

BAB I PENDAHULUAN

Dalam pendahuluan peneliti menyajikan kerangka berpikir mengapa penelitian tentang tokoh perlu dilakukan. Diawali dengan menjelaskan latar belakang masalah pergeseran nilai terhadap tokoh, rumusan masalah yang diteliti, tujuan dan manfaat penelitian. Selanjutnya dijelaskan secara rinci sistematika penulisan penelitian.

1.1 Latar Belakang Masalah

Ancaman bagi pembangunan bangsa diawali dari hilangnya penghargaan pada karakter para tokoh. Muhammad Natsir pejabat yang memilih hidup sederhana, Buya Hamka sosok pemaaf jarang diungkap dalam pelajaran sejarah (Rahman, 2013. hlm. 346). Fakta di lapangan pemahaman peserta didik tentang karakter tokoh-tokoh sangat kurang. Pembelajaran sejarah dengan pendekatan tokoh masih kurang mendapat perhatian (Sumantri, 2013, hlm. 1). Hasil riset menunjukkan ada keterkaitan antara pembangunan karakter bangsa dengan tokoh pemimpin bangsa (Cahyono, 2016, hlm 25). Pembelajaran sejarah lebih banyak berisi penyampaian sejumlah fakta sejarah. Pembelajaran sejarah tidak bermakna karena hanya fokus pada masa lalu dan berakhir pada kurun waktu tertentu, tanpa menghubungkan dengan persoalan kekinian (Supriatna, 2019, hlm. 81). Demikian juga Hasan (2012, hlm. 129) menyebutkan pembelajaran sejarah sekarang didominasi oleh kenyataan bahwa peserta didik diharuskan menghafal fakta sejarah. Dalam buku paket pengajaran tokoh-tokoh sejarah hanya disajikan sebagai pahlawan tanpa kisah yang bisa ditafsir lebih dalam sebagai tokoh berkarakter entrepreneur dalam perjalanan hidupnya.

Menurut pendekatan sejarah kognitif, inti dari kreativitas adalah mempraktikkan sesuatu sampai berwujud dalam bentuk materi atau abstrak hingga melahirkan sejarah dan memperkaya budaya kreatif, "*To be creative is to make history*" (Dasgupta, 2019, hlm. vii). Eric Hobsbawm's (dalam Dasgupta, 2019 hlm. vii) mengatakan tradisi kreatif adalah praktik yang dapat kita temukan sejak zaman pra sejarah dan sejarah. Sejarah adalah karya kreatif yang muncul ketika seseorang mengungkap fakta menjadi sebuah gambaran cerita dari berbagai sudut pandang (Jackson, 2005, hlm. 2). Pembelajaran sejarah bisa mengungkap tokoh-tokoh sejarah atau dunia usaha secara kreatif menggunakan berbagai sudut pandang.

Toto Suharya, 2023

MENANAMKAN KARAKTER ENTREPRENEUR MELALUI DETERMINISME KISAH TOKOH SEJARAH DAN DUNIA USAHA (Participatory Action Research di SMA)

Universitas Pendidikan Indonesia | Repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

Tokoh sejarah dapat diidentifikasi sebagai tokoh berkarakter entrepreneur sama halnya dengan tokoh pengusaha. Kata entrepreneur jauh lebih luas dari pengusaha. J.B. Say (dalam Ciputra, 2009:10-11), menjelaskan entrepreneur adalah orang yang mampu memanfaatkan sumber daya yang dimiliki menjadi lebih produktif. Richard Cantillon (dalam Ciputra, 2009:26-27) berkebangsaan Perancis asal Scotlandia, sejak tahun 1755 sudah mempopulerkan istilah entrepreneur. Entrepreneur berasal dari bahasa Perancis yang berarti kontraktor. Asal kata *entreprenant* punya arti giat, mau berusaha, berani, penuh petualangan, dan *entreprenre* artinya *undertake* atau melakukan. Karakter entrepreneur sangat dibutuhkan dalam berbagai profesi, dan sangat bermanfaat bagi masyarakat (Pebruanto dkk. 2018, hlm. 29).

