

Menginspirasi Kewirausahaan-Sejati kepada

Mahasiswa di dalam Kuliah Kewirausahaan

--Fajar Sinaga—

Universitas Nurtanio, Fakultas Teknik, Program Studi Teknik Industri

fajarsinaga231@gmail.com; fajar_sinaga@yahoo.com

Abstrak:

Kepada mahasiswa perlu diajarkan makna *wirausaha-sejati*, yaitu seorang yang berorientasi pada *inovasi* dalam pekerjaan maupun usahanya untuk menyelesaikan masalah, maupun untuk memenuhi kebutuhan dalam pekerjaan, lingkungan, usaha, maupun kehidupan sosialnya. Dengan inovasi, dia bisa memastikan bahwa manfaat sosial akan dihasilkan. Demikian juga, dengan inovasi, dia tahu bahwa dia akan mendapatkan benefit ekonomi yang jauh melebihi yang didapatkannya jika dia melakukannya dengan cara-cara yang lazim yang sudah dilakukan di tempat lain dan/atau di waktu-waktu yang lalu.

Dalam tulisan ini, dicontohkan seorang alumni Teknik Industri Universitas Nurtanio—Kurnia Nurhakim-- yang melakukan kewirausahaan lingkungan untuk mengatasi salah satu masalah lingkungan, yaitu sampah plastik. Potensi manfaat sosial yang akan dihasilkan dengan rancangan mesin pendaur ulang plastiknya adalah memberikan lapangan pekerjaan kepada masyarakat dan mendapatkan benefit ekonomi dari menjual produk mesin pendaur ulang plastik tsb kelak

Kata-kata kunci: wirausaha, inovasi, kreatif-inovatif, berani, berbeda, visi, manfaat sosial ekonomi

Abstracts:

Students need to be taught the meaning of true entrepreneurship, i.e. someone who is oriented towards innovation in their work and efforts to solve problems, as well as to meet needs in work, environment, business, and social life. With innovation, he can ensure that social benefits will be generated. Likewise, with innovation, he knows that he will get economic benefits that far exceed what he would get if he did it in the usual ways that have been done elsewhere and/or in the past.

In this paper, an alumnus of Industrial Engineering at Nurtanio University—Kurnia Nurhakim—is exemplified as someone who does environmental entrepreneurship to overcome one of the environmental problems, i.e. plastic waste. The potential social benefits that will be generated by the design of the plastic recycling machine are to provide jobs for the community and get economic benefits from selling the plastic recycling machine product in the future.

Keywords: entrepreneurship, innovation, creative-innovative, courageous, different, vision, socio-economic benefits

1. PENGERTIAN KEWIRAUSAHAAN

1.1 Salah-Pengertian Tentang Kewirausahaan

Sampai hari ini, menurut Fajar Sinaga (1), kebanyakan masyarakat Indonesia masih berpikir bahwa seorang pengusaha sama artinya dengan seorang wirausaha. Pandangan tsb, bahkan, masih kuat dirasakan pada sejumlah buku-buku kewirausahaan berpengarang dalam negeri. Ketika membicarakan kewirausahaan di dalamnya, seluruh pembahasannya adalah mengenai cara atau kiat memulai suatu usaha sebagaimana biasanya. Beberapa pokok utama buku-buku kewirausahaan tsb misalnya tentang memilih jenis usaha, mengusahakan permodalan, pengurusan secara hukum pendirian usaha, cara mengelola usaha, membuat rencana keuangan, rencana pemasaran, dll.

Pandangan ini sebenarnya tidak seluruhnya khas Indonesia. Richard Cantillon (1775), sebagaimana diadaptasi oleh Fajar Sinaga (1), mengatakan bahwa kewirausahaan adalah *self employment*, artinya mempekerjakan diri sendiri, atau memiliki usaha sendiri dan menjalankannya. Lalu, masih pada tahun yang sama, dia menambahkan lagi pada pengertian kewirausahaan *pengambilan resiko*. Penrose (1963), sebagaimana diadaptasi oleh Fajar Sinaga (1), mulai lebih maju dalam pengertiannya, yaitu bahwa kewirausahaan adalah *hal mengidentifikasi peluang-peluang di dalam sistem ekonomi*. Hanya, masih belum jelas jenis peluang yang dimaksud. Apakah itu peluang membuka usaha seperti yang sudah dijalankan di tempat lain ataukah peluang melakukan sesuatu yang baru seperti produk baru, cara baru, dsb? Di waktu yang lain, Harvey Leibenstein (1968), sebagaimana diadaptasi oleh Fajar Sinaga (1), mengatakan dengan cara yang berbeda, namun maksudnya masih sama, bahwa kewirausahaan adalah *kegiatan untuk menciptakan atau melaksanakan perusahaan*.

1.2 Pengertian Sejati Kewirausahaan

Peter Drucker (1959), sebagaimana diadaptasi oleh Fajar Sinaga (1), mengawali pengertian kewirausahaan yang lebih spesifik dan makin akurat, yaitu *kemampuan menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda*. Ada unsur penciptaan dan kebaruan. Sesungguhnya, unsur inilah yang membedakan kewirausahaan secara signifikan dari usaha atau bisnis biasa. Dalam bisnis biasa, jarang atau tidak pernah dibicarakan mengenai menciptakan sesuatu yang baru. Fokus utama bisnis biasa adalah memaksimalkan profit melalui proses transformasi material menjadi produk dan/atau jasa dengan sumberdaya-sumberdaya yang dimiliki dengan cara-cara yang sudah

lazim. Sedang, dalam kewirausahaan, *kebaruan* dan *proses yang menghasilkannya* adalah nyawanya; kebaruan yang menciptakan manfaat dan pendapatan. Inilah macam kebaruan yang disebut dengan *inovasi*.

