

LIFE EXPERIENCE PADA WIRAUSAHA GENERASI DIGITAL

Alia R. Fauziah¹
Hendro Prabowo²

^{1,2}Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma
Jl. Margonda Raya no. 100, Depok 16424, Jawa Barat
¹aliarizky@staff.gunadarma.ac.id

Abstrak

Wirausahawan didefinisikan sebagai individu yang mendirikan, mengelola, mengembangkan dan melembagakan perusahaan milik sendiri, sekaligus menciptakan lapangan kerja bagi orang lain. Berwirausaha juga merupakan suatu proses yang dilakukan individu untuk membuat sesuatu yang baru dan bernilai dengan mencurahkan waktu, tenaga dan sumber daya. Tentu saja waktu yang dibutuhkan dalam proses berwirausaha berbeda-beda dari masa ke masa. Oleh karena itu penelitian ini berfokus pada life experience wirausaha muda yang hidup di zaman digital seperti saat ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami fenomena yang muncul pada wirausahawan muda dan mengapa wirausahawan muda tersebut melakukan perilaku berwirausaha serta bagaimana proses wirausahawan muda dalam membangun bisnisnya. Subjek dalam penelitian ini adalah seorang wirausaha muda berjenis kelamin perempuan berumur 22 tahun. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara semi terstruktur dan observasi pemeran serta sebagai pengamat. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat ciri dan pola-pola khusus pada wirausahawan muda yakni, lost, survive, trial-error dan kontribusi IT dalam menunjang perilaku berwirausaha pada wirausahawan muda.

Kata Kunci : *Generasi Digital, Life experience, Wirausaha*

LIFE EXPERIENCE ON ENTREPRENEURSHIP IN DIGITAL GENERATION

Abstract

Entrepreneur defined as individual that establish, managed, developed, and institutional his or her company, all at once creating work opportunity for others. Business is a process that an individual done to make something new and valuable by making use of his or her time, effort, and resources. Of course, from time to time the time needed in business process is different. Therefore, this research focused on the life experience of young entrepreneur in digital era, like nowadays. The purpose of this research is to understand the entrepreneurship fenomena that appear on young entrepreneur, why those young entrepreneurs do entrepreneurship and how they build their business. The subject of this research is 22 years old female entrepreneur. This research use qualitative method. The data collection technique is conduct by using semi-structured interviews, role observation, and as an observer. The research result shows that there are specific characteristics and pattern on young entrepreneur, such as; lost, survive, trial-error and IT contribution in supporting business behavior on young entrepreneur.

Key words: *Digital Generation, Life Experience, Wirausaha*

PENDAHULUAN

Saat ini dunia dihadapkan pada masalah bertambahnya jumlah pengangguran. Berdasarkan International Labour Organization (ILO) yang dilansir oleh media harian Tempo, bahwa pengangguran global akan meningkat dalam lima tahun mendatang dimana 212 juta jiwa terancam tidak mempunyai pekerjaan sebelum tahun 2019. Di negara Yunani dengan angka 23,1 persen menduduki posisi pertama tingkat pengangguran di Uni Eropa. Sedangkan, di Indonesia sendiri sebagai negara berkembang menduduki posisi ke-19 setelah Hongkong dan India (Roswati, 2015).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah pengangguran di Indonesia pada Agustus 2015 bertambah sebanyak 320 ribu menjadi 7,56 juta jiwa (Mohammad, 2015). Salah satu faktor yang mengakibatkan tingginya angka pengangguran di negara Indonesia adalah terlampaunya banyaknya tenaga kerja yang diarahkan ke sektor formal, sehingga ketika pekerjaan di sektor formal tidak tumbuh dan berkembang, individu tidak berusaha untuk menciptakan pekerjaan sendiri di sektor swasta (Andika & Madjid, 2012). Hal inilah yang mengakibatkan tingginya jumlah pengangguran dan rendahnya pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Salah satu alternatif untuk memecahkan masalah pengangguran tersebut adalah dengan menjadi seorang wirausaha (*entrepreneur*). Wirausaha di Indonesia masih dikatakan cukup rendah, pada tahun 2010 lalu, dari 230 juta penduduk hanya 0,2 % saja yang berprofesi menjadi wirausaha. Namun, data terakhir di tahun 2014 jumlah wirausahawan mengalami kenaikan menjadi 1,6 persen. Tetapi, masih kalah dengan Malaysia dan Singapura yang menduduki angka 5 dan 7 persen. Padahal menurut Sasongko (2015), untuk menjadi sebuah negara yang sukses dibutuhkan minimal 2 persen wirausaha

dari jumlah penduduk di negara tersebut. Untuk menjadi individu yang dapat menciptakan lapangan kerja bagi orang lain seperti yang disebutkan sebelumnya, wirausahawan perlu menumbuhkan jiwa *entrepreneurship* atau kewirausahaan, yakni usaha menciptakan nilai tambah dengan jalan mengkombinasikan sumber-sumber melalui cara-cara baru dan berbeda untuk memenangkan persaingan. Nilai tambah tersebut dapat diciptakan dengan cara mengembangkan teknologi baru, menemukan pengetahuan yang baru, menemukan cara baru untuk menghasilkan barang dan jasa yang sudah ada dan menemukan cara baru dalam rangka memberikan kepuasan pada konsumen (Agustina dan Sularto, 2011).

