

PROFIL

Konsentrasi Manajemen Kewirausahaan

VISI

Mensosialisasikan dan menerapkan kewirausahaan dalam segala bidang untuk akselerasi pembangunan. Kewirausahaan adalah “*Way of Thinking*” yang mengacu kepada pengidentifikasian peluang (*Opportunity Driven*) dan mewujudkannya sehingga memberikan nilai yang signifikan kepada pemrakarsanya dan masyarakat.

MISI

- ❖ Menggalakkan pendidikan dan pelatihan kewirausahaan seluas-luasnya kepada masyarakat. Termasuk masyarakat kampus/para mahasiswa
- ❖ Konsentrasi kewirausahaan yang dikelola program MM untuk menghasilkan sarjana kualifikasi S2 yang ingin menjadi:
- ❖ Ultrapreneur yaitu entrepreneur dengan skala nasional dan internasional (*Global Entrepreneur*)
- ❖ Intrapreneur: yaitu manajer yang berwawasan entrepreneur, yaitu mengembangkan *entrepreneurship* di perusahaan-perusahaan
- ❖ Menjadi karyawan pemerintah/perbankan/lembaga non pemerintah yang ditugasi mengembangkan kewirausahaan

MATA KULIAH KONSENTRASI

1. Ilmu dan Seni Kewirausahaan (3SKC)
2. Manajemen Kreativitas dan Inovasi (3SKC)
3. Perencanaan & Simulasi Bisnis (3SKC)
4. Global Enterpreneur (3SKC)

Deskripsi Mata Kuliah:

1. Ilmu dan Seni Kewirausahaan (3 SKS)

Memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang kewirausahaan, serta meningkatkan kemampuan dalam menganalisis profil kewirausahaan; etika kewirausahaan; dimensi global kewirausahaan; serta meningkatkan kreativitas melalui pola pikir kewirausahaan (*Entrepreneurial Mind*) dalam rangka membantu untuk mewujudkan gagasan/ide menjadi realitas. Menjadi seorang wirausaha akan lebih daripada sebuah pekerjaan atau karier, karena akan mampu mengakses pasar, mengembangkan rencana pemasaran; perencanaan strategik; menganalisis isu-isu finansial, dan peluang-peluang usaha baik nasional maupun internasional, sehingga dapat menyusun rencana usaha, serta mengungkap dan memecahkan persoalan tentang kasus-kasus yang berkaitan dengan kewirausahaan.

Topik-topik yang dibahas mencakup: Konsep Kewirausahaan; Proses Kewirausahaan; Karakteristik dan Motivasi Kewirausahaan; Etika dan Tanggung Jawab Sosial; Kewirausahaan, Pemikiran Kewirausahaan dari Gagasan ke Realitas; Pengaksesan Pasar dan Peluang Pasar; Perencanaan Pasar dan Strategi Pemasaran; Perencanaan Strategik dan Akuisisi Perusahaan yang ada; Menciptakan Perencanaan Finansial yang Solid; Manajemen Aliran Kas; Membangun Organisasi Entrepreneurial; Sumber Modal Sendiri dan Metode Pembiayaan Perusahaan Baru; Pemeliharaan dan Pengembangan Usaha (*Structuring Seed and Venture Deals*); *Strategi Exit* : Dijual dan Sukses.

2. Manajemen Kreativitas dan Inovasi (3 SKS)

Mengembangkan potensi kreatif dan merangsang inovasi melalui “suara hati” yang merupakan bisikan rahasia untuk mencapai keberhasilan, sebagai perwujudan individu yang memiliki jiwa wirausaha. Dengan demikian perlu diberikan pengetahuan serta pemahaman tentang pentingnya kreativitas dan inovasi dalam berwirausaha. Kreativitas, lebih dari yang disadari oleh sebagian besar orang, meskipun tidak saling percaya satu sama lain, para penyadur (adaptor) dan inovator adalah

orang yang kreatif. Kemudian, mengetahui dan memahami pula tentang bagaimana cara manajemen dapat mengembangkan dan mendukung lingkungan yang kreatif, agar karyawan memperlihatkan kreativitas, prakarsa, kaya sumber, dan mengerjakan segala sesuatu di luar wewenang tanggung jawab serta di luar struktur perintah, tapi tetap berada dalam pengendalian manajemen. Dengan menyadari bentuk-bentuk kreatif, maka mereka yang berjiwa wirausaha dapat menyesuaikan kemampuan karyawannya dengan kebutuhan organisasi.

Pembahasan materi tentang manajemen kreativitas; Pengembangan potensi kreatif; Kreativitas dan keselarasan dalam rangka mencari keseimbangan; Mengelola orang-orang kreatif; dan Menuai imajinasi untuk memecahkan masalah dengan kreatif. Selanjutnya, membahas juga tentang: keunikan inovasi berdasarkan pengetahuan; cara manajemen mempengaruhi penciptaan gagasan; merangsang inovasi agar tumbuh gairah dalam mencari gagasan-gagasan yang baik dalam suatu organisasi; serta efektif dalam mengelola inovasi.

3. Kewirausahaan Global (3 SKS)

Berkembangnya bisnis secara global menuntut manajer-manajer yang memiliki wawasan bisnis global. Mata kuliah ini membahas berbagai aspek terkait dengan kegiatan bisnis secara global, diantaranya analisis pasar global, strategi memenangkan persaingan global, pemasaran berbasis pada penggunaan IT, serta pengetahuan manajemen lintas budaya.

4. Perencanaan dan Simulasi Bisnis (3 SKS)

Memberikan pengetahuan serta kemampuan dalam menyusun Perencanaan Bisnis yang merupakan studi dari suatu organisasi sebagai pedoman dalam melaksanakan aktivitasnya, kemudian dituangkan dalam bentuk program pelaksanaan dengan melakukan penggabungan dari berbagai faktor pada kondisi dan situasi saat ini dan masa yang akan datang dalam rangka mencapai suatu hasil tertentu. Dengan memahami Lima Poin Model Perencanaan Bisnis (*The Five-star Model Business Planning*), yang meliputi *Feasibility, Direction, Operation, System, dan Growth & Contingencies*. Kemudian pemahaman tentang tiga komponen utama dalam Perencanaan Bisnis, yang terdiri dari : Aims (penetapan tujuan), Analysis, dan Action. Dengan demikian, diharapkan dapat terbentuk perencanaan bisnis yang siap untuk diaplikasikan, sebagai realisasi dari gagasannya yang menjadi tujuan dari seorang wirausaha.

Ruang lingkup materi yang dibahas dalam perencanaan bisnis, diantaranya: Menentukan misi dan tujuan yang akan dicapai; Menentukan sasaran pasar yang akan dicapai; Merencanakan strategi pemasarannya. Kemudian membahas tentang analisis lingkungan dari organisasi bisnis baik internal maupun eksternal, sehingga diharapkan akan mampu menganalisis peluang-peluang yang ada di pasar sasaran. Pembahasan berikutnya adalah perencanaan mengenai Keuangan, Organisasi, Pengelolaan Sumber Daya Manusia, serta Sistem operasinya yang dapat mendukung tercapainya tujuan perusahaan. Perencanaan bisnis dapat membantu menetapkan hasil-hasil yang tepat, dengan dukungan dari setiap orang dalam organisasi yang menyadari tanggung jawabnya atas tugas-tugas tertentu.

TIM PENGAJAR

- ❖ Ketua : Prof. Dr. Yuyun Wirasasmita, M.Sc.
- ❖ Sekretaris : Yunizar, S.E., M.Sc., Ph.D.
- ❖ Pengajar : 1. Prof. Dr. Yuyun Wirasasmita, M.Sc.
2. Prof. Dr. Maman Kusman, S.E., M.B.A.
3. Prof. Dr. Yuyus Suryana, S.E., M.S.
4. Dr. Tatang Sulaeman, S.E.
5. Yunizar S.E., M.Sc., Ph.D.
6. Harry Suharman, S.E., M.A., Ak.
7. Sutisna, S.E., M.S.

EKONOMIKA KEWIRAUSAHAAN

Oleh :
Yuyun Wirasmita

I. PENGANTAR

Ekonomika Kewirausahaan menjelaskan fenomena perusahaan kewirausahaan (*Entrepreneurial-Firm*) dalam keragaman Ilmu Ekonomi (Mikro). Perusahaan-kewirausahaan adalah perusahaan yang dilandasi karakteristik kewirausahaan, yaitu berorientasi kepada laba, pertumbuhan dan keinovativan (*Innovativeness*), baik dalam proses, produk dan manajerial.

Keinovativan dianggap karakteristik utama dari kewirausahaan dibandingkan dengan karakteristik lain.

Makalah ini bertujuan mengembangkan teori dasar perusahaankewirausahaan. Dalam rangka ini berturut-turut akan dibahas fenomena permintaan, fungsi produksi dan laba dari perspektif kewirausahaan.

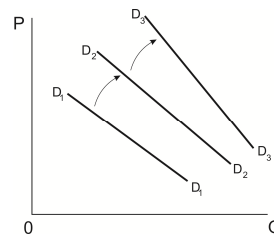
II. MODEL KURVA PERMINTAAN DARI PERSPEKTIF KEWIRAUSAHAAN.

Kurva permintaan sering dirumuskan $Q = f(P)$ yang menjelaskan hubungan antara jumlah yang dibeli (Q) dengan harga (P). Variabel harga dianggap sebagai variabel kebijakan, selama perusahaan dapat menentukan harga.

Variabel yang bukan variabel kebijakan antara lain: pendapatan, selera, harga barang lain.

