

LAPORAN PENELITIAN

POTENSI JIWA WIRAUSAHA
MAHASISWA UNISBANK SEMARANG
PENGUSUL PROGRAM KREATIVITAS
MAHASISWA KEWIRAUSAHAAN (PKMK)
TAHUN 2012



Oleh:

Drs. Rokh Eddy Prabowo, M.Si (NIDN: 0026125911)

Dra. Kis Indriyaningrum, M.Pd, M.Si. (NIDN: 0018015901)

Drs. H. Muhaimin, M.M. (NIDN: 0803025601)

Niken Agustianingrum (11.05.52.0153)

Ika Mayangsari (11.05.52.0132)

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS, PROGRAM STUDI MANAJEMEN,
UNIVERSITAS STIKUBANK (UNISBANK) SEMARANG
JL. TRI LOMBA JUANG NO. 1, JL. KENDENG V BENDAN NGISOR
SEMARANG
JANUARI 2014

**HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN PENELITIAN**

1. Judul Penelitian	:	POTENSI JIWA WIRAUUSAHA MAHASISWA UNISBANK SEMARANG PENGUSUL PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA KEWIRAUUSAHAAN (PKMK) TAHUN 2012
2. Jenis Penelitian	:	Penelitian Dasar
3. a. Bidang Penelitian	:	Manajemen
b. Kelompok	:	Ilmu Ekonomi
4. a. Tujuan Sosial Ekonomi	:	Kewirausahaan
b. Kelompok	:	Ilmu Ekonomi
5. Ketua Tim Penelitian	:	
a. Nama Lengkap	:	Drs. Rokh Eddy Prabowo, M.Si
b. Jenis Kelamin	:	Laki-laki
c. NIP/ NIDN	:	195912261987031001/ 0026125911
d. Disiplin Ilmu	:	Perencanaan Pembangunan Wilayah dan Pedesaan
e. Pangkat/ Jabatan Fungsional/ Golongan	:	Penata Muda Tingkat I/ Asisten Ahli/ III b
f. Fakultas/ Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/ S1 Manajemen
g. Perguruan Tinggi	:	Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang
h. Alamat Kantor/ Telp/ Faks/ E-mail	:	Kampus Mugas Jl. Tri Lomba Juang No. 1, Kampus Kendeng Jl. Kendeng V Benda Ngisor Semarang / 024-8311668, 024-8414970/ 024-8443240, 024-8441738/info@unisbank.ac.id
i. Alamat Rumah/ Telp/ Faks/ E-mail	:	Jl. Bayem II/1 / 085755106030 / eddybowo@gmail.com
6. Anggota Tim Penelitian	:	
a. Jumlah Dosen Anggota	:	Dua orang Dosen
a.1. Nama Anggota 1/ NIDN	:	Dra. Kis Indriyaningrum, M.Pd. M.Si./ 0018015901
a.2. Nama Anggota 2/ NIDN	:	Drs. H. Muhaimin, M.M./ 0609017401
b. Jumlah Mahasiswa yang Dilibatkan	:	Dua orang mahasiswa
b.1. Nama mahasiswa 1/ NIM	:	Niken Agustianingrum (11.05.52.0153)
b.2. Nama mahasiswa 2/ NIM	:	Ika Mayangsari (11.05.52.0132)
7. Lokasi Penelitian	:	Unisbank Semarang
8. Jangka Waktu Pelaksanaan	:	Empat bulan
9. Jumlah Biaya yang Diusulkan	:	Rp.3.000.000,00 (Tiga Juta Rupiah)
 <p>Mengetahui, Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Dr. Bambang Sudisatno, MM NIDN: 0616095901</p>		<p>Semarang, 30 Januari 2014</p> <p>Ketua Tim Peneliti  Drs. Rokh Eddy Prabowo, M.Si NIDN: 0026125900</p>
 <p>Menyetujui, Ketua LPPM UNISBANK  Dr. Endang Tjahjaningsih, SE, M.Kom NIDN: 0622056601</p>		

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR IDENTITAS DAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR LAMPIRAN	vii
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kontribusi Penelitian	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pengertian Jiwa Wirausaha	8
B. Peran Pendengaran dalam Jiwa Wira Usaha	10
C. Peran Kerjasama dalam Wirausaha	11
D. Peran Inovasi dan Kreasi dalam Kegiatan Wirausaha	12
III. METODE PENELITIAN	
A. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	16
B. Variabel Penelitian	16
C. Model Penelitian	16
D. Rancangan Penelitian	17
E. Teknik pengumpulan data	18
F. Analisa Data	18
G. Cara Penafsiran dan Penyimpulan Hasil Penelitian	18
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Responden	21
B. Potensi untuk Mendapatkan Informasi yang Utuh dan Akurat	21
C. Potensi untuk Melakukan Bekerja Sama dengan Pihak Lain	36
D. Potensi untuk Melakukan Inovasi dan Kreasi	42
V. SIMPULAN DAN SARAN	46
A. Simpulan	46
B. Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	48

ASBTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan informasi tentang (1) potensi responden untuk mendapatkan informasi yang utuh dan akurat, (2) potensi untuk bekerjasama dengan pihak lain, (3) potensi untuk berinovasi dan (3) potensi untuk berkreasi. Populasi penelitian ini adalah semua mahasiswa yang mengajukan proposal Program Kreativitas Mahasiswa Kewirausahaan (PKMK) tahun 2012 ke Dikti. Jumlah yang mengajukan sebanyak 54 kelompok dan masing-masing kelompok satu proposal. Dari masing-masing kelompok ditentukan satu orang dengan harapan mereka dapat mewakili kelompoknya. Data yang diharapkan dari responden diperoleh dengan menggunakan Tes Pendengar dan *Thematic Apperception Test (TAT)* dari BP2TK Provinsi Jateng. Berdasarkan hasil Tes Pendengar, secara agregat terdapat 52,5 persen responden berpotensi tidak mendapatkan informasi yang utuh dan akurat sekaligus berpotensi tidak dapat bekerjasama dengan berbagai alasan. Adapun hasil *TAT* hanya 39,72 persen responden berpotensi berinovasi maupun berkreasi sebagai salah satu kaidah dalam kewirausahaan, 33,7 persen hanya berpotensi menjadi karyawan, dan 26,6 persen tidak terdiksi sebagai kelompok berjiwa wirausaha dan sebagai karyawan.

Kata kunci: potensi, jiwa, wirausaha

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sejak tahun akademik 2009/2010 Universitas Stikubank (Unisbank) Semarang mengikrarkan diri sebagai Universitas Kewirausahaan (*Entrepreneurial University*). Melalui *Tag Line* ini, Unisbank ingin mengembangkan sistem pendidikan untuk menghasilkan lulusan yang mempunyai daya saing global dan berjiwa kewirausahaan (Unisbank, 2009). Keinginan ini dalam rangka mempersiapkan diri Unisbank Semarang menapak pada visi tahun 2011-2015 yang berbunyi: “Pengembangan Sistem Pendidikan untuk Menghasilkan Lulusan yang Mempunyai Daya Saing Global dan Berjiwa Kewirausahaan.”

Implementasi dari kebijakan tersebut antara lain dengan kegiatan pelatihan kewirausahaan bagi mahasiswa yang dimulai sejak mahasiswa baru tahun akademik 2009/2010. Setiap mahasiswa harus mengikuti kegiatan ini untuk masa lima semester dengan bobot nol satuan kredit semester (0 sks) per semester. Kegiatan pada semester pertama untuk mahasiswa angkatan ini dengan menggunakan sistem kelas dan dilaksanakan pada hari Sabtu. Mulai semester dua hingga semester lima menggunakan sistem perorangan.

Sistem kelas dalam kegiatan ini adalah para mahasiswa yang sudah dikelompokkan dalam beberapa kelompok mendapatkan pelatihan di dalam ruangan tertentu oleh dua mentor tertentu. Adapun yang dimaksud dengan sistem perorangan adalah kegiatan bimbingan dan pemantauan oleh dua orang mentor

terhadap lima orang mahasiswa yang membentuk satu kelompok usaha tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu bimbingan maupun pemantauan. Mentor dan mahasiswa dapat menentukan waktu dan tempat untuk berkonsultasi.

Harapan tersebut menghadapi hambatan yang sangat serius. Hal ini dibuktikan dengan peserta pelatihan program sangat minim. Pada semester pertama hampir 75 persen mahasiswa tidak mengikuti program pelatihan hingga akhir semester. Bahkan kondisi di antara mereka ada yang lebih memprihatinkan, karena sejak awal semester tidak pernah mengikuti pelatihan. Kondisi yang sama juga terjadi pada semester kedua, karena hanya ada beberapa kelompok usaha yang mampu menyusun dan melaksanakan proposal.

Pada tahun-tahun berikutnya, mahasiswa diarahkan untuk mengikuti PKMK. Jumlah mahasiswa yang mengusulkan masih fluktuatif. Tahun 2010 jumlah pengusul sebanyak 60 orang mahasiswa. Tahun 2011 jumlah mahasiswa pengusul turun menjadi 50 orang mahasiswa. Tahun 2012 mahasiswa yang mengajukan proposal PKMK bertambah menjadi 54 orang mahasiswa.

Tabel 1.1. Jumlah Proposal PKMK yang Diusulkan dan Lolos Seleksi

No	Tahun	Jumlah Proposal	
		Diusulkan	Lolos Seleksi
1.	2010	60	1
2.	2011	50	2
3.	2012	54	1

Sumber: Biro Kemahasiswaan Unisbank Semarang, 2013

Jumlah mahasiswa yang lolos seleksi hingga mendapatkan dana dari Dikti dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2011 mengalami peningkatan. Pada tahun 2010 mahasiswa yang lolos satu orang, pada tahun 2011 ada dua mahasiswa yang lolos seleksi dan pada tahun 2012 hanya satu kelompok yang lolos seleksi.

