

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Wirausaha

Kata wirausaha atau “pengusaha” diambil dari bahasa Perancis “*entrepreneur*” yang pada mulanya berarti pemimpin musik atau pertunjukan (Jhingan, 1999: 425). Dalam ekonomi, seorang pengusaha berarti orang yang memiliki kemampuan untuk mendapatkan peluang secara berhasil. Pengusaha bisa jadi seorang yang berpendidikan tinggi, terlatih dan terampil atau mungkin seorang buta huruf yang memiliki keahlian yang tinggi di antara orang-orang yang tidak demikian. Menurut Jhingan pengusaha mempunyai kriteria kualitas sebagai berikut, (1) energik, banyak akal, siap siaga terhadap peluang baru, mampu menyesuaikan diri terhadap kondisi yang berubah dan mau menanggung resiko dalam perubahan dan perkembangan; (2) memperkenalkan perubahan teknologi dan memperbaiki kualitas produknya; (3) mengembangkan skala operasi dan melakukan persekutuan, mengejar dan menginvestasikan kembali labanya. (Jhingan, 1999 : 426)

Ekonom Perancis, J.B. Say, menciptakan kata *entrepreneur* (wirausahawan) sekitar tahun 1800 “ Wirausahawan menggeser sumber daya ekonomi dari bidang produktifitas yang lebih rendah ke bidang yang lebih tinggi dan hasil yang lebih besar” (Armstrong, 2003 :149).

George Gilder dalam *The Spirit of Enterprise*, mengatakan “ Para wirausahawan adalah para inovator yang membangkitkan permintaan.” Mereka adalah pembuat pasar, pencipta modal, pengembang peluang dan penghasilan teknologi baru. Istilah kewirausahaan banyak dijumpai dalam uraian yang merupakan kata dasar wirausaha yang berarti segala sesuatu yang berhubungan dengan kata wirausaha.

Terdapat berbagai macam penggolongan mengenai wirausaha. Winarto (2003), menggolongan dua kategori aktivitas kewirausahaan. Pertama, berwirausaha karena melihat adanya peluang usaha (*entrepreneur activity by opportunity*). Kedua, kewirausahaan karena terpaksa tidak ada alternatif lain untuk ke masa depan kecuali dengan melakukan kegiatan usaha tertentu. Sehingga wirausaha dapat dipandang dari (1) tujuan wirausaha, dan (2) proses berusaha. Dalam proses berusaha apakah keputusan untuk berusaha berjalan lambat atau cepat, dan pada waktu masuk dalam bisnis apakah ia sebagai pendiri, atau mendapat usaha dari proses membeli atau melalui *franchising* atau, (3) konteks industri dan teknologi, (4) struktur kepemilikan, yaitu pemilik tunggal, kongsi, kelompok.

Namun perlu diingat kewirausahaan itu bukan untuk sekedar menghasilkan uang, tetapi menghasilkan sesuatu yang diperlukan masyarakat yaitu gagasan inovatif, semangat untuk memberikan kontribusi positif bagi masyarakat

Seorang wirausaha adalah seseorang yang memiliki visi bisnis atau harapan dan mengubahnya menjadi realita bisnis. Wirausaha adalah seorang pembuat keputusan yang membantu terbentuknya sistem ekonomi perusahaan yang bebas. Sebagian besar pendorong perubahan inovasi, dan kemajuan di perekonomian, sehingga wirausaha adalah orang-orang yang memiliki kemampuan untuk mengambil resiko dan mempercepat pertumbuhan ekonomi.

Wirausaha bukan karena memahami yang ada dalam semua kompleksitasnya, tetapi dengan menciptakan situasi baru yang harus dicoba untuk dipahami oleh orang lain. Para wirausahawan berada di dunia yang terakhir menjadi yang pertama, tempat penawaran menciptakan permintaan, tempat keyakinan mendahului pengetahuan

Kets De Vries (1997 : 268) mengolongkan wirausaha berdasarkan dari lingkungan mereka berasal, yaitu :

- a. Wirausaha *craftsmans*, berasal dari pekerja kasar dengan pengalaman dalam teknologi rendah, mekanik yang *genius* dan mempunyai reputasi dalam industri.
- b. Wirausaha *opportunistic*, berasal dari golongan kelas menengah sampai *Chief Executives*,
- c. Wirausaha dengan bekal pengalaman teknologi, ia memiliki pendidikan formal.
- d. Kewirausahaan ditandai dengan keanekaragaman, yaitu adanya pergantian besar pada masyarakat dan perusahaan yang berterminologi wirausaha.