Bill Gates, sebagaimana diadaptasi oleh Fajar Sinaga (1), memberi warna baru pada pengertian kewirausahaan, khususnya pada pengertian *kebaruan*, sebagai *peluang untuk menuai lebih banyak profit*; jauh melebihi yang mungkin diperoleh melalui usaha atau bisnis biasa; kebaruan yang merupakan *jalan yang berbeda* dari yang ditempuh oleh bisnis biasa. Profit menjadi lebih banyak bukan dari menghasilkan lebih banyak hal yang biasa dijalankan, tetapi dari daya ungkit profit yang lebih tinggi melalui kebaruan produk/jasa, proses, prosedur manajemen, cara mendeliver barang/jasa, dll

1.3 Etimologi Kata Wirausaha

Secara etimologi, sebelum menjadi sebuah entri baru dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata *wirausaha* adalah kata majemuk yang dibentuk oleh dua kata/konsep, yaitu *wira* dan *usaha*. *Wira* mengusung makna *prajurit, ksatria, pahlawan, manusia unggul/teladan/berbudi luhur/gagah berani/berwatak agung*. Sedang, *usaha* mengusung makna *tindakan atau perjuangan untuk mencapai tujuan atau cita-cita*. Transformasi menjadi kata majemuk, *wira-usaha*, menjadikannya bermakna *seorang pahlawan atau ksatria yang berjuang tanpa henti sebelum mencapai tujuan atau cita-cita*.

Kata majemuk ini kemudian berevolusi menjadi sebuah kata/konsep dan menjadi entri kata baku dalam KBBI. Namun, oleh KBBI, makna kata wirausaha ini kemudian ditransformasi dan diperkaya atau diperluas sehingga menjadi dekat dengan makna kata *entrepreneurship*, yaitu *orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi baru untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya*. Irisan makna baru ini dengan makna aslinya hanya tinggal pada unsur usaha atau tindakannya. Jadi, secara etimologi, sebenarnya kata *wirausaha* tidak mengusung makna *entrepreneurship*, tetapi paling dekat di antara kata dalam bahasa Indonesia dengan makna *entrepreneurship*, yakni pada hakekat *pejuangan* di dalam kedua kata tsb.

1.4 Warna-warni Pengungkapan Kewirausahaan

Ibarat cahaya matahari yang diuraikan oleh prisma menjadi sejumlah warna, sehingga matahari terlihat seolah punya beragam warna, pengertian wirausaha pun dapat diungkapkan melalui ‘pelangi’ unsur-unsur penting di dalamnya yang menyertai spirit inovasi yang merupakan ‘inti sel’-nya.

Perjuangan. Kewirausahaan paling sering diungkapkan lewat *semangat perjuangan* pantang menyerah yang membakar hati pelakunya. Seorang wirausaha tidak menyerah dalam tekanan, perlawanan, intimidasi, kelangkaan, kesulitan, masalah, ketidakpastian, keputusasaan, bahkan kegagalan-kegagalan di awal. Bahkan, seorang wirausaha sudah mengantisipasi hal-hal tsb dan siap memberikan respon yang kreatif dan membalikkannya menjadi sebuah keuntungan dan motivasi. Alih-alih dilindas oleh ‘kereta perang’ masalah yang membawa semua amunisi tsb, dia bersiap-siap untuk melompat ke dalam kereta perang tsb ketika itu lewat dan menaklukkan serta mengendalikannya. Seorang wirausaha sejati *ngotot* dengan obsesinya untuk berhasil menghadirkan sesuatu yang baru, yang bermanfaat dan mendatangkan profit.

Waktu dan upaya. Selain itu, menurut Fajar Sinaga (1), kewirausahaan adalah sesuatu yang menuntut *waktu* dan *upaya*. Hasil yang diharapkan tidak pernah akan terjadi dalam semalam, sehari, atau seminggu, bahkan sebulan. Diperlukan waktu-upaya untuk mentransfer ide kebaruan, dan mengulang lagi melakukannya, kepada sejumlah orang yang akan menjadi anggota tim dan mendapatkan keyakinan mereka akan ide tsb. Diperlukan waktu-upaya untuk membuat mereka terinspirasi dan menjadi bersemangat. Diperlukan waktu-upaya untuk mengajar dan melatih mereka berbagai hal mulai dari pengetahuan, pengalaman, dan ketrampilan. Jika Si Wirausaha tsb bukan Si Pengusahanya, diperlukan waktu-upaya untuk melakukan hal-hal tadi kepada jajaran pimpinan dan mendapatkan keyakinan serta semangat mereka.

Selanjutnya, diperlukan waktu-upaya untuk membuat berbagai rancangan sampai kepada prototipe dan mencobakannya. Mungkin, ini perlu dilakukan beberapa kali sampai didapatkan protipe terbaik, lalu dievaluasi, dan dikukuhkan menjadi produk baru atau proses baru. Selanjutnya, diperlukan waktu-upaya untuk memasarkannya mulai dari penetrasi pasar sampai perluasan pasar. Baru, kemudian, didapatkan manfaat dan profit yang sepadan dengan waktu-upaya yang telah diinvestasikan.

