

PERUBAHAN TATA NILAI SOSIAL DALAM PERSPEKTIF KEWIRAUSAHAAN DAN USAHA KECIL

Anto Kustanto

Fakultas Hukum Universitas Wahid Hasyim Semarang
antokus@gmail.com

A. Pendahuluan

Tingkat literasi keuangan rata-rata nasional yang baru mencapai 29,7 persen menjadi kendala karena tidak sebanding dengan indeks inklusi sebesar 67,8 persen. Ini menyebabkan masyarakat Indonesia rentan penipuan produk jasa keuangan, salah satunya adalah bidang kewirausahaan dan usaha kecil. Sebagaimana diungkapkan oleh Tirta Segara anggota Dewan Komisaris Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen Otoritas Jasa Keuangan (OJK) “ artinya sesungguhnya masih banyak masyarakat yang memiliki akses, tetapi tidak mengerti sumber keuangan yang dapat diakses”.⁹⁷ Padahal tata nilai sosial di masyarakat yang berkembang dewasa ini jauh bergeser dibanding dengan tata nilai beberapa dekade yang lalu, yang dimaksud tata nilai sosial dalam bahasan ini adalah meliputi seluruh gaya hidup (*life style*) atau cara pandang, berfikir dan bertindak serta kebiasaan masyarakat dalam menjalani kehidupan. Meskipun gradasi tingkat perubahan tersebut terjadi secara evolusi, namun hal itu telah terjadi dan dapat terlihat secara kasat-mata dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga, masyarakat sebenarnya dituntut lebih kreatif untuk menggali ladang finansial.

Era ekonomi kreatif merupakan pergeseran dari era ekonomi pertanian – industrialisasi dan era informasi. Sehingga, Departemen Perdagangan atau yang sekarang bisa disebut Kementerian Perdagangan mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreativitas – pembangunan berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan. Peran besar

⁹⁷ Tirta Segara, “Literasi masih dalam kendala”, Kompas, Oktober 2017, hal.20

yang ditawarkan ekonomi kreatif adalah pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan hanya terbarukan bahkan tidak terbatas, yaitu melalui ide, bakat dan kreatifitas. Jika merujuk pada UK Departement for Culture Media and Sport (DCMS) 2006 dapat dikatakan : “Creative Industries as those industries which have their origin in individual creativity, skill and talent, and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exxploitation of intellectual property and contentt”⁹⁸

Belum kokohnya fundamental perekonomian Indonesia membuat masyarakatnya harus memahami pentingnya jiwa kewirausahaan. Sempitnya lapangan pekerjaaan pada sektor formal yang disediakan oleh pemerintah menjadi faktor penyebabnya. Sehingga, banyak warga masyarakat yang mulai beralih pada sektor-sektor informal. Sektor informal adalah semua kegiatan usaha yang tidak memiliki ikatan-ikatan organisatoris secara formal kelembagaan , seperti mereka yang bekerja di kantor-kantor Pemerintah, di Badan-Badan Usaha Milik Negara (BUMN) atau tidak serupa dengan organisasi perkantoran.⁹⁹ Apabila sektor informal diidentikan dengan usaha mikro, kecil dan menengah tidak terlalu menyimpang dengan kondisi sebenarnya yang ada dewasa ini. Penyebabnya adalah karena kebutuhan dan keinginan masyarakat konsumen yang demikian banyak, demikian beragam, dan senantiasa berubah tidak mungkin dikerjakan/dijalankan oleh sektor formal sepenuhnya. Disamping itu, akses untuk memasuki sektor informal dalam bentuk usaha mikro, kecil dan menengah relatif terbuka , terutama bagi mereka yang mampu melihat peluang usaha. Namun, modal utama untuk seseorang menjalani wirausaha adalah kemauan yang kuat lebih berorientasi pada rasa percaya diri. Kepercayaan diri yang kuat akan menimbulkan keyakinan bahwa dengan tekad dan kemauan tinggi akan mampu mengatasi semua persoalan di dunia usaha yang dijalankannya. Hal lain yang tidak dapat dilepaskan dari para pelaku usaha adalah ketika mengerjakan sesuatu ,

