

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Asal mula kewirausahaan dapat dijabarkan sebagai berikut: wirausaha secara historis sudah dikenal sejak diperkenalkan oleh Richard Castillon pada tahun 1755. Di luar negeri, istilah kewirausahaan telah dikenal sejak abad 16, sedangkan di Indonesia baru dikenal pada akhir abad 20. Pendidikan kewirausahaan mulai dirintis sejak 1950-an di beberapa negara seperti Eropa, Amerika, dan Kanada. Bahkan sejak 1970-an banyak universitas yang mengajarkan kewirausahaan atau manajemen usaha kecil. Pada tahun 1980-an, hampir 500 sekolah di Amerika Serikat memberikan pendidikan kewirausahaan sedangkan di Indonesia, kewirausahaan dipelajari baru terbatas pada beberapa sekolah atau perguruan tinggi tertentu saja. Kemudian sejalan dengan perkembangan dan tantangan seperti adanya krisis ekonomi, pemahaman kewirausahaan baik melalui pendidikan formal maupun pelatihan-pelatihan di segala lapisan masyarakat kewirausahaan menjadi berkembang hingga seperti saat ini.

Secara etimologi kata wirausaha adalah berasal dari kata “wira” dan “usaha”. “Wira” berarti pejuang, pahlawan, manusia unggul, teladan, berbudi luhur, gagah berani dan berwatak agung. Kata “wira” juga digunakan dalam kata

“perwira”. Sedangkan “usaha” berarti “perbuatan untuk mencapai sebuah tujuan”. Jadi, secara etimologis/harfiah, wirausaha adalah pejuang atau pahlawan yang melakukan perbuatan untuk mencapai sebuah tujuan.

Suryana(2001:4) menyatakan bahwa istilah kewirausahaan dari terjemahan *entrepreneurship*, yang dapat diartikan sebagai ‘*the backbone of economy*’, yaitu syaraf pusat perekonomian atau sebagai ‘*tailbone of economy*’, yaitu pengendali perekonomian suatu bangsa. Pengertian Wirausaha menurut Tarmudji (2006:4) adalah: Wirausaha bila ditinjau dari etimologinya berasal dari kata “wira” dan “usaha”, kata wira berarti “teladan” atau patut dicontoh, sedangkan “usaha” berarti “Berkemauan keras” memperoleh manfaat. Jadi seorang wirausaha dapat diartikan sebagai berikut: “Seseorang yang berkemauan keras dalam melakukan tindakan yang bermanfaat dan patut menjadi teladan hidup”. Atau lebih sederhana dirumuskan sebagai, “Seseorang yang berkemauan keras dalam bisnis yang patut menjadi teladan hidup”. Untuk menjadi seorang wirausahawan yang berhasil, seorang wirausaha harus mempunyai tekad dan kemauan yang keras untuk mencapai tujuan usahanya.

Tidak dapat dipungkiri bahwa Indonesia menghadapi masalah keterbatasan kesempatan kerja bagi para lulusan perguruan tinggi dengan semakin meningkatnya jumlah pengangguran intelektual belakangan ini. Laporan International Labor Organization (ILO) mencatat jumlah pengangguran terbuka pada tahun 2009 di Indonesia berjumlah 9.6 juta jiwa (7.6%), dan 10% diantaranya adalah sarjana). Data dari Badan Pusat Statistik Indonesia mendukung pernyataan ILO tersebut yang menunjukkan sebagian dari jumlah pengangguran

di Indonesia adalah mereka yang berpendidikan Diploma/ Akademi/dan lulusan Perguruan Tinggi (Setiadi, 2008). Kondisi yang dihadapi akan semakin diperburuk dengan situasi persaingan global (misal pemberlakuan Masyarakat Ekonomi ASEAN/MEA) yang akan memperhadapkan lulusan perguruan tinggi Indonesia bersaing secara bebas dengan lulusan dari perguruan tinggi asing. Oleh karena itu, para sarjana lulusan perguruan tinggi perlu diarahkan dan didukung untuk tidak hanya berorientasi sebagai pencari kerja (*job seeker*) namun dapat dan siap menjadi pencipta pekerjaan (*job creator*) juga.

Menumbuhkan jiwa kewirausahaan para mahasiswa perguruan tinggi dipercaya merupakan alternatif jalan keluar untuk mengurangi tingkat pengangguran, karena para sarjana diharapkan dapat menjadi wirausahawan muda terdidik yang mampu merintis usahanya sendiri (Suharti dan Sirine, 2011). Dibandingkan dengan negara-negara lain, perkembangan kewirausahaan di Indonesia masih sangat kurang yaitu dibawah 2%. Sebagai pembandingan, kewirausahaan di Amerika Serikat tercatat mencapai 11 persen dari total penduduknya, Singapura sebanyak 7 persen, dan Malaysia sebanyak 5 persen.