Berdasarkan pada keadaan empiris tersebut, maka perlu ada penelitian untuk menemukan faktor intrinsik yang terdapat di dalam diri mahasiswa. Faktor-faktor intrinsik ini begitu kuat, sehingga mampu memunculkan sikap penolakan terhadap program yang dicanangkan oleh pihak manajemen Unisbank (sebagai faktor ekstrinsik). Faktor intrinsik yang akan diteliti terbatas pada jiwa kewirausahaan dalam diri mahasiswa.

Hasil yang diharapkan dari penelitian ini, adalah menemukan potensi jiwa kewirausahaan yang terdapat di dalam diri masing-masing mahasiswa. Dengan demikian, maka akan dapat memetakan potensi jiwa kewirausahaan mahasiswa sebagai bahan pertimbangan dalam menyusun program kewirausahaan bagi mahasiswa pada masa mendatang. Mudah-mudahan program yang disusun makin realistis dalam rangka mencapai visi Unisbank 2011-2015 maupun *tag line entrepreneurial university*.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang permasalahan di atas, maka permasalahan ditekankan pada potensi jiwa wirausaha yang dimiliki oleh mahasiswa. Potensi wirausaha yang dimaksud terutama didasarkan pada empat hal, yaitu potensi mahasiswa untuk mendapatkan informasi yang utuh dan akurat, potensi untuk

bekerja sama dengan berbagai pihak yang terkait, potensi untuk melakukan inovasi, dan potensi untuk melakukan kreasi.

Potensi untuk mendapatkan informasi yang utuh dan akurat sangat penting, karena seorang wirausaha harus mendapatkan informasi yang utuh dan akurat sebagai modal dasar untuk membuat keputusan yang cepat dan tepat. Keputusan yang tepat ini akan meminimalkan risiko kegagalan dan membuka peluang keberhasilan.

Untuk menemukan potensi responden dalam mendapatkan informasi yang utuh dan akurat, peneliti menggunakan tes yang dirumuskan oleh Badan Pengembangan Produktivitas Tenaga Kerja (BP2TK), Departemen Tenaga Kerja dan Transmigrasi Provinsi Jawa Tengah. (BP2TK, 2009).

Tes yang dimaksud terdiri dari sepuluh pertanyaan. Jawaban atas sepuluh pertanyaan yang berkaitan dengan potensi pendengaran bersifat tertutup. Mahasiswa (responden) hanya diberi dua pilihan, yaitu pilihan YA dan pilihan TIDAK. Pilihan responden diwujudkan dengan menyilang (X) pada pilihan jawaban yang disediakan dalam lembar jawab.

Melalui tes ini pula akan diketahui potensi responden untuk kerjasama dengan pihak lain merupakan syarat mutlak yang diperlukan oleh setiap wirausahawan. Tanpa ada potensi untuk bersedia bekerjasama yang baik dengan pihak lain, maka sangat sulit untuk berwirausaha. Kerjasama ini meliputi kerjasama di dalam organisasi usaha, kerjasama antar sesama wirausaha, kerjasama antara wirausaha dengan konsumen, maupun kerjasama antara

wirausaha dengan pemerintah. Ketiga mitra kerjasama tersebut secara bersama-sama sangat menentukan keberadaan seorang wirausaha.

Untuk mengetahui potensi responden dalam melakukan inovasi dan kreasi, responden disuruh untuk menarasikan enam gambar yang berbeda. Keenam gambar yang dimaksud berfungsi sebagai panduan untuk menuangkan daya imajinasi responden. Masing-masing responden diberi kesempatan untuk menuliskan daya imajinasinya di kertas yang sudah disediakan. Imajinasi (Depdiknas, 2005: 425) adalah daya pikir untuk membayangkan kejadian berdasarkan pada kenyataan atau pengalaman seseorang.

Hasil imajinasi itulah kemudian dianalisa untuk mengetahui potensi responden yang berkaitan dengan daya kreasi dan inovasi. Kreasi dan inovasi inilah yang merupakan modal dasar untuk selalu berkembang. Kreasi adalah kemampuan untuk menemukan sesuatu yang berbeda, sedangkan inovasi adalah kemampuan untuk merubah sesuatu agar lebih memenuhi kebutuhan dan kepuasan; khususnya untuk konsumen.

Perpaduan potensi untuk mendapatkan informasi yang utuh dan akurat, bekerjasama dengan pihak lain dan daya kreasi maupun inovasi yang kuat, menunjukkan bahwa yang bersangkutan berpotensi memiliki jiwa wirausaha yang kuat. Sebaliknya semakin lemah dalam keempat hal tersebut, maka dikategorikan semakin rendah potensi jiwa wirausahanya.

Untuk mendapatkan informasi tentang keempat potensi tersebut, peneliti mengumpulkan mahasiswa yang menjadi responden dalam ruangan tertentu. Di

dalam ruangan inilah responden menjawab pertanyaan dan menarasikan imajinasinya.

Pertanyaan maupun gambar ditayangkan melalui media *LCD* dengan durasi waktu yang terbatas berdasarkan pada standar yang digunakan oleh BP2TK Provinsi Jawa Tengah. Hal ini dimaksudkan agar, para responden menjawab sesuai dengan karakteristik diri pribadi; bukan karena sudah direkayasa maupun mencontoh milik orang lain.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada permasalahan yang sudah dirumuskan, maka penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran potensi jiwa wirausaha mahasiswa dalam:

1. mendapatkan informasi yang utuh dan akurat,
2. bekerjasama dengan pihak lain,
3. melakukan inovasi, dan
4. melakukan kreasi.

D. Kontribusi Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian yang sudah dikemukakan pada bagian terdahulu, maka kontribusi penelitian ini untuk memberi masukan kepada Unisbank Semarang dalam rangka memberi perlakuan tentang kewirausahaan kepada mahasiswanya. Mahasiswa bukan hanya diberi pengetahuan tentang

kewirausahaan, tetapi perlu ditanamkan jiwa wirausaha dan budaya wirausaha di lingkungan kampus.

Dengan masukan yang dihasilkan dari temuan penelitian ini, maka Unisbank Semarang diharapkan dapat membuat model dan materi pembinaan kewirausahaan bagi para mahasiswa agar mempunyai jiwa wirausaha, mempunyai pengetahuan berwirausaha, dan berperilaku wirausaha.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Jiwa Wirausaha

Dalam lembar kerja ini dibedakan antara seorang wirausaha dengan seorang yang berjiwa wirausaha. Seorang wirausaha adalah orang yang benar-benar melakukan kegiatan usaha yang dikelola dan dipertanggungjawabkan kepada dirinya sendiri, sedangkan orang berjiwa wirausaha adalah orang yang hanya sekedar memiliki jiwa berusaha dan belum tentu melakukan kegiatan usaha yang dikelola dan dipertanggungjawabkan kepada dirinya sendiri.

Pengertian jiwa wirausaha dapat dilihat dari dua sisi, *pertama* dilihat dari pengertian per kata dan *kedua* dilihat dari istilah jiwa wirausaha sebagai satu kesatuan. Dari sudut pandang yang *pertama*, jiwa wirausaha terdiri dari tiga kata yang masing-masing mempunyai pengertian sebagai berikut. Jiwa adalah kondisi batin seseorang yang mampu memberi ciri khusus bagi orang tersebut. Wira sepadan dengan kata jujur, berani, gagah, perkasa, dan luhur. Dalam lembar kerja ini wira diartikan sebagai seseorang yang berani, jujur dan luhur dalam mengambil dan melaksanakan keputusan. Usaha adalah segala bentuk kegiatan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan yang bersangkutan. Jadi definisi jiwa wirausaha berdasarkan pada pengertian ini adalah kondisi batin yang jujur dan luhur untuk berani memilih dan melaksanakan kegiatan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan kepuasannya.

Berdasarkan pada definisi di atas, maka seorang yang mempunyai jiwa wirausaha harus berani memilih alternatif-alternatif yang ada kemudian melaksanakan pilihan tersebut secara jujur dan luhur. Karena pilihan yang ditetapkan harus mampu memenuhi kebutuhan dan kepuasannya, maka pilihan itu tentu harus didasarkan pada perhitungan yang cermat dan tepat. Dengan demikian, maka risiko yang akan terjadi dari kegiatan yang dipilih menjadi rendah, sebaliknya keuntungan yang dihasilkan makin meningkat. Hal ini wajar, sebab bagaimana pun setiap kegiatan wirausaha tidak bisa lepas dari upaya mendapat keuntungan sebanyak mungkin dan menekan risiko seminimal mungkin.