Masalah-masalah sosial kontemporer seperti rendahnya etos kerja serta menurunnya jiwa entrepreneurship pada masyarakat Indonesia dewasa ini hendaknya dapat dijawab oleh para praktisi pendidikan di sekolah (Supriatna, 2007, hlm. 1). Pendidikan karakter entrepreneur dibutuhkan untuk generasi milenial. Banyak pendapat mengenai keberadaan generasi milenial, pendapat dari Oblinger & Oblinger (dalam Hendarman, 2019, hlm. 24) generasi Z lahir antara rentang tahun 1995 hingga sekarang. Karakter entrepreneur relevan untuk pendidikan generasi milenial mengingat pola pikir generasi Z cenderung instan (Hendarman, 2019, hlm. 26-27). Dalam perkembangannya lahir pengelompokan generasi Alpha yang lahir dari tahun 2010, generasi yang lahir pada saat teknologi informasi berkembang pesat (Hendarman, 2019, hlm. 25). Para ilmuwan memprediksi, kita sedang memasuki abad industri 4.0 sangat erat dengan karakter entrepreneur. Istilah abad industri 4.0 dikemukakan para ilmuwan di Jerman dalam acara Hanover Fair tahun 2011. Secara historis dunia telah mengalami empat perubahan zaman.

Revolusi industri pertama terentang antara 1760-1840, diawali dengan dibuatnya jalan kereta api dan penerapan mesin uap pada mesin produksi. Revolusi industri kedua dimulai akhir abad ke-19 dan awal abad ke-20. Produksi massal barang didorong oleh kedatangan listrik dan perakitan. Revolusi industri ketiga dimulai pada tahun 1960. Waktu ini sering dikenal dengan masa revolusi komputer atau digital karena masa ini ditandai dengan pertumbuhan semikonduktor, komputer induk (1960), personal komputer (1970) dan (1980), dan internet (1990). Menyadari terjadi variasi definisi dan argumen akademik dalam menjelaskan tiga revolusi pertama. Diyakini saat ini, kita sudah mulai memasuki revolusi abad ke-21. Awal

abad ini dikenal sebagai digital revolusi. Hal ini ditandai dengan penggunaan mobil internet di mana-mana, dengan kekuatan akses yang kuat menggunakan chip dan intelegensi buatan dan mesin belajar (Schwab, 2016:11).

Para entrepreneur sangat dibutuhkan dalam berbagai profesi, dan sangat bermanfaat bagi masyarakat (Pebrunto dkk. 2018, hlm. 29). Di negara maju seperti Amerika Serikat, Inggris, dan Jerman, para entrepreneur banyak bergelut pada bidang bisnis, dan di negara berkembang mereka banyak berkarir di politik dan militer (Zhang, et al., 2010, hlm. 180). Menurut Kasali (2017) generasi yang dibutuhkan saat ini adalah bukan sekedar generasi pembuat wacana, yang hanya memotret, menyebarluaskan, dan membuat wacana. Saat ini dibutuhkan generasi-generasi yang berani mengambil keputusan dan berani menjelajahi kehidupan. Para pengambil keputusan adalah mereka yang memiliki jiwa *driver* bukan *passenger*. Banyak kalangan pendidik yang menjadikan peserta didiknya menjadi *passenger*, seperti burung dara yang diikat sayapnya. Di dunia ini ada empat tipe manusia; 1) *who make things happens*, yaitu manusia-manusia pembuat terobosan, dan mau melakukan perubahan. 2) *who what things happen*, adalah mereka yang senang menjadi penonton saja. 3) *those who wonder what happens*, yaitu mereka yang hanya sekedar bertanya-tanya tentang apa yang terjadi. 4) *those who don't know what anything happens*, yaitu mereka yang tidak peduli, tidak tahu, dan tidak mengerti. Manusia unggul yang dibutuhkan saat ini tipe manusia *driver*, manusia yang berani membuat terobosan dan melakukan perubahan. Inilah sosok manusia berkarakter entrepreneur.

