

WOMENPRENEUR, PERANAN DAN KENDALANYA DALAM KEGIATAN DUNIA USAHA

Tyahya Whisnu Hendratni

Fakultas Ekonomi Universitas Pancasila

E-mail: tyahyawhisnu@yahoo.com

Ermalina

STIE Ahmad Dahlan Jakarta

E-mail: ermalina2000@gmail.com

Abstract

None of the womenpreneurs who later successful because legacy. They all debuted at the top of the business due to sweating, climbing from below. They became rich because of the creative, patient, persistent, and loyal to undergo entrepreneurial process. Number of women entrepreneurs in Indonesia is still minimal namely 0,1% of the total population. The potential for Indonesian women to take part of business sector or business large enough. Moreover, the female population reaches 49% of the total population of Indonesia. The majority of Indonesia women entrepreneurs engaged in levels of Micro Small Medium Enterprises (SMEs), most small moves in the middle to upper level. Although the numbers are still small, women are even more resilient SMEs and proved largely survived the 1998 crisis when the storm hit and 2009.

Kata Kunci: Kewirausahaan, Watak Pengusaha, UMKM

PENDAHULUAN

Angka pengangguran di Indonesia terutama dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan penurunan. Namun, penurunan angka pengangguran itu menunjukkan adanya perlambatan. Ini sekaligus mengisyaratkan bahwa kesempatan kerja menuju ke titik jenuh. Maka, untuk mengatasi perlambatan itu, diperlukan upaya, antara lain dengan mendorong kewirausahaan. Dalam kenyataannya, dari jumlah 39,72 juta kegiatan usaha yang tercatat, sekitar 99,9% merupakan kegiatan usaha yang biasa disebut dengan "usaha mikro, kecil, dan menengah" (UMKM). Lebih jauh, data BPS tahun 2004 mencatat sebesar 46% dari keseluruhan pelaku usaha kecil-mikro adalah kaum perempuan. Namun angka tersebut diyakini bisa lebih besar, karena banyak

perempuan pelaku pengusaha mikro yang tidak terdaftar.

Pada tingkat masyarakat, ada sejumlah faktor yang menghadapkan individu pada kompleksitas dan ketidakpastian yang lebih besar. Yaitu menghilangkan batas-batas negara, dorongan bagi belanja publik, swastanisasi, deregulasi, terciptanya "pasar" dalam pelayanan publik, jasa *outsourcing*, kegiatan bisnis yang semakin melibatkan kemitraan pemerintah, bentuk baru tatakelola yang melibatkan organisasi non-pemerintah, penerapan metode bisnis yang semakin luas dalam semua bidang kehidupan, diberlakukannya standarisasi dan tolok ukur, dampak yang semakin besar dari kelompok penekan dalam masyarakat, legitimasi berbagai aktivitas yang sebelumnya dianggap menyimpang, meredupnya peranan agama, semakin besarnya

kepedulian terhadap lingkungan, semakin besarnya pengaruh hak-hak perempuan dan kelompok etnis, serta bertambahnya kecenderungan untuk menyelesaikan masalah melalui pengadilan.

Situasi yang semakin kompleks dan tidak pasti juga terjadi pada tingkat organisasi sebagai akibat dari adanya perampingan, penyederhanaan, desentralisasi, perekrutan ulang, penerapan sistem sub-kontrak, kerjasama dalam pembelian dan aliansi strategis, mobilitas modal, *outsourcing* internasional, pembentukan anak-anak perusahaan, dampak perangkat lunak terhadap manajemen di dunia maya, penggabungan atau aliansi dan rasionalisasi perusahaan secara global, tuntutan terhadap fleksibilitas dalam tenaga kerja serta mobilitas personil, serta berkembangnya usaha kecil profesional berkerah putih yang terkait dengan meningkatnya dominasi pengetahuan sebagai basis perusahaan dibandingkan dengan aset fisik.