Dari perspektif kewirausahaan variabel keinovativan (dalam produk dan manajerial) merupakan variabel kebijakan yang dapat menggeser kurva permintaan kekanan. Model permintaan kewirausahaan : $Q(p) = f(\text{Inovasi})$.

Apabila harga dianggap tetap, jumlah yang dibeli merupakan fungsi inovasi atau dalam bentuk diagram :



Variabel keinovativan merupakan "Market Shifter"/penggerak permintaan. Variabel keinovativan menghasilkan keunikan dari produk yang dapat berbentuk keunggulan teknikal, kualitas dan pelayanan yang dapat menciptakan nilai bagi customer karena kecocokan dengan preferensi atau ekspektasi customer.

Kurva permintaan dalam perspektif kewirausahaan merupakan fenomena dinamis, mengalami pergeseran sesuai dengan perubahan ekspektasi customer dan keinovativan perusahaan.

Keinovativan selain dipicu oleh persaingan dari luar, juga karena persaingan dengan dirinya sendiri, yaitu keinginan untuk menghasilkan produk yang lebih baik dari produk-produk yang dihasilkan sebelumnya.

III. MODEL FUNGSI PRODUKSI KEWIRAUSAHAAN

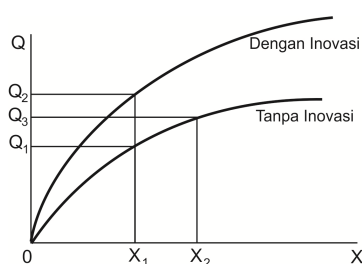
Fungsi produksi tradisional biasa dinyatakan : $Q = f(X_1, X_2, X_3, \dots, X_n)$, dimana X_1 merupakan variabel input. Dari perspektif kewirausahaan fungsi produksi dirumuskan sebagai berikut :

$$Q = F(X_1, \text{inovasi})$$

Pengaruh dari keinovatifan dalam fungsi produksi merubah hubungan input-output :

- a. Kombinasi input baru menghasilkan output yang lebih besar dibandingkan sebelumnya.
- b. Inovasi baru menghasilkan penghematan penggunaan input, sehingga biaya produksi keseluruhan menjadi rendah atau mencegah kenaikan biaya.

Dalam diagram pengaruh keinovatifan dapat dijelaskan :

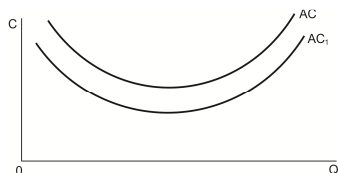


Dengan input OX_1 tanpa inovasi menghasilkan produk sebesar OQ_1 . Dengan input yang sama (OX_1) dengan inovasi menghasilkan output sebesar OQ_2 (lebih besar dari OQ_1).

Dengan input OX_2 tanpa inovasi menghasilkan output sebesar OQ_3 . Dengan input yang lebih kecil OX_1 dengan inovasi menghasilkan output yang lebih besar yaitu OQ_2 . Inovasi manajemen melekat baik pada inovasi produk maupun inovasi proses.

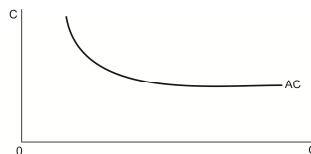
Berdasarkan fungsi produksi kewira-usahaan, perusahaan kewirausahaan meminimalkan biaya atau mencegah kenaikan biaya dan memaksimalkan output.

Berdasarkan uraian tersebut kurva biaya adalah sebagai berikut :



Kurva biaya rata-rata sebelum inovasi AC, sesudah inovasi bergerak kebawah menjadi AC_1 .

Dalam hal inovasi dapat mencegah kenaikan biaya rata-rata, kurva AC mempunyai bentuk "L-Shape".



Inovasi yang dapat mencegah kenaikan biaya rata-rata inilah yang selanjutnya akan dijadikan dasar dari perusahaan-kewirausahaan.

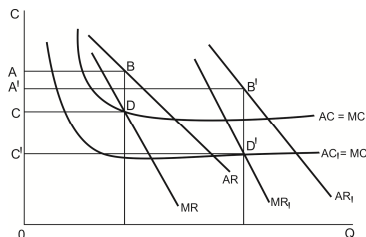
IV. TEORI LABA KEWIRAUSAHAAN

Teori laba dalam perspektif kewira-usahaan, laba merupakan fungsi dari inovasi. Dalam rumus :

$$\text{Laba} = f(\text{inovasi produk, inovasi proses dan inovasi manajerial}),$$

dimana sumber inovasi dapat bersifat exogeneous/dari luar dan dari dalam/endogeneous yaitu persaingan dengan dirinya sendiri, atau keinginan menghasilkan/produk atau proses yang lebih baik dari sebelumnya.

Melalui diagram laba kewirausahaan dapat dijelaskan sebagai berikut:



Inovasi produk menggeser kurva AR menjadi AR_1 , inovasi proses menggeser kurva AC menjadi AC_1 , yang berbentuk "L-Shape", sehingga Marginal Cost = Average Cost.

Dengan kedua jenis inovasi tersebut laba bertambah dari ABCD menjadi $A^1B^1C^1D^1$ yang lebih besar. Harga produk turun dari OA menjadi OA'.

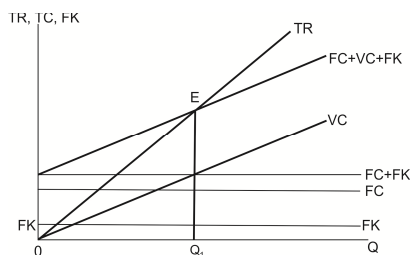
Keadaan tersebut dapat dipertahankan selama perusahaankewirausahaan tidak masuk "Comfort/relax zone syndrome": karena keberhasilan-keberhasilan sebe-lumnya menjadi tidak inovatif. Apabila kena syndrome tersebut laba akan menjadi kecil, karena kurva permintaan bergeser menjadi AR dan kurva biaya rata-rata bergeser menjadi AC.

V. PERBANDINGAN DENGAN UMKM TRADISIONAL

Perusahaan kewirausahaan sering dimulai dari ukuran kecil sehingga sering disamakan dengan UMKM.

UMKM tradisional tidak memiliki orientasi laba, pertumbuhan dan keinovativan. Struktur organisasi UMKM "Owner—Manager" untuk selama-lamanya dan tidak ada pemisahan keuangan/kekayaan antara perusahaan dan keluarga, sehingga sering juga disebut perusahaan kecil tradisional keluarga atau Small Scale Tradisional Family Enterprise atau SSTFE (Yuyun Wirasmita : Makalah).

Orientasi SSTFE adalah pemenuhan kebutuhan keluarga yang langsung dipenuhi dari perusahaan tersebut.



FC=Fixed Cost; FK=Kebutuhan Keluarga; VC Variabel Cost. Dalam perusahaan SSTFE ekuilibrium apabila $TR=TC+FK$, yaitu dimana penerimaan sudah dapat menutup biaya

total dan kebutuhan keluarga, yaitu pada titik E dan produksi pada OQ_1 . Apabila produksi kurang dari OQ_1 produksi akan diperbesar sampai mencapai OQ_1 . Untuk produksi yang lebih besar dari OQ_1 tidak akan menarik bagi SSTFE, karena dengan produksi sebesar OQ_1 , kebutuhan sudah terpenuhi. Faktor penggerak produksi adalah kebutuhan keluarga.

Konsekuensinya penerimaan menjadi fokus dari SSTFE dan gangguan terhadap penerimaan langsung mempengaruhi pemenuhan kebutuhan hidup. (Bentrokan dengan SATPOL PP dalam penertiban PKL dapat dijelaskan dengan teori diatas).

Perusahaan SSTFE pada umumnya tidak mengalami perubahan-perubahan yang signifikan selama penerimaan dapat memenuhi kebutuhan keluarga yang relatif statis/konstan.

VI. KESIMPULAN

Keragaan Ekonomika Perusahaan-Kewirausahaan ditandai bentuk biaya rata-rata "L-Shape" dan pergerakan kurva permintaan sebelah kanan. Baik bentuk L-Shape dan pergerakannya karena inovasi dalam proses. Sedangkan pergerakan kurva permintaan karena inovasi produk, dimana keduanya disertai inovasi manajerial yang membentuk laba perusahaan dan pertumbuhan.

Model yang disusun merupakan model dasar/Dominance Design yang dapat dikembangkan lebih lanjut.

Bandung,

Hari-hari Menjelang 13-2-2011

DAFTAR BACAAN:

1. Thompson Arthur A & Formby John P.: ***Economics of The Firm*** (2005).
2. Schilling, Melisa A: ***Strategic Management of Technological Innovation*** (2008).
3. Sexton Donald L & Smilor Raymond : ***The Art and Sciences of Entrepreneurship*** (1986).
4. Gaynor Gerard H : ***Innovation by Design*** (2002).
5. Yuyun Wirasasmita : ***Modeling of Small Scale Traditional Family Enterprise*** (1992).

ANALISIS KOMPETENSI WIRAUSAHA INDUSTRI KREATIF KOTA BANDUNG

Oleh:
- Mayang Setya Iskandar K.H
- Yunizar

Abstract

Government company, and even to individuals. The characteristic in the Creative Industry demand instant ideas, solutions, and imagination based on the age of current technology, product, and trend that are not sustain. This industry needs specific human ability that involve the sense of creativity. Nowadays, the city of Bandung has been the one of the main tourism destination in Indonesia because the city of Bandung has the competency in the creative industry by its young generation of creativity dan the bravery to do experiment on their inovative ideas. The purpose of this research is to identify: (1) Creative Industry Competencies of the enterpreneur (2) The corelation on each variable of competencies model in the creative industry in Bandung. This Research type is Descriptive. Descriptive Research type is a research in purpose to have the right picture of the object. The Sampling Technique used in this research is Purposive Sampling Technique. In order to take a conclusion of the questions regarding this research, are using the Spearman Rank. The results of this research indicates that the Achievement is in a Good position. Thinking and Problem Solving is in a Good position. Personal Maturity is in a Fair position. Influence is in a Good position. Directing and Controlling is in a Very Good position. The last but not least, Orientation to Others is in a Very Good position

Key Words:

Creative Economy, Creative Industries, Model Entrepreneurial Competence, Competence, Spearman rank.