Entrepreneurship sesungguhnya merujuk kepada seseorang yang memiliki ciri-ciri sebagai berikut: kreatif, inovatif, disiplin, berani menanggung risiko (Yulifar, 2017, hlm.33). Suharyono (2018, hlm. 6556) mengatakan seorang entrepreneur sekurang-kurangnya memiliki karakteristik; punya motivasi berprestasi, berdaya cipta dan inovatif, berkomitmen dalam pekerjaan, punya etos kerja dan tanggung jawab, mandiri atau tidak tergantung pada orang lain, berani menghadapi risiko, selalu mencari peluang, memiliki jiwa kepemimpinan, manajerial dan kemampuan personal. Kasali (2018) mengatakan entrepreneurship butuh bagi siapa saja, apakah itu pegawai, guru, dosen, gubernur, presiden, dan apapun profesinya. Namun, karena karakter tersebut pada umumnya banyak

dikaitkan dengan pelaku usaha, maka terdapat penyempitan arti, seolah-olah, entrepreneur itu identik dengan pengusaha. Penelitian-penelitian terdahulu seperti McClelland & Mac Clelland (1961), mengaitkan *need for achievement* pada seorang pengusaha. Schumpeter (1934) menjelaskan pertumbuhan ekonomi dengan kehadiran pengusaha, padahal entrepreneurship bisa dimiliki dan dikembangkan di bidang-bidang lain selain bidang ekonomi. Karakter entrepreneur bisa dipelajari dari kelas atau pembelajaran sejarah, melalui keteladanan para tokoh sejarah dibandingkan dengan tokoh dunia usaha yang berjiwa entrepreneur. Asriani (2020) guru sejarah SMKN di Kabupaten Bandung, mengatakan entrepreneurship adalah nilai atau karakter yang tidak hanya harus dimiliki oleh seorang wirausahawan, tetapi nilai/karakter yang harus dimiliki oleh setiap orang apapun aktivitas dan profesinya, baik PNS, karyawan swasta, mahasiswa, dan pelajar. Nugraha (2020) guru sejarah swasta di Kabupaten Cianjur mengatakan karakter entrepreneur merupakan nilai dasar yang menunjukkan sikap atau perilaku inovatif, kreatif dan terbuka terhadap perubahan. Karakter entrepreneur ini bisa kita lihat dari beberapa tokoh perjuangan bangsa. Salah satunya sosok guru bangsa HOS. Tjokroaminoto.

Melalui kegiatan supervisi pembelajaran sebagai peneliti juga sebagai kepala sekolah, mengidentifikasi para peserta didik SMA di Bandung Barat menunjukkan beberapa permasalahan terkait entrepreneursip. Pada masa pandemi Covid-19 peserta didik mengalami *learning loss*. Penyebabnya sangat berkaitan dengan karakter entrepreneur peserta didik, seperti kreativitas, kemampuan menghadapi risiko, survival dan mandiri. Sebagian besar peserta didik belum memahami bahwa karakter entrepreneur sebagai potensi yang dimiliki oleh semua orang. Peserta didik masih menganggap bahwa entrepreneurship berkaitan dengan kegiatan wirausaha, yang harus didukung oleh bakat bawaan. Padahal entrepreneurship sebuah karakter yang dapat dipelajari dan dikembangkan pada diri setiap orang. Dari hasil pengamatan, peserta didik secara umum belum memahami betul bahwa kesuksesan tokoh-tokoh sejarah atau dunia usaha selalu didukung oleh kisah-kisah hidup yang menunjukkan seorang entrepreneur seperti suka membaca, kreatif, berani menanggung risiko, survival, dan mandiri.