Sebagai bahan perbandingan untuk memahami pengertian wirausaha, maka berikut ini disajikan pengertian wirausaha dari berbagai sudut pandang, yaitu dari sudut pandang ahli ilmu ekonomi, ahli manajemen dan para pelaku bisnis (Suryana, 2006: 15).

a. Sudut Pandang Ahli Ekonomi

Wirausaha adalah seseorang atau sekelompok orang yang mengorganisasikan faktor-faktor produksi, sumber daya alam, tenaga, modal, dan keahlian untuk tujuan memproduksi barang dan jasa.

b. Sudut Pandang Ahli Manajemen

Marzuki Usman mendefinisikan wirausaha sebagai seseorang yang memiliki kemampuan dalam menggunakan dan mengkombinasikan sumber daya; seperti keuangan, material, tenaga kerja, ketrampilan untuk menghasilkan produk, proses produksi, bisnis, dan organisasi usaha baru.

c. Sudut Pandang Pelaku Bisnis

Menurut Scarborough dan Zimmerer, wirausaha adalah orang yang menciptakan suatu bisnis baru dalam menghadapi risiko dan ketidakpastian dengan maksud untuk memperoleh keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengenali peluang dan mengkombinasikan sumber-sumber daya yang diperlukan untuk memanfaatkan peluang tersebut.

d. Sudut Pandang Psikolog

Wirausaha adalah orang yang memiliki dorongan kekuatan dari dalam dirinya untuk memperoleh suatu tujuan serta suka bereksperimen untuk kebebasan dirinya di luar kekuasaan orang lain.

e. Sudut Pandang Pemodal

Wirausaha adalah orang yang menciptakan kesejahteraan untuk orang lain, menemukan cara-cara baru untuk menggunakan sumber daya, mengurangi pemborosan dan membuka kerja yang disenangi masyarakat.

B. Peran Pendengaran dalam Jiwa Wira Usaha

Mendengar merupakan bagian yang sangat penting dalam kegiatan wirausaha. Dari mendengar ini, para wirausahawan merumuskan berbagai jenis rancangan keputusan kemudian menetapkan dalam beberapa keputusan yang siap dilaksanakan. Keputusan akan menjadi lebih tepat untuk sesuatu yang diinginkan, apabila didukung oleh informasi yang utuh dan akurat. Untuk mendapatkan informasi yang utuh dan akurat dibutuhkan kesediaan untuk mendengar, melihat, melakukan, dan merasakan.

Kesediaan untuk mendengar merupakan salah satu cara untuk mendapatkan informasi yang utuh dan akurat. Penekanan ini sangat penting, sebab tidak semua orang yang mampu mendengar bersedia untuk tetap menjadi pendengar yang baik sampai mendapatkan informasi yang utuh dan akurat. Orang yang bersedia untuk mendengarkan sampai tuntas disebut sebagai pendengar setia. Dengan demikian tidak semua orang yang mau dan mampu mendengar sekaligus menjadi pendengar setia. Pernyataan ini didukung oleh hasil tes yang dilakukan oleh Tim BP2TK Provinsi Jateng pada saat memberikan pelatihan *achievement management training (AMT)* bagi 25 dosen di Unisbank Semarang. Pada saat itu hanya ada dua orang yang mendapatkan nilai 100; sebagai kategori pendengar setia. (Unisbank, 2009)

C. Peran Kerjasama dalam Wirausaha

Kerjasama adalah suatu kegiatan yang melibatkan pihak lain dalam mewujudkan tujuan yang telah ditetapkan. Kerjasama dalam hal ini lebih difokuskan pada kerjasama antar sesama wirausaha, kerjasama antara wirausahaan yang bersangkutan dengan konsumen, dan kerjasama antara wirausahawan yang bersangkutan dengan pemerintah.

Kerjasama merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam berwirausaha. Peran kerjasama dalam berwirausaha sangat strategis dan utama. Dikatakan mempunyai peran strategis, karena kerjasama selalu digunakan dalam setiap aktivitas berwirausaha. Dari kegiatan merancang, melaksanakan, hingga mengevaluasi kegiatan tidak dapat lepas dari keberadaan pihak lain; baik yang menyangkut perorangan maupun kelembagaan.

Adapun keutamaan peran kerjasama dalam wirausaha adalah sebagai katup penentu perkembangan wirausaha. Semakin lebar katup kerjasama, maka semakin berkembang kegiatan wirausaha. Sebaliknya semakin menutup diri dari aktivitas kerjasama dengan pihak lain, maka semakin menyurutkan aktivitas berwirausaha.

Dalam beberapa penelitian tentang kesuksesan seseorang, menunjukkan bahwa kemampuan bekerjasama dengan pihak lain merupakan faktor penentu dibandingkan dengan tingkat kecerdasan. Hal ini berarti mengindikasikan, bahwa apabila seseorang hanya mengandalkan tingkat kecerdasannya, maka belum tentu yang bersangkutan dapat meraih kedudukan puncak dalam kariernya. Bisa jadi orangnya cerdas, tetapi egois; sulit untuk menghargai pendapat orang lain, tidak mau menghargai pekerjaan orang lain, selalu menang sendiri, dan perbuatan-perbuatan lain yang tidak disukai oleh pihak lain. Dalam kondisi yang demikian, sangat sulit diterapkan pada kegiatan wirausaha.

Dalam banyak hal, orang yang mampu menjalin kerjasama dengan berbagai pihak mempunyai indikasi bahwa yang bersangkutan mempunyai daya pikir yang bagus. Memulai dan meningkatkan jalinan kerjasama membutuhkan daya pikir yang kuat, karena yang bersangkutan harus menyusun strategi agar kerjasama yang dibangun mengantarkan upaya mewujudkan tujuan yang telah ditetapkan. Kemampuan seperti inipun sangat dibutuhkan dalam dunia wirausaha.

D. Peran Inovasi dan Kreasi dalam Kegiatan Wirausaha

Upaya untuk selalu berkembang merupakan syarat mutlak bagi orang berwirausaha. Penopang utama untuk mau dan mampu selalu berkembang adalah

kemampuan berpikir kreatif dan inovatif. Suryana (2006: 42) mengatakan, bahwa kreatifitas adalah kemampuan untuk melakukan pemikiran yang baru dan berbeda, sedangkan inovatif adalah kemampuan untuk melakukan tindakan baru dan berbeda.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kreatif adalah memiliki daya cipta, memiliki kemampuan untuk menciptakan, sedangkan inovasi adalah 1). Pengenalan hal-hal baru. 2). penemuan sesuatu baru yang berbeda dari yang sudah ada atau yang sudah dikenal sebelumnya. (Depdiknas, 2005: 599 dan 435)

Sebagai bahan perbendaharaan tentang definisi kreativitas dan inovasi, maka berikut ini disajikan pendapat dari Suharyadi dkk. (2008: 92). Kreavitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan cara-cara baru dan cara-cara baru dalam pemecahan masalah dan menemukan peluang (*thinking new thing*). Inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka pemecahan masalah dan menemukan peluang (*doing new thing*).

Begitu penting peranan kreatifitas dan inovasi dalam kewirausahaan, Zimmerer mengkategorikan sebagai salah satu kaidah dalam kewirausahaan. Beliau pun memberikan delapan tip untuk memotivasi para karyawan agar mempunyai kreativitas. Kedelapan tip motivasi tersebut adalah (Suryana, 2006: 47-48):

1. *Expecting creativity*. (mengharapkan adanya kreativitas)
2. *Expecting and tolerating failure*. (memperkirakan dan mentolerir kegagalan)
3. *Encouraging curiosity*. (berbesar hati jika menghadapi kegagalan)
4. *Viewing problems as challengers*. (memandang kegagalan sebagai tantangan)

5. *Providing creativity training.* (menyediakan latihan untuk berkreasi).
6. *Providing support.* (memberikan dorongan)
7. *Rewarding creativity.* (menghargai kreativitas)
8. *Modeling creativity.* (memberi contoh berkeaktivitas)

Hasil penelitian Suryana (*op.cit.* 2006: 64) terhadap 115 usaha kecil unggulan di Kabupaten Bandung menunjukkan akan pentingnya kreativitas dan inovasi dalam proses pertumbuhan usaha mereka. Perwujudan kemampuan untuk berkreasi maupun berinovasi, nampak pada perkembangan usaha mereka. Pada umumnya para pelaku usaha kecil itu mengalami pertumbuhan melalui tiga tahap yaitu: (1). Tahap imitasi dan duplikasi, (2). Tahap duplikasi dan pengembangan, dan (3). Tahap menciptakan sendiri baik yang berkaitan dengan barang maupun jasa.

Peran penting kreasi dan inovasi dalam berwirausaha juga diakui oleh Suharyadi dkk (2008: 12), bahwa semangat kewirausahaan harus dibangun berdasarkan asas pokok kreatif dan inovatif.

Kreatif dan inovatif merupakan kunci untuk selalu berkembang. Melalui kedua hal ini seseorang akan selalu memiliki sikap dan perilaku untuk selalu berprestasi. Menurut para ahli (*ibid:* 72) seseorang memiliki minat berwirausaha, karena memiliki motif berprestasi. Motif berprestasi merupakan suatu nilai sosial yang menekankan pada hasrat untuk mencapai hasil terbaik untuk memperoleh kepuasan pribadi.

Pada bagian lain Suharyadi dkk. (2008: 91) mengemukakan, bahwa setiap pengusaha dituntut untuk selalu memiliki kreavitas yang tinggi dan inovasi baru.

Banyak sekali contoh yang menunjukkan, bahwa kreativitas dan inovasi merupakan salah satu faktor terpenting, walaupun bukan satu-satunya faktor yang bisa membawa seseorang menjadi pengusaha sukses. Keberhasilan inovasi dan kreativitas Teh Botol Sosro yang berhasil tidak datang begitu saja, tetapi melibatkan waktu dan pengalaman yang panjang.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Populasi dalam penelitian ini adalah semua mahasiswa Unisbank Semarang yang mengajukan proposal PKMK ke Dikti pada tahun 2012. Jumlah mereka sebanyak 54 kelompok mahasiswa dengan jumlah personal, ketua dan anggota, sebanyak 240 orang mahasiswa.

Sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 54 orang mahasiswa sebagai responden dengan menggunakan teknik proporsif sampling. Kriteria yang digunakan adalah masing-masing kelompok diambil satu orang responden. Satu orang ini diharapkan dapat menggambarkan representatif dari kelompoknya.