Para *entrepreneur* merupakan individu yang persisten dan bersedia untuk bekerja lebih keras lagi untuk mencapai sebuah kesuksesan. Selain itu, *entrepreneur* juga akan bertoleransi terhadap ambiguitas yakni bersedia untuk menerima resiko atau situasi yang menunjukkan tingkat ketidakpastian yang tinggi dan *entrepreneur* juga mempunyai *internal locus of control* dimana mereka beranggapan bahwa mampu untuk mengendalikan nasib mereka sendiri dan mengarahkan diri sendiri.

Banyak faktor yang menyebabkan individu menjadi seorang wirausaha salah satunya adalah faktor *survival* atau keinginan untuk bertahan hidup (Hendro, 2011). Salah satu contohnya adalah kisah pendiri Hyundai, industri otomotif ternama, yaitu Chung Ju-Yung. Ketika kehidupan di kampungnya memburuk akibat bencana alam, Ju-Yung kabur dari rumah ke pelabuhan Inchon dengan bekal yang sangat sedikit. Disana Ju-Yung menjadi kuli serabutan, kuli bongkar muat kapal dan membawakan barang penumpang kapal yang hasilnya hanya cukup untuk makan sehari dan bekerja keras. Namun, Ju-Yung ingin mempunyai pekerjaan tetap,

saat itu Ju-Yung mendapat informasi tentang suatu pekerjaan di pabrik gula, namun karena tidak memiliki ketrampilan teknis, Ju-Yung tidak diterima. Lalu, ia membuka bengkel perbaikan kendaraan bermotor agar cepat balik modal dan hal tersebut merupakan usaha yang bagus karena Jepang tidak menginginkan usaha tersebut karena dinilai kotor.

Pada Februari tahun 1940, Ju-Yung mengambil alih manajemen bengkel reparasi mobil “*A-Do Service*” dengan pinjaman modal dari pelanggannya, tetapi bengkel tersebut terbakar dan cobaan datang lagi. Ju-Yung tidak putus asa dan meminjam modal lagi untuk membuka bengkel di tempat yang baru sampai memperkerjakan 50 karyawan.

Perang pasifik memaksa perusahaan miliknya harus mundur dan kerja kerasnya selama tiga tahun seakan runtuh dalam sehari. Ju-Yung namun tidak ingin menyerah, ia lalu membeli 30 truk dan menjalankan usaha transportasi tetapi karena ada tekanan dari orang lain, usahanya harus dijual dibawah harga. Tiga bulan setelah itu, Jepang menyerah tanpa syarat dan Ju-Yung membeli tanah di tengah kota Seoul dan ia menancapkan papan nama perusahaannya, yaitu Hyundai Motor Industrial Co, termasuk Hyundai Auto Repair Work untuk pertama kalinya hingga kini (Inti-sari, 2003).

Kisah tersebut dapat menjelaskan bahwa salah satu faktor seseorang melakukan perilaku berwirausaha adalah karena naluri untuk bertahan hidup dengan mengarahkan segala kemampuan yang dimiliki demi menciptakan peluang ekonomi sendiri untuk kehidupan yang lebih baik lagi. Selain Ju-Yung tentunya masih banyak lagi kisah-kisah menarik dari seorang wirausahawa. Kisah Ju-yung diatas merupakan salah satu contoh dari banyak kisah para pengusaha yang masuk kedalam kategori *Traditionalist* atau individu yang lahir sebelum tahun 1961.

Generasi tersebut merupakan generasi yang sangat dominan dan mengontrol

karena pada masanya keadaan perang sangat memengaruhi. Mereka merupakan generasi pekerja keras dan mempunyai komitmen yang tinggi atas pekerjaannya. Tujuan mereka adalah membangun karir yang sempurna dan membentuk suatu perusahaan dalam jangka waktu yang sangat lama. Mereka percaya bahwa dengan komitmen yang tinggi maka perusahaan dapat bertahan lama (Ritter, 2014).

Pada umumnya, wirausahawan yang masuk dalam kategori ini sudah menduduki posisi-posisi penting dan berada dalam puncak kesuksesan. Dan secara alamiah posisi mereka akan tergantikan oleh generasi-generasi berikutnya untuk menjaga kelangsungan kehidupan bisnis dan perusahaannya.