I. PENDAHULUAN

Setelah bergulir sekitar 3 tahun di Indonesia, Ekonomi Kreatif dan Industri Kreatif semakin hangat dibicarakan baik oleh pemerintah, swasta dan pelakunya sendiri). Industri ini telah mampu menyerap tenaga kerja rata-rata tahun 2002–2006 adalah sebesar 5,4 juta dengan tingkat partisipasi sebesar 5,8%. Istilah "industri" pada Industri Kreatif, menimbulkan banyak interpretasi. Tahapan pengembangan industri kreatif didasarkan pada pemikiran bahwa cendekiawan, bisnis dan pemerintah melalui peranannya bersama-sama mengantarkan pondasi dan pilar industri kreatif saat ini, menuju pada kondisi yang diharapkan pada tahun 2015. Dalam rencana pengembangan industri kreatif terdapat lima permasalahan utama, antara lain: Kuantitas dan kualitas sumber daya insani sebagai pelaku dalam industri kreatif; Iklim kondusif untuk memulai dan menjalankan usaha di industri kreatif; Penghargaan atau apresiasi terhadap insan kreatif Indonesia dan karya kreatif yang dihasilkan; Percepatan tumbuhnya teknologi informasi dan komunikasi; Lembaga Pembiayaan yang berpihak kepada pelaku industri kreatif.

Hingga saat ini, Departemen Perdagangan RI telah mencatat 15 cakupan kelompok ekonomi kreatif, yaitu meli-puti: (1) Jasa Periklanan; (2) Arsitektur; (3) Seni Rupa; (4) Kerajinan; (5) Desain; (6) Mode (fesyen); (7) Film; (8) Musik; (9) Seni Pertunjukan; (10) Penerbitan; (11) Riset dan pengembangan; (12) Piranti lunak (Software); (13) Televisi dan Radio; (14) Mainan; dan (15) Video game. Cakupan kelompok industri kreatif yang sudah diidentifikasi ini hanyalah merupakan

studi awal yang perlu dilanjutkan dengan studi pemetaan yang lebih komprehensif yang nantinya dapat memberikan gambaran umum mengenai dampak atau kontribusi dari industri kreatif ini.

Sumber daya pendukung industri kreatif di Kota Bandung sudah tersedia dengan baik, dan sayangnya kegiatan kreatif masih terkotak-kotak dan belum ada kajian rantai nilai yang utuh mulai dari kegiatan kreasi, produksi dan distribusi serta tidak adanya kebijakan yang mendukung iklim kreatif seperti: perijinan, investasi, dan perlindungan hak cipta. Sekarang semua tergantung kepada para pelaku industri kreatif, bagaimana untuk mengelola dan mengembangkan sumber daya yang sudah tersedia ini dengan dukungan pihak-pihak terkait yang ada. Berdasarkan fenomena di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai model kompetensi wirausaha di industri kreatif Kota Bandung.

II. RUMUSAN MASALAH PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui bagaimana model kompetensi wirausaha di industri kreatif Kota Bandung secara keseluruhan. Berdasarkan hal tersebut maka rumusan penelitian secara jelas dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran model kompetensi wirausaha industri kreatif di Kota Bandung?
2. Sejauhmana hubungan tiap variabel model kompetensi wirausaha industri kreatif Kota Bandung

III. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengumpulkan data dan informasi yang berhubungan dengan model kompetensi industri kreatif di Kota Bandung.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui gambaran model kompetensi wirausaha seperti apa yang

dibutuhkan oleh industri kreatif di Kota Bandung.

2. Untuk menganalisis sejauhmana hubungan tiap variabel model kompetensi wirausaha industri kreatif di Kota Bandung

Hasil penelitian ini diharapkan memperoleh kegunaan sebagai berikut:

1. Kegunaan praktis; hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dan sebagai rekomendasi khususnya kepada, Pemerintah Kota Bandung, khususnya kepada Dinas Perindustrian dan Perdagangan, dan umumnya pelaku industri kreatif di Kota Bandung, dalam meningkatkan serta mengembangkan kompetensi wirausaha kreatif.
2. Kegunaan ilmiah; bagi bidang akademis penelitian yang dilakukan diharapkan dapat menguji teori yang telah ada, sehingga dapat membantu pembenaran terhadap konsep yang ada dan dapat berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya bidang manajemen kewirausahaan.

IV. KAJIAN PUSTAKA

4.1 Model Kompetensi

Kekuatan dari kompetensi adalah dalam penerapannya dimana dapat diintegrasikan dengan semua program sumber daya manusia, tetapi keefektifannya dari aplikasi tersebut tergantung dalam merumuskan dengan tepat tingkah laku yang diperlukan untuk setiap kompetensi. Aplikasi konsep kompetensi meliputi *achievement, thinking and problem solving, personal maturity, influence, directing and controlling* serta *orientation to others*.

Terdapat model kompetensi yang populer yang disebut Model Kompetensi Generik menurut spencer and spencer (1993:222)

terdiri dari enam kelompok kompetensi

Kelompok Kompetensi Generik ada enam kelompok:

1. Kemampuan berprestasi (Merencanakan dan Mengimplementasikan)
2. Kemampuan berfikir untuk menyelesaikan masalah
3. Kemampuan bersikap dewasa
4. Kemampuan untuk memberi pengaruh
5. Kemampuan memberi arahan dan monitor
6. Kemampuan untuk berorientasi kepada orang lain

4.2 Kompetensi

Kompetensi berasal dari kata “*compe-tent*” yang berarti kemampuan. Menurut Byham (1996) kompetensi merupakan kemampuan individual yaitu mampu menguasai atau melaksanakan suatu pekerjaan serta mampu menganalisa pekerjaan atau peraturan-peraturan kerja. Kompetensi dapat memberikan suatu gambaran perilaku keahlian (*skill*) dan pengetahuan (*knowledge*) seseorang terhadap kapasitas kecakapan (*ability*) dalam melaksanakan pekerjaan yang bervariasi dengan keberhasilan atau kesuksesannya ketika bekerja.

Begitu juga pernyataan dari Andersen (1999) yang menulis kompetensi ialah “*knowledge, skill* dan *personal qualities ability (motives, self concept, traits)* yang diperlukan untuk melaksanakan pekerjaan atau tugas-tugas secara efektif sejalan dengan tujuan bisnis”. Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kompetensi merupakan gabungan dari potensi–potensi individu yang didemonstrasikan secara kualitas maupun kuantitas dalam suatu kinerja. Kesimpulan seperti ini dinyatakan oleh Spencer (1993:9) bahwa kompetensi memiliki arti karakteristik yang ada pada potensi masing–masing individu yang berhubungan dengan kriteria dan performance superior dalam pekerjaan atau menghasilkan suatu kinerja yang optimal.

4.3. Kompetensi Wirausaha

Wirausaha yang sukses pada umumnya adalah mereka yang memiliki kompetensi yaitu: seseorang yang memiliki ilmu pengetahuan, keterampilan dan kualitas individu yang meliputi sikap, motivasi, nilai serta tingkah laku yang diperlukan untuk melaksanakan pekerjaan atau kegiatan.

Keterampilan yang harus dimiliki menurut Suryana (2003) :

- 1) *Managerial skill*
- 2) *Conceptual skill*
- 3) *Human skill*
- 4) *Decision making skill*
- 5) *Time managerial skill*

Kompetensi diartikan sebagai pengetahuan, keterampilan dan kemampuan individu yang langsung berpengaruh pada kinerja. Kinerja wirausaha merupakan tujuan yang ingin dicapai. Keberhasilan suatu wirausahaan tak lepas dari komitmen seorang wirausaha dalam menerapkan corporate values. Nilai-nilai ini terentang dari keberanian untuk bersikap jujur, menjunjung tinggi etika, mengembangkan jejaring atau networking, hingga semangat untuk terus berinovasi, menurut Arifin Panigoro dalam bukunya berbisnis itu tidak mudah (2008), berbisnis itu harus mempunyai beberapa kiat mengenai semangat *entrepreneurship*, yaitu:

- 1) Intuisi atau memadukan kata hati dengan akal sehat
- 2) Kesetaraan atau bersikap adil pada lawan sekalipun
- 3) Kejujuran atau jujur itu langgeng
- 4) Percaya diri atau yakinkan diri, pengaruhi orang lain
- 5) Jejaring atau sejuta kawan kurang, satu lawan jangan
- 6) Tanggung jawab atau tunaikan kewajiban, hadapi persoalan
- 7) Sumber daya manusia atau pilih yang terbaik dan berdayakan

- 8) Inovasi atau berkarya tanpa jeda
- 9) Peduli menumbuhkan *entrepreneurship*

5. METODE

5.1. Sifat Penelitian dan Metode Yang Digunakan

Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Metode Penelitian deskriptif bermaksud mengungkapkan tentang kondisi variabel penelitian pada saat dilakukan. Desain penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang benar mengenai sesuatu objek. Untuk memperoleh kesimpulan dalam menjawab hipotesis penelitian digunakan metode Spearman Rank.