B. Variabel Penelitian

Variabel jiwa wirausaha yang ingin diteliti ada empat , yaitu:

- a. Potensi untuk mendapatkan informasi yang utuh dan akurat.
- b. Potensi untuk bekerjasama dengan pihak lain
- c. Potensi untuk melakukan inovasi.
- d. Potensi untuk melakukan kreasi

C. Model Penelitian

Narasi model penelitian ini adalah sbb. mahasiswa dihadapkan pada alat-alat pengungkap potensi jiwa wirausaha. Kemudian mahasiswa mengekspresikan

kondisi jiwanya dalam bentuk tanda-tanda maupun kalimat sesuai dengan perintah yang terdapat dalam alat pengungkap potensi jiwa wirausaha. Berdasarkan pada tanda-tanda maupun kalimat tersebut, maka peneliti menyimpulkan potensi jiwa wirauasaha mahasiswa Unisbank Semarang pengusul PKMK tahun 1012.

D. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian dalam penelitian ini diawali dengan mengidentifikasi masalah dan diakhiri dengan simpulan beserta saran. Secara garis besar rancangan penelitian ini digambarkan sbb. Gambar 1. Rancangan Penelitian



E. Teknik pengumpulan data.

1. Kuisisioner

Teknik pengumpulan data dengan metode kuisisioner untuk pengumpulan data tentang:

1.1. Potensi untuk mendapatkan informasi yang utuh dan akurat.

1.2. Potensi untuk bekerjasama dengan pihak lain.

1.3. Potensi untuk melakukan inovasi.

1.4. Potensi untuk melakukan kreasi.

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi ini digunakan untuk mendapatkan data-data yang mendukung hasil penelitian. Data-data yang dikumpulkan dengan metode dokumentasi ini a.l. meliputi: data jumlah mahasiswa pengusul PKMK tahun 2012 dan informasi tentang kelompok yang lolos seleksi dari Dikti.

F. Analisa Data.

Data yang berkaitan dengan potensi untuk mendapatkan informasi yang utuh dan akurat, potensi untuk bekerja sama dengan pihak lain, potensi untuk melakukan inovasi dan potensi untuk berkreasi dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif (persentase) dan deskriptif kualitatif.

G. Cara Penafsiran dan Penyimpulan Hasil Penelitian

Untuk menafsirkan hasil analisis dari masing-masing variabel adalah sbb.

1. Potensi untuk Mendapatkan Informasi yang Utuh dan Akurat

Berdasarkan pada hasil tes pendengar, maka diperoleh diperoleh jawaban Ya dan Tidak dari sepuluh pertanyaan. Jawaban tersebut dapat ditafsirkan menjadi dua, yaitu: berpotensi untuk mendapatkan informasi yang utuh dan akurat dan berpotensi untuk mendapatkan informasi yang kurang dan salah.

2. Potensi Bekerjasama dengan Pihak Lain

Berdasarkan pada jawaban responden yang terdiri dari Ya dan Tidak, maka dapat ditafsirkan bahwa responden mempunyai potensi kesediaan untuk bekerjasama dengan pihak lain dan berpotensi untuk tidak dapat bekerjasama dengan pihak lain.

3. Potensi Melakukan Inovasi dan Kreasi

Berdasarkan pada hasil imajinasi melalui *Thematic Apperception Test* dapat ditemukan keinginan responden. Dari tes tersebut ada tiga kategori imajinasi, yaitu: imajinasi untuk selalu berprestasi (*Achievement Imaginary*), imajinasi menjadi petugas/pekerja (*Task Imaginary*), dan Imajinasi yang tidak termasuk dalam kedua kategori tersebut (*Undertermined Imaginary*).

Responden yang masuk dalam kategori ingin selalu berprestasi ditafsirkan sebagai responden yang berpotensi untuk melakukan inovasi dan kreasi. Sebagaimana diungkapkan dalam Bab Tinjauan Pustaka, bahwa Kreatif dan inovatif merupakan kunci untuk selalu berkembang. Melalui kedua hal ini seseorang akan selalu memiliki sikap dan perilaku untuk selalu berprestasi. Menurut para ahli (*ibid: 72*) seseorang memiliki minat berwirausaha, karena memiliki motif berprestasi. Motif berprestasi merupakan suatu nilai sosial yang

menekankan pada hasrat untuk mencapai hasil terbaik untuk memperoleh kepuasan pribadi.

Pada bagian lain Suharyadi dkk. (2008: 91) mengemukakan, bahwa setiap pengusaha dituntut untuk selalu memiliki kreavitas yang tinggi dan inovasi baru. Banyak sekali contoh yang menunjukkan, bahwa kreativitas dan inovasi merupakan salah satu faktor terpenting, walaupun bukan satu-satunya faktor yang bisa membawa seseorang menjadi pengusaha sukses. Keberhasilan inovasi dan kreativitas Teh Botol Sosro yang berhasil tidak datang begitu saja, tetapi melibatkan waktu dan pengalaman yang panjang.

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Responden

Jumlah responden yang memberikan data sebanyak 47 orang mahasiswa dari rencana yang telah ditetapkan sebanyak 54 orang mahasiswa. Dilihat dari sisi gender, 22 (46,8 persen) responden berjenis kelamin perempuan dan 25 (53,2 persen) responden berjenis kelamin laki-laki.

B. Potensi untuk Mendapatkan Informasi yang Utuh dan Akurat

Untuk mengetahui potensi responden dalam rangka mendapatkan informasi yang utuh dan akurat, maka peneliti menggunakan Tes Sikap Pendengar (P2TK Jateng). Tes ini untuk mengetahui empati seseorang terhadap orang lain. Empati adalah keadaan mental yang membuat seseorang merasa atau mengidentifikasikan dirinya di keadaan perasaan atau pikiran yang sama dengan orang atau kelompok lain. (KBBI, 2005: 299). Dengan perkataan lain, empati adalah seseorang yang merasakan sebagaimana yang dirasakan oleh orang lain. Dalam Bahasa Sansekerta empati sepadan dengan *Tat Wam Asi* yang diterjemahkan dengan “seandainya engkau adalah aku”.

Dengan empati ini, seseorang akan mudah menghormati, menghargai, bahkan mudah untuk diajak bekerja sama. Melalui Tes Sikap Pendengar ini akan dapat diidentifikasi 1). Apakah seseorang menghormati dan menghargai orang

yang diajak bicara, sehingga akan mendapatkan informasi yang utuh dan akurat?

2) Apakah seseorang mau dan mampu bekerja sama dengan orang lain?

Berikut ini adalah hasil Tes Sikap Pendengar yang dilakukan terhadap mahasiswa pengusul Program Kreativitas Mahasiswa untuk jenis Kewirausahaan. Jumlah pengusul ada 47 kelompok, adapun yang menjadi responden adalah perwakilan dari ke-47 kelompok tersebut.

1. Menurut pendapat para ahli, anda berpikir empat kali lebih cepat dari orang yang bercakap-cakap dengan anda. Apakah anda menggunakan sisa waktu ini untuk berpikir ke hal-hal lain pada waktu bercakap-cakap dengan orang lain tersebut.

Tabel 4.1. Jawaban Responden terhadap Pertanyaan Pertama

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	13	27.7	27.7	27.7
	Ya	34	72.3	72.3	100.0
	Total	47	100.0	100.0	

Sumber: Data primer diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 4.1. menunjukkan, bahwa sebanyak 27,7 persen responden setia mendengarkan pembicaraan lawan bicaranya. Mereka tidak mempedulikan pendapat para ahli yang menyatakan, bahwa dirinya mempunyai empat kali lebih cepat cara berpikirnya dibandingkan dengan orang yang diajak bicara. Mereka setia memperhatikan dan menghormati orang yang diajak bicara.

Dengan kesetiaan untuk memperhatikan dan menghormati lawan bicara, maka akan makin mampu mengintensifkan isi pembicaraan. Oleh karena itu, mereka mempunyai peluang untuk mendapatkan informasi lengkap dari orang yang diajak bicara.

Sebaliknya, mereka yang tidak setia mendengarkan pembicaraan orang yang diajak bicara sebanyak 72,3 persen. Disela-sela waktu percakapan dengan orang lain, mereka berpikir ke hal-hal lain; diluar konteks materi pembicaraan. Hal ini dilakukan, karena mereka merasa mempunyai kemampuan empat kali lebih cepat cara berpikirnya dibandingkan dengan orang yang diajak bicara. Dalam kondisi seperti ini, orang yang diajak bicara cenderung merasa tidak dihargai. Karena tidak dihargai, maka membuka peluang orang yang diajak bicara untuk tidak mau untuk diajak bicara. Pada akhirnya mereka tidak akan mendapatkan informasi yang lengkap sesuai dengan yang diharapkan.

Uraian di atas menunjukkan, bahwa responden yang tidak menghormati dan menghargai orang yang diajak bicara hampir tiga kali lebih banyak (72,3 persen) dibandingkan dengan orang yang menghargai lawan bicaranya (27,7 persen). Apabila dikaitkan dengan upaya pengambilan keputusan, maka jumlah keputusan yang cenderung salah sebanyak tiga kali lipat dibandingkan dengan keputusan yang benar. Sebagaimana sudah diketahui oleh banyak orang, bahwa suatu keputusan cenderung benar, apabila didukung dengan informasi yang lengkap dan akurat.