Dari beberapa literatur, terdapat kurang lebih empat generasi yang menetapkan nilai-nilai, ide, etika dan budaya masing-masing yang dipengaruhi oleh lingkungan atau keluarga, yang mereka terapkan dalam lingkungan personal maupun lingkungan bisnis. Keempat generasi tersebut dapat dilihat dalam Tabel.1

Setiap generasi mempunyai ciri-ciri dan tantangan yang berbeda untuk masuk kedalam lingkungan kerja maupun lingkungan bisnis. Di zaman tradisional dan *baby boomers*, masyarakat belum mengenal teknologi, terlebih teknologi informasi sehingga cara mereka memperkenalkan produk atau jasa dan melakukan perniagaan tentu saja berbeda dengan saat ini.

Pada zaman mereka, jika ingin berbisnis belum ada fasilitas yang memadai seperti internet untuk memperkenalkan produk ke seluruh masyarakat bahkan seluruh dunia. Sehingga mereka harus mendatangi rumah ke rumah untuk menawarkan produk atau mengumpulkan cukup modal untuk membangun sebuah toko.

Teknologi saat ini yang mempermudah aktivitas manusia belum masuk kedalam ranah kehidupan mereka seperti yang apa dirasakan generasi X, maupun generasi Y.

Tabel 1. Deskripsi Generasi Traditionalist, Baby Boomers, Generasi X, Millenials

No	Generasi	Deskripsi
1	Traditionalist (1925 – 1945)	<ul style="list-style-type: none"> a. Pekerja Keras b. Hemat c. Menekankan pada adat istiadat dan kebudayaan d. Memegang nilai-nilai kerja (Kenyamanan, konsistensi, keseragaman) e. Patuh terhadap kebijakan f. Berkomitmen tinggi g. Tidak mencampuradukkan antara pekerjaan dengan kehidupan pribadi h. Kurang Imajinatif i. Selalu waspada j. Sulit menyesuaikan diri dengan teknologi k. Rentan terhadap perubahan
2	Baby Boomers (1946-1960)	<ul style="list-style-type: none"> a. Tepat waktu b. Etos kerja tinggi c. Teliti d. Terorganisir dan sistematis e. Berdedikasi f. Berkomitmen tinggi g. Sulit menggunakan komputer h. Percaya bahwa mereka bisa mengubah dunia i. Idealis j. <i>Self centered</i> k. Motivasinya adalah diri sendiri dan tidak suka menerima <i>feedback</i>
3	Generasi X (1961-1980)	<ul style="list-style-type: none"> a. Fokus pada berwirausaha b. Sangat menghargai waktu c. Inisiatif tinggi, Pintar d. Mengembangkan kemampuan e. Tahu bagaimana cara meraih sesuatu f. Terorganisir dan berpartisipasi dalam diskusi-diskusi g. Menyeimbangkan waktu luang dengan pekerjaan h. Fleksibel i. Nyaman terhadap teknologi j. Pemalas
4	Millenials (1981-2000)	<ul style="list-style-type: none"> a. Positif, asertif, terbuka, <i>friendly</i> b. Tumbuh bersama teknologi c. Menyukai kerja tim d. Sulit fokus terhadap satu hal e. Multitasking f. Menghargai perbedaan g. Memiliki banyak pekerjaan h. Komitmen rendah

Sumber: Johnson, (2005); Ritter, (2014)

Selain itu, keempat generasi tersebut pastinya mempunyai nilai-nilai personal masing-masing dalam membangun suatu bisnis yang akan berpengaruh dalam proses berwirausaha. *Traditionalist*

dan *Baby boomers* lahir dizaman peperangan dimana orang tua mereka merupakan seorang imigran. Sehingga latar belakang tersebut mempengaruhi sikap dan perilakunya dalam kehidupan sehari-

hari. Individu yang masuk dalam kelompok *traditionalist* cenderung selalu waspada, sulit menyesuaikan diri dengan teknologi namun mereka seorang pekerja keras. Tidak jauh berbeda, pada zaman *Baby boomers*, teknologi belum terlalu maju sehingga pada saat itu mereka kesulitan untuk menggunakan komputer. *Baby boomers* cenderung mempunyai motivasi yang besar untuk menggapai tujuan karirnya, mempunyai etos kerja yang besar, memiliki komitmen yang tinggi dan selalu tiba tepat waktu, tak heran *baby boomers* merupakan generasi yang meningkatkan perekonomian untuk generasi setelahnya. Mereka harus bersusah payah untuk menawarkan produknya karena internet belum tersedia seperti sekarang.

Selanjutnya adalah generasi X, generasi ini dikenal sebagai individu yang fleksibel karena berada diantara *baby boomers* dan *millenials*. Mereka fokus pada mengembangkan ketrampilan diri dan jiwa kewirausahaan. Mereka akan memilih pekerjaan yang membuat aman secara finansial. Sifat generasi X yaitu dapat belajar dengan cepat dan efisien, Xers hanya ingin melakukan apa yang menguntungkan mereka pada saat itu, tahu bagaimana caranya untuk menang dan sukses, memiliki adaptasi yang baik terhadap perubahan dan senang mencapai beberapa tujuan atau karir dalam satu waktu.