Mengembangkan bakat alamiah manusia dalam kewirausahaan adalah sarana ampuh bagi pembangunan ekonomi. Perusahaan-perusahaan kecil dan menengah menyerap banyak sekali tenaga kerja di kebanyakan negara, baik yang maju maupun yang belum. Mendukung dunia usaha dengan berbagai asosiasi bisnis yang baik dapat memperkuat reformasi penyesuaian struktural, yang merupakan bagian dari arus desentralisasi yang sedang berlangsung di seluruh dunia, yang dilandasi kepercayaan bahwa pengembangan perusahaan swasta merupakan kunci bagi pertumbuhan ekonomi.

Penerapan gagasan agar kaum perempuan diberi kebebasan seluas-luasnya untuk menentukan sendiri peranan sudah berlangsung lama, dan dipercaya akan memberi manfaat kepada semua pihak. Dapat dibayangkan, mendayagunakan potensi dari separuh secara kuantitatif jumlah umat manusia, sudah tentu akan sangat besar pengaruhnya pada kehidupan. Hari ini kita melihat upaya pemberdayaan perempuan berlangsung di segala sektor kehidupan, dengan tingkat keberhasilan

yang bervariasi. Secara formal dan politis, peranan dan fungsi sosial kaum perempuan di Indonesia memang sudah tidak lagi mengikuti pola yang bias gender tersebut, namun dalam praktiknya ada banyak sekali hambatan yang harus ditanggulangi.

Hambatan utama bersumber pada kenyataan bahwa kaum lelaki masih mendominasi dan mendikte warna-warni kehidupan masyarakat yang menganggap kaum perempuan sebagai "manusia nomor dua. Setelah gerakan "pembebasan perempuan" berlangsung sekian lama dan telah banyak sektor kehidupan di mana mereka sudah dengan bebas bekerja dan bersaing dengan kaum lelaki, dapat disebutkan kewirausahaan (*entrepreneurship*) sebagai salah satu yang terpenting. Kongkritnya, sudah sangat banyak kaum perempuan yang menjadi pengusahadari sejak tingkat mikro, kecil, menengah, dan besar—dengan maksud untuk membantu suami mencukupi kebutuhan ekonomi keluarga, atau justru menjadi sumber utama jika usahanya cukup besar dan maju. Tampaknya hal ini terjadi karena pemenuhan kebutuhan ekonomi adalah yang paling mendasar, mendesak, dan tidak ada yang bersedia "mewakili" orang lain sebagaimana dalam bidang politik, misalnya.

Dengan demikian, siapa saja yang merasakan tekanan dari kebutuhan tersebut dan merasa bisa melakukan sesuatu dalam usaha memenuhi kebutuhan tersebut, maka akan jadilah ia seorang "pengusaha". Karena semua orang harus dapat memenuhi kebutuhannya sendiri, maka semua orang juga berhak untuk menjadi pengusaha, yang memang tidak menuntut persyaratan apapun selain kemauan dan kreativitas.

Kekuatan yang dibawa kaum perempuan ke dalam pasar global terdiri dari berbagai aspek. Sejumlah besar penelitian yang telah dilakukan mencoba menjelaskan betapa perempuan menempati pusat hubungan yang mencakup keluarga, komunitas serta bisnis. Dengan kata lain, ketika seorang perempuan memulai membuka usaha, dalam pikirannya ia tidak sedang menciptakan sebuah entitas ekonomi

yang terpisah. Melainkan, ia sedang "mengintegrasikan" sebuah sistem hubungan global baru yang terkait dengan bisnis, dengan membawa kekuatan intuisi, insting, sensitivitas serta nilai-nilai serentak.