Sehingga karakteristik khusus wirausaha dapat digolongkan menjadi :

- a. Berorientasi pada tindakan, "Mereka melakukan, membetul kannya, mencoba".

- b. Memiliki kemampuan untuk memvisualisasikan langkah-langkah dari gagasan sampai aktualisasi.
- c. Menjadi pemikir dan pelaku, perencana dan pekerja.
- d. Terlibat, menerapkan langsung
- e. Dapat mentolerir ambiguitas
- f. Menerima resiko tetapi memahami dan mengelolanya
- g. Mengatasi, bukan menghindari, kekeliruan, mereka tidak mengakui mereka di kalahkan.
- h. Memandang diri sendiri sebagai seorang yang bertanggung jawab atas nasib mereka sendiri.
- i. Percaya pada penciptaan pasar untuk gagasan mereka, bukan sekedar menanggapi permintaan pasar yang ada.

Keberhasilan seorang wirausaha untuk mengembangkan bisnisnya tergantung pada kecerdasan, imajinasi, dan kekuatan keinginan individu yang bersangkutan. Sedikit keberuntungan diperlukan, tetapi dapat diargumentasikan bahwa tidak ada keberuntungan mengubah visi menjadi realita lebih berupa kerja keras, di samping imajinasi dan kemampuan yang mampu merubah karir individu menjadi sukses. (Rachbini, 2001 :100)

Kaum *entrepereneur* (wirausaha) sangat besar artinya bagi kemajuan perekonomian, para wirausaha mempunyai katalisator dan menunjang

perkembangan arus investasi sehingga ikut memperkuat pembangunan ekonomi yang tengah berlangsung.

Dalam proses pembentukan wirausaha tersebut memerlukan pengembangan sumber daya manusia, meliputi bagaimana orang melakukan aktifitas wirausaha dalam hal ini distributor MLM, tujuan berwirausaha, proses pengambilan keputusan terjun ke MLM. Di dalam MLM distributor disebut *knowledge walker*, orang-orang ini selalu belajar dan belajar dengan cepat, sehingga dapat bertahan dan maju dalam karirnya.

Pilihan menjadi wirausaha lewat MLM diperlukan kreatif, inovatif keberanian mengambil resiko, mendorong perubahan dalam pengembangan karirnya. (Riyanti D, 2002) Bird memberikan beberapa pendapat yakni pertama, dipandang dari segi energi dan dorongan serta daya fisik yang kuat sehingga ingin berkarir sebagai wirausaha (distributor) MLM. Kedua, wirausaha (distributor), yang memulai pada usia tua, tidak memiliki masa karier yang panjang sebagaimana orang muda, walaupun mungkin lebih cepat berhasil karena faktor pengalaman. (Bird, 1989 : 271)

2.2. Pengertian Karir

Pengertian karir ditafsirkan beragam oleh para ahli sesuai disiplin ilmunya. Menurut Simamora (2001:505) karir adalah “Urutan aktifitas-aktifitas yang berkaitan dengan pekerjaan dan perilaku-perilaku, nilai-nilai, dan aspirasi seseorang

selama rentang hidup orang tersebut”. Perencanaan karir merupakan proses yang disengaja di mana dengan melaluinya seseorang menjadi sadar akan atribut-atribut yang berhubungan dengan karir personal dan serangkaian langkah sepanjang hidup memberikan sumbangan pemenuhan karir.

Pendapat Ekaningrum (2002 : 256). Karir tidak lagi diartikan sebagai adanya penghargaan institusional dengan meningkatkan kedudukan dalam hirarki formal yang sudah ditetapkan dalam organisasi. Dalam paradigma tradisional, pengembangan karir sering dianggap sinonim dengan persiapan untuk mobilitas ke jenjang lebih tinggi, sehingga karir akan mendukung efektifitas individu dan organisasi dalam mencapai tujuannya.

Menurut Dalil S (2002 : 277) “karir merupakan suatu proses yang sengaja diciptakan perusahaan untuk membantu karyawan agar membantu partisipasi ditempat kerja. Sementara itu Glueck (1997 :134) menyatakan karir individual adalah urutan pengalaman yang berkaitan dengan pekerjaan yang dialami seseorang selama masa kerjanya. Sehingga karir individu melibatkan rangkaian pilihan dari berbagai kesempatan, tapi dari sudut pandang organisasi karir merupakan proses regenerasi tugas yang baru.