Waktu sangat berharga bagi Xers, mereka tidak akan menggunakan waktu luang untuk sesuatu yang mereka tidak sukai. Pada zaman mereka, teknologi sedang berkembang sehingga mereka sangat menikmati keberadaan teknologi, mereka bisa bekerja dikantor maupun di rumah. Tujuan karir mereka adalah dapat membawa pengalaman dan menggunakan ketrampilan mereka lebih banyak lagi. Generasi X cenderung tidak ingin meniru langkah generasi sebelumnya karena dinilai lambat, hal ini ditunjang bahwa mereka mempunyai banyak teman yang

bisa membantu mencari link dalam berbisnis (Sugembong dan Sudarmoyo, 2007).

Yang terakhir adalah *millenials* atau yang biasa dikenal sebagai generasi Y. Pada prinsipnya generasi Y ini adalah *the newest working generation*. Mereka dibesarkan dengan komputer, internet dan informasi dari seluruh dunia yang dapat mereka akses secara mudah dan cepat. Mereka juga tumbuh dari keluarga yang mengedepankan keselamatan, *family centered* dan pendidikan. Sehingga mereka mempunyai sifat lebih transparan, kreatif, terbuka, fleksibel, asertif, senang berdiskusi tentang aktivitas pekerjaan dengan banyak orang, kerja tim, menghargai perbedaan dan dapat bekerja dari kantor maupun dari rumah. Dalam berwirausaha, tentunya banyak sekali keuntungan yang didapat pada generasi ini. Namun, yang menarik adalah ketika gen Y memulai karirnya menjadi seorang wirausaha mereka cenderung sulit untuk fokus terhadap satu pekerjaan saja dan terbiasa bekerja dengan *multitasking*. Sedangkan, diperlukan komitmen yang tinggi serta kerja keras dalam membangun suatu usaha agar dapat bertahan lama.

Tantangan yang dirasakan pada generasi X pun berbeda, walau teknologi sudah mulai bermunculan namun kesadaran individu akan hal itu masih minim. Internet masih terbatas kegunaannya selain mengirimkan email. Dimasa mereka teknologi super canggih seperti windows 7 atau *apple* bisa saja sedang diproses pembuatannya, sehingga Xers belum bisa menikmatinya. Saat itu, telepon genggam masih berfungsi sebagai pengirim pesan singkat atau sebatas telepon saja, namun saat ini telepon genggam merupakan barang primer yang dapat memberikan individu sejumlah informasi lengkap dan memenuhi kebutuhan hanya dalam satu genggam saja. Memesan tiket kendaraan, transportasi *online*, memesan makanan, mencari alamat rumah,

berjualan, rapat dengan klien, bermain games, mendownload lagu merupakan aktivitas individu yang bisa dan seringkali dilakukan hanya dengan satu *smartphone* yang terhubung dengan internet ke jaringan diseluruh dunia, dan semua itu dinikmati oleh generasi Y atau Millennials.

Dalam hal ini, lebih ditekankan pada generasi *millennials* atau generasi Y karena saat ini dunia sudah menjadi sangat digital dan urban. Internet adalah teknologi digital konvergen yang akan mempercepat informasi dari seluruh dunia dengan teks, audio maupun video. Dan generasi Y merupakan individu yang tumbuh dan berkembang bersama teknologi yang semakin hari semakin maju serta memudahkan individu dalam melakukan pekerjaan.

Individu belajar, bekerja, menulis dan berinteraksi satu sama lain dengan cara yang sangat berbeda. Generasi Y lebih sering membaca blog daripada koran harian, lebih sering bertemu seseorang secara *online* dari pada bertatap muka langsung karena saat ini interaksi sosial mereka terhubung dengan teknologi digital. Fenomena ini disebut oleh Palfrey dan Gasser (2008) sebagai *digital natives*, yakni individu yang lahir diatas tahun 1980 dimana sosial digital teknologi berkembang sangat pesat dan mereka mempunyai seluruh kemampuan untuk menggunakan teknologi-teknologi tersebut.

Dimulai pada akhir 1970-an, dunia mulai berubah dengan cepat. Surat kabar online pertama mulai dikenal masyarakat. Pada tahun 1980 email juga kian populer untuk mengirimkan pesan singkat dimana setiap individu mulai menggunakan komputer. Kemudian, pada tahun 1991, *World Wide Web* memulai debutnya dengan menawarkan *browser* yang mudah digunakan. Tahun 2001 kamera polaroïd mulai digantikan dengan kamera digital, lalu tahun 2008 *Itunes* menjadi perusahaan musik retail terbesar di Ame-

rika Serikat dan saat ini kebanyakan anak muda di seluruh dunia membawa *gadget* mereka masing-masing setiap waktu, tidak hanya untuk mengirim pesan namun juga bermain *games* atau mendownload musik.