Penelitian yang dilakukan oleh Moore dan Buttner (1997), Helgesen (1990, 1995) dan OCED (1998) menunjukkan bahwa pasar global menyambut baik berbagai karakteristik yang dibawa oleh kaum perempuan pengusaha ke arena perdagangan internasional. Karakteristik tersebut termasuk kemampuan kaum perempuan dalam membangun dan memelihara hubungan serta jaringan dalam jangka panjang. Kemampuan komunikasi mereka yang efektif, sensitivitas mereka terhadap perbedaan budaya serta dalam berperilaku yang tepat, kemampuan berorganisasi, serta perilaku yang tidak mengancam dan tidak agresif. Berikut ini adalah karakteristik perempuan pengusaha: (Jalber, 2007)

1. Kecenderungan untuk berani mengambil resiko
2. Tidak kenal lelah
3. Motivasi pribadi yang tinggi
4. Menikah dan merupakan anak pertama
5. Dari ayah yang juga wiraswasta
6. Memahami kondisi sosial setempat
7. Mampu secara keuangan
8. Pandai bergaul
9. Trampil mengelola usaha

Dalam berbagai survei yang dilakukan di seluruh dunia, kaum perempuan senantiasa menyatakan bahwa mereka membutuhkan asosiasi bisnis khusus perempuan dan akan aktif di dalamnya. Asosiasi bisnis dapat memainkan peranan yang sangat penting dengan memberikan akses terhadap:

1. Kepemimpinan
2. Teknologi
3. Latihan perdagangan internasional

4. Identifikasi pasar
5. Informasi, kecenderungan dan ceruk-ceruk (*niches*) industri
6. Kontak-kontak untuk sumber kredit
7. Pengarahan, konsultasi dan saran-saran
8. Peningkatan keterampilan dan produksi, manajemen dan pemasaran
9. Advokasi serta tekanan legislatif

Kehadiran usaha mikro yang dikelola kaum perempuan merupakan bentuk mekanisme bertahan masyarakat miskin. Secara kultural, perempuan bukan makhluk produktif, tetapi karena kemiskinannya mereka terpaksa harus ikut melakukan kegiatan produktif yang secara kultural menjadi kewajiban kaum lelaki. Oleh karena itu upaya perempuan dalam mengembangkan usahanya tidak hanya berurusan dengan masalah teknis kemampuan berbisnis, tetapi juga berkaitan dengan masalah hubungan antara perempuan dan lelaki yang timpang dan dominatif. Kontribusi kaum perempuan pelaku usaha mikro sebagai penyangga perekonomian keluarga, masyarakat bahkan negara pada masa krisis moneter tahun 1998 yang lalu menjadi bukti yang tak bisa dipungkiri.

Maraknya perempuan masuk dalam ranah usaha kecil-mikro tidak terlepas dari situasi makro Indonesia. Secara makro, kebijakan industrialisasi di Indonesia cenderung untuk membangun industri skala besar yang padat modal dengan mengandalkan teknologi tinggi, sehingga hanya sebagian kecil rakyat yang mempunyai keterampilan yang terserap di dalamnya. Akibat yang terjadi adalah bahwa industrialisasi telah "meminggirkan" kelompok masyarakat tertentu ke usaha mikro yang berada di pedesaan, yang dilakukan kebanyakan perempuan. Keadaan itu berkembang sedemikian rupa sehingga usaha kecil mikro menjadi satu-satunya pilihan bagi kaum perempuan, apalagi bagi perempuan miskin yang memang tidak memiliki akses terhadap sumber daya lain.

Berbagai karakteristik yang terungkap dalam penelitian mengenai kaum perempuan pengusaha menunjukkan bahwa seorang perempuan yang memiliki motivasi tinggi, yang bertindak dan bekerja tanpa pengarahan memiliki suatu kemampuan kontrol internal yang tinggi serta kecenderungan untuk berhasil. Pengambilan keputusan yang dibuat kaum perempuan menunjukkan adanya proses personal dan subyektif yang tinggi. Berbagai studi mengungkapkan bahwa terdapat serangkaian karakteristik individual yang umumnya melekat pada para perempuan pengusaha, yang dapat mendorong kreativitas mereka serta menumbuhkan gagasan dan cara baru dalam berusaha.

