BAB II
PARADIGMA WIRAUSAHA PELAJAR SMK

Pengetahuan tentang wirausaha di kalangan pelajar SMK saat ini sangat minim, hal ini disebabkan karena SMK dibuat untuk mencetak lulusan-lulusan yang siap bekerja. Sehingga paradigma atau pola pikir pelajar SMK adalah bekerja bukan berwirausaha.

II.1 Pengertian Paradigma

Paradigma adalah pandangan yang mendasar dari para ilmuwan tentang apa yang menjadi pokok persoalan yang semestinya dipelajari oleh salah satu cabang atau disiplin ilmu pengetahuan. Ritzer (seperti yang dikutip Zamroni 1992).

II.1.1 Paradigma Umum

Paradigma umum adalah paradigma yang dimiliki oleh seorang pegawai atau pekerja.

Bekerja ➡ Penghasilan ➡ Rencana Masa Depan

Tidak ada yang salah dengan paradigma umum, tapi ketika sudah tidak bekerja lagi karena alasan tertentu maka penghasilan tidak akan ada dan rencana masa depan tidak terjamin karena orang yang memiliki paradigma umum mendapatkan penghasilan hanya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

II.1.2 Paradigma Sukses

Paradigma sukses adalah paradigma yang dimiliki oleh wirausahawan atau pelaku wirausaha.

Bekerja ➡ Aset ➡ Penghasilan ➡ Rencana Masa Depan

Orang yang memiliki paradigma sukses bekerja bukan untuk mendapatkan penghasilan tetapi untuk membangun aset yang nantinya akan

menjadikan penghasilan secara terus-menerus *(passive income).* Ketika sudah tidak lagi bekerja maka aset tersebut akan memubuat penghasilan dan rencana masa depan tetap terjamin.

(Sumber: Seminar "GREEN BUSINESS" diselenggarakan oleh Komunitas Duta Penghijauan)

II.2 Inti dan Hakikat Kewirausahaan

Kewirausahaan (Suryana: 2003) adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*create new and different*) melalui berfikir kreatif dan inovatif.

Suryana (2003) mengatakan bahwa kewirausahaan merupakan suatu kemampuan dalam menciptakan nilai tambah di pasar melalui proses pengelolaan sumber daya dengan cara-cara baru dan berbeda melalui :

1. Pengembangan teknologi baru
2. Penemuan pengetahuan ilmiah baru
3. Perbaikan produk barang dan jasa yang ada
4. Penemuan cara-cara baru untuk menghasilkan barang lebih banyak dengan sumber daya lebih efisien

II.2.1 Jiwa dan Sikap Wirausaha

Meredith (2002), mengemukakan nilai hakiki penting dari wirausaha adalah:

1. Percaya Diri (*Self Confidence*)

   Merupakan paduan sikap dan keyakinan seseorang dalam menghadapi tugas atau pekerjaan, yang bersifat internal, sangat relatif dan dinamis dan banyak ditentukan oleh kemampuannya untuk memulai, melaksanakan dan menyelesaikan suatu pekerjaan. Kepercayaan diri akan mempengaruhi gagasan, karsa, inisiatif, kreativitas, keberanian, ketekunan, semangat kerja, kegairahan berkarya. Kunci keberhasilan

dalam bisnis adaalh untuk memahami diri sendiri. Oleh karena itu wirausaha yang sukses adalah wirausaha yang mandiri dan percaya diri.

2. Berorientasi Tugas dan Hasil

   Seseorang yang selalu mengutamakan tugas dan hasil, adalah orang yang selalu mengutamakan nilai-nilai motif berprestasi, berorientasi pada laba,ketekunan dan kerja keras. Dalam kewirausahaan peluang hanya diperoleh apabila ada inisiatif. Perilaku inisiatif biasanya diperoleh melalui pelatihan dan pengalaman bertahun-tahun dan pengembangannya diperoleh dengan cara disiplin diri, berpikir kritis, tanggap, bergairah dan semangat berprestasi.

3. Keberanian Mengambil Resiko

   Wirausaha adalah orang yang lebih menyukai usaha-usaha yang lebih menantang untuk mencapai kesuksesan atau kegagalan daripada usaha yang kurang menantang. Wirausaha menghindari situasi risiko yang rendah karena tidak ada tantangan dan menjauhi situasi risiko yang tinggi karena ingin berhasil. Pada situasi ini ada dua alternatif yang harus dipilih yaitu alternatif yang mengangung risiko dan alternatif yang konservatif .

4. Kepemimpinan

   Seorang wirausaha harus memiliki sifat kepemimpinan, kepeloporan, keteladanan. Ia selalu menampilkan produk dan jasa-jasa baru dan berbeda sehingga ia menjadi pelopor baik dalam proses produksi maupun pemasaran. Dan selalu memanfaatkan perbedaan sebagai suatu yang menambah nilai.