Di zaman sekarang, tidak ada aspek utama dari kehidupan modern yang tidak tersentuh dengan teknologi informasi. Palfrey dan Gasser (2008) mengatakan bahwa millennials merupakan transformer bisnis. Dampak teknologi yang mereka rasakan telah mencapai aspek jiwa kewirausahaan mereka. Seperti yang dirasakan Mark Zuckerberg, seorang pendiri *facebook* yang telah menjadi legenda dalam sejarah *technology entrepreneurship*. Tanpa harus mengeluarkan banyak modal kini Zuckerberg dan temannya telah menciptakan sebuah platform dalam tiga tahun dan *facebook* telah menjadi *social utility* dimana jutaan ribu orang terhubung dari seluruh dunia. Melalui internet Zuzkerberg telah menjadi ikon generasi muda di Amerika yang berhasil menjadi milyader diusia yang masih muda.

Kaum millennials yang menjadi wirausaha mempunyai kesempatan untuk sukses dalam skala yang besar karena individu tahu bahwa dunia digital seperti saat ini sangat baik bagi pertumbuhan bisnis mereka. Individu tahu bagaimana harus berkembang didalamnya, individu tahu bahwa teman-teman dan banyak masyarakat hidup dengan berbagai fasilitas teknologi yang ada dan individu tahu bagaimana cara untuk mengeksploitasi trend di era digital seperti saat ini.

Saat generasi Y ingin menjadi seorang wirausaha, individu tahu bahwa kondisi saat ini lebih mudah dan murah daripada sebelumnya untuk memulai suatu bisnis. Kondisi ekonomi untuk memulai suatu bisnis di dunia maya membutuhkan biaya yang sangat rendah, dengan bermodal ide, ketrampilan, dukungan dari teman dan akun disosial media individu sudah bisa membangun bisnis baru.

Wirausaha muda saat ini bukanlah generasi tradisional seperti dahulu. Mereka merupakan individu visioner yang mengembangkan kemampuan mereka pada era teknologi. Mereka memiliki ide-ide yang dilakukan dengan cara mereka sendiri tanpa harus meminta izin kepada orang lain (Palfrey dan Gasser, 2008).

Sebagai seorang *entrepreneur*, generasi Y membangun sebuah bisnis dengan cara yang berbeda dengan orang tua ataupun kakek mereka. Generasi Y bekerja dengan berkolaborasi dengan siapa pun yang mereka inginkan didunia maya karena teknologi informasi membuat hal tersebut lebih mudah bahkan pada jarak yang sangat jauh sekalipun. Generasi Y mempunyai beberapa keuntungan ketika membangun sebuah bisnis, diantaranya adalah biaya yang lebih rendah karena individu bisa lebih mudah memasarkan produk mereka secara online dengan tidak perlu membuka toko atau semacamnya. Bahkan, individu hanya perlu membuat video kreatif untuk membuat konsumen tertarik dengan barang atau jasa yang individu pasarkan.

Generasi Y mengetahui bahwa banyak pembeli saat ini yang tidak ingin bersusah-susah pergi keluar rumah untuk membeli barang yang mereka cari dan lebih memilih untuk berbelanja memakai jasa online demi memanfaatkan gadget yang mereka punya. Palfrey dan Gasser (2008), mengatakan bahwa "*digital businesses started by digital natives*". Itu artinya, usaha bisnis yang banyak individu jalankan kini melalui media online dimulai karena adanya generasi Y yang mengembangkan atau menciptakan berbagai kemudahan-kemudahan dibidang teknologi bisnis. Generasi Y mengubah cara bisnis menjadi lebih cepat dengan memperkenalkan *brand* yang individu jalankan diseluruh jaringan ke seluruh dunia.

Jika dianalogikan, wirausahawan yang sudah puluhan tahun mendirikan usahanya mempunyai proses yang sangat panjang seperti yang saat ini sedang di-

lalui oleh pengusaha muda yang baru merintis usahanya maupun yang sudah mendulang kesuksesan diusia muda. Dari penjelasan diatas juga terlihat perbedaan antara individu di zaman *traditionalist* dan *millenials* dalam berproses menjadi seorang wirausaha. Proses menjadi seorang wirausaha dinilai penting oleh peneliti karena pengalaman yang dihadapi setiap individu berbeda-beda dan bersifat subjektif. Menurut Baussoura (dalam Raco dan Tanod, 2012) *entrepreneur* belajar melalui fase *trial-error* dan banyak faktor yang membuat seseorang berhasil dan juga gagal sehingga *entrepreneurship* harus didekati secara menyeluruh dan naturalistik. Untuk itu, dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat fenomena apa yang terjadi, mengapa wirausaha muda melakukan perilaku berwirausaha dan bagaimana proses mereka dalam membangun bisnisnya. Tujuan dari penelitian yang dilakukan ini adalah memahami fenomena yang muncul pada wirausahawan muda dan mengapa wirausahawan muda tersebut melakukan perilaku berwirausaha serta bagaimana proses wirausahaan muda dalam membangun bisnisnya.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dimana metode yang digunakan adalah metode studi kasus. Studi kasus merupakan suatu bentuk penelitian *inquiry* atau studi tentang suatu masalah yang memiliki sifat kekhususan (*particularity*), dan dapat dilakukan dengan baik dengan pendekatan kualitatif maupun kuantitatif, dengan sasaran perorangan (individual), maupun kelompok, bahkan masyarakat luas (Basuki, 2006). Subjek dalam penelitian ini adalah wirausaha muda berjenis kelamin perempuan berusia 22 tahun. Jumlah subjek adalah satu orang subjek yang memiliki ciri-ciri sesuai dengan karakteristik subjek yang telah ditentukan sebelumnya