PERANAN PEREMPUAN DAN KEGIATAN PEREKONOMIAN

Jumlah pengusaha wanita di Indonesia masih minim yakni 0,1% dari total penduduk. Tidak satupun para *womenpreneurs* yang kemudian sukses tersebut karena warisan. Mereka semua berjaya di puncak usaha karena berkerenget, meniti dari bawah. Mereka menjadi kaya lantaran kreatif, telaten, pantang menyerah dan setia menjalani *entrepreneurial process*. Seperti halnya di negara-negara berkembang lainnya, perkembangan *womenpreneurs* Indonesia sangat berpotensi sebagai motor utama proses pemberdayaan wanita dan transformasi sosial, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap tingkat perekonomian negara.

Bila diperhatikan, keterlibatan perempuan dalam kegiatan ekonomi seringkali dianggap "tidak bekerja". Hal itu terjadi bukan saja karena UU. No. 1/1974 tentang Perkawinan, menempatkan perempuan sebagai "pencari nafkah tambahan", namun memang pada kenyataannya peranan yang dipegang perempuan di pedesaan dalam pengelolaan sumber daya ekonomi sebagian besar merupakan perpanjangan dari kerja-kerja domestik yang dianggap sebagai "kerja non-produktif".

Seperti halnya di negara-negara berkembang lainnya, perkembangan *womenpreneurs* Indonesia sangat berpotensi sebagai motor utama proses pemberdayaan wanita dan transformasi sosial, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap tingkat perekonomian negara. Apalagi Indonesia ikut meratifikasi program PBB dalam mencapai Tujuan-tujuan Pembangunan Milenium (*Millenium Development Goals/MDGs*), yang dua diantaranya adalah pemberdayaan wanita dan mengurangi kemiskinan pada tahun 2015.

Bila dilihat dari sisi lokasi dan jenis usaha, maka umumnya jenis dan lokasi usaha yang selama ini dilakukan perempuan memiliki beberapa ciri:

1. Bidang keahlian perempuan yang sudah dianggap sebagai "kebiasaan", seperti memasak, mencuci, menyetraka dan menjahit. Contoh : usaha catering
2. Jenis usaha yang ketika memulai tidak memerlukan persediaan modal besar.
3. Jenis usaha dimana proses transaksi dan produksinya berada dekat dengan jenis pekerjaan domestiknya. Dengan demikian, terkadang pekerjaan dilakukan sambil mengerjakan tugas-tugas rumah tangga.
4. Proses produksi usahanya tidak kompleks, tidak memerlukan alat berat yang mahal, serta tidak membutuhkan teknologi tinggi.
5. Pengelolaan keuntungan dari hasil usaha, biasanya digunakan untuk membiayai kehidupan sehari-hari.

Kaum perempuan memiliki kesempatan yang lebih kecil untuk mendapat pendidikan, melakukan perjalanan serta bersentuhan dengan media, dibandingkan dengan kaum lelaki. Akibatnya, kebanyakan perempuan pengusaha yang miskin tidak mengetahui bahwa ada pembeli yang mungkin lebih mempertimbangkan kualitas, kegunaan, serta gaya. Oleh karena itu, mereka seringkali tidak berpikir untuk menunjukkan produk-produknya kepada kelas menengah atau, apalagi, yang lebih tinggi yang ada di pasar.

Peranan khas gender juga cenderung untuk menjauhkan kaum perempuan dari informasi tentang teknologi, serta kesempatan untuk mempelajari ketrampilan yang diperlukan, yang biasanya adalah teknologi yang sangat sederhana, yang dapat membantu meningkatkan produktivitas dan profitabilitas usaha mereka secara signifikan. Proyek pengolahan ikan di Vietnam tersebut melatih perempuan untuk menggunakan alat peng-giling ikan yang sangat sederhana, yang sudah tersedia dengan harga terjangkau bagi semua keluarga. Proyek tersebut menemukan bahwa pelatihan tidak hanya membuat perempuan mampu mempergunakan teknologi tersebut, tetapi bahkan mendorong beberapa di antara mereka untuk berani menguji-coba sendiri bentuk-bentuk mekanisasi yang lain.