⁹⁸ UK Departement for Culture, Media and Sport. 2006

⁹⁹ H.Mulyadi Nitisusastro,DR, “*Kewirausahaan & Manajemen Usaha Kecil*”, Penerbit Alfa Beta, Bandung. 2012 Hal.15

dalam banyak hal lebih berorientasi kepada hasil yang ingin dicapai dari pada sekedar bekerja secara rutin. Disamping itu, pelaku usaha kecil biasanya kurang tertarik bekerja dalam koridor waktu yang sangat formal, atau dengan batasan waktu yang merupakan orientasi.

Adanya ilustrasi yang penulis kemukakan pada bab pendahuluan, sehingga memunculkan sebuah permasalahan yaitu : Bagaimanakah Perubahan Tata Nilai Sosial dalam Perspektif Kewirausahaan dan Usaha Kecil

B. Pembahasan.

Perubahan tata nilai sosial dalam perspektif kewirausahaan dapat diartikan sebuah kemampuan dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup untuk memperoleh peluang dengan berbagai resiko yang mungkin dihadapi. Dalam konteks bisnis, menurut Thomas W. Zimmerer dalam Suryana¹⁰⁰, kewirausahaan adalah hasil dari suatu disiplin , proses sistematis penerapan kreatifitas dan keinovasian dalam memenuhi kebutuhan dan peluang dipasar. Sedangkan, menurut Dusselman¹⁰¹ seseorang yang memiliki jiwa kewirausahaan ditandai oleh pola-pola tingkah laku sebagai berikut

- Keinovasian, yaitu usaha untuk menciptakan, menemukan dan menerima ide-ide baru
- Keberanian untuk menghadapi resiko yaitu usaha untuk menimbang dan menerima resiko dalam pengambilan keputusan dan dalam menghadapi ketidakpastian
- Kemampuan manajerial yaitu usaha-usaha yang dilakukan untuk melaksanakan fungsi-fungsi manajemen ,yaitu usaha perencanaan-usaha untuk mengkoordinir-usaha untuk menjaga kelancaran usaha dan usaha untuk mengawasi dan mengevaluasi usaha

¹⁰⁰ Suryana.DR, “ Kewirausahaan : Pedoman Praktis ,Kiat dan Usaha Menuju Sukses”,Edisi 3, Penerbit Salemba 4,Tahun 2006. Hal.15

¹⁰¹ *Ibid*, hal.25

- Kepemimpinan yaitu usaha memotivasi – melaksanakan dan mengarahkan terhadap tujuan usaha.

Kemudian, pada abad 21 ini perubahan tata nilai sosial kehidupan manusia berputar begitu cepat. Dunia seolah berlari kencang tanpa mempedulikan hal-hal lainnya sebagaimana Anthony Giddens, pemikir asal Inggris yang mengatakan bahwa dunia kita adalah dunia yang tunggang-langgang (*runaway world*) artinya, siapa yang tidak siap pastinya akan tertinggal. Thomas Loren Friedman¹⁰², seorang jurnalis *The New York Times* di Amerika Serikat juga melukiskan beragam gejala dunia yang mengalami perubahan dengan begitu cepat yakni sebuah perubahan eksponensial. Perubahan teknologi inilah yang merubah cara pandang hidup manusia, dimana cara manusia berhubungan dalam lintas usaha tidak membutuhkan jeda. Sebab, dalam dunia usaha seorang pelaku usaha kecil harus mengikuti gerak dunia yang terus berubah, hal tersebut dapat tercapai apabila seorang pelaku usaha kecil mampu menciptakan sesuatu yang baru dan berdaya guna. Untuk itu, perlu berfikir di luar kebiasaan dengan menantang pandangan-pandangan lama yang bercokol di lapangan usaha formal atau bisa disebut sebagai cara berfikir inklusif radikal, yakni memeikirkan hal-hal yang tidak pernah terfikirkan sebelumnya secara mendasar. Dalam ilmu manajemen usaha biasa disebut dengan “berpikir di luar kotak” seperti ajaran kuno yang “berpikir tanpa kotak”.