2. Apakah anda lebih memperhatikan fakta-fakta dari pada ide-ide pada saat anda mendengarkan percakapan teman anda?

Tabel 4.2. Jawaban Responden terhadap Pertanyaan Kedua

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak	15	31.9	31.9	31.9
Ya	32	68.1	68.1	100.0
Total	47	100.0	100.0	

Sumber: Data primer diolah (2013)

Tabel 4.2. menunjukkan, bahwa 31,9 persen responden lebih memperhatikan ide-ide yang dikemukakan oleh orang yang diajak bicara daripada memperhatikan fakta-fakta. Sisanya, yaitu 68,1 persen responden lebih memperhatikan fakta-fakta dari pada ide-ide pada saat mendengar-kan percakapan teman yang diajak bicara.

Pada umumnya, dalam suatu percakapan cenderung membahas daripada hanya sekedar menyampaikan fakta. Membahas berarti menjelaskan suatu fakta yang ada agar dapat dipahami oleh pihak-pihak yang membutuhkan. Dalam pembahasan menuntut ide-ide dari para pembahas untuk dikemas dalam pola pikir logis. Berdasarkan pola pikir logis ini, pendapat yang disampaikan oleh seseorang cenderung untuk mudah dipahami oleh orang lain. Di samping itu informasi yang didapat oleh lawan bicara akan lebih banyak daripada hanya sekedar mendapatkan data yang berupa fakta.

Berdasarkan pada data dan penjelasan di atas, maka hanya sepertiga responden yang berpeluang untuk mendapatkan informasi yang lengkap dari orang yang diajak bicara. Adapun duapertiga responden yang lain memperoleh informasi tidak lengkap.

Apabila dikaitkan dengan aktivitas pengambilan keputusan, maka hanya sepertiga responden yang mampu membuat keputusan berdasarkan informasi yang lengkap. Duapertiga lainnya membuat keputusan berdasarkan informasi yang tidak lengkap. Padahal keputusan yang dibuat tanpa informasi yang lengkap, maka keputusan yang dibuat cenderung salah. Keputusan yang salah tentu cenderung menghasilkan tindakan yang salah pula.

Dampak negatif dari keputusan yang salah dalam aktivitas wirausaha tentu akan cenderung untuk gagal. Karena wirausahanya gagal, maka sama saja dengan membuang modal. Hal ini tentu bertentangan dengan jiwa wirausaha yang selalu mengembangkan usahanya dan mendapatkan keuntungan yang sebanyak-banyaknya.

3. Apakah kata-kata atau ungkapan atau pemikiran tertentu yang agak menyinggung perasaan anda dari si pembicara menyebabkan anda menjadi kurang obyektif terhadap apa yang dikatakannya?

Tabel 4.3. Jawaban Responden terhadap Pertanyaan Ketiga

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak	24	51.1	51.1	51.1

Ya	23	48.9	48.9	100.0
Total	47	100.0	100.0	

Sumber: Data primer diolah (2013)

Berdasarkan Tabel 4.3. terdapat 51,1 persen responden tetap objektif dalam memperhatikan isi pembicaraan orang yang diajak bicara, walaupun ada ungkapan-ungkapan lawan bicara yang menyinggung perasaan responden. Selebihnya, 48,9 persen responden menjadi subjektif terhadap isi pembicaraan, pada saat lawan bicara menyampaikan pernyataan yang menyinggung perasaan responden.

Responden yang tetap objektif terhadap isi pembicaraan akan mendapatkan informasi yang benar sesuai dengan yang dikemukakan oleh lawan bicara. Hal demikian akan sangat menguntungkan bagi pencari informasi, karena informasi yang diperoleh sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Apabila informasi yang benar dan akurat digunakan sebagai bahan pembuatan keputusan, maka keputusan yang dibuat cenderung untuk benar.

Keputusan yang dibuat akan cenderung salah, apabila informasi yang didapat tidak benar dan tidak akurat. Informasi menjadi tidak benar dan tidak akurat antara lain disebabkan oleh sikap subjektif orang yang mencari informasi. Dalam penelitian ini terdapat 48,9 persen responden yang subjektif terhadap isi pembicaraan. Responden ini menjadi subjektif, karena tersinggung oleh pembicaraan lawan bicara.

4. Kalau anda merasa bingung atau kurang mengerti dengan apa yang dikatakan seseorang, apakah anda mencoba untuk dapat penjelasan pada saat itu juga, baik dalam hati anda atau langsung menginterupsi pembicara?

Tabel 4.4. Jawaban Responden terhadap Pertanyaan Keempat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	6	12.8	12.8	12.8
	Ya	41	87.2	87.2	100.0
	Total	47	100.0	100.0	

Sumber: Data primer diolah (2013)

Tabel 4.4. menunjukkan sebanyak 12,8 persen responden tidak mencoba untuk memperoleh penjelasan pada saat lawan bicara masih berbicara; walau mereka merasa bingung atau kurang mengerti dengan isi pembicaraan. Selebihnya, 87,2 persen langsung mencari penjelasan pada saat itu juga tentang pembicaraan yang kurang dimengerti. Untuk mencari penjelasan yang dimaksud, antara lain dengan menginterupsi lawan bicara agar memberi penjelasan atau hanya sekedar bertanya-tanya di dalam hati.

Responden yang tidak terpengaruh oleh pernyataan yang kurang dimengerti maupun yang sedikit membingungkan akan tetap fokus pada pembicaraan lawan bicara. Informasi lengkap dan menyeluruh dapat memberi pemahaman garis besar dari isi pembicaraan. Adapun bagian-bagian yang semula masih membingungkan atau kurang dimengerti biasanya akan tertutup oleh pemahaman secara global.

Keuntungan dari sikap membiarkan lawan bicara menyampaikan informasi tanpa disela dengan pertanyaan adalah informasi yang disampaikan tidak terpotong-potong atau bahkan tidak akan menyimpang dari konteks yang asli. Keutuhan informasi dan keaslian informasi menjadi sangat penting dalam membuat kebijakan yang berkaitan dengan kondisi tertentu.

Pada sisi lain, pencari informasi pun bisa jadi akan lupa dengan yang telah dibicarakan, manakala mereka mendapatkan penjelasan tambahan. Apalagi penjelasan tambahan tersebut cukup panjang dan mungkin memunculkan pernyataan yang membingungkan penanya. Dengan demikian penjelasan-penjelasan tambahan tersebut justru membuka peluang untuk makin lupa dengan apa yang sudah dibicarakan. Karena lupa dengan yang sudah dibicarakan, maka informasi yang diperoleh juga tidak utuh dan tidak akurat.

Responden yang dimungkinkan menjadi lupa terhadap isi pembicaraan yang sudah dibicarakan, karena disela oleh penjelasan-penjelasan tambahan dalam penelitian ini mencapai 87,2 persen. Jumlah ini sekitar empat kali dari responden yang cenderung relative masih ingat isi pembicaraan.

Apabila dikaitkan dengan proses pembuatan keputusan, maka kurang dari seperlima ($< 1/5$) responden yang membuat keputusan dengan informasi yang utuh dan akurat. Lebih dari empat perlima ($> 4/5$) lain membuat keputusan yang tidak didasarkan pada informasi yang utuh dan akurat. Akibat dari keputusan yang tidak didasarkan pada informasi yang utuh dan akurat, maka keputusan itu pun akan salah.

Sikap dan perilaku orang yang selalu menginterupsi dalam proses pembicaraan cenderung akan membuat jengkel orang yang diajak bicara. Alur pikir orang yang diajak bicara akan terganggu oleh sikap dan perilaku demikian. Pada akhirnya orang yang diajak bicara ini akan menutup diri untuk diajak bicara, dengan kata lain orang yang diajak bicara tidak mau diajak bekerjasama lagi.

5. Kalau anda merasa bahwa untuk memahami sesuatu akan memakan waktu dan usaha yang keras, apakah anda akan berusaha menghindari untuk mendengarkan?

Tabel 4.5. Jawaban Responden terhadap Pertanyaan Kelima

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak	36	76.6	76.6	76.6
Ya	11	23.4	23.4	100.0
Total	47	100.0	100.0	

Sumber: Data primer diolah (2013)

Tabel 4.5. menunjukkan sebanyak 76,6 persen responden setia mendengarkan pembicaraan lawan bicara, walaupun mereka merasa untuk memahami sesuatu akan memakan waktu dan usaha yang keras. Selebihnya 23,4 persen memilih menghindar dari pembicaraan daripada harus meluangkan waktu dan bekerja keras untuk memahami sesuatu dalam pembicaraan.

Dalam rangka mendapatkan dan memahami informasi yang utuh dan akurat, kadang harus memakan waktu yang cukup lama dan harus bekerja keras.

Mereka tidak membuang-buang waktu, tetapi waktu yang digunakan memang untuk mendapatkan dan memahami informasi yang utuh dan akurat. Dengan informasi yang utuh dan akurat, mereka akan cenderung membuat keputusan yang benar dan tepat.

Berdasarkan pada uraian di atas, maka terdapat 76,6 responden cenderung membuat keputusan berdasarkan informasi yang utuh dan akurat. Sementara itu 23,4 persen yang lain cenderung membuat keputusan berdasarkan pada informasi yang kurang dan tidak akurat.

Apabila sikap dan perilaku kedua kelompok responden tersebut dikaitkan dengan kemauan dan kemampuan bekerjasama, maka 76,6 persen responden mempunyai kemauan dan kemampuan bekerjasama dengan pihak lain, sedangkan 23,4 persen responden cenderung tidak mau dan tidak mampu bekerja sama dengan pihak lain.

6. Apakah anda akan mengalihkan pikiran anda pada hal-hal lain, bila anda yakin bahwa teman berbicara anda tidak akan membicarakan sesuatu yang menarik bagi anda?