Dalam bentuk usaha yang disebut banyak pakar sebagai "subsisten" tersebut, ada juga sejumlah problem teknis usaha yang bersifat struktural yang ikut "mengepung" perempuan dalam pekerjaannya. Upaya penyelesaian persoalan perempuan di tingkat akar rumput tidak bisa dilakukan secara parsial. Artinya, mendahulukan penyelesaian dari sisi teknis-usaha semata tidak akan menyelesaikan persoalan. Semua upaya perlu ditunjang dengan mengakomodasi problem ketidak-adilan dan ketidaksetaraan relasi gender, baik yang berada di ranah domestik (antara istri-suami atau keluarga) maupun di ranah publik, seperti perilaku monopsoni dan monopoli yang diciptakan pemodal besar. Idealnya, problematika tersebut diselesaikan secara holistik dengan perencanaan yang sistematis yang bisa dilakukan secara gradual, menurut kondisi dan situasi di lapangan.

Yang dimaksud dengan strategi "holistik" ialah penanganan yang dapat mengatasi masalah di dua ranah sekaligus, yaitu masalah usaha dan masalah "ketidak-adilan gender" secara simultan. Salah satu contohnya adalah dalam pembentukan lembaga keuangan mikro (LKM) untuk menyediakan modal bagi kaum perempuan. Dalam hal ini, LKM yang didirikan sebaiknya mengakomodasi masalah "ketidak-adilan gender" yang diderita perempuan

pengusaha mikro. Di antaranya, *pertama*, faktor lokasi LKM selayaknya dekat dengan lingkungan kehidupan usaha kaum perempuan. Hal ini perlu karena perempuan pengusaha mikro seringkali terbatas oleh mobilitas fisik dan kultur komunitasnya.

Kedua, LKM harus meniadakan mekanisme lembaga keuangan formal (perbankan), seperti peraturan "izin suami", sebagai implikasi dari UU. No. 1/1974 tentang Perkawinan, yang memberatkan perempuan pengusaha mikro bila ingin mengajukan kredit pinjaman. Selain peniadaan peraturan "izin suami", LKM juga harus mengakomodasi hal-hal yang ditolak oleh kalangan perbankan, seperti pinjaman yang terlalu kecil, standar pembukuan yang sederhana, serta peniadaan kolateral (jaminan kredit) bagi peminjam.

Ketiga, LKM selayaknya mempunyai layanan kredit yang dikhususkan sebagai strategi *affirmative action* bagi perempuan pengusaha mikro. Contohnya, kredit pinjaman harus dibagi dua skim, yaitu kredit untuk "usaha" yang dikenai bunga, dan kredit untuk "kebutuhan perempuan" yang tanpa bunga, atau berbunga kecil. Yang termasuk di dalam pinjaman untuk kebutuhan perempuan ialah pendidikan bagi perempuan, kesehatan (khususnya biaya melahirkan), pemilikan aset produktif, bahkan sampai biaya perceraian yang cukup besar.

Keempat, LKM selayaknya juga punya fungsi "pemberdayaan" perempuan akan hak-haknya. Maka peningkatan *capacity building* (penguatan kapabilitas) perempuan pengusaha mikro sebagai pengakses modal perlu terus ditingkatkan. Contoh di atas adalah baru dalam hal mengatasi masalah dalam aspek per-modal. Demikian pula, untuk mengatasi masalah dalam aspek-aspek lainnya, kita harus selalu mempertimbangkan masalah "ketidak-adilan gender" kaum perempuan seperti yang telah disebutkan di atas.