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode wawancara semi-terstruktur dan observasi dengan jenis pemeran serta sebagai pengamat. Wawancara semi terstruktur lebih tepat jika dilakukan pada penelitian kualitatif karena bentuk pertanyaannya terbuka namun tetap pada batasan tema dan alur pembicaraan.

Jawaban yang diberikan oleh terwawancara tidak dibatasi, sehingga subjek dapat lebih bebas mengemukakan jawaban apa pun sepanjang tidak keluar dari konteks pembicaraan. Pertanyaan yang diajukan bersifat fleksibel, tergantung situasi-kondisi serta alur pembicaraan, tetapi masih ada kontrol yang dipengang oleh peneliti yaitu tema penelitian.

Wawancara semi-terstruktur juga memakai pedoman wawancara. Namun berbeda dengan wawancara terstruktur, isi yang tertulis pada pedoman wawancara semi-terstruktur hanya berisi topik pembicaraan saja yang mengacu pada satu tema sentral yang telah ditetapkan dan disesuaikan dengan tujuan penelitian. Peneliti bebas berimprovisasi dalam mengajukan pertanyaan yang sesuai dengan situasi dan alamiah yang terjadi asalkan tetap pada topik-topik yang telah ditentukan. Sedangkan, observasi pemeran serta sebagai pengamat, peneliti tidak sepenuhnya menjadi anggota kelompok atau subjek yang diamati, tetapi masih dapat melakukan fungsi pengamatan dan hal-hal rahasia masih dapat diketahui.

Teknik analisis data yang digunakan dikelompokkan sebagai berikut (Yin, 2012) : (1) Membuat tema yang berhubungan dengan penelitian. (2) Pengelompokkan hasil-hasil wawancara ke dalam tema-tema atau kategori yang telah dibuat. (4) Menyusun tema-tema atau kategori-kategori berdasarkan rentang waktu atau kronologi. (5) Melakukan penjadohan pola. Yakni membandingkan pola yang dianalisis pada pembahasan dalam tinjauan pustaka yang sudah dikelompokkan menjadi kategori dan tema dengan pola dari hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Terdapat kesamaan dan perbedaan antara subjek penelitian dengan hasil wawancara dengan analisis tinjauan pustaka yang disusun menggunakan teknik penjadohan pola, dapat dilihat di tabel 2.

Dari Tabel. 2 dapat dijelaskan bahwa terdapat perbedaan usia antara AC dan CT dengan A ketika merintis menjadi wirausaha, yang ditandai dengan generasi X dengan lambang X besar, sedangkan generasi Y ditandai dengan x kecil. AC memulai usaha sejak umur 17 tahun sejak AC tidak melanjutkan bangku SMA dan bekerja di tempat konveksi. Sedangkan CT, memulai menjadi tukang fotokopi sejak ia berada dibangku kuliah semester pertama di umur 18 tahun. Pada A ia memulai usahanya sejak lulus SMA pada umur 17 tahun.

Tabel 2. Penjadohan Pola

Pola	Generasi X		Generasi Y A
	AC	CT	
Mulai wirausaha - Saat ini	17-45	18-54	17-22
<i>Lost</i>	X	X	X
<i>Survive</i>	X	X	X
<i>Trial & Error</i>	X	X	X
<i>Networking</i>	-	-	X*
Wirausaha	X*	X*	X*

* : Kontribusi IT

X : Intensi

Namun, terdapat kesamaan diantara ketiganya yakni sama-sama sejak remaja memulai usaha. Pada pola kedua yaitu *lost*, terdapat persamaan antara AC dan CT dengan A. Yang membedakan diantara keduanya adalah dimana awal kehidupan Xers mengalami kemiskinan yang mengakibatkan kehilangan rasa kesejahteraan secara sosial. Sedangkan *lost* yang dirasakan oleh A yakni kurangnya perhatian dari orang tua diwaktu kecil yang menyebabkan dorongan bagi subjek untuk menjadi wirausaha kian muncul. Saat kecil subjek tidak tinggal dengan orang tuanya, subjek mengalami pengasuhan ganda dari orang tua dan bude nya yang memiliki pola asuh dan sikap yang berbeda dalam mendidik subjek. Terlebih saat adiknya lahir, subjek merasa tersingkirkan.