Tabel 4.6. Jawaban Responden terhadap Pertanyaan Keenam

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	19	40.4	40.4	40.4
	Ya	28	59.6	59.6	100.0
	Total	47	100.0	100.0	

Sumber: Data primer diolah (2013)

Tabel 4.6. menunjukkan 40,4 persen responden tidak akan mengalihkan pikiran pada hal-hal di luar pembicaraan, walaupun mereka yakin bahwa teman berbicara tidak akan membicarakan sesuatu yang menarik bagi mereka. Sisanya 59,6 persen responden akan mengalihkan pikiran pada hal-hal di luar pembicaraan, pada saat mereka yakin bahwa teman berbicara tidak akan membicarakan sesuatu yang menarik bagi mereka.

Orang yang tidak akan mengalihkan pikiran pada hal-hal di luar pembicaraan, walaupun mereka yakin bahwa teman berbicara tidak akan membicarakan sesuatu yang menarik bagi dirinya adalah orang yang fokus pada isi pembicaraan. Orang yang demikian akan mendapatkan informasi yang utuh dan akurat dari lawan bicaranya. Mereka mampu mengabaikan perasaannya (yakin) dibandingkan dengan keseriusannya (tidak mengalihkan pikiran) untuk mendapat informasi yang utuh dan akurat dari teman bicaranya.

Apabila dikaitkan dengan proses pembuatan keputusan, maka orang yang serius mendengarkan lawan bicaranya akan membuat keputusan yang didasarkan pada informasi yang utuh dan akurat. Di sisi yang lain, orang yang tidak serius mendengarkan lawan bicaranya akan membuat keputusan yang didasarkan pada informasi yang kurang dan menyimpang.

Berdasarkan pada Tabel 4.6. yang dikaitkan dengan proses pembuatan keputusan, maka sebanyak 40,4 persen responden membuat keputusan berdasarkan informasi yang utuh dan akurat, sedangkan 59,6 persen responden membuat keputusan berdasarkan informasi yang kurang dan menyimpang.

Dengan kata lain 40,4 persen membuat keputusan yang benar, sedangkan 59,6 persen membuat keputusan yang salah.

Apabila dikaitkan dengan kemauan dan kemampuan bekerjasama, maka 40,6 persen responden mau dan mampu bekerjasama dengan orang lain, sedangkan 59,6 persen cenderung tidak mau dan tidak mampu bekerjasama dengan orang lain.

7. Dapatkah anda menerka dari penampilan dan cara berbicara seseorang bahwa apa yang dibicarakannya tidak akan bermanfaat?

Tabel 4.7. Jawaban Responden terhadap Pertanyaan Ketujuh

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	24	51.1	51.1	51.1
	Ya	23	48.9	48.9	100.0
	Total	47	100.0	100.0	

Sumber: Data primer diolah (2013)

Tabel 4.7. menunjukkan 51,1 persen responden tidak dapat menerka materi yang akan dibicarakan dari penampilan dan cara berbicara lawan bicara, sedangkan 48,9 persen responden mampu menerkanya.

Menerka sepadan dengan kata menebak maupun menduga (KBBI, 2005: 1183). Berdasarkan pada kata-kata itu, maka menerka dalam tulisan ini diartikan sebagai menggambarkan dan atau menyatakan kondisi tertentu sebelum kondisi yang dimaksud terjadi. Sebagai contoh menerka pendapat orang berarti menyatakan pendapat yang akan dikemukakan oleh orang lain sebelum orang lain

itu berpendapat. Karena menerka, maka kecenderungan salah tentu ada; bahkan terkaan itu benar-benar salah.

Kecenderungan orang menerka pendapat orang lain adalah mengabaikan omongan yang disampaikan oleh orang lain. Akibat dari sikap dan perbuatan yang demikian, maka (1) informasi yang diperoleh tidak utuh sekaligus tidak akurat dan (2) orang yang diajak bicara menjadi sebal.

Apabila orang yang merasa mampu menerka pendapat orang lain ini mencari informasi untuk membuat suatu keputusan, maka keputusan yang dibuat cenderung salah. Satu alasan keputusannya cenderung salah adalah bahwa keputusan yang dibuat itu tidak didasarkan pada informasi yang utuh dan akurat.

Apabila orang yang merasa mampu menerka pendapat orang lain ini diajak bekerja sama, maka cenderung membuat sebal orang lain. Alasan terhadap pernyataan ini adalah bahwa mereka akan menyepelkan orang yang diajak kerjasama. Akibat disepelkan, maka orang yang diajak bekerjasama akan malas; bahkan akan meninggalkan mereka.

- 8.** Kalau seseorang sedang berbicara dengan anda, apakah anda mencoba untuk membuat teman anda berkesan, bahwa anda sedang benar-benar memperhatikannya padahal sebetulnya anda tidak memperhatikannya?

Tabel 4.8. Jawaban Responden terhadap Pertanyaan Kedelapan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	29	61.7	61.7	61.7

Ya	18	38.3	38.3	100.0
Total	47	100.0	100.0	

Sumber: Data primer diolah (2013)

Tabel 4.8. menunjukkan sebanyak 61,7 persen responden benar-benar memperhatikan isi pembicaraan sekaligus memperhatikan orang yang diajak bicara, sedangkan 38,3 persen responden yang lain hanya berpura-pura memperhatikan isi pembicaraan maupun berpura-pura memperhatikan orang yang diajak bicara.

Orang yang memperhatikan isi pembicaraan sekaligus memperhatikan orang yang diajak bicara tentu akan lebih dihargai oleh lawan bicara. Dalam kondisi demikian, orang yang diajak bicara cenderung untuk rela memberikan informasi yang diinginkan oleh pencari informasi. Dengan demikian, pencari informasi mempunyai peluang mendapat informasi yang utuh dan akurat.

Sebaliknya, orang yang hanya berpura-pura memperhatikan isi pembicaraan maupun berpura-pura memperhatikan orang yang diajak bicara akan mendapatkan perhatian yang kurang dari orang yang diajak bicara. Dalam situasi yang demikian, orang yang diajak bicara akan enggan memberikan informasi yang diinginkan oleh pencari informasi. Akibat dari sikap dan perilaku yang demikian, maka peluang untuk mendapatkan informasi yang utuh dan akurat sangat sedikit.

Apabila dikaitkan dengan upaya membuat keputusan, maka orang memperoleh informasi yang utuh dan akurat akan membuat keputusan yang benar.

Sebaliknya orang yang berbekal dengan informasi kurang lengkap dan salah akan membuat keputusan yang salah.

Pada sisi lain, sikap dan perilaku orang yang memperhatikan isi pembicaraan sekaligus memperhatikan orang yang diajak bicara tentu akan menyenangkan lawan bicara. Sikap dan perilaku demikian merupakan modal untuk bekerjasama yang saling menyenangkan dan saling menghargai. Saling menyenangkan dan saling menghargai merupakan embrio untuk menjalin kerjasama yang saling menguntungkan.

9. Kalau anda sedang mendengarkan seseorang yang sedang berbicara, apakah anda dengan mudah terganggu oleh suara dan pemandangan dari luar?

Tabel 4.9. Jawaban Responden terhadap Pertanyaan Kesembilan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak	23	48.9	48.9	48.9
Ya	24	51.1	51.1	100.0
Total	47	100.0	100.0	

Sumber: Data primer diolah (2013)

Tabel 4.9. menunjukkan 48,9 persen responden tidak terganggu oleh suara maupun pemandangan dari luar suasana pembicaraan. Selebihnya, 51,1 persen

responden, mudah terpengaruh oleh suara maupun pemandangan dari luar suasana pembicaraan. Jumlah responden yang mudah terganggu oleh suara maupun pemandangan dari luar suasana pembicaraan lebih banyak dari pada orang yang tidak terganggu oleh suara maupun pemandangan dari luar suasana pembicaraan.

Responden yang tidak mudah terganggu oleh suara maupun pemandangan dari luar suasana pembicaraan tentu lebih konsentrasi pada isi pembicaraan. Karena lebih perhatiannya lebih konsent pada isi pembicaraan, maka mereka cenderung akan mencapat informasi yang utuh dan akurat. Sementara itu, responden yang mudah terganggu oleh suara maupun pemandangan dari luar suasana pembicaraan cenderung mendapatkan informasi yang kurang dan salah.

Apabila dikaitkan dengan proses pembuatan keputusan, maka orang yang mempunyai informasi yang utuh dan akurat cenderung membuat keputusan yang benar dan tepat. Sebaliknya orang yang berbekal informasi yang kurang dan salah tentu akan menghasilkan keputusan yang salah.

Setiap jenis usaha, termasuk berwirausaha, harus harus didasarkan pada keputusan yang benar dan tepat. Dengan keputusan yang benar dan tepat akan meminimalkan kegagalan usaha sekaligus membuka peluang untuk meraih keberhasilan usaha. Sebaliknya usaha yang dijalankan dengan keputusan yang salah cenderung untuk gagal. Gagal berwirausaha, berarti membuang-buang modal uang, tenaga dan waktu.

Di samping membuat keputusan yang salah, orang yang mudah terganggu oleh suara maupun pemandangan dari luar suasana pembicaraan akan

menyebalkan orang yang diajak bicara. Karena sering menyebalkan, biasanya orang enggan untuk mengajak bekerja sama orang tersebut. Sikap dan perbuatan ini tentu akan berbeda dengan orang yang tidak mudah terganggu oleh suara maupun pemandangan dari luar suasana pembicaraan.

Sebagaimana yang sudah dikemukakan di bagian terdahulu, orang tidak mudah terganggu oleh suara maupun pemandangan dari luar suasana pembicaraan cenderung memperhatikan dan menghargai isi pembicaraan maupun orang yang diajak bicara. Sikap dan perilaku yang seperti ini, merupakan salah satu bentuk dari kerjasama yang saling menyenangkan sekaligus saling menguntungkan.