5. Berorientasi Masa Depan

   Wirausaha harus memiliki perspektif dan pandangan ke masa depan, kuncinya adalah dengan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda dari yang ada sekarang.

6. Keorisinilan: Kreativitas dan Inovasi

Wirausaha yang inovatif adalah orang yang memiliki ciri-ciri :

a. Tidak pernah puas dengan cara-cara yang dilakukan saat ini, meskipun cara tersebut cukup baik
b. Selalu menuangkan imajinasi dalaam pekerjaannya
c. Selalu ingin tampil berbeda atau selalu memanfaatkan perbedaan

II.2.2 Kompetensi Kewirausahaan

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/kegiatan. Keterampilan yang harus dimiliki yaitu :

1. *Managerial skill*
2. *Conceptual skill*
3. *Human skill* (keterampilan memahami, mengerti, berkomunikasi dan berelasi)
4. *Decision making skill* (keterampilan merumuskan masalah dan mengambil keputusan)
5. *Time managerial skill* (keterampilan mengatur dan menggunakan waktu) Kompetensi diartikan sebagai pengetahuan, keterampilan dan kemampuan individu yang langsung berpengaruh pada kinerja, Kinerja bagi wirausaha merupakan tujuan yang ingin dicapai.

II.2.3 Menumbuhkan Jiwa Wirausaha

Menjadi wirausaha (*entrepreneur*) tentu saja merupakan hak azasi semua kita. Jangan karena mentang-mentang kita tidak punya turunan pengusaha sehingga menutup peluang untuk menjadi wirausaha.

Langkah awal yang kita lakukan apabila berminat terjun ke dunia wirausaha adalah menumbuhkan jiwa kewirausahaan di diri kita. Banyak cara yang dapat dilakukan misalnya:

1. Melalui pendidikan formal. Kini berbagai lembaga pendidikan baik menengah maupun tinggi menyajikan berbagai program atau paling tidak mata kuliah kewirausahaan.
2. Melalui seminar-seminar kewirausahaan. Berbagai seminar kewirausahaan seringkali diselenggarakan dengan mengundang pakar dan praktisi kewirausahaan sehingga melalui media ini kita akan membangun jiwa kewirausahaan di diri kita.
3. Melalui pelatihan. Berbagai simulasi usaha biasanya diberikan melalui pelatihan baik yang dilakukan dalam ruangan (*indoor*) maupun di luar ruangan (*outdoor*). Melalui pelatihan ini, keberanian dan ketanggapan kita terhadap dinamika perubahan linghkungan akan diuji dan selalu diperbaiki dan dikembabngkan.
4. Otodidak. Melalui berbagai media kita bisa menumbuhkan semangat berwirausaha. Misalnya melalui biografi pengusaha sukses (*sucess story*), media televisi, radio majalah koran dan berbagai media yang dapat kita akses untuk menumbuhkembangkan jiwa wirausaha yang ada di diri kita.

II.3 Definisi Sekolah Menengah Kejuruan (SMK)

SMK merupakan salah satu lembaga pendidikan yang bertanggung jawab untuk menciptakan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan, keterampilan dan keahlian, sehingga lulusannya dapat mengembangkan kinerja apabila terjun dalam dunia kerja. Pendidikan SMK itu sendiri bertujuan untuk meningkatkan kemampuan siswa untuk dapat mengembangkan diri sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan kesenian, serta menyiapkan siswa untuk memasuki lapangan kerja dan mengembangkan sikap profesional. Apapun jenis pendidikan pada Sekolah Menengah Kejuruan tidak lain muara dari lulusannya agar mereka memiliki kemampuan, keterampilan serta ahli di dalam bidang ilmu tertentu. Selanjutnya mampu dan terampil diaplikasi untuk dunia kerja. Oleh sebab itu, hakiki dari Sekolah Menengah Kejuruan sangat berbeda dengan SMU/SMA.

II.3.1 Konsep Sekolah Menengah Kejuruan (SMK)

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) adalah sekolah yang dibangun atau didirikan untuk menciptakan lulusan agar siap bekerja sesuai dengan minat dan bakatnya. Hal ini sesuai dengan pernyataan Peraturan Pemerintah No.29 Tahun 1990 Tentang Pendidikan Menengah Bab I Pasal 1 Ayat 3, bahwa "Pendidikan menengah kejuruan adalah pendidikan pada jenjang menengah yang mengutamakan pengembangan kemampuan siswa untuk melaksanakan jenis pekerjaan tertentu". Berdasarkan pernyataan tersebut jelas bahwa sekolah menengah kejuruan memfokuskan pada suatu program keahlian atau program-program pendidikan tertentu yang disesuaikan dengan kebutuhan lapangan pekerjaan.

