

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dunia industri merupakan dunia yang selalu berkembang dan semakin kompetitif. Dunia industri tidak akan memberikan toleransi pada siapapun yang tidak bisa bertahan dalam ajang kompetisinya. Kelangkaan suatu perusahaan dalam dunia industri, baik perorangan (entrepreneur) maupun badan usaha (PT/CV) banyak dipengaruhi oleh berbagai kekuatan, seperti sumber daya manusia, dukungan permodalan, perlengkapan produksi, kualitas produk, pangsa pasar dan keterjangkauan harga. Di antara faktor pendukung itu, Rudy C Tarumingkeng (2000) mengemukakan bahwa Sumber Daya Manusia (SDM) adalah faktor sentral dalam suatu organisasi. Apapun bentuk serta tujuannya, organisasi dibuat berdasarkan berbagai visi untuk kepentingan manusia dan dalam pelaksanaan misinya dikelola dan diurus oleh manusia (http://www.rudyct.com/STRAT_PSDM.htm). Artinya apabila sumber daya manusianya kuat, maka faktor-faktor lain akan kuat atau diupayakan menjadi lebih kuat. Lebih daripada itu, kualitas sumber daya manusia yang kuat akan melahirkan berbagai pemikiran antisipatif dan strategis dalam menghadapi suatu persaingan yang lebih terbuka, sifat seperti inilah yang dinamakan *jiwa entrepreneurship* (Abbas Sunarya dkk, 2011).

Secara tegas Edvardson (1994) mengemukakan bahwa Entrepreneurship dapat meningkatkan kualitas kompetisi diri sendiri yang secara tidak langsung dapat meningkatkan pendapatan dari perusahaan itu sendiri. Dengan kata lain, sikap entrepreneurship seseorang dapat mengoptimalkan kemampuannya dan dapat memanfaatkan semua kesempatan yang ada, sehingga secara otomatis dapat meningkatkan keuntungan bagi dirinya sendiri maupun perusahaan. Bertolak atas pernyataan Edvardson tersebut berimplikasi bahwa penggiat usaha yang bersifat perorangan “Industri Kecil”, sikap entrepreneurship mutlak harus dimiliki. Apalagi

pesaing bisnis atau kompetitor mereka merupakan perusahaan besar dengan modal yang sangat besar dan dikelola oleh manajemen yang sangat lengkap serta terstruktur sampai yang bersifat teknis.. Tanpa sikap entrepreneurship yang baik, sudah dapat dipastikan usaha mereka akan dengan mudah dilibas perusahaan besar. Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan penulis, salah satu usaha perorangan (Industri Kecil) di Bandung yang bersaing secara global dan langsung berhadapan dengan perusahaan besar ialah Pengusaha Gitar Lokal Bandung.

Pengusaha Gitar Lokal umumnya bersifat “Industri Kecil”, dengan pendapatan per-tahunnya tidak lebih dari 1 Milyar, berdiri sendiri dan tidak berafiliasi dengan usaha menengah dan besar. Pengusaha Gitar Lokal biasanya mendesain, memproduksi dan memasarkan produknya secara mandiri atau tanpa berafiliasi dengan perusahaan lain. Karena itu, Pengusaha Gitar Lokal harus memiliki nilai seni yang tinggi, agar produk gitarnya secara fisik enak dilihat dan kualitas suara enak untuk didengar. Lebih dari itu, seorang Pengusaha Gitar Lokal pun harus memiliki insting bisnis yang kuat agar mampu menangkap kebutuhan dan kemampuan pasar sehingga produknya laku terjual atau dicari konsumen. Dengan kata lain, seseorang yang memiliki sikap entrepreneurship yang tinggi tidak akan memandang persaingan sebagai hal yang akan membunuh dirinya tetapi sebagai fasilitas pendorong untuk mencari sesuatu bahkan melakukan penguatan pada dirinya agar keluar sebagai pemenang persaingan tersebut. Edvarson (1994), mengemukakan ciri-ciri seseorang yang memiliki jiwa entrepreneurship akan menunjukkan : (1) *internal locus of control* (memiliki sikap/ketetapan hati), (2) *high energy level* (bersemangat tinggi), (3) *high need for achievement* (motivasi berprestasi tinggi), (4) *tolerance for ambiguity* (dapat memahami perbedaan pendapat), (5) *self confidence* (percaya diri), dan (6) *action oriented* (berorientasi tindakan).