10. Kalau anda ingin mengingat akan apa yang dikatakan seseorang, anda merasa lebih baik untuk mencatatnya, sementara ia masih berbicara?

Tabel 4.10. Jawaban Responden terhadap Pertanyaan Kesepuluh

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak	37	78.7	78.7	78.7
Ya	10	21.3	21.3	100.0
Total	47	100.0	100.0	

Sumber: Data primer diolah (2013)

Tabel 4.10. menunjukkan 78,7 responden untuk mengingat isi pembicaraan tidak mencatat selama lawan bicara masih berbicara. Adapun sisanya, 21,3 persen, para responden mencatat materi pembicaraan pada saat lawan bicara masih berbicara untuk mengingat isi pembicaraan.

Responden yang tidak mencatat selama lawan bicara masih berbicara, mereka mempunyai konsentrasi yang penuh untuk menangkap isi pembicaraan. Dengan konsentrasi yang penuh ini, maka mereka akan mendapatkan informasi yang utuh dan akurat. Untuk mengingat ulang, mereka menuliskan atau merekam kembali isi uraian pembicaraan.

Adapun responden yang mencatat pada saat lawan bicara berbicara, maka cenderung mendapatkan informasi yang kurang dan cenderung salah. Konsentrasi mereka terpecah menjadi tiga, yaitu menulis, mendengar, dan bertanya tentang hal-hal yang sudah dibicarakan.

Apabila mereka mencari informasi untuk pengambilan keputusan, maka sebanyak 78,7 persen responden membuat keputusan dengan didasarkan pada informasi yang utuh dan akurat. Sementara yang lain, 21,3 persen, membuat keputusan didasarkan pada informasi yang kurang dan salah.

Andaikata para responden tadi diajak kerja sama, maka hanya 78,7 persen responden yang cenderung untuk mau dan mampu bekerja sama dalam kegiatan bersama. Sebanyak 21,3 persen lainnya cenderung untuk susah diajak bekerja sama.

C. Potensi untuk Melakukan Bekerja Sama dengan Pihak Lain

Pembahasan pada poin ini didasarkan pada data statistik yang sudah dikemukakan di poin Potensi untuk Mendapatkan Informasi yang Utuh dan Akurat. Berdasarkan pada data yang dimaksud, maka gambaran potensi responden untuk bekerja sama dengan pihak lain adalah sbb.

1. Berdasarkan pada jawaban pertanyaan pertama, maka 72,3 persen berpotensi susah untuk diajak bekerja sama. Penilaian ini didasarkan pada perilakunya yang menggunakan sela-sela waktu untuk berpikir ke hal-hal lain pada waktu bercakap-cakap dengan orang lain. Tindakan ini dilakukan, karena mereka yakin pada pendapat para ahli yang mengatakan, bahwa mereka mampu berpikir empat kali lebih cepat dari orang yang bercakap-cakap dengan mereka. Menurut kami, tindakan ini merupakan bentuk pelecehan terhadap orang yang diajak bicara, sehingga akan menyakitkan hati pihak lain. Dengan kata lain, mereka tidak menghormati dan menghargai orang lain.

Responden yang tidak menghormati dan menghargai orang yang diajak bicara berpotensi susah untuk diajak bekerja sama, karena dalam kerjasama dibutuhkan sikap dan perilaku menghormati dan menghargai orang lain.

Responden yang berpotensi untuk bisa diajak bekerjasama hanya 27,7 persen. Walaupun menurut pendapat para ahli mereka mampu berpikir empat kali lebih cepat dari orang yang bercakap-cakap dengan mereka, namun mereka tetap saja menghargai dan menghormati orang yang diajak bicara. Sikap dan perilaku yang menghormati dan menghargai orang lain inilah yang mengundang simpati orang lain untuk menghormati sekaligus menghargai mereka. Karena saling menghormati dan menghargai, maka makin terbuka potensi untuk mengadakan kerjasama.

2. Berdasarkan pada jawaban pertanyaan kedua, terdapat 68,1 persen responden lebih memperhatikan fakta-fakta dari pada ide-ide pada saat mendengarkan

percakapan teman yang diajak bicara. Mereka tidak serius memperhatikan pembicaraan orang yang diajak bicara, sehingga berpotensi tidak dapat bekerjasama dengan pihak lain. Orang yang diajak bicara tentu akan menjadi malas berbincang-bincang yang lebih serius, pada saat lawan bicaranya juga tidak serius. Karena keduanya saling tidak serius, maka langkah-langkah untuk mewujudkan kerjasama pun menjadi tidak serius.

Berdasarkan jawaban pertanyaan kedua, hanya 31,9 persen responden yang berpotensi untuk mau dan mampu bekerjasama. Mereka lebih serius mendengarkan percakapan teman yang diajak bicara daripada memperhatikan fakta-fakta yang tidak berubah sampai dengan pembicaraan selesai. Tipe orang seperti ini tentu akan membuat senang orang yang diajak bicara. Kondisi saling senang dan saling menghargai ini membuka peluang lebih lebar untuk menjalin kerjasama.

3. Berdasarkan pada jawaban pertanyaan ketiga, terdapat 48,9 persen berpotensi tidak dapat bekerjasama dengan pihak lain. Hal ini disebabkan oleh sikap dan perilakunya yang mudah tersinggung oleh pernyataan atau ungkapan lawan bicaranya. Responden menjadi subjektif terhadap isi pembicaraan, pada saat lawan bicara menyampaikan pernyataan yang menyinggung perasaan responden.

Dalam perbincangan sangat mungkin untuk muncul perkataan maupun ungkapan yang membuat orang lain tersinggung. Kemungkinan itu sangat terbuka, karena perkataan ataupun ungkapan itu muncul secara tidak disengaja oleh lawan bicara. Ada pula perkataan maupun ungkapan yang oleh

pembicaraanya sama sekali tidak dimaksudkan untuk menyinggung perasaan orang yang diajak bicara.

4. Berdasarkan pada jawaban pertanyaan keempat, terdapat 87,2 persen responden yang berpotensi tidak dapat bekerjasama, karena mungkin dianggap cerewet oleh pihak lain. responden ini suka langsung mencari penjelasan pada saat itu juga tentang pembicaraan yang kurang dimengerti. Untuk mencari penjelasan yang dimaksud, antara lain dengan menginterupsi lawan bicara agar memberi penjelasan. Kalaupun tidak langsung bertanya, mereka bertanya-tanya di dalam hati yang menyebabkan tidak berkonsentrasi pada saat berbincang-bincang.

Sikap dan perilaku cerewet dan tidak konsentrasi pada saat berbincang-bincang berpotensi menimbulkan kebosanan orang yang diajak bicara. Diajak bicara saja menjadi bosan, apalagi menjalin kerjasama. Dengan kata lain, tipe orang cerewet dan suka tidak menghargai orang yang diajak bicara berpotensi susah untuk bekerjasama dengan pihak lain.

5. Berdasarkan pada jawaban pertanyaan kelima, terdapat 23,4 persen berpotensi susah untuk diajak bekerjasama. Hal ini disebabkan oleh sikap dan perilakunya yang memilih menghindar dari pembicaraan daripada harus meluangkan waktu untuk memahami isi pembicaraan maupun harus bekerja keras untuk memahami sesuatu dalam pembicaraan.

Tidak semua isi pembicaraan mudah dipahami, pasti ada beberapa yang kadang susah untuk dipahami pada saat itu juga. Kalau setiap saat selalu menghindari sesuatu yang susah dipahami dan tidak mau meluangkan waktu

untuk memahaminya, maka orang lain yang menjadi tumpuan untuk mengurai kesulitan yang dimaksud juga akan malas. Pada akhirnya mereka tidak mau bekerjasama dengan orang yang tidak mau berpikir dan bekerja keras untuk memahami sesuatu permasalahan.

6. Berdasarkan pada jawaban pertanyaan keenam, terdapat 59,6 persen yang berpotensi susah bekerjasama dengan pihak lain, karena sikap dan perilakunya yang suka mengalihkan pikiran pada hal-hal di luar pembicaraan pada saat teman berbicara tidak akan membicarakan sesuatu yang menarik bagi mereka.

Orang yang sudah mulai tidak tertarik terhadap isi pembicaraan, maka berpotensi untuk tidak menghormati dan menghargai lawan bicarannya. Sebagaimana yang sudah dikemukakan di bagian terdahulu, bahwa saling menghormati dan menghargai merupakan modal utama dalam semua aspek kerjasama. Oleh karena itu, sulit rasanya menjalin kerjasama yang didasarkan pada sikap dan perilaku tidak menghormati dan menghargai.

7. Berdasarkan pada jawaban pertanyaan ketujuh, terdapat 48,9 persen responden mampu menerkanya isi pembicaraan dari sisi penampilan dan cara berbicara. Karena mereka mampu menerka isi pembicaraan, maka berpotensi menyepelkan orang yang diajak berbicara. Sikap dan perilaku yang menyepelkan ini, berpotensi susah untuk menjalin bekerjasama dengan pihak lain.
8. Berdasarkan pada jawaban pertanyaan kedelapan, terdapat 38,3 persen berpotensi susah untuk nejalin kerjasama, karena mereka hanya berpura-pura

memperhatikan isi pembicaraan maupun berpura-pura memperhatikan orang yang diajak bicara. Sikap dan perilaku demikian, berpotensi untuk menjemukan bahkan memuakkan orang yang diajak bicara. Kalau sudah jemu dan muak, maka sangat sulit untuk menjalin kerjasama dengan orang yang menyebabkan jemu dan muak.