Berani. Namun, menurut Fajar Sinaga (1), kewirausahaan juga sering diungkapkan lewat berbagai jenis watak/perilaku yang sering ditunjukkan oleh pelaku wirausaha. Misalnya, watak *berani*. Berani tidak sama dengan *nekat*. *Chemistry* keduanya memang sama, yaitu *tidak takut*, tetapi berbeda dalam takaran pertimbangan yang menyertainya. *Nekat* hampir pasti bermakna tidak takut tetapi *tanpa, atau dengan sedikit, pertimbangan* untung-rugi. Sedang, *berani* bermakna tidak takut tetapi dengan disertai pertimbangan yang matang. Dalam pertimbangan tsb, termasuk di dalamnya akal-sehat, pengalaman dan nasihat orang yang berpengalaman, ilmu pengetahuan yang relevan, kalkulasi untung-rugi, kekuatan-kelemahan, peluang dan ancaman. Dengan kata lain, wirausaha adalah seorang yang berani menggunakan dan mengkombinasikan otak dan instingnya, sedang seorang yang *nekat* didominasi oleh instingnya. Keberanian seorang wirausaha tampak ketika dia memperjuangkan ide kebaruannya untuk diterima dan didukung. Juga, ketika dia siap menghadapi dan menyambut berbagai perlawanan, intimidasi, kesulitan, dsb. Lebih-lebih, ketika dia menemukan kegagalan-kegagalan di awal, dia berani bangkit lagi, maju, dan terus mencoba alternatif lain.

Mimpi. Kewirausahaan juga, menurut Fajar Sinaga (1), sering dikaitkan dengan *mimpi*. Seorang wirausaha berani bermimpi atau berimajinasi. Di dalam pikirannya, dia menciptakan sebuah realitas kebaruan yang prosesnya sbb:

Misalnya, dari sebuah ide produk, dia menciptakan sebuah produk baru *di dalam pikirannya*. *Di dalam pikirannya*, dia membentuk sebuah tim dan memilih orang-orang untuk masuk ke dalam tim. Dia membagikan ide kebaruannya dengan sangat jelas dan dengan penuh semangat kepada mereka. Mereka menjadi sangat terinspirasi dan rela bekerja untuk merealisasikan ide tsb. Si Wirausaha membayangkan menghadapi berbagai intimidasi tetapi dia merespon dengan kreatif, bahkan menjadikannya motivasi. Pada akhirnya, masih *di dalam pikirannya*, berbagai percobaan dan pengujian dilakukan sampai akhirnya diputuskan sebuah produk yang akan diproduksi dan dipasarkan. Lalu, tentu masih *di dalam pikirannya*, dia membawa produk tsb ke pasar, memberikan kesempatan kepada calon konsumen untuk mencobanya. Singkat cerita, *di dalam pikirannya*, produk tsb sukses.

Seorang wirausaha sejati rajin melatih ketrampilan menciptakan realitas di dalam pikirannya. Dia mengakrabinya setiap hari, setiap saat, sampai realitas di dalam pikirannya tsb seolah sudah menjadi kenyataan. Dia menjadi terbiasa dengan realitas tsb. Lalu, ketika tiba saatnya untuk mewujudkannya, dia tahu dan mantap dengan hal-hal yang akan dilakukannya. Dia tidak lagi meraba-raba. Dia dibimbing oleh realitas yang sudah ada di dalam kepalanya. Realitas tsb menjadi seolah *lampu penerang jalan* baginya.

Mengambil keputusan. Kewirausahaan, menurut Fajar Sinaga (1), juga kerap dikaitkan dengan kemampuan dan keberanian mengambil keputusan. Seorang wirausaha, ketika realitas di dalam pikirannya sudah cukup dan jelas, tidak lagi dikuasai keraguan. Dia segera memutuskan untuk mewujudkan realitas di dalam pikiran menjadi kenyataan. Lalu, serangkaian tindakan pun dilakukannya mengikuti keputusannya. Dia adalah seorang *pelaku*, bukan hanya pemimpi.

1.5 Karakter Seorang Wirausaha

Dari penjelasan mengenai warna-warni pengungkapan kewirausahaan sebelumnya, sudah bisa dilihat beberapa ciri karakter seorang wirausaha sebagai berikut:

1. Kreatif dan inovatif
2. Visioner
3. Terlatif berimajinasi
4. Lebih cenderung bertindak, daripada berbicara
5. Berani
6. Tekun
7. Sabar
8. *Ngotot*
9. Optimis
10. Mencintai yang dikerjakannya
11. Peduli dengan detail
12. Mampu memimpin dan bekerjasama dalam tim

Poin 11, *peduli dengan detail*, adalah salah satu pembeda seorang pengusaha tulen dengan seorang wirausaha. Seorang pengusaha menyerahkan urusan detail kepada stafnya, sedang

seorang wirausaha sebaliknya peduli dengan detil sekecil apa pun, karena bisa saja detil itu, jika tidak diperhatikan, menjadi semacam kerikil yang akan menjungkalkan, menggagalkan semua usaha yang sudah dirintis. Seorang pengusaha sudah punya sistem, sehingga tidak merepotkan dirinya dengan urusan detil. Sedang, seorang wirausaha masih membangun sistemnya dari awal. Itu sebabnya, dia perlu memperhatikan detil.