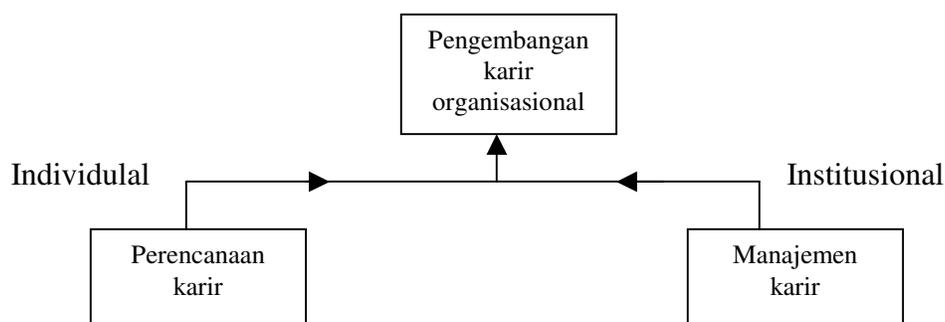
Sedangkan pendapat Ekaningrum (2002:258) karir digunakan untuk menjelaskan orang-orang pada masing-masing peran atau status. Karir adalah semua jabatan (pekerjaan) yang mempunyai tanggung jawab individu.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa karir adalah suatu rangkaian atau pekerjaan yang dicapai seseorang dalam kurun waktu tertentu yang berkaitan dengan sikap, nilai, perilaku dan motivasi dalam individu.

Hal –hal yang mendorong seseorang memilih karir sebagai wirausaha *distributor* MLM, dapat diketahui melalui penilaian kepribadian khususnya pengalaman dan latar belakangnya. Menurut Sumitro (2001 : 271) Pengalaman, seperti yang dapat dilihat dari biografi seseorang, bermanfaat untuk melihat keterampilan, dan kompetensi untuk meningkatkan kewirausahaan, pengembangan nilai-nilai kewirausahaan, dan mendorong untuk mencetuskan ide-ide kewirausahaan.

2.2.1. Pengembangan Karir

Pengembangan karir (*career development*) meliputi manajemen karir (*career management*) dan perencanaan karir (*career planning*). Sebagaimana gambar 2.1 dijelaskan sebagai berikut



Gambar 2.1. Pengembangan karir organisasional

Sumber Simamora, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi 2, cet 3, 2001, h 505

Gambar 2.1 menjelaskan bahwa pengembangan karir organisasional merupakan hasil-hasil yang muncul dari interaksi antara perencanaan karir individu dengan manajemen karir secara institusional.

Pengembangan karir (*career development*) adalah suatu kondisi yang menunjukkan adanya peningkatan jenjang atau status seseorang dalam pekerjaannya. Hal-hal yang mendorong seseorang memilih pengembangan karir sebagai wirausaha, dapat diketahui melalui penilaian kepribadian khususnya pengalaman dan latar belakangnya. Sumitro (2001 : 272) Pengalaman, seperti yang dapat dilihat dari biografi seseorang, bermanfaat untuk melihat keterampilan, dan kompetensi untuk meningkatkan kewirausahaan, pengembangan nilai-nilai kewirausahaan, dan mendorong untuk mencetuskan ide-ide kewirausahaan.

Pilihan pengembangan karir melalui wirausaha sebagai distributor MLM diperlukan kreatif, inovatif. Seorang wirausaha dituntut keberanian mengambil resiko, mendorong perubahan dalam pengembangan karirnya. memberikan beberapa pendapat yakni pertama, dipandang dari segi energi dan dorongan serta daya fisik yang kuat sehingga ingin berkarir sebagai wirausaha (distributor) MLM. Kedua, wirausaha (distributor), yang memulai pada usia tua, tidak memiliki masa karir yang panjang sebagaimana orang muda, walaupun mungkin lebih cepat berhasil karena faktor pengalaman.

2.3. Pengertian *Multi Level Marketing*

Multi Level Marketing (MLM), Menurut Clothier (1996: 33) adalah

“Suatu cara atau metode menjual barang secara langsung kepada pelanggan melalui jaringan yang dikembangkan oleh para distributor lepas yang memperkenalkan para distributor berikutnya; pendapatan yang dihasilkan terdiri dari laba eceran dan laba grosir ditambah dengan pembayaran-pembayaran berdasarkan penjualan total kelompok yang dibentuk oleh sebuah distributor “:

Atau yang dikenal pula dengan nama *Network Marketing* (pemasaran secara jaringan), yaitu pemasaran produk atau jasa oleh seseorang atau sekelompok orang independen yang membentuk jaringan kerja secara bertingkat.