9. Berdasarkan pada jawaban pertanyaan kesembilan, terdapat 51,1 persen responden berpotensi susah bekerjasama dengan pihak lain, karena mudah terpengaruh oleh suara maupun pemandangan dari luar suasana pembicaraan. Setidaknya ada dua perilaku yang akibat mudah terpengaruh oleh suara maupun pemandangan dari luar suasana pembicaraan. *Pertama*, mereka akan menghentikan pembicaraan dan *Kedua*, mereka tetap dalam suasana pembicaraan walau mereka tidak mempunyai konsentrasi terhadap isi pembicaraan. Kedua perilaku tersebut sama-sama akan menimbulkan berkurangnya penghormatan dan penghargaan orang yang diajak berbicara. Akibat kurang dihormati dan kurang dihargai, maka orang yang diajak berbicara berpotensi tidak mau menjalin kerjasama dengan kelompok responden ini.
10. Berdasarkan pada jawaban pertanyaan kesepuluh, terdapat 21,3 persen berpotensi susah untuk bekerjasama dengan pihak lain, karena kelompok ini mencatat materi pembicaraan pada saat lawan bicara masih berbicara untuk mengingat isi pembicaraan. Kejelekan sikap dan perilaku ini adalah akan meminta pengulangan dari lawan bicara terhadap materi yang tidak dapat dicatat pada saat itu. Perlu disadari bersama, bahwa kecepatan mencatat tidak

akan sama dengan kecepatan berbicara. Kecepatan mencatat lebih rendah dibandingkan dengan kecepatan orang berbicara. Apabila permintaan pengulangan tersebut terjadi terus-menerus, hal ini tentu akan menyebalkan orang yang diajak bicara. Sikap dan perilaku yang demikian, berpotensi untuk gagal dalam menjalin kerjasama dengan pihak lain.

D. Potensi untuk Melakukan Inovasi dan Kreasi

Walau dalam permasalahan peneliti memisahkan perihal inovasi dengan perihal kreasi, namun dalam pembahasan ini peneliti membahas dalam satu bagian yang sama, yaitu Potensi untuk Melakukan Inovasi dan Kreasi. Hal ini didasarkan atas pertimbangan, bahwa alat pencari data sama namun secara praktis susah dibedakan.

Dalam rangka untuk mendapatkan informasi tentang potensi responden melakukan inovasi dan kreasi, peneliti menggunakan *Thematic Apperception Test (TAT)* dari BP2TK Provinsi Jateng.

Melalui TAT ada tiga kategori imajinasi yang ingin diungkap dari para responden, yaitu: *Achievement Imaginary (AI)*, *Task Imaginary (TI)*, dan *Undetermined Imaginary (UI)*.

Berdasarkan pada Tabel 4.11 di atas, menunjukkan responden yang memiliki *Achievement Imaginary (AI)* sebanyak 39,72 persen, *Task Imaginary (TI)* sebanyak 33,7 persen, dan *Undetermined Imaginary (UI)* sebanyak 26,6 persen. Ini berarti hanya 39,72 persen responden yang berpotensi melakukan inovasi dan kreasi, 33,7 persen berpotensi hanya sebagai pegawai/karyawan, dan

26,6 persen berpotensi menjadi beban bagi orang lain, karena mereka tidak tahu apa yang harus mereka lakukan.

Tabel 4.11. Hasil *Thematic Apperception Test*

No	Gambar	Kategori Imajinasi			Total Responden (N)
		<i>Achievement Imaginary (AI)</i>	<i>Task Imaginary (TI)</i>	<i>Undetermined Imaginary (UI)</i>	
1.	Gambar 1	19	10	18	47
2.	Gambar 2	13	17	17	47
3.	Gambar 3	23	12	12	47
4.	Gambar 4	18	26	3	47
5.	Gambar 5	19	18	10	47
6.	Gamabr 6	20	12	15	47
Jumlah		112 (39,72%)	95 (33,7 %)	75 (26,6%)	282

Sumber: Data Primer Diolah, 2013

Pembahasan masing-masing kelompok yang *Achievement Imaginary*, *Task Imaginary*, dan *Undetermined Imaginary* adalah sbb.

1. *Achievement Imaginary (AI)*

Achievement Imaginary (AI) menggambarkan khayalan responden untuk selalu berprestasi sebanyak 39,72 persen. Salah satu penunjang prestasi adalah kemauan dan kemampuan untuk melakukan inovasi dan kreasi. Menurut Zimmerer (Suryana, 2006: 47) inovasi dan kreasi sebagai salah satu kaidah dalam kewirausahaan.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kreasi adalah memiliki kemampuan daya cipta, memiliki kemampuan untuk menciptakan, sedangkan inovasi adalah 1). pengenalan hal-hal baru. 2). penemuan sesuatu baru yang

berbeda dari yang sudah ada atau yang sudah dikenal sebelumnya. (Depdiknas, 2005: 599 dan 435).

Berdasarkan hasil *TAT* terhadap 47 responden untuk menarasikan khayalan mereka dengan bantuan enam gambar, maka hanya 39,72 persen yang berkhayal untuk selalu berprestasi. Kelompok responden ini mempunyai potensi untuk melakukan inovasi dan kreasi dalam rangka meraih prestasi di bidang yang mereka tekuni.

Hasil penelitian Suryana (*op.cit.* 2006: 64) terhadap 115 usaha kecil unggulan di Kabupaten Bandung menunjukkan akan pentingnya kreativitas dan inovasi dalam proses pertumbuhan usaha mereka. Perwujudan kemampuan untuk berkreasi maupun berinovasi, nampak pada perkembangan usaha mereka. Pada umumnya para pelaku usaha kecil itu mengalami pertumbuhan melalui tiga tahap yaitu: (1). Tahap imitasi dan duplikasi, (2). Tahap duplikasi dan pengembangan, dan (3). Tahap menciptakan sendiri baik yang berkaitan dengan barang maupun jasa.

Karena masih merupakan potensi, maka untuk mewujudkan dalam bentuk kemampuan nyata perlu melakukan tip-tip yang disarankan oleh Zimmerer (Suryana, 2006: 47-48) sbb.

9. *Expecting creativity.* (mengharapkan adanya kreativitas)

10. *Expecting and tolerating failure.* (memperkirakan dan mentolerir kegagalan)

11. *Encouraging curiosity.* (berbesar hati jika menghadapi kegagalan)

12. *Viewing problems as challengers.* (memandang kegagalan sebagai tantangan)

13. *Providing creativity training.* (menyediakan latihan untuk berkreasi).

14. *Providing support.* (memberikan dorongan)

15. *Rewarding creativity.* (menghargai kreativitas)

16. *Modeling creativity.* (memberi contoh berkeaktivitas)

2. *Task Imaginary (TI)*

Task Imaginery (TI) menggambarkan khayalan responden sebagai petugas/pegawai/ karyawan. Sebanyak 33,7 persen responden berkhayal sebagai petugas/pegawai/karyawan. Tipe responden ini tidak berpotensi menjadi seorang wira usaha, karena mereka lemah untuk melakukan inovasi dan kreasi. Menurut Zimmerer (Suryana, 2006: 47) inovasi dan kreasi sebagai salah satu kaidah dalam kewirausahaan.

Kelompok ini berpotensi taat dan tertib dalam menjalankan perintah yang sudah ditetapkan maupun perintah dari baru dari orang lain. Mereka dapat meraih prestasi sebagai pegawai yang taat dan tertib sesuai dengan peraturan yang sudah ditetapkan. Tipe kelompok ini mempunyai potensi untuk menjadi loyalis terhadap majikannya dan atau atasannya.

Undetermined Imaginary (UI)

Undetermined Imaginary (UI) menggambarkan khayalan yang tidak masuk dalam kategori *Achievement Imaginary* maupun *Task Imaginary*, oleh karena itu mereka merupakan khayalan yang tidak dapat ditentukan. Jumlah kelompok yang khayalannya tidak dapat ditentukan sebanyak 26,6 persen.

Kelompok ini berpotensi tidak tahu apa yang harus mereka lakukan. Bisa jadi mereka bingung, apatis dan acuh tak acuh dengan diri mereka maupun lingkungannya. Kelompok ini berpotensi menjadi beban bagi orang lain.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan pada permasalahan dan data-data yang didapatkan untuk menjawab permasalahan yang sudah ditetapkan, maka simpulan penelitian ini adalah sbb.

1. Sebanyak 52,5 persen responden berpotensi tidak mau dan tidak mampu mendapatkan informasi yang utuh dan akurat dengan berbagai alasan.
2. Sebanyak 52,5 persen responden berpotensi tidak dapat bekerja sama dengan berbagai alasan.
3. Sebanyak 40 persen responden berpotensi mau dan mampu melakukan inovasi maupun kreasi.
4. Sebanyak 34 persen responden berpotensi hanya sebagai pekerja.
5. Sebanyak 26 persen responden berpotensi tidak tahu apa yang harus dipikirkan maupun apa yang harus dilakukan.

B. Saran

Berdasarkan pada simpulan di atas, maka Unisbank Semarang perlu melakukan berbagai usaha sebagai berikut.

1. Untuk menjadikan mahasiswa seorang wirausahawan tidak cukup hanya dengan memupuk pengetahuan kewirausahaan namun perlu

melakukan perubahan keranah jiwa kewirausahaan maupun perilaku kewirausahaan.

2. Untuk merubah jiwa pekerja dan kelompok yang tidak tahu apa yang harus dilakukan, maka dibutuhkan psikolog kewirausahaan.
3. Untuk membiasakan perilaku kewirausahaan, maka perlu bekerjasama dengan wirausahawan dalam rangka magang.