1.6 Seorang Wirausaha Tidak Harus Seorang Pengusaha atau Pemilik Perusahaan

Saat ini, menurut Fajar Sinaga (1), pengertian kewirausahaan makin mengerucut menjadi ciri-ciri karakter tertentu yang bekerjasama saling menguatkan di dalam diri seseorang, yang akan memampukannya, entah untuk menjalankan sebuah perusahaan berciri kewirausahaan atau untuk bekerja di segala bidang dan jenis pekerjaan. Dengan pengertian ini, seorang wirausaha tidak harus menjalankan perusahaannya sendiri. Misalnya, seorang *insinyur teknik industri* bisa menjadi sekaligus seorang wirausaha jika di dalam pekerjaannya, dia selalu terobsesi untuk menemukan metode-metode baru yang lebih efektif, efisien, dan produktif untuk sistem kerja; demikian juga untuk rancangan-rancangan yang lebih ergonomis untuk peralatan; juga untuk sistem produksi baru yang kurang cacat produknya; dsb.

Obsesinya kemudian mendorongnya untuk membagikannya kepada rekan sekerja maupun pimpinannya, tidak hanya satu kali, tetapi berulang dengan cara-cara yang kreatif sampai mereka terinspirasi dan bersemangat untuk mendukungnya merealisasikan ide tsb. Lalu, setelah mendapatkan dukungan mereka, dia mengantisipasi berbagai hambatan dan masalah, termasuk intimidasi, juga kegagalan di tahap-tahap awal, untuk memberikan respon yang kreatif. Dia tidak berhenti berjuang sampai idenya menjadi kenyataan dan sukses meningkatkan efisiensi-efektivitas-produktivitas sistem kerja, mengurangi cacat produk, membuat sistem kerja yang lebih ergonomis, dll. Jadi, dengan melatih dan mengembangkan karakter wirausaha, seseorang bisa menjadi wirausaha pada bidang pekerjaannya di dalam suatu perusahaan.

Dalam bidang *sosial*, Saragih (2017) mengatakan, sebagaimana diadaptasi oleh Fajar Sinaga (1), hari ini sangat dibutuhkan kehadiran wirausaha-wirausaha sosial untuk membantu menciptakan tatanan sosial yang kurang atau jauh dari konflik, membangun masyarakat yang saling menghargai perbedaan, membangun kehidupan sosial yang bertumpu pada kekuatan setiap komponen bangsa, membangun kehidupan demokrasi, membangun ruang dialog yang kondusif, membangun budaya peduli sesama, dll. Demikian juga dalam aspek *lingkungan hidup*,

Sakuntalawati (2022) mengatakan, sebagaimana diadaptasi oleh Fajar Snaga (1), diperlukan sekali kehadiran figur-figur wirausaha untuk membantu masyarakat melatih kesadaran, inisiatif, dan kreativitas mereka dalam menciptakan lingkungan hidup yang sehat. Contoh-contoh yang sudah dan sedang berjalan misalnya penggalakan bank sampah, hidup tanpa bahan plastik, skema insentif, *car free day*, gaya hidup bersepeda, kebiasaan memilah jenis sampah dan tempat sampah. Yang masih dirintis adalah produksi dan penggunaan massal mobil listrik, pemanas atau pendingin tenaga matahari, dsb.

1.7 Dampak Budaya Kewirausahaan pada Ekonomi Bangsa/Negara

David McClelland (1979), sebagaimana diadaptasi oleh Fajar Sinaga (1), mengatakan *bahwa suatu negara bisa menjadi makmur jika terdapat pengusaha+wirausaha sedikitnya 2% di dalam negara tsb*. Dari grafik sebagaimana digambarkan dalam Gambar 1 di bawah terlihat, Indonesia masih di bawah 2%. Tetapi, *mengapa Indonesia masih belum menunjukkan tanda-tanda bahwa sebentar lagi akan menjadi negara maju?* Menurut hemat saya, angka yang 1,65% itu masih didominasi oleh kelompok pengusaha. Sedang di negara-negara yang sudah maju seperti Amerika, Eropa, Jepang dll, angka masing-masing tsb sudah didominasi kaum wirausaha. Apa artinya? Di negara-negara maju, kaum wirausaha mampu melipatgandakan profit mereka melebihi yang dihasilkan bisnis biasa, karena kebaruan yang terus mereka hadirkan ke dalam bisnis maupun pasar, entah itu produk/jasa baru, prosedur baru manajemen, sistem yang terus diefisienkan dari waktu ke waktu, dsb.



Gambar 1 Perbandingan Persentase Pengusaha-Wirausaha di Sejumlah Negara

2. SPIRIT INOVASI

2.1 Spirit Bisnis Biasa dan Spirit Kewirausahaan

Irisan utama bisnis biasa dengan wirausaha adalah hal *mencari profit*. Yang membedakan keduanya adalah:

Bisnis Biasa:

- a. Orientasi utama adalah mendapatkan profit.
- b. Mencari profit dilakukan dengan cara-cara yang sudah ada, sudah biasa atau lazim, baik dalam melakukan proses transformasi--dari mulai bahan baku menjadi barang atau produk jadi—maupun operasi lainnya,
- c. Tambahan profit diperoleh terutama dengan menghasilkan lebih banyak; juga dengan sedikit lebih efisien.