Terdapat rasa penyesalan dan bersalah pada diri subjek saat bude yang mengurusnya sejak kecil meninggal dunia. Hal tersebut juga memengaruhi kedekatan subjek dengan ayahnya yang tidak terlalu intim. *Lost* yang dirasakan AC dan CT lebih besar yang ditandai dengan lambang X besar dibandingkan dengan *Lost* yang dirasakan Subjek A yang ditandai dengan x kecil.

Baik AC dan CT maupun A sama-sama berjuang untuk mengatasi rasa kehilangan dalam diri. AC berjuang untuk keluar dari lingkaran kemiskinan dengan pergi meninggalkan rumah untuk mencari pekerjaan sebagai tukang cuci mobil dan bekerja di perusahaan konveksi sebelum akhirnya memiliki perusahaan dengan banyak cabang. Sedangkan CT, untuk membiayai kuliahnya sendiri ia menjalani profesi sebagai tukang fotokopi dan menjual alat-alat kedokteran gigi dikampusnya.

Tidak berbeda jauh dengan A, subjek belajar dengan keras untuk membuktikan kepada orang tuanya bahwa subjek dapat sukses sebelum lulus kuliah dan tidak putus asa ketika usahanya untuk

berbisnis dibidang IT tidak membuahkan hasil. Untuk menjadi seorang wirausaha terdapat persamaan antara AC dan CT dengan A yakni *trial* dan *error*.

Pada generasi X, proses tersebut dilalui dengan perjalanan panjang dan kegagalan yang bertubi-tubi. Diawali saat AC menjadi tukang cuci mobil dan sakit karena ke-lelahan. Setelah itu berhenti dan AC melanjutkan bekerja disalah satu konveksi ternama dikotanya menjadi karyawan serabutan sampai akhirnya AC menikah dan mendirikan konveksi sendiri.

Saat mendirikan konveksi sendiri AC seringkali ditolak oleh beberapa *supplier* dan dipandang rendah namun AC terus mencoba walau hasilnya seringkali gagal. Serupa dengan AC, CT pun berganti usaha beberapa kali. Diawali dari tukang fotokopi kemudian menjual alat-alat kedokteran, menjual mobil bekas dan mencoba mendirikan pabrik sepatu yang sempat bangkrut namun karena kegigihan CT pabrik tersebut dapat dijalankan kembali.

Untuk A, pengalaman *trial* dan *error* tetap ada, subjek memulai proses *trial* dan *error* saat lulus SMA dengan menjadi *reseller* tantenya, kemudian mencari *supplier* sendiri untuk mendapatkan harga yang lebih murah dan mulai mempunyai *reseller*. Subjek lalu berpindah rumah sehingga terpaksa untuk berhenti berjualan. Saat kuliah subjek memulai belajar ilmu bisnis dengan masuk kesebuah komunitas entrepreneur dikampusnya dan mendirikan komunitas sendiri. Subjekpun sempat magang disebuah perusahaan investor menjadi bisnis analis.

Setelah itu subjek berbisnis tas namun gagal ditengah jalan dan mulai berbisnis dibidang IT dengan seorang teman. Namun, usaha yang dilalui untuk mengumpulkan modal tidaklah mudah, subjek gagal mendapat investor dan memenangkan lomba untuk mendanai bisnisnya. Kemudian subjek beralih bisnis

dengan membuka sebuah kafe. Ditengah-tengah pengelolaan kafe, terdapat permasalahan dalam keluarga maupun masalah *intern*. Untuk menghadapi permasalahan tersebut, seringkali subjek *curhat* keorang lain atau mengingat tujuan awal subjek mendirikan kafe tersebut. Dari kedua generasi tersebut terdapat perbedaan dalam proses ini yaitu waktu yang dilalui relatif lebih cepat dibandingkan dengan generasi X yang memakan waktu lebih lama. Dalam hal ini kedua generasi dilambangkan dengan X besar karena tetap melalui proses *trial-error*.

Hal-hal yang memengaruhi proses *trial-error* generasi X dengan generasi Y adalah karena adanya pengaruh IT yang berbeda diantara kedua generasi tersebut. Pada zaman Xers, perkembangan teknologi belum sedemikian pesat seperti saat ini. AC perlu menyewa *mini truck* untuk menawarkan produknya ke *customer* atau ditolak dari satu *supplier* ke *supplier* lainnya. Namun, pada subjek penelitian untuk menawarkan produknya subjek memulainya dengan menjadi *reseller* dan berdagang melalui sosial media seperti BBM dan Toko Bagus.

Melalui internet subjek dapat mempunyai *reseller* dan memiliki pendapatan yang cukup besar hingga akhirnya mendapat *supplier*. Kontribusi IT sangatlah berpengaruh pada proses individu menjadi wirausaha.

