakukan sebuah analisis dengan teknik analisis yang benar, yaitu dengan mempertimbangkan aspek kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Secara teoritis analisis yang melibatkan unsur-unsur tersebut dinamakan sebagai analisis SWOT.

Konsep *implementing mindset* berkaitan dengan proses berpikir seseorang tentang mengimplementasikan tujuan atau rencana mereka ke dalam aktivitas kewirausahaan. Analisis konsep *implementing mindset* yang pertama adalah tentang mengidentifikasi. Dari hasil wawancara diperoleh bahwa info terbaru tentang perkembangan bisnis didapatkan dari perkembangan pasar, permintaan customer, pesaing, mitra/teman, internet, media sosial dan instruksi dari kantor pusat. Analisis *implementing mindset* yang kedua adalah tentang strategi dan rencana dalam meraih kegiatan kewirausahaan. Analisis yang kedua ini terdapat dua hasil wawancara. Dari hasil wawancara yang pertama diperoleh bahwa untuk mewujudkan bisnis informan dapat melakukan beberapa cara yaitu mendalami dan mengembangkan *skills*, memperbanyak pengalaman dibidang usaha yang sejalan dengan *skills*, mempersiapkan modal usaha, membangun jaringan bisnis/relasi. Sedangkan dari hasil wawancara yang kedua diketahui bahwa informan dapat mengembangkan usahanya dengan selalu melihat kesempatan/peluang, membangun kepercayaan customer, mengembangkan variasi layanan usaha, membangun jaringan bisnis, melakukan riset pengembangan produk dengan melakukan survei kepada para pelanggan. Sedangkan analisis konsep yang terakhir adalah *compulsiveness* berkaitan dengan perilaku seseorang dimana dia sangat suka atas sesuatu yang berkaitan dengan bisnis dan mempunyai kebiasaan untuk berpikir tentang bisnis secara terus-menerus. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan dianalisis menunjukkan bahwa terdapat 3 faktor yang mempengaruhi *mindset* para pengusaha yakni *skills*, modal, dan peluang.

SARAN

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti memberikan saran kepada beberapa pihak, yaitu: 1) Peneliti selanjutnya dapat meneliti fokus penelitian atau indikator-indikator lainnya yang dapat berpengaruh terhadap *mindset* seorang wirausaha. Seperti dari segi faktor internal (psikologi) dan faktor eksternal (sosiologi). 2) Sekolah Menengah Kejuruan dapat memberikan fasilitas dengan tujuan untuk mengembangkan dan mengasah kemampuan siswa sehingga siswa lebih siap dan mampu untuk terjun ke dunia

usaha. Misalnya dengan mengadakan ekstrakurikuler, pengembangan diri, ataupun dengan mengikutsertakan siswa ke dalam program UPJ Sekolah. 3) Pelaksanaan pembelajaran kewirausahaan tidak hanya bersifat teori namun juga praktik. Misalnya dengan mendirikan kantin kejujuran, koperasi sekolah, atau enggan mengadakan program *business day* (bazar, pameran karya siswa, dsb). 4) Pemerintah dapat mendukung dan menyediakan fasilitas dalam rangka program pelatihan dan pengembangan wirausaha bagi pemuda Indonesia khususnya lulusan SMK. Misalnya dengan adanya Badan Latihan Kerja (BLK), program magang kerja dan program wirausaha merdeka. 5) Lulusan SMK dapat menjadikan penelitian ini sebagai acuan dalam mengikuti kegiatan kewirausahaan.

DAFTAR RUJUKAN

- Alma, B., & Priansa, D. J. (2009). *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Brownson, C. D. (2014). Does Constituent Of Entrepreneurial Culture Differ in Individuals? *International Journal of Small Business and Entrepreneurship Research*, 2(2), 22–27.
- Depdiknas. (2003). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional*.
- Firmansyah, M. A., & Roosmawarni, A. (2019). *Kewirausahaan (Dasar dan Konsep)*. Surabaya: Qiara Media.
- Israr, M., & Saleem, M. (2018). Entrepreneurial Intentions Among University Students in Italy. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 20(8), 1–14. Retrieved from <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0107-5>
- Kasmir. (2009). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Kencana.
- Kebudayaan, K. P. dan. (2014). *Prakarya dan Kewirausahaan*. Jakarta: Pusat Kurikulum dan Perbukuan, Balitbang, Kemdikbud.
- Kertajaya, H., Setiawan, I., Mussry, J., & Darwin, W. (2012). *Perjalanan Pemikiran Konsep Pemasaran Hermawan Kertajaya*. Jakarta: Erlangga.
- Malinda, M. (2002). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Seorang Berwirausaha. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 1(2), 105–117. <https://doi.org/https://doi.org/10.28932/jmm.v1i2.150>
- Mathisen, J., & Arnulf, J. K. (2014). Entrepreneurial Mindsets : Theoretical Foundations and Empirical Properties of a Mindset Scale. *International Journal of Management and Business*, 5(1), 81–97.
- Mopangga, H. (2014). *Faktor Determinan Minat Wirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo*. 13(1), 78–90.
- Mukesh, H. V., Rao, A. S., & Pillai, R. K. (2018). Entrepreneurial Potential and Higher Education System in India. *The Journal of Entrepreneurship*, 27(2), 1–19. <https://doi.org/10.1177/0971355718781275>
- Rachmadi, H. (2015). Implementasi Model Pembelajaran Kewirausahaan Berbasis Kompetensi dan Pengalaman Untuk Menciptakan Wirausaha Baru Pada Siswa SMK YOGYAKARTA. *Jurnal Media Wisata*, 13(1), 204–213.
- Raharjo, N. D. (2007). Analisis Pengaruh Variabel-Variabel yang Berkaitan dengan Strategi Diferensiasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran dalam Memenangkan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 6(1), 121–136. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jspi.v6i1.121-136>
- Samsudi, Widodo, J., & Margunani. (2016). Strategi Kemitraan SMK dengan

- Stakeholders dalam Pengembangan Kewirausahaan Lulusan. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 33(2), 175–180. <https://doi.org/https://doi.org/10.15294/jpp.v33i2.9102>
- Sandirasegarane, S., Sutermaster, S., Gill, A., Jennifer, V., & Mehta, K. (2016). Context-Driven Entrepreneurial Education in Vocational Schools. *International Journal for Research in Vocational Education and Training (IJRVET)*, 3(2), 106–126. <https://doi.org/10.13152/IJRVET.3.2.3>
- Sari, R., & Hasanah, M. (2019). *Pendidikan Kewirausahaan*. Yogyakarta: K-Media.
- Slamet, R. (2016). *Membangun Motivasi Kewirausahaan Mahasiswa Untuk Meningkatkan Kemandirian di Studentpreneur Academy Yogyakarta* (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta). Retrieved from <http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/24125>
- Stoner, J. A. F., Freeman, R. E., & Gilbert, D. R. (1996). *Manajemen* (Cetakan 1; A. Sindoro, Ed.). Jakarta: Prenhallindo.
- Sudarmadji, P. W., Dillak, R. Y., & Kadja, J. P. Z. R. (2018). PPPE Kerajinan Tangan (Handicraft) Berbahan Limbah Perca Kain Tenun Ikat. *JPP IPTEK*, 2(2), 17–26. Retrieved from <http://ejurnal.itats.ac.id/jpp-iptek/article/view/289>
- Suryana. (2001). *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suryana, Y., & Bayu, K. (2015). *Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*. Jakarta: Kencana.
- Ulfatin, N. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan: Teori dan Aplikasinya*. Malang: MNC Publishing.
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2009). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba Empat.