Wirausaha:

- a. Orientasi utama adalah melakukan inovasi.
- b. Profit dicari dengan melakukan inovasi demi inovasi. Inovasi-inovasi tsb meliputi segala bidang yang memberikan peluang-peluang perubahan untuk meningkatkan profit dan benefit secara signifikan.
- c. Seluruh proses transformasi, demikian juga operasi lainnya, cenderung dilakukan *bukan* dengan cara-cara yang sudah ada, biasa, atau lazim.
- d. Tambahan profit yang signifikan terutama diharapkan dengan melakukan inovasi-inovasi di seluruh operasi.

Di dalam bisnis biasa, bisa saja ada, atau pernah, dilakukan inovasi, tetapi bukan sebagai nyawanya. Sedang, nyawa utama wirausaha adalah inovasi. Tanpa inovasi sebagai nyawa utama, suatu kegiatan ekonomi hanyalah sebuah kegiatan bisnis biasa.

Di dalam perekonomian Indonesia, sebagian besar kegiatan ekonomi adalah bisnis biasa, manufaktur maupun jasa. Sedang, sejarah negara-negara maju ditandai dan digerakkan terutama oleh kegiatan kewirausahaan di dalam perekonomiannya. Di negara-negara maju, ketika orang berbicara bisnis, orang cenderung mengasosiasikannya dengan wirausaha. Sedang, di Indonesia, ketika orang berbicara wirausaha, orang masih berpikir itu adalah bisnis biasa. Bahkan, di kalangan terpelajar sekalipun, meski mereka sudah diberi kuliah

kewirausahaan dan inovasi, paradigma mereka tidak mudah berubah. Paradigma lama mereka bahwa wirausaha sama dengan bisnis biasa sulit digantikan dengan paradigma baru bahwa *wirausaha bukan bisnis biasa*, tetapi yang bernyawa utama inovasi.

2.2 Wirausaha Intraperusahaan

Sebuah bisnis biasa, menurut Fajar Sinaga (1), bukan tidak mungkin bertransformasi menjadi wirausaha, jika di dalamnya terdapat SDM-SDM yang bermental wirausaha. Mereka adalah SDM-SDM yang dikuasai dan digerakkan oleh spirit inovasi. Sebut saja mereka adalah wirausaha-wirausaha intraperusahaan. Mereka senantiasa terobsesi dengan perubahan-perubahan untuk kemajuan di bidangnya maupun untuk perusahaan. Mereka berani bermimpi bukan hanya untuk diri sendiri, tetapi juga untuk perusahaan. Mereka boleh saja berada dan bekerja di bagiannya dalam suatu perusahaan, tetapi pikirannya tidak diikat oleh batas-batas perusahaan. Bahkan, mereka berpikir secara global dan *uptodate*.

Parawirausaha intraperusahaan ini selalu belajar pengetahuan-pengetahuan baru, lalu mendiskusikannya dengan rekan-rekan sekerjanya, kemudian terjadi sintesa yang menghasilkan pengetahuan-pengetahuan baru yang siap diproses untuk menjadi inovasi. Mereka berani untuk menyampaikan ide-ide kebaruan yang sudah matang di kepala mereka, bukan hanya kepada rekan sekerja, tetapi juga kepada atasan, untuk membuat mereka terinspirasi dan selanjutnya memberikan komitmennya untuk mendukung proses inovasi yang perlu segera diinisiasi dan dipelihara kelangsungannya.

Mereka, parawirausaha intraperusahaan tsb, tidak mudah menjadi putus asa dan berhenti dengan usaha inovasinya ketika ada perlawanan, intimidasi, kegagalan (baca: harapan yang tertunda), ketidakpastian, dan kesulitan. Mereka bahkan menjadikan itu tantangan dan kesempatan untuk memikirkan cara-cara baru yang kreatif untuk melanjutkan proses inovasi. Juga, mereka tidak kekurangan ide untuk memberikan respon yang kreatif terhadap perlawanan dan intimidasi. Mereka sudah menduganya, menyambutnya ketika tantangan itu muncul, dan membuat diri makin tangguh. Mereka menjadi demikian—*tangguh*--karena mereka digerakkan oleh mimpi untuk menghadirkan sesuatu yang baru, yang berbeda, yang akan membuat pekerjaannya maupun perusahaannya maju.

2.3 Spirit Inovasi

Inovasi, menurut Fajar Sinaga (1), adalah hasil proses kreatif yang telah bertransformasi menjadi proses inovasi. Proses kreatif diarahkan untuk menghasilkan sesuatu yang baru, lalu berhenti setelah kebaruan diperoleh. Namun, proses kreatif bisa bertransformasi menjadi sebuah proses inovasi jika proses kreatif tsb diarahkan untuk menciptakan benefit tertentu bagi pemakai dan profit signifikan bagi perusahaan atau organisasi. Tujuan akhirnya adalah yang membedakan sebuah proses kreatif dengan proses inovasi. Proses inovasi tidak berhenti setelah kebaruan diperoleh. Bahkan, dalam proses inovasi, kebaruan yang ingin dicapai sudah didefinisikan ulang menjadi kebaruan yang bermanfaat jelas dan menguntungkan. Juga, seluruh proses-kreatif hanya merupakan akumulasi ongkos, sedang proses inovasi sudah sampai pada penciptaan profit dan benefit.