Tantangan terbesar bagi pengrajin gitar lokal adalah bagaimana mereka memahami kebutuhan atau minat pengguna gitar lokal, memahami kelebihan gitar luar negeri, memahami kecenderungan peningkatan dan penurunan bukan hanya

pemasaran tetapi produk yang dihasilkannya. Tidak sedikit juga, pengrajin gitar lokal yang tidak dapat memahami dan bertahan dalam tantangan industri tersebut, sehingga banyak pengusaha yang mengalami kebangkrutan dalam waktu singkat. Selain itu, pada beberapa tahun belakangan ini, marak sekali gitar-gitar dari Cina, yang menggondong merk-merk luar negeri. Gitar-gitar Cina tersebut dijual dengan harga yang sangat murah. Ini juga merupakan tantangan bagi pengusaha gitar lokal. Apalagi masyarakat Indonesia sendiri yang cenderung “*Brand minded*” dalam pemilihan produknya. Bertolak atas peluang dan tantangan bagi pengrajin gitar lokal tersebut, penulis tertarik untuk menelaah lebih dalam terhadap kemampuan pengrajin gitar lokal untuk tetap survive di tengah-tengah persaingan global sehingga pengrajin gitar lokal sejajar dengan perusahaan besar nasional khususnya dan luar negeri pada umumnya, melalui penelitian dengan judul: “**Nilai-Nilai Entrepreneurship Pengrajin Gitar Lokal dalam Menghadapi Persaingan Global**”.

B. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Setelah diterapkannya pasar bebas yang mengkondisikan persaingan semakin terbuka, dampaknya sudah mulai dirasakan para pengusaha gitar lokal. Terutama anjloknya pemasaran. Sebelum pasar bebas diberlakukan, produksi gitar nasional bisa mencapai 6000 gitar per-bulan, tetapi setelah bermunculan gitar-gitar Cina yang menggunakan merk-merk gitar buatan Amerika maupun Jepang, produk gitar sebulan hanya memproduksi 1500 buah gitar. (Pikiran Rakyat, Rabu 20 Februari 2008). Kehadiran gitar Cina ini sangat berpengaruh terhadap produksi gitar dalam negeri. Apalagi ditambah kecenderungan rakyat Indonesia yang “*Brand Minded*”, mengutamakan merk luar negeri dan kurang tertarik terhadap produksi dalam negeri.

Di sisi lain, masih ditemukan pengusaha gitar lokal yang masih memproduksi dan mampu memasarkan produknya bukan hanya pada pasar lokal tetapi regional dan bahkan internasional. Diasumsikan, bahwa mereka yang mampu bertahan dalam persaingan bebas adalah mereka yang memiliki kekuatan visi, misi dan kualitas produk yang dapat dibanggakan. Oleh karena itu dalam penelitian ini, penulis ingin

menelaah nilai-nilai entrepreneurship yang dimiliki pengrajin gitar lokal khususnya yang berada di kota Bandung dengan rumusan masalah penelitian: “*Jiwa entrepreneurship apa saja yang dimiliki seorang pengusaha gitar Bandung sehingga dapat bertahan di tengah Persaingan Global.*”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian secara umum tidak hanya untuk mengetahui jiwa entrepreneurship Pengrajin gitar lokal dalam menjalankan usahanya, tetapi menghasilkan rumusan nilai-nilai Entrepreneurship bagi Wirausaha/Pengusaha dalam menghadapi persaingan global. Sedangkan secara khusus penelitian ini ingin memperoleh gambaran mengenai:

- 1) Ketetapan hati (*internal locus of control*) Pengrajin gitar lokal dalam menjalankan usahanya,
- 2) Semangat dan daya juang (*high energy*), Pengrajin gitar lokal dalam meraih cita-citanya,
- 3) Motivasi berprestasi (*high need for achievemant*), Pengrajin gitar lokal dalam menghadapi ketatnya persaingan usahanya
- 4) Toleran atas perbedaan pendapat (*tolerance for ambiguity*), Pengrajin gitar lokal dengan sesamanya, baik dalam kelompoknya maupun di luar kelompoknya
- 5) Kepercayaan diri (*self confidence*), Pengrajin gitar lokal akan kemampuan usahanya dan
- 6) Orientasi tindakan (*action oriented*) yang dilakukan Pengrajin gitar lokal untuk mempermudah menjalankan usahanya.