Ada banyak penyebab mengapa terjadi pertumbuhan yang cepat dalam hal jumlah perempuan yang menjadi pengusaha. Pertama-

tama, pada umumnya kaum perempuan sudah lebih berpendidikan daripada keadaan beberapa dasawarsa lalu. Menurut Departemen Perdagangan Amerika Serikat, pada tahun 1970 hanya 8% perempuan yang lulus dari perguruan tinggi, dibandingkan dengan 14% lelaki. Pada tahun 1990, angka itu meningkat menjadi 17,6% (dibandingkan) dengan 23% lelaki). Perkembangan kepesertaan pendidikan kaum perempuan meningkat 4,8% sedangkan lelaki naik hanya 2,8%.

Di samping lebih siap, kaum perempuan juga menunda perkawinan dan pengasuhan anak agar dapat bekerja. Sebuah kecenderungan yang dimulai tahun 1970-an. Persentase kaum perempuan berusia 20 sampai 29 tahun yang belum menikah, rata-rata naik 11,4% antara tahun 1980 dan 1990. Hal ini mendorong meningkatnya produktivitas yang sekarang kita rasakan manfaatnya.

Dampak dari kedua kecenderungan sosial tersebut adalah meningkatnya pengaruh kaum perempuan dalam dunia usaha, terutama usaha kecil. Bagi banyak perempuan, memiliki sebuah usaha dan membuat jadwal kerja sendiri menjadi cara bagi mereka untuk mendinginkan ketegangan antara kewajiban pribadi dan tuntutan kariernya. Antara tahun 1987 sampai 1996, jumlah usaha yang dimiliki kaum perempuan naik sebesar 78%. Menurut *National Foundation of Women Business Owners*, pertumbuhan usaha milik kaum perempuan ini dua kali lebih cepat dibandingkan milik kaum lelaki. Sebagai hasil dari produktivitas dan aktivitas yang luar biasa ini, perusahaan-perusahaan milik perempuan tersebut sekarang mempekerjakan lebih banyak orang dibandingkan dengan 500 perusahaan terbaik yang setiap tahun dipilih oleh majalah *Fortune*.

HAMBATAN-HAMBATAN

Hambatan yang dihadapi oleh perempuan pengusaha sudah sangat dikenal dan kebanyakan dari mereka pernah mengalami

paling tidak salah satu dari hambatan di bawah ini:

1. Akses ke permodalan

- Akses ke permodalan sejak dahulu sudah dikatakan sebagai hambatan utama kaum perempuan untuk berusaha.
- Kaum perempuan cenderung memasuki bisnis pada sektor jasa, yang pertumbuhannya lambat, memiliki risiko tinggi (seperti bisnis eceran atau warung makan dan penginapan), atau jenis-jenis pada pokoknya sulit untuk dimodali.

2. Akses ke pasar

- Memahami potensi pasar serta mengidentifikasi pelanggan maupun penyedia barang adalah pekerjaan yang sulit bagi perusahaan mikro dan kecil.
- Partisipasi kaum perempuan dalam berbagai misi perdagangan yang didukung pemerintah biasanya sedikit sekali.

3. Akses ke informasi

- Mengingat bahwa perusahaan yang dimiliki kaum perempuan umumnya kecil, maka sulitlah bagi mereka untuk mengakses informasi yang mereka perlukan untuk mengembangkan diri, mempelajari berbagai program alternatif yang tersedia, atau untuk mencari pasar alternatif.
- Walaupun teknologi dimanfaatkan untuk membantu menyampaikan informasi kepada kaum perempuan pengusaha, namun tidak semua orang memiliki akses terhadap teknologi tersebut.

4. Akses ke pelatihan

- Dalam banyak kasus, akses kaum perempuan terhadap pelatihan yang akan membantu mengembangkan keahlian usaha mereka terbatas atau sulit diperoleh.