5.2. Cara Penentuan Data

Sejalan dengan permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampling purposive. Menurut Sugiyono (2004:79) Sampling purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”

5.3. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Validitas menunjukkan sejauhmana suatu alat pengukur dapat mengukur apa yang ingin diukur. Jadi dapat dikatakan semakin tinggi validitas suatu alat ukur, maka alat ukur tersebut semakin valid sarannya atau semakin menunjukkan ketepatan apa yang seharusnya diukur. Suatu instrumen ukur dapat dikatakan mempunyai validitas tinggi apabila instrumen ukur tersebut dapat menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur sesuai dengan makna dan tujuan pengukuran tersebut.

Langkah-langkah pengujian validitas:

1. Mendefinisikan secara operasional konsep yang akan diukur.

2. Melakukan uji coba skala pengukuran tersebut pada sejumlah responden.
3. Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
4. Menghitung korelasi antara masing-masing pernyataan dengan skor total dengan menggunakan rumus teknik korelasi *product moment pearson* yaitu:

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[N\sum x^2 - (\sum x)^2][N\sum y^2 - (\sum y)^2]}} \quad (5.1)$$

Dimana;

R= koefisien korelasi product moment

x= skor masing-masing butir suatu variabel

y= skor total seluruh butir dalam suatu variabel

n= banyaknya subjek/jumlah responden

Kriteria pengujian adalah sebagai berikut :

- Jika r_{xy} hitung $\geq r$ tabel maka pernyataan dinyatakan valid
- Jika r_{xy} hitung $< r$ tabel maka pernyataan dinyatakan tidak valid.

Angka korelasi yang diperoleh harus dibandingkan dengan angka kritis tabel korelasi nilai $-r$. Angka kritis dapat dilihat pada baris N-2 pada taraf signifikansi 5% atau 1%. Jika angka korelasi yang diperoleh lebih besar daripada angka kritis, maka pernyataan tersebut bertentangan dengan pernyataan lainnya sehingga tidak valid.

Reliabilitas artinya adalah tingkat keterpercayaan hasil suatu pengukuran. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi, yaitu pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya (*reliabel*).

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan yang sudah valid, untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran kembali terhadap gejala yang sama.

Jika suatu alat ukur dipakai dua kali atau lebih untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran relatif sama dan konsisten, maka alat ukur tersebut reliable. Reliabilitas merupakan salah satu ciri atau karakter utama instrumen pengukuran yang baik. Ide pokok konsep reliabilitas adalah sejauhmana skor hasil pengukuran terbebas dari kekeliruan pengukuran (*error of measurement*).

Menurut Kaplan dan Saccuzzo (1993;46) reliabilitas dapat dihitung, antara lain dengan teknik *Split Half Method (Spearman Brown Correction)* atau Teknik belah dua. Cara mencari reliabilitas untuk keseluruhan butir adalah dengan mengoreksi angka korelasi yang diperoleh dengan memasukkannya ke dalam rumus:

$$r_i = \frac{2 \times r_b}{1 + r_b} \quad (5.2)$$

Keterangan :

r_i = Reliabilitas internal seluruh instrumen.

r_b = Korelasi Product Moment antara belahan pertama dan kedua.

Koefisien reliabilitas dianggap reliabel jika r hitung $> r$ tabel

Apabila salah satu dari kedua bagian tes tidak mempunyai varians yang sama, maka penggunaan Spearman-Brown tidak disarankan untuk digunakan. Dalam keadaan ini disarankan menggunakan koefisien alpha yang diberikan oleh *Cronbach's* sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S^2_{total}} \right) \quad (5.3)$$

dimana :

k adalah banyaknya item

S_i^2 adalah varians dari item ke- i

S^2_{total} adalah total varians dari keseluruhan item

5.4. Teknik Analisis

a. Teknik Kuantitatif

Peneliti melakukan pengolahan data kuantitatif (data yang berbentuk angka-angka) secara komputerisasi. Peneliti menggunakan alat perhitungan kuantitatif yaitu *Microsoft Excel* dan *SPSS 17*.

b. Teknik Kualitatif

Adapun skala pengukuran yang digunakan untuk menentukan nilai dari setiap variabel yang ada di kuesioner adalah dengan menggunakan *rating scale*. Sugiyono (2004:92) mengatakan bahwa dengan *rating scale* data mentah yang diperoleh berupa angka kemudian ditafsirkan dalam pengertian kualitatif. *Rating scale* ini lebih fleksibel, tidak terbatas untuk pengukuran sikap saja tetapi untuk mengukur persepsi responden terhadap fenomena lainnya.

VI. Hasil dan Pembahasan

6.1. Pengkategorian *Achievement*

Untuk mengkategorikan aspek achievement, maka dibuat pengkategorian terlebih dahulu. Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh total skor untuk aspek achievement adalah sebesar 2698

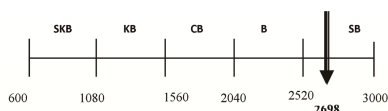
Jumlah nilai :

322	x 5	= 1610
257	x 4	= 1028
18	x 3	= 54
3	x 2	= 6
0	x 1	= 0
		2698

Skor Tertinggi : $5 \times 20 \times 30$
= 3000

$$\begin{aligned} \text{Skor Terendah} &: 1 \times 20 \times 30 \\ &= 600 \end{aligned}$$

$$\text{Range: } \frac{3000 - 600}{5} = 480$$



Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh skor total untuk aspek achievement adalah 2698 yang terletak antara rentang 2520 dan 3000. Dengan demikian aspek *achievement* secara umum berada pada kategori sangat baik. Para wirausaha sudah dianggap melakukan aspek *achievement* sangat baik untuk menunjang kegiatan usahanya.

6.2. Pengkategorian Aspek *Thinking and Problem Solving*

Untuk mengkategorikan aspek *thinking and problem solving*, maka dibuat pengkategorian terlebih dahulu. Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh total skor untuk aspek *thinking and problem solving* adalah sebesar 756.

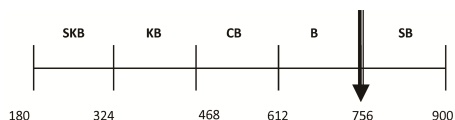
Jumlah nilai :

$$\begin{array}{r} 81 \times 5 = 405 \\ 61 \times 4 = 244 \\ 31 \times 3 = 93 \\ 7 \times 2 = 14 \\ 0 \times 1 = 0 \\ \hline 756 \end{array}$$

$$\text{Skor Tertinggi: } 5 \times 6 \times 30 = 900$$

$$\text{Skor Terendah: } 1 \times 6 \times 30 = 180$$

$$\text{Range: } \frac{900 - 180}{5} = 144$$



Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh skor total untuk aspek achievement adalah 2698 yang terletak antara rentang 756 dan 900. Dengan demikian aspek *thinking and problem solving* secara umum berada pada kategori sangat baik. Para wirausaha sudah dianggap melakukan aspek *thinking and problem solving* sangat baik untuk menunjang kegiatan usahanya.

6.3. Pengkategorian *Personal Maturity*

Untuk mengkategorikan aspek *personal maturity* maka dibuat pengkategorian terlebih dahulu. Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh total skor untuk aspek *personal maturity* adalah sebesar 1253.

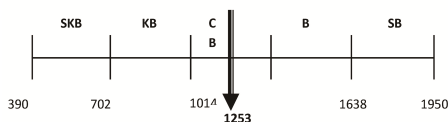
Jumlah nilai :

$$\begin{array}{r} 55 \times 5 = 275 \\ 79 \times 4 = 316 \\ 156 \times 3 = 468 \\ 94 \times 2 = 188 \\ 6 \times 1 = 6 \\ \hline 1253 \end{array}$$

$$\text{Skor Tertinggi: } 5 \times 13 \times 30 = 1950$$

$$\text{Skor Terendah: } 1 \times 13 \times 30 = 390$$

$$\text{Range: } \frac{1950 - 390}{5} = 312$$



Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh skor total untuk aspek achievement adalah 2698 yang terletak antara rentang 756 dan 900. Dengan demikian aspek *personal maturity* secara umum berada pada kategori cukup baik. Para wirausaha sudah dianggap melakukan aspek *personal maturity* cukup baik, tetapi masih perlu dilakukan perbaikan.

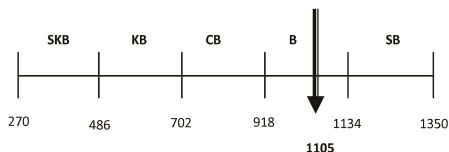
6.4 Pengkategorian *Influence*

Untuk mengkategorikan aspek *influence* maka dibuat pengkategorian terlebih dahulu. Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh total skor untuk aspek *influence* adalah sebesar 1105.

Jumlah nilai :

$$\begin{array}{r}
 85 \times 5 = 420 \\
 128 \times 4 = 512 \\
 57 \times 3 = 171 \\
 1 \times 2 = 2 \\
 0 \times 1 = 0 \\
 \hline
 1105
 \end{array}$$

$$\begin{array}{r}
 \text{Skor Tertinggi: } 5 \times 9 \times 30 = 1350 \\
 \text{Skor Terendah: } 1 \times 9 \times 30 = 270 \\
 \text{Range: } \frac{1350 - 270}{5} = 216
 \end{array}$$



Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh skor total untuk aspek achievement adalah 1105 yang terletak antara rentang 918 dan 1134. Dengan demikian aspek *influence* secara umum berada pada kategori baik. Para wirausaha sudah dianggap melakukan aspek *influence* baik untuk menunjang kegiatan usahanya.