D. Manfaat/Signifikansi Penelitian

Manfaat Penelitian diharapkan mampu memberikan kontribusi positif baik secara teori maupun praktis.

1. Manfaat Teoretis

Secara teoretis penelitian ini diharapkan bermanfaat terutama dalam mendorong pengembangan keilmuan psikologi pada umumnya dan sumber daya manusia yang berhubungan dengan Jiwa Entrepreneurship khususnya.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh setiap orang yang terlibat dalam perusahaan, baik secara perorangan maupun badan usaha, terutama dalam menumbuhkembangkan jiwa atau sikap entrepreneurship.

E. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan, latar belakang masalah, fokus dan tujuan penelitian, maka diajukan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut.

1. Seperti apakah profil ketetapan hati (*internal locus of control*) Pengrajin gitar lokal dalam menjalankan usahanya ?
2. Seperti apakah profil daya juang (*high energy*), Pengrajin gitar lokal dalam meraih cita-citanya ?
3. Seperti apakah profil motivasi berprestasi (*high need for achievement*), Pengrajin gitar lokal dalam menghadapi ketatnya persaingan usahanya ?
4. Seperti apakah profil toleransi Pengrajin gitar lokal atas perbedaan pendapat (*tolerance for ambiguity*) dengan sesamanya, baik dalam kelompoknya maupun di luar kelompoknya ?
5. Seperti apakah profil kepercayaan diri (*self confidence*), Pengrajin gitar lokal akan kemampuan dirinya ?
6. Seperti apakah profil orientasi tindakan (*action oriented*) yang dilakukan Pengrajin gitar lokal untuk mempermudah dalam menjalankan usahanya ?

F. Asumsi Penelitian

Beberapa asumsi yang menjadi fundamen atau pijakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Kekuatan persaingan masa depan terletak pada mutu sumber daya manusia (John Micklethwait and Adrian Wooldridge, 2000).
2. Kekuatan bagi seseorang dalam menghadapi persaingan tergantung pada jiwa entrepreneurship yang dimilikinya (Edvarson, 1994)
3. Entrepreneurship adalah kemampuan menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (Peter Drucker, 1999)
4. Entrepreneurship adalah nilai yang diperlukan untuk memulai dan mengembangkan usaha (Soeharto Prawiro, 2007)
5. Perkembangan dunia dewasa ini diperlukan pemerintah yang berjiwa entrepreneurship. (David Osborne & Ted Gaebler, 1992)

G. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Penelitian studi kasus dimaksudkan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan dan posisi suatu peristiwa yang sedang berlangsung saat ini, serta interaksi lingkungan unit sosial tertentu yang bersifat apa adanya.

H. Subjek Penelitian

Subjek penelitian terdiri atas tiga orang pengrajin gitar lokal yang berdomisili di sekitar Bandung. Pengrajin gitar lokal yang akan dijadikan subjek penelitian, yaitu mereka yang memiliki beberapa kriteria sebagai berikut.

1. Pria atau wanita yang telah berkecimpung dalam entrepreneurship gitar dan berdomisili di Kota Bandung.
2. Pria atau wanita yang telah berkecimpung dalam entrepreneurship gitar selama lebih dari 10 tahun. Hal ini didasarkan pada studi pendahuluan penulis, yang

menemukan bahwa pengusaha gitar lokal di Bandung yang mampu bertahan di dunia industri, telah berkecimpung di industri gitar lebih dari 10 tahun.

3. Memiliki penghasilan minimal setiap bulan Rp 15.000.000 (lima belas juta rupiah) dan maksimal Rp.1.000.000.000 (satu milyar rupiah) setiap tahun, hal ini didasarkan pada ciri-ciri usaha kecil yang dicantumkan pada Undang-undang No.9 Tahun 1995, “Usaha kecil adalah usaha produktif yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu milyar rupiah) per tahun serta dapat menerima kredit dari bank maksimal di atas Rp50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) sampai dengan Rp.500.000.000,- (lima ratus juta rupiah).”
4. Memiliki kesediaan untuk diminta keterangannya berkaitan dengan kebutuhan pengumpulan data bagi peneliti.