Gejolak perubahan tata nilai sosial dalam menghadapi era global yang mengarah kepada liberalisasi ekonomi perlu mendapatkan antisiapsi dari pelaku usaha kecil. Usaha kecil selalu dianggap sebagai sebuah usaha yang tahan terhadap masuknya era globalisasi. Di tengah transformasi besar menuju masyarakat komunikasi lintas-batas, pada dunia usaha kecil tumbuh optimisme baru bahwa seiring dengan pesatnya perubahan tata nilai sosial menuju sebuah teknologi informasi membentuk generasi baru, yaitu masyarakat yang terbuka terhadap perbedaan. Dalam asumsi optimistis tersebut, perdagangan

¹⁰² Thomas L.Friedman, “*Thank You for Being Late : An Optimist’s Guide to Thriving in The Age of Accelerations*”, Penerbit : Farrar, Straus and Giroux, 2016

(kewirausahaan) lintas-batas melalui media sosial dan akses kepada dunia internet melahirkan generasi baru yang memiliki akses komunikasi manca negara melalui kepompong teritorialnya. Dalam pandangan seperti ini, lepaskan pelaku usaha kecil pada generasi milineal melalui lalu-lintas perbincangan kosmopolitan, maka secara otomatis pelaku usaha kecil dapat menerima keberagaman usaha.

Pandangan berbasis determinasi teknologi informasi ini memang melupakan bahwa kini dunia usaha baik skala besar-menengah dan kecil sedang mengarah pada penyempitan kesadaran menuju eksklusivisme keberagaman usaha. Melalui perbincangan di dunia maya, kita dapat menyaksikan berbagai bentuk/ragam aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh pelaku usaha kecil. Arus besar yang menempatkan pasar sebagai panglima, nilai-nilai kejujuran – solidaritas antar manusia serta keadilan sosial memang terkadang terasa menguap ke udara.

Pedagogi di era media sosial seperti yang dikemukakan Henry A.Giroux¹⁰³ dalam “On Critical Pedagogy” menjelaskan bahwa pelaku usaha kecil diharapkan mempunyai pendidikan yang cukup sebagai fundamental di dalam meneropong dunia usaha lintas-batas, apalagi dengan masuknya era digitalisasi yang dianggap mencerdaskan.

Perekonomian dunia, khususnya negara-negara berkembang seperti Indonesia juga sedang bergerak menuju ekonomi digital. Perkembangan teknologi menjadi penggerak pertama perubahan tersebut. Menengok perkembangan perubahan tata nilai melalui teknologi di Tanah Air, tahun ini pertumbuhan industri melalui e-dagang (*e-commerce*) justru semakin pesat di tengah perlambatan laju ekonomi. Potensi industri e-dagang di Indonesia memang tidak dapat dipandang sebelah mata, dari data Ernst &Young, dapat di lihat pertumbuhan nilai penjualan usaha kecil melalui media on line Tanah Air setiap

¹⁰³ A.Giroux Henry, “On Critical Pedagogy”, dalam Airlangga Pribadi Kusman, Kompas, November.2017

tahun meningkat 40%, Asumsi, kini ada sekitar 93.4 juta pengguna internet dan 71 juta pengguna perangkat telepon pintar di Indonesia.¹⁰⁴

Di sisi lain, banyak pengamat menilai tahun 2017 menjadi periode dimulainya era disruptif (*disruptive era*). Rhenal Khasali seperti dikutip Kompas.com mengatakan disrupsi mengubah tidak hanya cara berwirausaha, tetapi juga fundamental usahanya, mulai dari struktur biaya, budaya bahkan hingga ideologi industri. Sebenarnya, tantangan ini tidak hanya dialami wirausaha berbasis teknologi informasi dan komunikasi, tetapi juga berimbas pada seluruh industri. Untuk itu, pemerintah diharapkan menyiapkan langkah antisipatif terhadap adanya disrupsi tersebut, yaitu dapat melalui instansi-instansi terkait. Bentuk konkritnya adalah setiap aturan yang dikeluarkan oleh instansi terkait tersebut harus melindungi kepentingan konsumen-nasabah dan investor dalam dunia usaha. Harmoni masyarakat industri sebagaimana Herbert Spencer juga mengatakan¹⁰⁵ telah merubah tatanan ekonomi klasik menuju ke arah perkembangan sosial dunia usaha yang progresif.