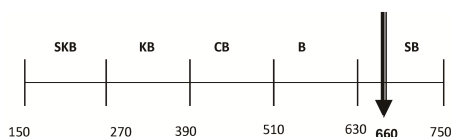
6.5. Pengkategorian *Directing and Controlling*

Untuk mengkategorikan aspek *directing and controlling* maka dibuat pengkategorian terlebih dahulu. Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh total skor untuk aspek *directing and controlling* adalah sebesar 660.

Jumlah nilai :

$$\begin{array}{r}
 67 \times 5 = 335 \\
 76 \times 4 = 304 \\
 7 \times 3 = 21 \\
 0 \times 2 = 0 \\
 0 \times 1 = 0 \\
 \hline
 660
 \end{array}$$

$$\begin{array}{r}
 \text{Skor Tertinggi: } 5 \times 5 \times 30 = 750 \\
 \text{Skor Terendah: } 1 \times 5 \times 30 = 150 \\
 \text{Range: } \frac{1350 - 270}{5} = 120
 \end{array}$$



Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh skor total untuk aspek achievement adalah 660 yang terletak antara rentang 630 dan 750. Dengan demikian aspek *directing and controlling* secara umum berada pada kategori sangat baik. Para wirausaha sudah dianggap melakukan aspek *directing and controlling* sangat baik untuk menunjang kegiatan usahanya.

6.6. Pengkategorian *Orientation to others*

Untuk mengkategorikan aspek *orientation to others* maka dibuat pengkategorian terlebih dahulu. Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh total skor untuk aspek *orientation to others* adalah 1459.

Jumlah nilai :

$$\begin{array}{r}
 158 \times 5 = 790 \\
 153 \times 4 = 612 \\
 19 \times 3 = 57 \\
 0 \times 2 = 0 \\
 0 \times 1 = 0 \\
 \hline
 1459
 \end{array}$$

$$\begin{aligned} \text{Skor Tertinggi: } & 5 \times 11 \times 30 = 1650 \\ \text{Skor Terendah: } & 1 \times 11 \times 30 = 330 \\ \text{Range: } & \frac{1650 - 330}{5} = 264 \end{aligned}$$



Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh skor total untuk aspek achievement adalah 660 yang terletak antara rentang 1386 dan 1650. Dengan demikian aspek *orientation to others* secara umum berada pada kategori sangat baik. Para wirausaha sudah dianggap melakukan aspek *orientation to others* sangat baik untuk menunjang kegiatan usahanya.

6.7. Hubungan Antar Variabel

Korelasi menunjukkan indikasi awal adanya hubungan antar variabel. Dari tabel diatas terlihat bahwa korelasi bivariat seluruh variabel adalah significant (probability dibawah 0,05). Dari hasil perhitungan korelasi tersebut, terlihat bahwa variabel yang memiliki hubungan paling erat antar variable.

1. Variabel yang memiliki hubungan paling erat dengan variabel *achievement* (X1) adalah variabel *personel maturity* (X3) yaitu sebesar 0.629, hal ini menunjukkan bahwa para wirausaha industri kreatif memiliki kompetensi untuk dapat mencapai prestasi di dalam diri mereka, dan hal ini dapat menunjang dalam proses pendewasaan diri.
2. Variabel yang memiliki hubungan paling erat dengan variabel *thinking and problem solving* (X2) adalah variabel *personal maturity* (X3) yaitu sebesar 0.468, hal ini menunjukkan bahwa ketika pelaku usaha di industri kreatif dihadapkan dalam masalah, mereka akan menganggap bahwa masalah-masalah ini

merupakan bagian dalam proses pendewasaan diri mereka untuk berusaha dengan lebih baik.

3. Variabel yang memiliki hubungan paling erat dengan variabel *personal maturity* (X3) adalah variabel *influence* (X4) yaitu sebesar 0.636, hal ini menunjukkan bahwa ketika wirausaha industri kreatif dihadapkan dengan pendewasaan diri dalam kegiatan usahanya, mereka memulai dengan mempengaruhi lingkungan sekitar untuk tertarik dalam menggunakan produk usahanya.
4. Variabel yang memiliki hubungan paling erat dengan variabel *influence* (X4) adalah variabel *personel maturity* (X3) yaitu sebesar 0.636. Hal ini menunjukkan bahwa para wirausaha di industri kreatif akan menggunakan pengaruh dalam kegiatan bisnisnya sebagai salah satu proses pendewasaan diri.
5. Variabel yang memiliki hubungan paling erat dengan variabel *directing and controlling* (X5) adalah variabel *achievement* (X1) yaitu sebesar 0.635. Hal ini menunjukkan bahwa ketika para wirausaha akan mengontrol kegiatan usahanya, mereka akan beranggapan bahwa ini digunakan sebagai salah satu pencapaian dalam aspek prestasi yang diinginkan dalam kegiatan usahanya.
6. Variabel yang memiliki hubungan paling erat dengan variabel *orientation to others* (X6) adalah variabel *achievement* (X1) yaitu sebesar 0.585. Hal ini menunjukkan bahwa salah satu aspek yang dapat menunjang kegiatan usahanya adalah dengan berorientasi kepada orang lain, seperti kepada pekerja, supplier atau pelanggan, dan para pelaku usaha beranggapan dengan melakukan hal tersebut, mereka telah berhasil mencapai motif berprestasi dalam diri mereka.

VII. KESIMPULAN DAN SARAN

7.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan untuk mengetahui model kompetensi wirausaha serta pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif dari hasil kuesioner dengan jumlah sampel 30 orang responden menunjukkan bahwa model kompetensi wirausaha di industri kreatif Kota Bandung secara umum berada pada kategori baik. Para wirausaha dianggap sudah memenuhi beberapa aspek model kompetensi yang ada, tetapi masih ada sebagian kecil wirausaha yang menyatakan keraguannya terhadap variabel *achievement*, *thinking and problem solving*, *personal maturity*, *influence*, *directing and controlling* dan *orientation to others*. Hal ini menunjukkan bahwa ada beberapa atau sebagian kecil wirausaha di industri kreatif yang belum memenuhi beberapa aspek model kompetensi wirausaha tersebut, sehingga masih diperlukan peningkatan dari dalam diri wirausaha tersebut untuk berani melakukan perubahan demi keberhasilan usahanya. Hal ini disebabkan para wirausaha menganggap mereka tidak memerlukan keahlian-keahlian yang bukan dibidangnya untuk membangun usahanya, sehingga mereka berfikir bahwa untuk melakukan usaha mereka lebih baik focus kepada komunitas yang ada, keahlian yang sudah dimiliki sebelumnya dan hobi. Dari keenam variabel model kompetensi wirausaha yang ada, para wirausaha di industri kreatif menganggap bahwa aspek-aspek di *personal maturity* tidak begitu penting, ini terlihat dari 13 item pertanyaan di variabel *personal maturity*, sebesar 13 item menunjukkan ragu-ragu terhadap pertanyaan, 11 pertanyaan menunjukkan tidak setuju, 5 pertanyaan menunjukkan sangat tidak setuju.
2. Hasil perhitungan dan pengujian dengan menggunakan korelasi *spearman rank* menunjukkan hasil 0.963 dengan arah hubungan yang positif antar variabel dari model kompetensi wirausaha di industri

kreatif Kota Bandung, sedangkan dari hasil perhitungan *product moment* dapat diketahui bahwa terdapat hubungan yang positif juga sebesar 0.929 antar tiap variabel dari model kompetensi wirausaha. Berdasarkan tabel 3.4 yang ada di bab.3 yaitu tabel pedoman interpretasi koefisien korelasi angka 0.929 berada di kategori sangat baik.

7.2. Saran

1. Adanya penelitian lanjutan dengan menambahkan variabel-variabel lainnya yang berhubungan dengan bidang manajemen kewirausahaan, seperti variabel keberhasilan usaha, karena dengan memilih variabel keberhasilan usaha, diharapkan akan di dapatkan hasil apakah ada hubungan atau pengaruh antara model kompetensi dengan keberhasilan usaha di industri kreatif Kota Bandung.
2. Sampel penelitian ada baiknya diperluas dengan sampel yang lebih fokus, misalnya industri kreatif di bidang kuliner kreatif atau kerajinan kreatif, sehingga dengan hal tersebut, dapat dilakukan penelitian yang lebih baik.
3. Para pelaku usaha di industri kreatif sebaiknya lebih berani untuk melakukan hal-hal yang beresiko dalam melakukan bisnisnya, hal ini dilakukan karena pada dasarnya suatu bisnis harus dilakukan dengan hal-hal yang beresiko dan lebih berani, asalkan tetap berada pada jalurnya.
4. Diharapkan para wirausaha di industri kreatif memiliki ilmu-ilmu yang dapat menunjang kegiatan bisnisnya seperti pengalaman yang sama di bidang bisnisnya, memiliki keahlian teknis dan produksi, memiliki ilmu di bidang keuangan dan akuntansi sehingga dengan adanya kompetensi seperti ini, dapat membantu para wirausaha di industri kreatif untuk mengembangkan dan memajukan dunia bisnisnya, khususnya di bidang industri kreatif.