- b. Belajar mengelola keuangan, hubungan dengan orang lain serta bisnis pada umumnya dapat membantu mengurangi risiko bagi para pengusaha baru atau yang belum berpengalaman.
5. Akses ke, serta pengaruh kepada pembuat kebijakan
 - a. Tidak diragukan lagi bahwa kaum perempuan memiliki pendekatan yang berbeda dalam masalah kebijakan.
 - b. Dengan mempersatukan kaum perempuan pengusaha, asosiasi bisnis dapat merancang dan melakukan lobi-lobi yang berorientasi pada tindakan yang dapat mempengaruhi kebijakan publik, serta membantu mengubah praktek-praktek tradisional yang diskriminatif.

TANTANGAN

Apabila kita sungguh-sungguh peduli dengan pendidikan kewirausahaan dan ingin memasukkannya ke dalam kurikulum, ada sejumlah masalah penting yang harus diatasi termasuk tujuan dan hasilnya, kebutuhan siswa yang berbeda-beda, jalan masuk ke kurikulum, dan penilaian serta akreditasi:

Memasukkan kewirausahaan ke dalam kurikulum sekolah atau akademi akan berarti membangun sesuatu di atas apa yang sudah berlaku di lingkungan industri atau komunitas sekolah. Keadaan seperti itu memberikan kesempatan yang baik untuk meninjau kembali tujuan, proses dan hasil yang sudah ditetapkan oleh sekolah-sekolah bersangkutan. Di bawah ini adalah sejumlah pertanyaan yang dapat diajukan serta kemungkinan jawabannya.

Apakah tujuan kurikulum yang dipakai ?

1. Menciptakan kemampuan untuk memulai usaha baru
2. Memberikan pemahaman tentang cara kerja suatu usaha kecil
3. Menanamkan pemahaman tentang "bisnis" secara umum
4. Mengembangkan "perusahaan" pribadi

Di manakah lokasi belajarnya?

1. Sekolah
2. Lembaga penyelenggara kursus
3. Perguruan tinggi
4. Perusahaan

Pelajaran apa yang akan ditawarkan?

1. Program yang berorientasi bisnis
2. Kurikulum yang sepenuhnya akademis untuk semua mata pelajaran
3. Program ekstra kurikuler

Apakah hasil yang diinginkan para peserta?

1. Dapat membuka usaha baru
2. Bekerja pada sebuah organisasi kecil
3. Bekerja di pasar kerja yang fleksibel
4. Pengembangan pribadi

Dalam prakteknya selalu terjadi banyak tumpang tindih di antara berbagai pilihan yang berbeda. Dari segi hasil pendidikan, misalnya, kaum muda ketika memasuki dunia kerja tampaknya akan menjadi bagian dari pasar kerja yang semakin fleksibel. Mereka akan harus mengatur hidup mereka dalam dunia seperti yang diuraikan di atas: kebanyakan dari mereka, tidak semuanya, akan bekerja dalam perusahaan kecil, dan hanya sebagian kecil yang berwirausaha atau mendirikan perusahaan baru. Pilihan-pilihan yang tersedia bermakna penting dalam arti semua itu adalah peringatan bagi kita tentang adanya kemungkinan hasil yang berbeda-beda, dan memungkinkan kita untuk membandingkan antara tujuan dan semua hasil tersebut. Penting untuk dicatat bahwa hasil-hasil tersebut tidak harus berupa bisnis.

Diskusi di atas tentang tujuan, target dan hasil, menjadi sebuah peringatan bagi kita bahwa dalam suatu sistem pendidikan kelompok siswa yang berbeda juga memiliki kebutuhan yang berbeda yang mungkin harus dilayani oleh pendidikan kewirausahaan. Di sekolah menengah, misalnya, ada siswa yang keluar; yang nilainya buruk; yang sangat pandai; yang akan jadi pengangguran; yang akan memasuki perguruan tinggi; mereka yang

karena latar belakang pribadinya, akan menjalankan perusahaan keluarganya; yang cacat atau siswa luar biasa; perempuan; serta kelompok etnis.