II.3.2 Tujuan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK)

Dalam Peraturan Pemerintah No.29 Tahun 1990 tentang Pendidikan Menengah Kejuruan Pasal 3 Ayat 2 "Sekolah menengah kejuruan mengutamakan penyiapan siswa untuk memasuki lapangan kerja serta mengembangkan sikap profesional." Menyikapi hal tersebut, tentu saja hasil akhir dari sekolah menengah kejuruan yaitu lulusan siap bekerja dengan sikap profesional sebagai bekal dalam mengaplikasikan keahliannya pada lapangan pekerjaan tertentu.

Menurut Kemendikbud RI No. 0490/U/1992 tentang Sekolah Menengah Kejuruan Pasal 2 Ayat 1 tujuan pendidikan di sekolah menengah kejuruan:

1. Mempersiapkan siswa untuk melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi dan meluaskan pendidikan dasar.
2. Meningkatkan kemampuan siswa sebagai anggota masyarakat dalam melakukan hubungan timbal balik dengan lingkungan sosial, budaya dan alam sekitar.
3. Meningkatkan kemampuan siswa untuk dapat mengembangkan kemampuan diri sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan kesenian.

4. Menyiapkan siswa untuk memasuki lapangan kerja dan mengembangkan sikap profesional.

II.4 Studi Kasus SMK Pasundan 1 Bandung



Gambar II.1 Gedung SMK Pasundan 1 Bandung
Sumber: www.smkpasundan1bdg.sch.id (13 Januari 2013)

Menjadi sekolah menengah kejuruan bidang studi keahlian bisnis dan manajemen unggulan dan terpercaya di tingkat kota Bandung yang terus-menerus melakukan pengembangan didukung oleh sumber daya manusia profesional yang berorientasi kepada integritas moral yang mengutamakan kejujuran dan keunggulan untuk memenuhi kepuasan pelanggan dan berperan aktif dalam pembangunan dibidang pendidikan di Indonesia untuk mencapai tekad tersebut maka diterapkan sistem manajemen mutu ISO 9001:2008 serta melakukan perbaikan secara berkelanjutan.

Nama sekolah	: SMK Pasundan 1 Bandung
Alamat	: Jalan Balong Gede No.44 Bandung
Bidang Studi	: Keahlian Bisnis dan Manajemen
Jenis Sekolah	: Swasta
Status Sekolah	: SMK non teknologi
Jenis Program	: Bisnis dan Manajemen

II.5 Pengumpulan Data

Data yang akan dikumpulkan dalam penelitian terdiri dari data primer. Data primer diperoleh dari hasil penggalian informasi dari responden yang dilakukan melalui pengisian kuesioner.

II.5.1 Kuesioner Penelitian

Kuesioner penelitian diberikan kepada 36 reponden dalam satu populasi di kelas XII Pemasaran 4, SMK Pasundan 1 Bandung pada tanggal 13 Januari 2013. Bentuk kuesioner penelitian terdiri dari 15 butir pernyataan yang berhubungan dengan topik penelitian yang sedang diteliti.

II.5.2 Sistem Penilaian Kuesioner

Nilai	Keterangan
8,1 - 10	Sangat Setuju
6,1 - 8	Setuju
4,1 - 6	Ragu - Ragu
2,1 - 4	Tidak Setuju
1 - 2	Sangat Tidak Setuju

Tabel II.1 Sistem Penilaian Kuesioner

II.5.3 Hasil Pengolahan Data Kuesioner

No.	Jumlah Nilai	Nilai Rata-Rata	Keterangan
1	324	9	Sangat Setuju
2	318	8,3	Sangat Setuju
3	206	5,8	Ragu-Ragu

4	268	7,4	Setuju
5	216	6	Ragu-Ragu
6	182	5	Ragu-Ragu
7	172	4,5	Ragu-Ragu
8	204	5,7	Ragu-Ragu
9	298	8,3	Sangat Setuju
10	194	5,4	Ragu-Ragu
11	172	4,8	Ragu-Ragu
12	252	7	Setuju
13	154	4,3	Ragu-Ragu
14	240	6,7	Setuju
15	270	7,5	Setuju

Tabel II.2 Hasil Pengolahan Data

Pernyataan	Keterangan
Menciptakan lapangan kerja lebih baik daripada mencari pekerjaan	Sangat Setuju
Wirausaha memiliki masa depan yang baik dan cerah	Sangat Setuju
Banyak pekerjaan yang mendapat gaji lebih besar dari pada berwirausaha	Ragu-Ragu