VIII. REFERENSI

- Albanese, R.** 1989. *Competency –based management education*; Journal of Management development.
- Andersen,** 1999. *Workshop Competency Based Human Resources Management.*, McGraw Hill, New York
- B. Siswanto Satrohadiwiryo,** 2007. *Pengantar Manajemen.*, Bumi Akasara, Jakarta
- Bilton, C,** 2006. *Management and Creativity: from creative industries to creative management.*, Blackwells
- Byham, B. Wustemann, L,** 2000, "New dimensions to competencies: an interview with Bill Byham", *Competency and Emotional Intelligence Quarterly*, Vol. 8 No.1, pp.15-18
- Chaidir** 2001. *Faktor-Faktor Utama Yang Menentukan Kompetensi Kerja Terhadap Program Pelatihan Usaha Kecil Di Kota Batam*, Tesis, Universitas Padjajaran
- Deby Alfina** 2010. *Pengaruh Penempatan Pegawai dan Kepuasan Kerja Terhadap Komitmen Organisasional Pada Telkom Drive III*, Tesis, Universitas Padjajaran
- Drucker, P.F.** 1985., *Innovation and Entrepreneurship*. London; William Heinmann.
- Guido Capaldo, Luca landoli, Cristina Ponsiglione.** 2004; *Entrepreneurial competencies and training needs of small firms: A methodological approach*; University of Napoli Federico II.,Italy.
- Hisrich,R.D. & Peter, M.P.** 2002; *Entrepreneurship*; (5th ed); McGraw-Hill. New York
- Man.T W . Y. Lau T. Chan K.F;** 2002., *The Competitive of small and medium enterprises; A conceptualization with focus on Entrepreneurial Competencies*; Journal of Business Venturing. Vol.17:123-142.
- Man.T W . Y. Lau T,** 2000. *Entrepreneurial Competencies of SME owner/ manager n the Hong Kong Services Sector*;A Qualitative analysis; Journal of Enterprising Culture. Vol.8 :235-254.
- Martin Mulder, Thomas Lans, Jon verstegen, Harn Biemans & Ypie Meijer.** 2006; *Practical learning for entrepreneur competence. A study on learning activities and competence of entrepreneur in innovative horticultural*; Paper presented at the annual meeting of the American Educational Research Association.San Fransisco.
- Muhammad Nazir;** 1988. *Metodologi Penelitian Bisnis*, PT Grasindo Panaitan. Jakarta
- Onstenk J;** 2003. *Entrepreneurship and Vocational Education*; Europore Educational Research Journal; Vol.2, 74-89
- Palmieri, D. Frank , Vecchiolla, Leonardo C;** 1987.*Entrepreneurial Competencies for Vocational Curriculum Development*; Pittsburgh Univ: Pennyslavia.
- Prof.Dr.Sugiyono;** 2004.*Metode Penelitian Bisnis*; CV Alfabeta ; Bandung
- Rotter, J. B.** 1989. *Internal versus external control of reinforcement: A case history of a variable*. *American Psychologist*, 45, 489-493.
- Ryllatt, Alastair, et.al,** 1995.*Creating Training Miracles*; AIM Australia.
- Spencer, L.M. & Spencer, S.M;** 1993; *Competence at work: models for superior performance*; New York; John wiley.
- Togar Simatupang;** (2009); *Perkembangan Industri Kreatif*; Sekolah Bisnis dan Manajemen ITB.
- Suparjo, Jojo;** 2001); *Pengaruh Kompetensi dan Komitmen Organizational Manajer Terhadap Efektifitas Organisasi, Kandatel dan Kancatel Pada Telkom Drive III*; Tesis : Universitas Padjajaran
- Zimmerner.W.Thomas.Scarborough,M, Norman,** 1996 . *Entrepreneurship and New Vwnture Formation*; Prentice Hall International Inc . New Jersey
- , 2009. *Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2015*, Departemen Perdagangan-an Republik Indonesia. Jakarta

PERAN ALUMNI DAN MAHASISWA SEBAGAI PEMUDA PELOPOR DALAM MEMBANGUN JIWA WIRUSAHA MASYARAKAT

Oleh :
Yuyun Wirasmita

Proses pembangunan di negara-negara yang sedang berkembang tidak semuanya berjalan mulus. Banyak negara-negara yang sedang berkembang mengalami kesulitan didalam proses pembangunannya.

Apabila negara-negara di dunia berdasarkan besarnya pendapatan per kapita dibagi dalam tiga golongan yaitu negara dengan pendapatan rendah (*Low-Income Countries*), berpendapatan menengah (*Middle-Income Countries*) dan berpendapatan tinggi (*High-Income Countries*). Negara yang sedang berkembang yang mulus proses pembangunannya yaitu negara-negara yang mula-mula merupakan negara berpendapatan rendah kemudian masuk ke golongan negara berpendapatan menengah dan berkembang mendekati negara-negara yang berpendapatan tinggi.

Banyak negara-negara yang sedang berkembang yang tidak mengalami perubahan pembangunannya, menetap di golongan negara yang berpendapatan rendah. Ada juga negara yang berhasil masuk ke golongan berpendapatan menengah, akan tetapi tetap berada di golongan negara berpendapatan menengah dan tidak ada tanda-tanda untuk berkembang memasuki ke golongan negara-negara berpendapatan tinggi.

Negara-negara yang menetap di golongan negara berpendapatan rendah sering disebut negara-negara yang terjebak dalam "*Low Level Equilibrium Trap*" atau jebakan ekuilibrium tingkat pendapatan rendah.

Gejala *low level equilibrium trap*, apabila faktor-faktor pendorong /*push factor* pembangunan diikuti dengan kekuatan faktor penarik/*pull factor* yang lebih besar, sehingga perekonomian yang

mula-mula sudah ada tanda-tanda lepas landas/*take off* kembali ke landasan.

Penyebab "*Low Level Equilibrium Trap*" beragam, dari mulai faktor sosial, budaya, politik dan ekonomi. Gejala yang paling banyak di jumpai apabila pertumbuhan ekonomi disertai dengan peningkatan konsumsi dan impor barang-barang konsumtif atau yang disebut "*Demonstration Effect*" yaitu meniru pola konsumsi dari negara-negara yang sudah maju. Akibat dari *demonstration effect* timbulnya gap/kesenjangan antara investasi dan saving (*Investment-Saving Gap*) yaitu saving/penabungan masyarakat menunjukkan gejala-gejala yang menurun sehingga investasi menurun, akibatnya tingkat produktivitas menurun disemua bidang.

Disamping *saving-investment gap*, juga sering mengalami *fiscal gap* yaitu penurunan penerimaan yang berasal dari pajak, yang ditutup dengan pinjaman baik dari dalam maupun luar negeri.

Aspek kesenjangan/Gap yang ketiga ialah *export-import gap* yaitu defisit pada neraca transaksi berjalan (komoditi dan jasa). Dampak kesenjangan investasipenabungan, fiskal dan neraca transaksi berjalan biasanya diikuti dengan jebakan hutang luar negeri atau "*Debt Trap*".

Negara-negara yang sudah terjebak dalam "*Debt Trap*" akan selalu mencari dana/hutang untuk pembayaran bunga dan cicilan yang semakin besar. Negara yang terjebak dalam *Debt Trap* sebenarnya merupakan negara pengeksport modal ke negara-negara maju.

Negara yang berhasil memasuki negara berpenghasilan menengah, banyak juga yang terjebak dalam "*Middle Income Trap*".

Pada umumnya negara-negara yang terjebak adalah negara yang dianugerahi sumber daya alam yang melimpah.

Negara-negara tersebut sering terkena apa yang disebut "*Curse of Natural Resources Abundance/kutukan sumber daya alam yang melimpah* atau disebut juga : "*Dutch Diseases*", yaitu dengan mengeksploitasi sumber daya alam yang melimpah menyebabkan kurangnya motivasi untuk mengembangkan sektor-sektor ekonomi lainnya yang berbasis teknologi, sehingga tidak ada pengembangan : "*human capital*"/modal manusia. Biasanya industri di negara-negara tersebut berbasis teknologi rendah, sedang masyarakatnya mendapatkan penghasilan dari sektor tradisional atau industri yang berbasis tenaga kerja tidak terampil (*Unskill Labour*).

Negara yang terjebak dalam *middle income trap*, ekspor dari sektor *skills-based labour* sangat terbatas, sehingga tidak dapat menyesuaikan dengan permintaan pasar dunia yang sangat dinamis untuk produk-produk yang berlandaskan *skill based export manufacturing*. Apakah negara kita terjebak dalam *middle income trap*, penelitian prof. Ian Cox dari universitas Wisconsin mengkonstatir Indonesia terjebak dalam *middle income trap*.

Apabila kita perhatikan baik negara-negara yang terjebak dalam *low level equilibrium trap* maupun *middle income trap*, negara-negara tersebut tidak pernah memiliki program untuk mengembangkan sumber daya manusia khusus pengembangan kewirausahaan.

Berdasarkan pengamatan di negara tersebut pengembangan wirausahawirausaha terutama wirausaha-wirausaha baru masih terjebak oleh masalah-masalah budaya dan birokrasi pemerintah, seperti perizinan usaha, perkreditan dan infrastruktur.

Masalah budaya yaitu persepsi dari masyarakat pada umumnya yang memandang status wirausaha yang lebih rendah dibandingkan misalnya *dengan pegawai negeri*.

Bagaimana mengenai peran kewirausahaan dalam pembangunan ? Berikut adalah kata-kata yang saya kutip dari Serenidad F.Lavador, peneliti masalah pembangunan dari Technonet-Asia : "*Entrepreneurship is essential to national wealth-building. It is not enough for a country to have land, labour, capital and natural resources. It needs the talent, ability and drive of the entrepreneur to turn these resources into profitable enterprise*".

Menjadi jelas kiranya meskipun negara kaya sumber daya alam tetapi akan tetap ada dalam golongan negara berpendapatan rendah apabila tidak memiliki wirausaha yang mampu mengolah sumber daya alam tersebut untuk kesejahteraan negaranya.