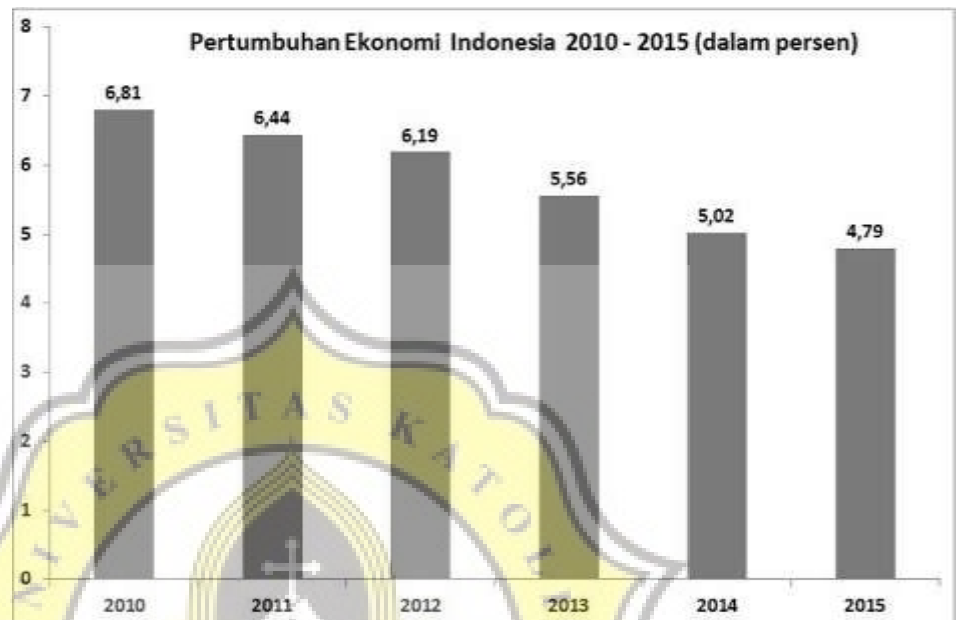
**Tabel 1.1 Perbandingan Wirausaha Indonesia dan Negara Lain**

No.	Negara	% wirausaha
1.	Singapura	7%
2.	Amerika Serikat	11%
3.	Malaysia	5%
4.	Indonesia	1,9%

Sumber: <http://www.tribunnews.com> dan <http://www.tempo.com> (2015)

Kewirausahaan di Indonesia belum sepenuhnya memberikan sumbangan positif terhadap kecerdasan dan kesejahteraan bangsa. Padahal potensi wirausaha di Indonesia sangat besar terutama jika dilihat dari data jumlah usaha kecil menengah yang ada. Sampai dengan tahun 2006, menurut data BPS (Biro Pusat Statistik), di Indonesia terdapat 48.9 juta UKM (Usaha Kecil dan Menengah) yang menyerap sekitar 80% dari tenaga kerja serta menyumbang 62% pada PDB (diluar migas). Data tersebut memberikan gambaran betapa besarnya aktivitas kewirausahaan di Indonesia dan dampaknya bagi kemajuan ekonomi bangsa, terutama pasca krisis moneter 1998. Tetapi sayangnya potensi yang masih besar ini belum dimanfaatkan secara optimal, masih banyak masalah pengangguran dan masyarakat miskin serta pendapatan rakyat Indonesia yang dibawah garis kemiskinan.

Perekonomian Indonesia mengalami kemunduran dari pertumbuhannya yang dapat dilihat pada grafik berikut ini:



Sumber: worldbank.com

Dari grafik diatas diketahui bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia mengalami penurunan dan ini bukan hal yang bagus. Hal ini juga terkait dengan kurang berkembangnya jiwa kewirausahaan masyarakat Indonesia. Sifat kepemimpinan yang dimiliki seorang wirausaha atau *entrepreneur* disebut dengan *entrepreneurial leadership*. Kepemimpinan kewirausahaan (*entrepreneurial leadership*) kini menjadi strategi besar pada organisasi yang didirikan. *Entrepreneur* merupakan upaya mencapai keunggulan dalam bersaing karena sebuah organisasi menyadari bahwa mereka terus-menerus mendefinisi ulang pasar, merestrukturisasi kegiatan, memodifikasi model bisnis dan mempelajari kemampuan berpikir mereka (Ireland & Webb, 2007).

Menurut Fernald *et al.* (2005), terdapat delapan karakter dari *entrepreneurial leadership*, yaitu:

1. *Able to motivate*
2. *Achievement oriented*
3. *Creative*
4. *Flexible*
5. *Patient*
6. *Persistent*
7. *Risk Taker*
8. *Visionary*

Karena pentingnya *entrepreneurial leadership*, maka pada penelitian ini akan dilakukan analisis karakteristik *entrepreneurial leadership* pada toko mas yang ada di Pecangaan Jepara karena dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif dibutuhkan jiwa *entrepreneurial leadership*, yang menjadi obyek penelitian adalah Toko Mas Onta, Toko Mas Gunung, Toko Mas Gajah, Toko Mas Kuda, Toko Mas Payung, Toko Mas Kidang. Dalam penelitian ini memilih obyek penelitian menggunakan 6 toko mas karena keenamnya mempunyai skala usaha yang sama dan letaknya berdekatan sehingga persaingan begitu tampak pada keempat toko mas tersebut.

Alasan dipilihnya toko mas karena menyumbangkan kontribusi ekonomi Jepara yang cukup signifikan (Sumber: <http://jateng.tribunnews.com>).

Alasan digunakannya teori Fernald dikarenakan teori tersebut yang paling sesuai untuk digunakan pada keempat toko mas tersebut karena sesuai dengan karakteristik pemimpin yang ada pada keempat toko mas tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, maka judul penelitian ini adalah:  
***ENTREPRENEURIAL LEADERSHIP* PENGUSAHA TOKO MAS DI  
PECANGAAN, JEPARA.**

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

“Bagaimana identifikasi karakteristik *entrepreneurial leadership* pengusaha toko mas di Pecangaan, Jepara?”

## **1.1. Tujuan Penelitian**

Dari uraian latar belakang dan perumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah:

Untuk mengidentifikasi karakteristik *entrepreneurial leadership* pengusaha toko mas di Pecangaan, Jepara.

## 1.2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi beberapa pihak yaitu:

a. Manfaat secara teoritis :

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi penelitian lebih lanjut mengenai sifat atau karakteristik *entrepreneurial leadership*.

b. Manfaat secara praktis:

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengusaha toko mas untuk meningkatkan mengenai sifat atau karakteristik *entrepreneurial leadership* nya.