Ketatnya persaingan di era liberalisasi bisa menjadi stimulus bagi upaya peningkatan daya saing usaha kecil. Kesadaran soal mutu dan pelayanan lebih dipicu oleh semakin ketatnya persaingan tersebut. Semisal, pelaku usaha A yang mengalami kegagalan dalam strategi pemasarannya akan mengkaji berbagai penyebab yang mengakibatkan kegagalan itu terjadi, kemudian ia akan memperbaiki kualitas produk dan pelayanannya supaya kegagalan itu tidak terulang lagi.

Upaya penyadaran juga perlu dilakukan secara efektif, misalnya melalui bimbingan dan pelatihan, khususnya agar pelaku usaha kecil dapat memetik pelajaran dari kegagalan pemasaran di periode yang lalu. Jadi, bukan hanya mutu dan layanan yang menjadi *critical success factor*. Perlu diperhatikan juga aspek kesadaran lingkungan dan organisasi yang lebih berdimensi eksternal. Selain itu,

¹⁰⁴ Ernst & Young, dalam Kompas, Edisi November 2017 Rubrik Indocomtech.

¹⁰⁵ Herbert Spencer dalam J. Smelser dialih bahasa oleh A.Hamsy Ali, "Sosiologi Ekonomi", Penerbit WiraSari, 1997.

juga diperlukan stimulasi dari pihak-pihak yang berkompeten, seperti pemerintah-konsultan-kaum akademisi-sukarelawan serta dari kalangan pelaku usaha besar sebagai mitra pelaku usaha kecil.

Kesadaran mutu, pelayanan, organisasi dan kejujuran berkaitan dengan banyak aspek. Dari sisi pelaku usaha kecil itu sendiri sering muncul sikap-sikap penolakan (resistensial) terhadap upaya-upaya eksternal. Mereka terkadang menolak organisasi, mungkin karena belum menyadari manfaatnya, tetapi mungkin juga disebabkan oleh trauma akibat kegagalan berorganisasi di masa lalu. Oleh karena itu, pemahaman akan kesadaran berorganisasi perlu ditumbuhkan. Keberadaan organisasi itu sendiri bagi usaha kecil masih mempunyai trouble-maker daripada problem-solver, konflik internal pada usaha kecil adalah modus perselisihan yang sering terjadi maka, pemahaman mengenai etika usaha dan kesadaran pentingnya strategi kooperatif akan menjadi latar belakang bagi pemerintah untuk memberikan “bimbingan interaktif” dalam menumbuhkan kesadaran lingkungan dan organisasi.

Pola bimbingan interaktif yang dilakukan pemerintah terhadap usaha kecil salah satunya adalah dengan mencoba untuk menampilkan produk-produk usaha kecil tersebut. Sebagai misal, karya perajin Tanah Air yang kerap kali unjuk gigi dalam sebuah pameran, sebab pameran adalah panggung karya perajin dengan indikasi yang tidak pernah sepi dari pencintanya. Kata E.F Schumacer,¹⁰⁶ *small is beautiful*. John Naisbitt percaya bahwa masa depan perekonomian global berada di tangan unit-unit usaha kecil, otonom, namun padat teknologi.¹⁰⁷ Pendapat-pendapat tersebut mendorong keyakinan kita bahwa sektor usaha kecil di Indonesia perlu diberi kesempatan berkiprah lebih luas. Oleh karena itu, paradigma ekonomi kerakyatan layak diaplikasikan dalam perubahan tata nilai sosial.

¹⁰⁶ Schumacer E.F, “ *Small is beautiful*”, 1978, New York : Harper & Row

¹⁰⁷ Naisbitt, John, 1994, “*Global Paradox : The Bigger the World Economy, the More Powerful its Smallest Player*, New York : William Morrow Company, Inc.