Salah satu makna spirit adalah *semangat*. Dalam kehidupan sehari-hari, biasanya spirit berarti semangat yang *menyala-nyala*. Spirit inovasi adalah semangat yang menyala-nyala untuk melakukan inovasi sebagai cara untuk mendapatkan keuntungan yang signifikan dan manfaat tertentu. Jika dikaitkan dengan penjelasan sebelumnya, maka spirit inovasi mengandung makna semangat yang menyala-nyala untuk menghasilkan kebaruan tertentu yang diyakini akan mendatangkan keuntungan yang jauh lebih besar ketimbang melakukannya dengan cara-cara biasa, yang sudah lazim.

Spirit inovasi menguasai dan mengendalikan seorang wirausaha, entah dia menjalankan sendiri perusahaannya atau dia bekerja di dalam sebuah perusahaan. Spirit itu, karena bersifat seperti api--panas dan membakar--, pada waktunya akan menulari orang-orang yang bekerja sama dengan dia. Spirit itu menjadi sebuah tanda pembeda yang jelas bagi siapa saja di luar timnya maupun perusahaan, bahwa timnya atau perusahaannya adalah sebuah kewirausahaan. Seluruh tim berbicara satu bahasa yang sama, yaitu inovasi. Inovasi sudah menjadi kebiasaan atau budaya dalam timnya. Tidak ada yang merasa asing. Setiap kali kebaruan didiskusikan, semua orang mengerti maksud dan tujuannya. Ini bukan bisnis biasa. Semua memberikan kontribusinya sesuai 'aturan' inovasi. Inovasi adalah *core value* (nilai inti) sekaligus tujuan segala tindakan. Fokus semua orang adalah inovasi.

2.4 Ide-ide Kebaruan Sebagai Sumber Inovasi

Menurut Fajar Sinaga (1), Jika proses kreatif sudah sedari awal diarahkan untuk menjawab kebutuhan yang mengemuka melalui masalah, kesulitan, cacat produk, cacat proses, keterlambatan proses produksi, keterlambatan pengiriman barang, dsb, maka menggali ide-ide

kebaruan pun sedari awal sudah diarahkan untuk menjawab kebutuhan yang sama. Kebutuhan tsb menjadi pengarah dan pembatas ide-ide kebaruan. Ini sekaligus akan memudahkan dan meningkatkan efektivitas seleksi ide-ide tsb untuk diproses lebih lanjut menjadi konsep produk. Jika penggalan ide-ide kebaruan tidak dibatasi, akan terlalu luas spektrum ide kebaruan yang akan dibahas, dianalisa, dan diseleksi, dan diperlukan waktu dan usaha yang besar. Jadi, dalam kewirausahaan, proses kreatif dan proses inovasi itu sudah tidak mudah dibedakan lagi. Keduanya melebur menjadi sebuah senyawa. Ketika orang berbicara proses inovasi, yang dimaksud adalah sebuah proses kreatif *plus*.

Proses inovasi = proses kreatif + tujuan manfaat dan profit

Ide-ide kebaruan untuk inovasi bisa digali dari mana saja, terutama pada produk atau jasa, pada proses yang menghasilkannya, maupun pada operasi-operasi pendukung lainnya. Setiap produk maupun jasa memiliki seperangkat atribut yang melekat padanya. Atribut-atribut yang melekat pada produk *telepon seluler* misalnya adalah model, kecepatan pemrosesan, kapasitas memori, ukuran pixel kameranya, fitur-fitur di dalamnya, beratnya, ukuran fisiknya, serinya, termasuk harganya. Atribut-atribut yang melekat pada *jasa pengantaran* barang atau orang misalnya adalah waktu respon terhadap permintaan, waktu sampai tiba di tempat penjemputan, waktu perjalanan sampai ke tujuan, harga, bonus, dll. Atribut-atribut proses misalnya efisiensi, kapasitas, jumlah cacat per satuan waktu, waktu satu siklus produk, berbagai parameter proses, tingkat ergonomis sistem kerja, level polusi, tingkat keamanan lingkungan kerja, dll. Ada begitu luas spektrum atribut yang darinya bisa digali ide-ide kebaruan.

Tim wirausaha intraperusahaan akan memilih dari antara atribut-atribut tsb *satu-dua atribut* yang akan digarap lebih lanjut menjadi ide-ide kebaruan berdasarkan kebutuhan yang mengemuka lewat masalah tadi. Kebutuhan tsb menolong mereka untuk membatasi spektrum atribut untuk ide kebaruan. Prioritas atribut yang akan dipilih pun akan berbeda dari periode ke periode. Dengan mengundang saran-saran profesional dari manajemen, seperti misalnya dari direksi, fungsi pemasaran, fungsi produksi, fungsi keuangan, fungsi ITE, dan fungsi operasi lainnya, proses seleksi ini mungkin justru akan berjalan dengan lebih cepat.

Selanjutnya, tim wirausaha intraperusahaan akan menjadikan atribut-atribut terpilih tsb input bagi proses inovasi. Dengan *brainstorming*, diskusi, dan dari sumber-sumber informasi dan

pengetahuan dari luar, ide-ide kebaruan akan digali pada atribut-atribut tsb. Misalnya, pada produk telepon seluler, atribut *kapasitas memori* sudah terpilih. Pada atribut ini, selanjutnya digali alternatif ide-ide kebaruan. Misalnya, kapasitas memori akan dikembangkan menjadi dua kali, tiga kali, dst lebih besar.