Sangat sulit untuk memulai usaha	Setuju
Wirausaha bukan hanya untuk orang yang berbakat saja	Ragu-Ragu
Pekerjaan sebagai karyawan lebih pasti daripada berwirausaha	Ragu-Ragu
Saya takut gagal saat memulai wirausaha	Ragu-Ragu
Berwirausaha belum pasti mendapat untung besar	Ragu-Ragu
Tidak takut kalah bersaing jika membuka usaha	Sangat Setuju
Wirausaha terlalu menguras waktu, tenaga, dan pikiran	Ragu-Ragu
Wirausaha penuh dengan ketidakpastian dan kesamaran	Ragu-Ragu
Saya di didik oleh orang tua untuk bekerja di perusahaan	Setuju
Orang tua yang menentukan cita-cita saya	Ragu-Ragu
Saya sangat mengerti sekali segala tentang wirausaha	Setuju
Setelah lulus dari sekolah, saya akan membuka usaha sendiri	Setuju

Tabel II.3 Hasil Akhir Pengolahan Data

II.5.4 Kesimpulan

Dari data yang telah diperoleh dan dianalisa, dapat disimpulkan bahwa responden sebagai pelajar telah memiliki minat untuk berwirausaha dan pengetahuan tentang wirausaha sudah didapat, tetapi masih terdapat banyak keraguan dalam dirinya untuk memulai berwirausaha. Faktor-faktor keraguan tersebut diantaranya yaitu:

1. Masih terdapat paradigma atau pola pikir pekerja di dalam dirinya, itu disebabkan karena pedidikan disekolah, lingkungan sekitar dan orang tua.
2. Tidak berani mengambil resiko, dan hanya menggambil jalan aman dengan menjadi pegawai.

II.6 Pemecahan Masalah

Dari hasil penelitian diatas maka alangkah pentingnya merubah paradigma atau pola pikir pelajar SMK dengan cara men-sosialisasikan pengetahuan tentang kewirausahaan, karena dari data yang diperoleh bahwa siswa SMK sudah memiliki minat untuk berwirausaha namun pengetahuan tentang kewirausahaan masih kurang.

Kampanye sosial adalah langkah yang efektif untuk memecahkan masalah tersebut. Dengan kampanye diharapkan dapat merubah cara pandang dan pola pikir siswa SMK kepada wirausaha. Sehingga untuk kedepannya siswa SMK dapat mewujudkan minatnya untuk berwirausaha.

II.7 Pengertian Kampanye

Pfau dan Parot (Venus, 2004:8) *"A campaign is conscious, sustained and incremental process designed to be implemented over a specified periode of time for the purpose of influencing a specified audience."* Kampanye adalah suatu proses yang dirancang secara sadar, bertahap dan berkelanjutan yang dilaksanakan pada rentang waktu dengan tujuan mempengaruhi khalayak sasaran yang telah ditetapkan.

Berdasarkan definisi di atas, kampanye pada dasarnya adalah kegiatan yang dilakukan untuk mempengaruhi khalayak. Kegiatan ini dilakukan dengan terlebih dulu menentukan khalayak sasaran yang telah disesuaikan dengan tujuan pelaksanaan kampanye.

Setiap aktifitas kampanye setidaknya harus mengandung empat hal yakni:

1. Tindakan kampanye yang ditujukan untuk menciptakan efek atau dampak tertentu
2. Jumlah khalayak sasaran yang besar
3. Biasanya dipusatkan dalam kurun waktu tertentu
4. Melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisasi

II.7.1 Jenis-jenis Kampanye

Jenis-jenis kampanye pada prinsipnya adalah membicarakan motivasi yang melatarbelakangi diselenggarakanya sebuah program kampanye. Motivasi tersebut pada giliranya akan menentukan kearah mana kampanye akan digerakan dan apa tujuan yang akan dicapai. Menurut Charles U. Larson (1992) jenis-jenis kampanye dibagi menjadi tiga kategori yaitu:

1. *Product Oriented Campaign*, yaitu kampanye yang berorientasi pada produk, umumnya terjadi di lingkungan bisnis.
2. *Canditade Oriented Campaign*, yaitu kampanye yang berorientasi pada kandidat, umumnya dimotifasi karena hasrat untuk kepentingan politik.
3. *Ideologically Or Cause Oriented Campaign*, yaitu kampanye yang berorientasi pada tujuan-tujuan yang bersifat khusus dan seringkali berdimensi sosial, atau sering disebut *sosial change campaign* yakni kampanye yang ditujukan untuk menangani masalah-masalah sosial melalui perubahan sikap dan perilaku publik yang terkait.