Berdasarkan hasil survey pada guru-guru sejarah di Kabupaten Bandung Barat tahun 2020, dari 25 orang guru yang diberi angket, 92% mengatakan konsep entrepreneur tidak berkaitan dengan kegiatan ekonomi, 88% mengatakan entrepreneur bisa diajarkan dalam pelajaran sejarah, dan 40% pernah mengajarkan entrepreneurship dalam sejarah. Namun ketika ditanya tentang pemahaman konsep entrepreneur, 60% masih berorientasi pada kegiatan ekonomi. Fakta ini menjadi peluang bahwa penanaman karakter entrepreneur sudah dikenal oleh guru-guru sejarah di Kabupaten Bandung Barat. Namun demikian belum menemukan konsep dan pendekatan untuk dikembangkan dalam pembelajaran sejarah melalui keteladanan para tokoh sejarah atau dunia usaha.

Adapun hasil observasi supervisi administrasi rencana pembelajaran di SMA tempat penelitian, pembelajaran sejarah berbasis karakter entrepreneur belum dikembangkan guru sejarah. Tokoh-tokoh sejarah atau dunia usaha hanya dikenal melalui penjelasan kronologis fakta yang kurang bermakna karena hanya bicara tentang kesuksesan tanpa penjelasan proses sejarahnya. Karakter entrepreneur dianggap sebagai bagian dari kegiatan ekonomi yang hanya bisa dikembangkan melalui kegiatan-kegiatan ekstrakurikuler dalam bentuk praktik kewirausahaan. Pengetahuan peserta didik tentang tokoh hanya mengenal fakta-fakta umum, sehingga tokoh-tokoh kurang mendapat apresiasi sebagai sosok teladan yang bisa diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari. Sebuah fakta di lapangan, peserta didik lebih condong seperti yang dijelaskan para peneliti terdahulu yaitu sosok yang lemah karsa, suka menerabas, takut gagal, dan berdaya juang lemah (Suwardi, 1998: 33). Peserta didik yang tidak punya karakter entrepreneur, cenderung seperti dikatakan McClelland & Mac Clelland (1961), yaitu tidak memiliki *need for achievement* tinggi. Peserta didik yang tidak berkarakter entrepreneur sama dengan yang dikemukakan oleh Koentjaraningrat, 1971, Mochtar Lubis 1978 (dalam Wahyuningsih, dkk, 2018, hlm.10), mereka kurang percaya diri, tidak disiplin, dan enggan bertanggung jawab. Hendarman (2019, hlm. 7-11) menjelaskan, bangsa kita sedang mengalami krisis karakter.

Untuk menjawab permasalahan karakter, di Indonesia pada tataran implementasi terdapat tiga peraturan terkait pendidikan karakter yaitu; 1) Peraturan Presiden Nomor 87 tahun 2017 tentang Penguatan Pendidikan Karakter; 2)

Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 20 tahun 2018 tentang Penguatan Pendidikan Karakter pada Satuan Pendidikan Formal; dan 3) Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 21 tahun 2015 tentang Gerakan Pembudayaan Karakter di sekolah. Di dalam dokumen Silabus Mata Pelajaran Sejarah Indonesia pada dimensi sikap peserta didik dituntut untuk meneladani pelaku sejarah, tokoh, pemimpin dalam menjalankan nilai ajaran agama, sikap cinta damai, proaktif, cinta tanah air, rela berkorban, kerja sama, bertanggung jawab, dan peduli dalam menyelesaikan masalah bangsa.

Merujuk pada regulasi tersebut di atas, maka keteladanan tokoh sejarah dan dunia usaha diyakini dapat menjadi sebuah strategi dalam menanamkan karakter pada peserta didik. Peneliti melihat ada ruang untuk penanaman karakter entrepreneur melalui keteladanan para tokoh sejarah. Saat ini, dibutuhkan manusia-manusia berkarakter entrepreneur untuk menghadapi era *disruption* akibat cepatnya perkembangan teknologi informasi. Menurut Kasali, (2018, hlm. xii) jika kita belajar dari sejarah, dalam situasi saat ini kita harus cepat berubah beradaptasi dengan zaman, agar kita bisa tetap tumbuh menjadi bangsa besar. Sekarang manusia berkarakter entrepreneur sangat dibutuhkan untuk mempertahankan kedaulatan negara.