Demikian pula, ada kebutuhan yang berbeda pada sekolah dasar, menengah dan perguruan tinggi. Tujuan sekolah dasar tampaknya lebih berkonsentrasi pada pengembangan pribadi, aktivitas sesuai kurikulum dan sosialisasi dengan orang dewasa. Sementara di perguruan tinggi dilakukan upaya yang lebih menjurus kepada tujuan yang bersifat bisnis “sejati.

Di seluruh dunia, kewirausahaan dan pendidikan wirausaha mulai berkembang. Berbagai program dengan judul tersebut muncul dalam sejumlah kurikulum sekolah di India, Malaysia, Kanada, Australia, Rusia dan banyak negara di Eropa Tengah dan Timur; di Amerika Latin, dan seluruh Eropa Barat. Di Amerika Serikat, dalam beberapa dekade telah dilakukan banyak pendekatan inovatif terhadap masalah ini. Siapa pun pengunjung Epcot Center di Disneyland, Florida, akan merasakan aroma yang menyengat ini.

Kurikulum tersebut disusun berdasarkan campuran berbagai tujuan termasuk:

1. Membangkitkan kesadaran ekonomi yang lebih besar di kalangan orang muda dari berbagai usia;
2. Membangun pemahaman yang lebih luas tentang industri, bisnis dan manajemen;
3. Mengembangkan pengetahuan tentang usaha kecil dan sistem manajemennya;
4. Mengenalkan kepada kaum muda konsep pengembangan usaha baru melalui latihan simulasi di sekolah;
5. Mengembangkan ketrampilan yang dapat ditularkan, seperti komunikasi, presentasi, negosiasi, penyelesaian masalah, serta teknologi informasi;
6. Membuka jalan untuk merencanakan karier yang lebih baik;
7. Memberikan pengalaman kerja kepada siswa dan guru; dan

KESIMPULAN

1. Hampir semua negara memiliki semacam organisasi perempuan untuk menyatukan kaum perempuan pengusaha. Pada umumnya mencakup hal-hal seperti:
 - a. Mengangkat kepentingan kaum perempuan pengusaha serta berbagai masalah yang penting bagi mereka.
 - b. Memberi dukungan serta kesempatan bagi anggotanya untuk berjejaring.
 - c. Menyelenggarakan pendidikan, pelatihan, serta pengembangan profesional.
 - d. Menyelenggarakan pendidikan, pelatihan, serta pengembangan profesional.
 - e. Melakukan lobi dan advokasi yang efektif.
 - f. Mempertemukan para pengusaha dan membuka kesempatan usaha.
 - g. Menggalang promosi dan kerjasama nasional dan internasional.
2. Walaupun konsep usaha (*enterprise*) tidak secara tegas mencakup industri, namun dalam manajemen bisnis dan usaha ventura baru serta pengembangan ketrampilan pribadi dan sosial saat ini, muncul kesadaran yang semakin tinggi mengenai kewirausahaan (*entrepreneurship*) sebagai serangkaian ketrampilan yang perlu diajarkan:
3. Kesuksesan usaha tak ada hubungannya dengan umur dan besar kecilnya modal. Tapi buah dari kejelian menangkap peluang, action, keuletan dan motivasi.
4. Perilaku dan Watak Pengusaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Suryana, 2011, *Kewirausahaan*, Salemba Empat, Jakarta
- Alma, B., 2012, *Kewirausahaan*, Alfabeta, Bandung.
- Leonardus, 2009, *Kewirausahaan*, Salemba Empat, Jakarta.
- Majalah *Ide Bisnis*, Edisi 35, April 2013.

Jalber, S.,E., 2007, Tampilnya Perempuan Pengusaha di Seluruh Dunia, *UG Jurnal*, Vol. 8 No. 1 Tahun 2007.

Allan, G., 2007, Mendidik Pengusaha Masa Depan, *UG Jurnal*, Vol. 8 No. 1 Tahun 2007