Kesadaran generasi Y akan hadirnya teknologi informasi seperti internet menambah keuntungan bagi mereka untuk berwirausaha. Sehingga jika generasi X membutuhkan waktu bertahun-tahun untuk mempunyai bisnis sendiri maka A tidak membutuhkan waktu yang lama untuk mendirikan kafe hingga mempunyai tiga cabang seperti saat ini yaitu dalam waktu kurang lebih satu tahun saja. Subjek menggunakan *twitter* dan *instagram* untuk memperkenalkan kafanya ke masyarakat.

Pada pola yang kelima yakni wirausaha, setelah melalui berbagai macam

transformasi dari waktu ke waktu AC dan CT kini sudah benar-benar menjadi wirausahawan atau *entrepreneur* dengan memiliki *company* yang menaungi banyak anak perusahaan. Hal tersebut dilihat dari waktu yang telah dilalui generasi X yang sudah lebih dari 25 tahun sedangkan A masih kurang dari 3 tahun. Terdapat pula kesamaan diantara AC, CT dan Y yakni adanya kontribusi IT dalam pengembangan bisnis mereka.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa: fenomena yang terjadi pada wirausaha muda di penelitian ini adalah karena adanya aspirasi (cita-cita diwaktu kecil), ciri-ciri psikologis (*ambisius*, *targeting*, *systematis*, *competitive*, *curiosity*, tidak mudah putus asa, berusaha, kerja keras dan berjiwa pemimpin) dan adanya kontribusi IT didalamnya (Mengikuti perkembangan zaman, berjualan secara *online*).

Alasan mengapa wirausaha muda melakukan perilaku berwirausaha adalah karena adanya *lost* diantaranya adalah masa lalu subjek yang tidak tinggal bersama orang tuanya sehingga subjek mengalami pengasuhan ganda. Setelah itu muncul dorongan untuk membahagiakan orang tua, bermanfaat untuk sosial dan ingin mempunyai waktu yang lebih fleksibel sehingga dapat mengurus keluarga dengan baik. Hingga kemudian subjek menjadi wirausaha dengan membuka kafe dan mendapatkan dukungan dari keluarga.

Saran

Bagi peneliti yang akan mengadakan penelitian dengan topik serupa diharapkan dapat mengembangkan penelitian yang sudah dilakukan, dengan memperbanyak dan memperluas sumber penelitian dari berbagai generasi dan latar belakang sosial sehingga dapat memper-

kaya khasanah teori *entrepreneurship* yang dilihat dari segi psikologis.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, C. & Sularto, L. (2011). Intensi Kewirausahaan Mahasiswa: Studi Perbandingan Antara Fakultas Ekonomi dan Fakultas Ilmu Komputer. *PESAT*, 4: Universitas Gunadarma
- Andika, M. & Madjid, I. (2012). Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Efikasi Diri Terhadap Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala. *Eco-Entrepreneurship seminar & call of paper*: Universitas Negeri Semarang.
- Basuki, H. (2006). *Penelitian kualitatif untuk ilmu-ilmu kemanusiaan dan budaya*. Jakarta : Gunadarma.
- Hendro. (2011). *Dasar-dasar kewirausahaan*. Jakarta : Erlangga
- Intisari, seri biografi. (2003). *Kisah sukses pebisnis dunia*. Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta
- Jhonson, S.A. (2005). Generational diversity: Teaching and learning approaches. *Nurse educator*, 30(5), 212-216
- Mohammad, Y. (2015). Data BPS: Pengangguran di Indonesia 7,56 juta orang. <https://beritagar.id/artikel/berita/data-bps-pengangguran-di-indonesia-756-juta-orang>. Diakses pada tanggal 20 Februari 2016
- Palfrey, J & Gasser, USR. (2008). *Born Digital: Understanding the first generation of digital natives*. New York: Basic Books
- Raco, J.R & Tanod, R.R.H.M . (2012). Metode fenomenologi aplikasi pada entrepreneurship. Jakarta: Grasindo
- Ritter, N. (2014). Multiple Generations in Today's Workplace. *Best Integrated Writing*, 1(1), 13.
- Roswati, S. (2015). Pengangguran Meningkat 5 Tahun Mendatang. <http://www.tempokini.com/2015/01/5762/>. Diakses pada tanggal 21 April 2015
- Sasongko, A. (2015). Jumlah Pengusaha Indonesia Hanya 1,65 Persen. <http://www.republika.co.id/berita/nasional/umum/15/03/12/nl3i58-jumlah-pengusaha-indonesia-hanya-165-persen>. Diakses pada tanggal 21 April 2015
- Sugembong dan Sudarmoyo. (2007). Fenomena gen x dan tantangannya ditempat kerja. *Proceeding simposium nasional IATMI* : UPN Veteran Yogyakarta
- Yin, K.R. (2012). *Studi kasus : Desain dan metode*. Jakarta: Rajawali Press.