Mengenai persyaratan "*take-off /lepas landas* di jelaskan oleh Rostow : "*Economic growth is the result of an interesting process involving the economic, social and political sectors of society, including the emergence of a corps of*

entrepreneurs who are psychologically motivated and technically prepared regularly to lead the way in introducing new production function in the economy".

Rostow menyebut dengan jelas peran wirausaha dalam pertumbuhan ekonomi, termasuk dalam *take off* menjadi *self-sustained growth*.

Tentu timbul pertanyaan mengapa wirausaha diperlukan untuk suatu perekonomian untuk *take off* dan mencapai *self-sustained growth*.

Menurut salah satu definisi wirausaha adalah seseorang yang selalu mencari peluang-peluang baru dan mewujudkan peluang-peluang itu menjadi usaha yang bermanfaat bagi masyarakat dan dirinya.

Dengan kemampuan mewujudkan peluang-peluang baru menjadi usaha yang berhasil maka seorang wirausaha seperti telah diteliti merupakan :

1. Pencipta lapangan kerja baru baik bagi dirinya maupun bagi orang lain.
2. Pencipta penghasilan baru baik bagi dirinya maupun bagi masyarakat.

3. Pembayar pajak baru yang sangat diperlukan oleh pemerintah untuk pembangunan infrastruktur, pendidikan dan kesehatan.
4. Penghasil devisa bagi wirausaha yang bergerak dibidang ekspor.
5. Pemutar roda ekonomi karena kegiatannya antara lain dalam produksi dan pemasaran.
6. Pendorong lahirnya wirausaha baru.
7. Sumber dan pengguna kreativitas dan inovasi sehingga dapat menghasilkan pembaharuan dalam segala bidang seperti antara lain dalam bidang produksi, manajemen dan pemasaran.
8. Pelaku fungsi sosial, yaitu melaksanakan corporate social responsibility. Seperti pendirian fasilitas pendidikan, kesehatan, keagamaan yang dibangun oleh perusahaan swasta.

Setelah mengetahui peran wirausaha dalam pembangunan bagaimana menghasilkan wirausaha-wirausaha baru. Kita ketahui untuk menghasilkan wirausaha-wirausaha baru tidak dapat dipaksakan, akan tetapi harus berasal dari kemauan sendiri dan didukung oleh faktor eksternal, karena itu kebi jakankebi jakan yang dapat mendorong tumbuhnya wirausaha-wirausaha baru:

1. Pendidikan dan pelatihan baik secara formal ditingkat sekolah menengah sampai perguruan tinggi maupun pendidikan non-formal. Pendidikan dijadikan pemicu atau *triggering event* yang dapat memotivasi pars remaja untuk menjadi wirausaha-wirausaha baru. Pendidikan non-formal dapat dilaksanakan melalui pendiriann inkubator bisnis, yaitu lembaga pelatihan kewirausahaan, bi beberapa negara seperti di Thailand, Vietnam pendirian inkubator bisnis menyebar sampai ketinggian daerah.
2. Menyederhanakan perizinan pendirian perusahaan baru (kebi jakan satu atap).

3. Menyederhanakan prosedur per kreditan untuk pendirian perusahaanperusahaan baru.
4. Memfasilitasi calon-calon wirausaha akses kepada hasil-hasil penelitian baik dari universitas maupun lembaga-lembaga lain seperti LIPI, dan informasi khususnya informasi pemasaran.
5. Pembangunan infrastruktur terutama energi/kelistrikan.

Kebijakan-kebijakan tersebut telah dilaksanakan di berbagai negara termasuk di negara-negara bekas Uni Soviet dan ternyata sangat ampuh dalam mendorong jiwa kewirausahaan dan tumbuhnya perusahaan-perusahaan baru, termasuk di kalangan lulusan perguruan tinggi.

Fokus pembinaan kepada lulusan perguruan tinggi mempunyai alasan-alasan khusus yang jadi perhatian dari beberapa negara :

1. Lulusan perguruan tinggi memiliki pengetahuan dan wawasan yang lebih luas sehingga memungkinkan menjadi *Technopreneur*, yaitu wirausaha yang berbasis ilmu dan teknologi sehingga dapat mempunyai keunggulan.
2. Lulusan perguruan tinggi memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menghadapi risiko dan cara-cara untuk mengatasinya.
3. Lulusan perguruan tinggi memiliki kemampuan yang lebih tinggi dalam memanfaatkan fasilitas-fasilitas yang disediakan pemerintah.
4. Lulusan perguruan tinggi dapat lebih mudah untuk mempelajari hal-hal yang baru.
5. Khusus keadaan di Indonesia, pengangguran lulusan perguruan tinggi sudah sangat mengkhawatirkan ditaksir telah melebihi 1.000.000 orang.

Berdasarkan alasan-alasan dan fakta-fakta tersebut seyogianya lulusan perguruan tinggi men jadi pelopor untuk menjadi wirausaha-wirausaha baru men jadi pencipta lapangan kerja baru bukan men jadi pencari kerja.

Permasalahan yang dihadapi apakah perguruan *tinggi* dapat men jadi wadah untuk menghasilkan wirausaha-wirausaha baru ? jawabannya belum tentu. Universitas tradisional dimana kegiatan utamanya, mengajar, mentransfer ilmu-ilmu yang telah ada kepada peserta didik, menurut beberapa pakar tidak mungkin men jadi wadah/organisasi untuk menghasilkan wirausaha-wirausaha yaitu wirausaha-wirausaha inovator.

Agar suatu perguruan tinggi men jadi penghasil wirausaha-wirausaha baru universitas tersebut harus merubah visi dan misinya, yaitu bukan hanya sebatas sebagai "Learning Institution" atau "Research University", akan tetapi melangkah lebih maju, bagaimana menerapkan hasil pendidikan/pengajaran dan penelitian untuk kepentingan dunia usaha atau men jadi "Entrepreneurial Univeristy". Seperti telah direpon oleh Massachusetts Institute of Technology (MIT) yang telah men jadi "Entrepreneurial University" sebagai berikut : "*MIT scientist, engineers and managers believe that is not enough merely to invent a new product, concept or technology, the measure of success is global commercialization and widespread acceptance of their innovations. This mission of the MIT entrepreneurship center is to train and develop managers who will make high tech ventures succesfull. To that end, we offer educational programs to inspire, train and coach new generation of entrepreneurs of all part of MIT.*"

Seperti telah dilaporkan MIT sejak tahun 1980 sampai dengan 1996 telah menghasilkan wirausaha-wirausaha/para alumni dengan men dirikan 4.000 perusahaan dengan membuka lapangan kerja bagi 1,1 juta orang.

Ada beberapa kebijakan strategis yang dapat dilakukan dalam rangka menuju *Entrepreneurial University*(Universitas penghasil technopreneur):

1. Men dirikan inkubator bisnis yang berbasis teknologi/ *Technology Business Incubator* (TBI). TBI berfungsi untuk memfasilitasi para mahasiswa yang ingin men jadi wirausaha. TBI didalam menyusun strategi menghasilkan wirausaha-wirausaha baru bekerjasama dengan laboratorium-laboratorium yang ada di Universitas, dengan lembaga-lembaga pengembangan teknologi di luar Universitas (misalnya dengan LIPI) dan juga dengan lembaga keuangan (Perbankan). Mentoring didalam menghasilkan wirausaha dapat oleh dosen-dosen yang telah berpengalaman dalam dunia bisnis atau oleh wirausaha-wirausaha. Tugas dari TBI tidak terbatas sampai kepada tahap *start-up*, tetapi sampai perusahaan tersebut dapat men capai pengembangan (*Development*) dan pertumbuhan (*Growth*). Inkubator Bisnis biasanya dipimpin oleh seorang Guru Besar, tugas utamanya membimbing para *tenant* (sebutan untuk para mahasiswa/alumni di inkubator) men persiapkan *businessplan*.
2. Men dirikan Pusat Koordinasi Penelitian. Lembaga ini bertugas menyusun kebijakan penelitian. Lingkup penelitian diperluas tidak hanya terdiri dari "*Basic Research*" saja, akan tetapi meliputi penelitian-penelitian terapan yang mempunyai nilai komersial. Lembaga ini juga bertugas mensosialisasikan hasil-hasil penelitian dari berbagai laboratorium atau fakultas kepada para *tenant* TBI, dunia usaha , industri dan masyarakat luas.
3. Memasukkan Kewirausahaan kedalam kurikulum. Penyelenggaraan kuliah kewirausahaan dapat diasuh oleh salah satu Fakultas, yang dapat diikuti oleh semua mahasiswa dari berbagai fakultas, atau diintegrasikan kedalam mata kuliah tertentu yang relevan, atau di jadikan studium generale ditingkat universitas. Metode pemberian kuliah kewirausahaan masih terus

berkembang. Hal ini terkait dengan pemahaman wirausaha/kewirausahaan yang masih beragam. Keragaman tersebut tidak perlu menjadi rintangan untuk penyusunan kuliah atau silabus kewirausahaan. Cowl berbagai pemahaman tentang kewirausahaan dan penelitian tentang keberhasilan mendirikan usaha. Pada dasarnya dua faktor yang perlu dipahami dan dikuasai : Pertama, nilai-nilai intrinsik/karakteristik dari seorang wirausaha dan kedua, ketrampilan. Sifat intrinsik kewirausahaan seperti keuletan, kemauan untuk menjadi pemenang, keberanian untuk mengambil risiko (yang telah diperhitungkan), kreativitas, keinovatifan, dan lain-lain dapat ditingkatkan melalui berbagai pelatihan seperti pelatihan *N-Achievement*, *Role Model* dan sebagainya. Sedangkan untuk meningkatkan ketrampilan dapat diberikan materi-materi mengenai negosiasi, *networking* dan berbagai aspek mengenai manajemen, seperti manajemen pemasaran, keuangan, dan lain-lain.