Dalam tahap perencanaan pembelajaran, dilakukan identifikasi karakter entrepreneur dari kisah para tokoh sejarah dan dunia usaha yang dapat dijadikan teladan, dalam hal ini adalah tokoh sejarah umat Islam Nabi Muhammad SAW, (Haekal, 2003), tokoh nasional Sukarno (Adams, 2014), tokoh pengusaha Bob Sadino (Mawardi, 2007), pemilik *unicorn* Jack Ma (Clark, 2017) dan Billy P.S. Lim (Lim, 2003), dari studi literatur awal tampak bahwa karakter para tokoh mengalami kisah deterministik, karena setiap tokoh sejarah dan dunia usaha menggambarkan kisah-kisah hidup yang cenderung sama. Para tokoh mengalami kisah-kisah yang mencirikan sebagai sosok cinta pengetahuan, memiliki berbagai usaha untuk melakukan perubahan, dihadapkan pada kegagalan, penderitaan hidup, untuk mencapai kemandirian hidup sebagai individu atau kelompok. Oleh karena itu, kisah-kisah deterministik dari tokoh-tokoh tersebut dapat dikemas dijadikan kisah teladan untuk membentuk karakter entrepreneur. Determinisme kisah para tokoh, dapat dikembangkan dalam pembelajaran sejarah sebagai alat menanamkan

karakter entrepreneur sebagai karakter bangsa. Determinisme kisah tokoh dapat dikemas menjadi sebuah kisah yang mengajarkan nilai-nilai kejiwaan sebagai bangsa unggul.

Pada era industri 4.0. cinta tanah air dapat diadaptasi dengan membangun sumberdaya manusia berkarakter entrepreneur. Karakter entrepreneur secara implisit disosialisasikan oleh *US-based Partnership for 21st Century skills (P21)* sebagai manusia dengan kemampuan dalam hal *critical thinking, creative, camunication, and collaboration* (Zubaidah, 2018, hlm. 2). Penanaman karakter entrepreneur melalui determinisme kisah para tokoh sejarah dan dunia usaha, pada gilirannya berkontribusi dalam membentuk Profil Pelajar Pancasila sebagaimana tujuan pendidikan nasional terutama pada aspek kreativitas dan kemandirian. Tentang Profil Pelajar Pancasila yang lebih lengkap diungkapkan (Nur'Inayah, 2021, hlm. 2; Sidiq, 2019, hlm 151) sebagai berikut:

Pada tataran nilai, pengembangan pendidikan karakter bersentuhan dengan program pemerintah yang menekankan empat nilai yang harus dikembangkan dan diajarkan kepada peserta didik yaitu, gotong royong, nasionalisme, kemandirian, religius, dan integritas. Selanjutnya terjadi perubahan kebijakan, nilai-nilai pembentuk karakter mengacu pada pembentukan Profil Pelajar Pancasila dengan menanamkan nilai Ketuhanan Yang Maha Esa dan akhlak mulia, kebhinekaan global, gotong royong, cerdas, kreatif, dan mandiri.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti mencoba untuk menanamkan nilai-nilai karakter entrepreneur melalui para tokoh sejarah dan dunia usaha, melalui *Participatory Action Research*, dengan judul: Menanamkan Karakter Entrepreneur melalui Determinisme Kisah Tokoh Sejarah dan Dunia Usaha.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan gambaran umum dan identifikasi masalah di atas, peneliti menemukan masalah pentingnya menemukan kisah-kisah tokoh sejarah dan dunia usaha yang dapat dijadikan sebagai pelajaran dalam pendidikan karakter entrepreneur. Abad teknologi sebagai abad kreatif membutuhkan sosok-sosok berkarakter entrepreneur. Peneliti menyusun pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- 1) Bagaimanakah kisah determinan karakter entrepreneur dari tokoh sejarah dan dunia usaha?