Terhadap tiap alternatif tsb, selanjutnya dilakukan berbagai evaluasi seperti evaluasi kemampuan teknologi, kemampuan sdm, kemampuan keuangan, kesesuaian dengan kebutuhan pasar, prediksi waktu yang dibutuhkan untuk eksperimen, dsb. Setelah setiap ide dievaluasi, satu alternatif terbaik dipilih untuk dilanjutkan menjadi sebuah *konsep produk*. Selanjutnya, berdasarkan konsep produk ini, dirancang prototipe, yang diikuti oleh percobaannya; terhadap prototipe kemudian dilakukan evaluasi dan penyempurnaan. Demikian siklusnya berlanjut sampai didapatkan prototipe yang memenuhi semua spesifikasi yang diharapkan: desain fungsional, bahan, mode, fitur tambahan, dll.

3. MENGINSPIRASI MAHASISWA UNTUK MENJADI WIRAUSAHA

3.1 Contoh Nyata Seorang Mahasiswa Universitas Nurtanio Yang Sedang Melakukan Praktek Kewirausahaan

Mahasiswa Teknik Industri Universitas Nurtanio, Kurnia Nurhakim F., dengan nomor pokok 262012118019 angkatan 2018, dalam tugas akhirnya, *Rancangan Mesin Pengolah Plastik Bekas Menjadi Produk Berdaya Guna dan Berhasil Guna*, (Kurnia Nurhakim [4]), sedang melakukan praktek kewirausahaan dalam pengertian yang benar seperti yang dibahas dalam tuisan ini, meskipun ybs selama melakukannya tidak menyadari hal tsb. Dia baru mengerti setelah dijelaskan bahwa dia sedang melakoni seorang wirausaha sejati dengan eksperimen yang dilakukannya, meski baru pada tahap ide dan perancangan alat/mesin.

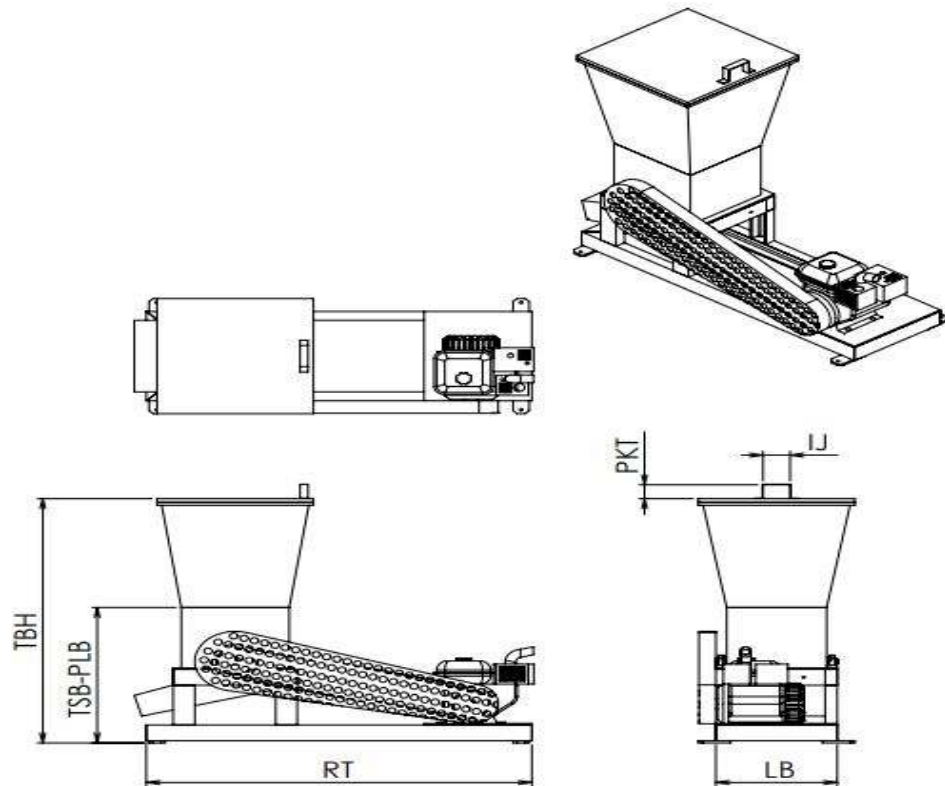
Dia memenuhi kualifikasi seorang wirausaha sejati dalam *aspek lingkungan* dilihat dari sejumlah kriteria berikut ini:

- A. Menyadari masalah/kebutuhan tertentu pada lingkungan dan menemukan ide.
 1. Ybs merasa terusik dengan salah satu masalah lingkungan, yaitu sampah plastik yang memenuhi berbagai tempat penampungan sampah di berbagai tempat di Jawa Barat.
 2. Ybs merasa khawatir dengan proses penumpukan sampah plastik yang berlangsung terus-menerus di bumi, sementara tidak seperti sampah organik, sampah plastik sulit diurai dan memerlukan waktu jutaan tahun untuk bisa terurai.