Metode perkuliahan kewirausahaan dititikberatkan untuk memotivasi agar para mahasiswa mau memilih kewirausahaan sebagai karier hidupnya, disamping untuk memahami disiplin ilmu kewirausahaan. Perkuliahan harus dirancang sehingga seorang mahasiswa siap menjadi wirausaha. Salah satu sifat wirausaha yang paling mendasar adalah sifat kreativitas dan keinovatifan, kemampuan memanfaatkan peluang dan memecahkan masalah. Karen itu pemahaman dan penguasaan metode untuk mengembangkan kreativitas merupakan dasar seluruh perkuliahan kewirausahaan.

4. Menjalin kerjasama penelitian *dengan* dunia usaha/industri. dalam rangka menuju *Entrepreneurial University*, menjalin kerjasama dengan dunia usaha/industri merupakan wahana bagi universitas untuk dapat mengaplikasikan hasil-hasil pendidikan dan penelitian kepada dunia usaha. Kerjasama ini membawa dampak positif bagi kedua belah pihak. dunia usaha/

industri akan mendapat hasil-hasil penelitian dan akses kepada laboratorium Universitas. Bagi Universitas memudahkan untuk misalnya pemagangan bagi calon-calon wirausaha.

5. Di samping hal-hal tersebut diatas ada berbagai kegiatan yang dapat mendorong tercapainya *Entrepreneurial University* seperti mendorong pembentukan kelompok-kelompok minat mengenai kewirausahaan oleh para mahasiswa/dosen seperti *The Harvard Entrepreneurs Club*, *Young Entrepreneur Society (YES)* di UNPAD. Mendorong para dosen untuk mendalami kewirausahaan (Magister, Ph.D, dalam kewirausahaan), mengadakan seminar-seminar kewirausahaan, dan lain-lain.

Khusus untuk para mahasiswa dan alumni yang sedang merintis menjadi wirausaha, camkanlah hal-hal sebagai berikut :

- Kewirausahaan bukan keturunan akan tetapi dapat dihasilkan melalui pendidikan dan pelatihan. Pendidikan dan pelatihan kewirausahaan meliputi dua aspek yaitu pendidikan mental dan kemampuan atau keahlian.
- Sikap mental dan kemampuan yang harus dimiliki :
 1. Bersifat visioner, dapat melihat jauh kedepan. Dengan mempelajari lingkungan dan perubahan-perubahannya sehingga dapat menemukan peluang-peluang baru.
 2. Kreatif dan Inovatif, yaitu kemampuan untuk menemukan cara baru baik dalam memproduksi, memasarkan produk, *dengan* selalu mengajukan pertanyaan apakah dapat dirubah prosesnya, bentuknya, penampilannya, ukurannya. Sifat kreatif dan inovatif selalu mencari kemungkinan-kemungkinan baru yang lebih baik, lebih bermanfaat. Sehingga dengan sifat kreatif dan

inovatif dapat menemukan peluang-peluang baru yang lebih bermanfaat.

3. Berorientasi kepada kepuasan konsumen. Seorang wirausaha selalu memperhatikan kepuasan konsumen sehingga karena sikapnya konsumen menjadi pelanggan tetap. Keunggulan produk dalam memenuhi kepuasan pelanggan menjadi perhatian utama. Sembojannya : Ikatlah para pelanggan dengan produk yang memuaskan konsumen yaitu cita rasa, penampilan, dan kinerjanya.
4. Berorientasi kepada laba dan pertumbuhan. Laba merupakan sarana untuk meningkatkan kesejahteraan karyawan, pemilik perusahaan, untuk perluasan usaha. Bimata seorang wirausaha laba dianggap sebagai hasil dari kreativitas dan inovasi. Perusahaan yang dikelola berdasarkan kewirausahaan memiliki rencana pertumbuhan yaitu dengan memanfaatkan laba dan sumber-sumber yang berasal dari luar.
5. Berani menanggung risiko, seorang wirausaha akan mengelola risiko dengan penuh perhitungan. Risiko yang terlalu

besar akan dihindari hanya risiko yang telah diperhitungkan yang akan dijalani.

6. Berjiwa kompetisi. Seorang wirausaha menganggap persaingan sebagai suatu hal yang normal dan akan berusaha untuk memenangkan persaingan dengan menghasilkan produk yang terbaik dengan biaya yang efisien.
7. Cepat tanggap dan gerak cepat. Dalam pandangan seorang wirausaha yang pasti adalah ketidakpastian dan yang tetap adalah perubahan. Perubahan atau ketidakpastian itu harus disikapi dengan sikap yang responsif, cepat tanggap, cepat membuat keputusan yang tepat.
8. Berwirausaha sebagai bagian dari ibadah. Kepuasan seorang wirausaha apabila usahanya menciptakan lapangan kerja, penghasilan baru, menerapkan inovasi sehingga produk/jasa yang dihasilkan memuaskan pelanggan.

Demikianlah uraian singkat mengenai Peran Alumni dan Mahasiswa Sebagai Pemuda Pelopor ()alum Membangun Jiwa Wirausaha Masyarakat. Semoga bermanfaat.

**Raih Prestasi di Global Entrepreneurship Training Korea Selatan,
Megantoro Brennaf Bertekad Konsisten Berwirausaha**

Laporan oleh : Malikkul Shaleh
[Unpad.ac.id, 15/03/2011]



Perubahan *mindset* adalah hal utama yang didapatkan oleh mahasiswa Magister Manajemen Fakultas Ekonomi (FE) Unpad, Muhammad Megantoro Brennaf selama dirinya mengikuti *Global Entrepreneurship Training* di Handong Global University, Korea Selatan. Selain berhasil menjadi juara keempat pada kompetisi tersebut, dirinya mengaku banyak mendapatkan teman dan ilmu baru dalam berwirausaha dan hal itu merupakan pengalaman yang tidak ternilai harganya.

Muhammad Megantoro Brennaf ketika menghadiri *Global Entrepreneurship Training* di Handong Global University, Korea Selatan.

“Mereka berhasil merubah paradigma saya menjadi *mindset* seorang *entrepreneur*. Seorang *entrepreneur* harus bisa aktif dan berwawasan luas dalam memandang sesuatu termasuk cara memandang hidup ini. itu yang utama saya dapat dari sana,” ujar Megan saat ditemui di ruang website Unpad, Gedung Rektorat lama, Jln. Dipati Ukur No. 35, Bandung, Jumat (11/03).

Megan merupakan salah satu peserta dari acara *Global Entrepreneurship Training* di Handong Global University, Korea Selatan. Kegiatan ini diikuti oleh 80 orang peserta dari 37 negara. Megan adalah satu dari dua

perwakilan Indonesia yang mengikuti acara yang diselenggarakan setiap tahunnya itu. Satu wakil lagi merupakan lulusan UGM. Sebelumnya, acara bertaraf internasional yang didukung penuh oleh UNESCO ini diselenggarakan di Kenya dan Kamboja. Para peserta di-*training* tentang kewirausahaan global dan materi-materi lain seputar bagaimana membangun sebuah usaha bisnis.

“Pesertanya adalah para pemuda dari banyak negara berkembang. Kita dilatih siang malam dengan materi, diskusi dan pembuatan bisnis plan untuk dikompetisikan pada hari terakhir,” ungkap Megan yang juga pernah ke Ajou University, Korea untuk *student exchange* itu.

Setelah melewati beberapa penilaian, Megan berhasil menjadi juara ke empat dalam kompetisi *business plan* sebagai akhir dari masa pelatihan. Kriteria penilaian yang menjadi parameternya antara lain dari inovasi, kreatifitas, ide bisnis, marketing strategi, perhitungan keuangan, keuntungan, dan presentasi serta *elevator speech*, yaitu kemampuan dalam meyakinkan atau menarik perhatian investor.

Training selama satu minggu yang diikuti tersebut telah membulatkan tekad Megan untuk terus berwirausaha karena selain profit

terdapat efek-efek lain seperti efek sosial yang bisa didapatkan. Menurut pria yang memiliki usaha batik ini, untuk membuat usaha yang bisa *go global* tidak perlu punya relasi atau teman langsung dari luar negeri.

Hal yang paling penting adalah tekad dan kerja keras, karena jalur kesana bisa dibuat sendiri. Apalagi atmosfir *entrepreneurship* di Indonesia cukup baik untuk mendukung para *entrepreneur* tanpa harus khawatir terkena krisis dari dunia internasional asalkan terus didukung oleh pemerintah.

Mendengar presentasi membanggakan ini, Pembantu Rektor Bidang Kemahasiswaan Unpad, dr. *Trias* Nugrahadi, Sp.KN mengaku bangga terhadap mahasiswa multitalenta seperti Megan.

Menurutnya Megan bisa menjadi inspirasi buat yang lain, dimana ternyata multidisiplin memang dibutuhkan untuk kita bisa berkembang, terlebih di dunia kerja nanti. Trias menambahkan bahwa atmosfir di Unpad telah mulai kearah *added value* yang mendukung kompetensi keilmuan yang multidisiplin, baik *multidisciplin oriented* dan *multidisciplin skill*.

“Saya tidak bosan-bosan untuk terus memberikan perhatian kepada mereka dan membewarakanannya, salah satunya melalui website Unpad. Bahkan kedepan kita berencana untuk membuat semacam satuan kredit kemahasiswaan yang nanti bisa berguna buat mereka,” ujarnya. (eh)*