Di banyak negara, pelaku usaha kecil dan menengah memberi kontribusi besar pada pertumbuhan ekonomi. Seperti, industri otomotif di Jepang ditopang oleh unit-unit Small and Medium Enterprise (SME.s) sebagai pemasok suku cadang. Di Amerika Serikat, banyak produk global pada mulanya merupakan temuan kreatif para pelaku SME.s. Berdasarkan pengamatan empiris di India Schumacer berkeyakinan bahwa kelas menengah yang kuat- berjiwa *entrepreneur* memberi kontribusi lebih banyak pada proses sebuah bangsa menuju tingkat kehidupan lebih baik.

Di Indonesia, saat ini sudah banyak warga masyarakat berkeyakinan bahwa sudah saatnya paradigma ekonomi kerakyatan diaplikasikan secara serius. Tidak ada lagi hak istimewa bagi sektor usaha besar- yang pada gilirannya hanya akan membunuh pelaku usaha kecil. Namun, tantangan ekonomi kita ke depan adalah mentransformasikan ekonomi yang berbasis informal menjadi formal. Usaha informal biasanya bercirikan bisnis al kadarnya, upah al kadarnya, tidak ada jaminan kesehatan pekerja dan lainnya. Sementara usaha formal biasanya sudah layak untuk institusi perbankan memberikan pinjaman permodalan disamping itu tidak menutup kemungkinan untuk berpartner. Pengembangan potensi ekonomi melalui usaha kecil membutuhkan biaya awal yang tidak kecil. Selain prakondisi perpolitikan yang memadai- dalam arti ada dukungan dari elit politik selaku pembuat kebijakan – dibutuhkan pula biaya awal dalam pengertian finansial.

C. Penutup

Kendati paradigma ekonomi kerakyatan melalui usaha kecil belum mampu menghindarkan diri dari pendefinisian yang ambigu, kita dapat memberinya makna secara etimologis, yakni yang mengandung unsur perubahan “tata nilai” ekonomi (mencakup aktivitas produksi, distribusi dan konsumsi), serta “sosial” (elemen mayoritas dalam negara). Jadi perubahan tata nilai sosial ekonomi merupakan upaya untuk membuat rakyat kuat dari segi ekonomi. Dimensi sosial itu bisa menjadi keunggulan kewirausahaan dan usaha kecil dalam menghadapi masa depan. Disamping itu, partisipasi pelaku usaha kecil sebagai pemilik

sekaligus konsumen juga dapat menjadi nilai tambah. Karakteristik yang demikian itu dapat menjadi stimulan bagi munculnya rasa ikut memiliki organisasi usaha, yang pada gilirannya akan menciptakan perubahan tata nilai yang dinamis.

Perubahan tata nilai sosial membutuhkan reformasi yang mendasar. Restrukturisasi internal dengan mengikis habis segala konflik yang ada, untuk mengganti mentalitas pencarian rente yang oportunistis, dibutuhkan upaya penumbuhkembangan etos dan mentalitas kewirausahaan para pelaku usaha kecil.

DAFTAR PUSTAKA

- A.Giroux Henry,” On Critical Pedagogy”, dalam Airlangga Pribadi Kusman, Kompas, November.2017
- Ernest & Young dalam Kompas, Edisi November 2017, Rubrik Indocomtecth
- H.Mulyadi Nitisusastro DR, “Kewirausahaan & Manajemen Usaha Kecil”, Penerbit Salemba 4,Th.2006
- Herbert Spencer dalam J.Smeller dialih bahasa oleh A.Hamsy Ali,” Sosiologi Ekonomi”, Penerbit WiraSari.
- Naisbitt.John,1994,” Global Paradox : The Bigger the World Economy,the More Powerful Smallest Player, New York : William Morrow Company Inc
- Thomas L.Friedman, “ ThankYou for Being Late : An Optimist’s Guide to Thriving in The Age of Accelerations,” Farrar, Straus and Giroux.2016
- Tirta Segara,” Literasi Masih dalam Kendala”, Kompas,Oktober.2017
- UK.Departement for Culture, Media and Sport. 2006