3. Ybs merasa bahwa adalah lebih baik memberdayakan masyarakat untuk bisa ikut serta dalam mengatasi masalah sampah plastik di wilayah masing-masing.
 4. Ybs mencari ide untuk menemukan alat atau mesin mini yang bisa dijalankan sendiri oleh inidividu maupun keluarga untuk mendaur ulang sampah plastik yang dihasilkan sendiri maupun keluarganya
 5. Ybs merasa tertantang untuk menemukan inovasi tertentu dari ide tsb yang bisa menjadi salah satu solusi untuk mengatasi sampah plastik.
- B. Melakukan *proses kreatif* untuk menemukan ide inovasi tertentu yang
1. Ybs tidak meniru alat/mesin yang sudah ada.
 2. Ybs mulai merancang beberapa alternatif alat/mesin untuk mendaur ulang sampah organik.
 3. Ybs memakai kriteria *manfaat* dan *ongkos* untuk memilih alternatif yang rancangannya akan dibuat.
- C. *Visinya* jelas: alat tsb akan memberikan *manfaat* sosial bagi masyarakat, selain tentunya manfaat ekonomi bagi masyarakat maupun diri sendiri berupa keuntungan dari menjual mesin tsb kelak.
- D. Ybs mampu menjelaskan visinya tsb dengan jernih dengan disertai berbagai alat bantu seperti video.
- E. Ybs *berani* tampil beda dalam warna dan topik tugas akhirnya.
- F. Ybs mampu *menginspirasi* pendengarnya untuk minimal mendukung secara intelektual dan moral.

3.2 Studi Kasus: Merancang Mesin Pengolah Plastik Bekas dan Mesin Pembuat Butek Yang Sesuai dengan Kebutuhan Masyarakat Pengrajin Benang

Rancangan sistem-mesin penghancur limbah plastik yang akan menjadi bahan baku kelosan benang yang dirancang sesuai dengan kebutuhan dan ukuran mesin sebagaimana dimodelkan oleh gambar berikut ini:



Gambar 2 Rancangan Mesin Penghancur Limbah Plastik

Mesin penghancur limbah plastik di atas menggunakan material dan standar komponen yang disesuaikan dengan kondisi fisik orang Indonesia, yaitu ukuran dan postur tubuh. Mesin ini nantinya berfungsi untuk menghancurkan limbah plastik menjadi *butek*. Butek dibutuhkan sebagai salah satu bahan baku di sentra industri kelosan benang. Mesin ini merupakan suatu solusi untuk efisiensi pengolahan bahan baku butek yang mempunyai nilai lebih, yaitu dapat memproses bahan mentah (kantong plastik, aqua botol, aqua gelas, dan lain lain) menjadi butek tidak melalui proses mesin *plumer*. Jadi, secara sederhana, mesin ini memproses (dengan menghancurkan) sampah plastik yang sudah dibersihkan sebagai inputnya untuk dijadikan butek sebagai *output*-nya.

4. KESIMPULAN

Dari paparan di atas, dapat disarikan beberapa kesimpulan penting berikut ini:

1. Seorang pengusaha belum tentu seorang wirausaha. Yang membedakan keduanya

adalah orientasinya. Seorang pengusaha murni berorientasi mencari keuntungan yang utamanya dengan menghasilkan lebih banyak dan/atau efisiensi. Sedang, seorang wirasaha berorientasi pada *inovasi* dalam menciptakan manfaat baik finansial maupun sosial.

2. Seorang wirausaha tidak harus seorang pengusaha atau pemilik perusahaan.
3. Seorang wirausaha sejati rajin melatih ketrampilan menciptakan realitas di dalam pikirannya. Dia mengakrabinya setiap hari, setiap saat, sampai realitas di dalam pikirannya tsb seolah sudah menjadi kenyataan.
4. Seorang wirausaha mencari profit dengan melakukan inovasi demi inovasi. Inovasi-inovasi tsb meliputi segala bidang yang memberikan peluang-peluang perubahan untuk meningkatkan profit dan benefit secara signifikan.
5. Sebuah bisnis biasa bukan tidak mungkin bertransformasi menjadi wirausaha, jika di dalamnya terdapat SDM-SDM yang bermental wirausaha.
6. Spirit inovasi menguasai dan mengendalikan seorang wirausaha, entah dia menjalankan sendiri perusahaannya atau dia bekerja di dalam sebuah perusahaan. Spirit itu, karena bersifat seperti api--panas dan membakar--, pada waktunya akan menulari juga orang-orang yang bekerja sama dengan dia.
7. Sedari berada di bangku kuliah, mahasiswa dapat dan seharusnya diberikan inspirasi untuk menjadi wirausaha sejati, yaitu dengan melatih-mengembangkan kemampuannya berinovasi, mulai dari masalah-masalah di sekitarnya dan di dalam kehidupan kampus.

DAFTAR PUSTAKA

1. Sinaga, Fajar. *Diktat Kuliah Inovasi dan Kewirausahaan*. Bandung: Universitas Nurtanio. 2018
2. Miron, D., & McClelland, D.C. *The effect of achievement motivation training on small business*. California Management Review, 21, 13–28. doi=10.2307/41164830. 1979
3. Drucker, Peter. *The Landmarks of Tomorrow*. Heineman. Canada. 1959
4. Nurhakim, Kurnia F. *Rancangan Mesin Pengolah Plastik Bekas Menjadi Produk Berdaya Guna dan Berhasil Guna*. Sebuah laporan tugas akhir. Bandung: Universitas Nurtanio. 2022
5. Saragih, Rintan. *A Membangun Usaha Kreatif, Inovatif Dan Bermanfaat Melalui Penerapan Kewirausahaan Sosial*. Jurnal Kewirausahaan; Vol 3 No. 2 Desember 2017; Universitas

Methodist Indonesia: 2017

6. Sakuntalawati, L.V. Ratna Devi, Ibad, Irsyadul, Akbarini, Nur Rahmi. *Ecopreneurship: Tantangan Usaha Pemanfaatan Ulang Sampah Plastik Rumah Tangga untuk Produk Fashion*. Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis; Vol.27 No.1 June 2022