- 2) Bagaimanakah langkah-langkah pelaksanaan penanaman karakter entrepreneur melalui kisah tokoh sejarah dan dunia usaha pada peserta didik?
- 3) Apakah nilai-nilai karakter entrepreneur dari kisah tokoh sejarah dan dunia usaha dapat ditanamkan pada peserta didik?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan utama penelitian adalah memenuhi prasyarat promosi doktor pada Prodi Pendidikan Sejarah Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) Bandung. Selanjutnya, melalui *PAR* dengan siklus mulai dari tahap perencanaan, tindakan, dan refleksi, ada beberapa tujuan praktis penelitian yang ingin diperoleh antara lain:

- 1) Menemukan kisah-kisah tokoh sejarah dan dunia usaha berkarakter entrepreneur yang dapat diimplementasikan pada pembelajaran sejarah.
- 2) Mengetahui langkah perencanaan dan pelaksanaan penanaman karakter entrepreneur dari tokoh sejarah dan dunia usaha pada peserta didik.
- 3) Menemukan nilai-nilai karakter entrepreneur yang digali dari kisah para tokoh sejarah dan dunia usaha, melalui interpretasi kisah.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian secara langsung untuk kepentingan akademis adalah menambah khazanah ilmu pendidikan sejarah. Konsep karakter entrepreneur yang dikembangkan dari determinisme empat kisah tokoh sejarah dan dunia usaha, menjadi empat nilai karakter kreatif, berani, survival, dan mandiri, dapat menjadi landasan teori dalam mengembangkan pendidikan karakter pada mata pelajaran sejarah.

Penemuan penelitian bermanfaat untuk mendukung kebijakan penting yaitu pendidikan karakter yang sedang digalakan pemerintah dalam dunia pendidikan. Pengenalan tokoh-tokoh sejarah dan dunia usaha dengan pendekatan karakter entrepreneur membantu upaya kebijakan pemerintah dalam menciptakan generasi emas di tahun 2045 tanpa kehilangan jati diri bangsa. Pelajaran sejarah menjadi mata pelajaran yang sangat mendukung kebijakan pemerintah dalam menumbuhkan karakter bangsa di abad 21.

Bagi guru-guru sejarah, praktik penanaman karakter entrepreneur melalui determinisme kisah tokoh sejarah dan dunia usaha, dapat menjadi pedoman untuk

penerapan pembelajaran sejarah kreatif, kontekstual, dan inspiratif. Inovasi pembelajaran sejarah melalui penanaman karakter entrepreneur dari tokoh sejarah dan dunia usaha, dapat mengurangi anggapan peserta didik bahwa pelajaran sejarah kurang bermanfaat dan sulit beradaptasi dengan perkembangan zaman. Pada kurikulum sejarah, penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk memperkenalkan tokoh-tokoh dari berbagai bidang untuk kepentingan pendidikan karakter entrepreneur.

Penanaman karakter entrepreneur bermanfaat bukan hanya memperkenalkan peserta didik dengan tokoh-tokoh besar sejarah dan dunia usaha lintas generasi, tetapi bisa mengenalkan tokoh-tokoh sukses di sekitar rumah, agar peserta didik bisa mengenal dekat, menghargai, dan mencintai tokoh di lingkungan tempat mereka tinggal. Penanaman karakter entrepreneur dari determinisme kisah tokoh, dengan melakukan identifikasi tokoh-tokoh di sekitar rumah peserta didik, dapat membantu mereka mengenal lingkungan dimana mereka tinggal dan peserta didik dapat merasakan manfaat pendidikan sejarah dalam kehidupan nyata.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian dibagi menjadi lima Bab, dengan uraian sebagai berikut; Bab I Pendahuluan, berisi latar belakang masalah, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan. Bab II Kajian Pustaka, berisi konsep karakter entrepreneur, karakter entrepreneur tokoh besar, determinisme kisah tokoh, pendidikan karakter entrepreneur dalam sejarah, materi ajar sejarah, dan penelitian terdahulu. Bab III Metode Penelitian, berisi desain penelitian, partisipan, pengumpulan data, pengolahan dan validitas data. Bab IV Hasil penelitian dan pembahasan, dijelaskan melalui deskripsi temuan penelitian dan pembahasan. Bab V Kesimpulan, Implikasi, dan Rekomendasi.