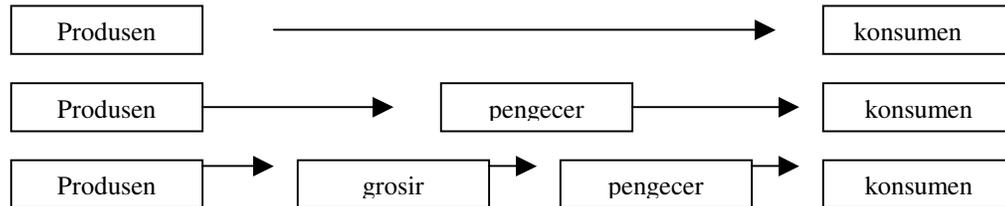
Multi Level Marketing, istilah ini merujuk kepada sebuah sistem bisnis, di mana pemasaran produk atau jasa dilakukan oleh individu (distributor) yang independen (artinya tidak terikat kontrak kerja dengan perusahaan pengelola bisnisnya). Distributor ini lalu membentuk sebuah jaringan kerja untuk memasarkan produk atau jasa. Dari hasil penjualan pribadi dan jaringannya, setiap bulan perusahaan akan memperhitungkan bonus atau komisi sebagai hasil usahanya (Harefa, 1998 a :11) .

MLM merupakan sebuah konsep pemasaran yang lugas dan sering tidak dipahami dengan tepat serta kurang dihargai sebagai sebuah peluang bisnis yang serius (Clothier,1996: 6). Struktur jaringan MLM prinsipnya tidaklah berbeda dengan sistem distribusi barang lainnya. Masing- masing orang dalam jaringan itu membeli barang-barang yang harganya tergantung kepada jumlah yang dibeli dan menerima

suatu persentase harga eceran sebagai labanya. Dalam MLM setiap distributor secara pribadi telah diperkenalkan dengan bisnis ini oleh perusahaannya atau, yang lebih sering terjadi, oleh distributor yang telah ada.

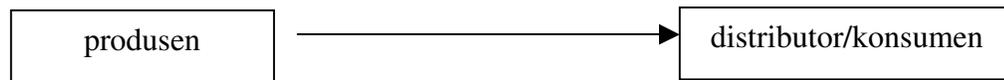
Dalam usaha konvensional, para tenaga penjual lazimnya dipekerjakan sebagai pegawai. Dalam MLM, para distributorlah yang menjadi tenaga-tenaga penjualnya, dan mereka mempekerjakan sendiri.

Gambar 2.2.



Sumber Philip Kotler, 1990, *jilid 2, 175, Manajemen Pemasaran” analisis, perencanaan dan pengendalian”*

Gambar 2.2 menjelaskan beberapa saluran pemasaran dengan berbagai panjangnya. Saluran nol tingkat (disebut pula saluran pemasaran langsung) terdiri seorang produsen yang langsung menjual pada konsumen, saluran satu tingkat yaitu saluran yang melibatkan pengecer baru ke konsumen, saluran dua tingkat yaitu saluran yang melibatkan grosir dan pengecer.



Gambar 2.3 Sistem distribusi MLM

Gambar 2.3. Sistem MLM ini memangkas jalur distribusi dalam penjualan konvensional karena tidak lagi melibatkan grosir, pengecer tetapi langsung kepada distributor yang sekaligus sebagai konsumen. Saluran ini yang dipakai oleh sistem MLM. Penghematan perusahaan MLM boleh jadi juga memungkinkan perusahaan tersebut untuk menggunakan lebih banyak uang guna penelitian dan pengembangan. Oleh karena itu, produk-produk yang terkait biasanya mempunyai mutu unggul. Semua penjualan MLM dilakukan melalui penjualan langsung (*direct selling*).

(Harefa, 1998 a : 4)

Menurut *Direct Sales Agents*, MLM adalah sebuah asosiasi wiraswastaan bebas dalam penjualan langsung dengan tujuan untuk menciptakan “sebuah lembaga yang cukup kuat untuk mewakili kepentingan –kepetingan para anggotanya dalam semua situasi di mana untuk bertindak untuk bertindak sendiri tidak mencukupi. MLM menawarkan peluang untuk membangun bisnis bagi orang biasa yang tidak mempunyai modal dan pengalaman. Dalam perspektip yang lain Mahatir Muhammad menjelaskan “ *MLM is the way to survive in the global market* “ .

(Harefa, 1998 b : 13)

Sekalipun karir sebagai distributor MLM sangat menjanjikan, namun meraih keberhasilan lewat jalur MLM bukanlah hal yang mudah sebagaimana membalik telapak tangan