

**PENGELOMPOKAN WIRAUSAHA BERDASARKAN POTENSI  
KEWIRAUSAHAAN DENGAN MENGGUNAKAN  
CARLAND ENTREPRENEUR INDEX  
(SURVEY PADA PENGUSAHA SANITAER DI KOTA JAMBI)**

**ERWITA DEWI**

**Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jambi**

---

**ABSTRACT**

*This research entitled Entrepreneurship Grouping Based on Entrepreneurial Potential Using Carland Entrepreneur Index (Survey on Entrepreneur Sanitaer in Jambi City). The purpose of this study is to know the grouping of entrepreneurs based on their entrepreneurial potential.*

*This research was conducted by using survey analysis by sending questionnaire to sample company then analyzed by using carland entrepreneurship index. The object of this research is sanitaer company in Jambi city. Aiasan selected sanitaer company because it is one of the businesses that participate in realizing sustainable economic development. Sanitaer Enterprises provide the need for sanitary products, ventilation and devices for building roads and buildings. The production of sanitaer's business is used for the development of other industries, namely Agriculture, property industry and transportation industry. So the existence of sanitaer business has an important role in Inclonesia's economic development.*

*The results of this study indicate that the company sanitaer in Jambi most (73.33%) rnenjalankan business with a relatively small initial capital of under 50 million rupiah. The number of employees who work at sanitaer companies in Jambi city mostly (66.67%) less than 10 employees.*

*Based on the analysis of entrepreneurship potential with Carland Entrepreneurship Index (CEI), sanitaer entrepreneurs in Jambi City can grouped into 2 groups, as many as 3 entrepreneurs enter in micro entrepreneurs with a distinctive feature of looking at businesses as a primary source of family income and providing jobs for their families. While as many as 12 entrepreneurs enter into groups of entrepreneurs (entrepreneurs) with their characteristic pursuit of wealth and appreciation. An entrepreneur will be innovative, but they prefer to improve existing products, services and procedures rather than looking for new approaches.*

***Keywords: Sanitaer Entrepreneur, Entrepreneurship, Carland Entrepreneurship Index (CEI)***

---

**LATAR BELAKANG**

Manfaat pembangunan nasional diharapkan mampu meningkatkan kualitas dan kemandirian setiap lapisan masyarakat. Dalam setiap proses pembangunan nasional selalu diupayakan bahwa setiap lapisan masyarakat mempunyai kontribusi dan distribusi pembangunan yang adil dan merata. Pertemuan APEC di Indonesia pada bulan November 1994 memberikan 4 hasil kesepakatan, yaitu: (1) pengelolaan sumber daya manusia; (2) pembangunan infrastruktur publik dan swasta; (3) peranan usaha

kecil dan menengah; dan (4) keterlibatan yang utuh dari pihak swasta. Kesepakatan ke-3 dari pertemuan APEC ini memuat penjabaran mengenai pentingnya peranan kontribusi usaha kecil dan menengah untuk menopang perekonomian negara dalam liberalisasi perdagangan..

Berlakunya AFTA (Asean Free Trade Area) tahun 2003 dan APEC (Asia Pacific Economic Cooperation) pada tahun 2020 akan berdampak pada masuknya kekuatan ekonomi global ke Indonesia. Menghadapi ini, pemerintah perlu mengambil langkah-langkah nyata untuk memperkuat ketangguhan perekonomian nasional. Salah satu langkah strategis adalah menghidupkan sistem ekonomi rakyat yang bertumpu pada usaha kecil dan menengah.

Berdasarkan hasil penelitian seorang ilmuwan Amerika Serikat (AS), David McClelland, suatu negara dapat dikatakan makmur, minimal harus memiliki jumlah entrepreneur atau wirausahawan sebanyak dua persen dari jumlah populasi penduduknya.

Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Anak Agung Gede Ngurah Puspayoga mengatakan, jumlah wirausaha Indonesia baru mencapai 3,1 persen dari jumlah penduduk. Rasio ini masih lebih rendah dibandingkan dengan negara lain seperti Malaysia 5 persen, China 10 persen, Singapura 7 persen, Jepang 11 persen maupun AS yang 12 persen. "Hal itu yang antara lain membuat rasio wirausaha Indonesia yang pada 2013/2014 lalu masih 1,67 persen kini, berdasarkan data BPS sudah naik menjadi 3,1 persen," kata Menkop UKM Puspayoga, melalui keterangan resmi yang dikutip kumparan ([kumparan.com](http://kumparan.com)), Puspayoga mengakui, rasio wirausaha sebesar 3,1 persen itu masih lebih rendah dibandingkan dengan negara lain. Namun setidaknya sudah diatas batas minimal 2 persen dan itu akan terus berkembang.

(<https://kumparan.com/@kumparanbisnis/jumlah-wirausaha-indonesia-baru-3-1-persen-dari-populasi>)

Berkaitan dengan itu, Pemerintah, melalui Komite Penanggulangan Kemiskinan (KPK) telah membuat nota kesepahaman (memorandum of understanding) dengan Bank Indonesia untuk mendorong perbankan lebih berorientasi pada pengembangan UKM dan usaha mikro tersebut. Tidak kurang Rp 40 triliun akan dikucurkan ke sektor ini (Warta Bisnis, Februari 2003). Ini merupakan jumlah yang tidak sedikit, apalagi jika kredit ini dijamin mengalir ke jenis-jenis usaha yang layak secara komersial dan sangat besar sumbangannya terhadap penyediaan lapangan kerja sehingga mampu membantu upaya pemerintah dalam menstimulasi perekonomian. Berbagai kebijakan lainnya diambil oleh pemerintah yang bertujuan untuk membantu mencetak wirausaha-wirausaha baru, mengatasi berbagai kelemahan yang dihadapi, mendorong pengusaha kecil untuk dapat tumbuh menjadi pengusaha menengah atau menjadi pengusaha kecil yang tangguh dan meningkatkan ketrampilan manajerial dan manajemen yang diharapkan dapat meningkatkan peranan usaha kecil. Akan tetapi, efektivitas kebijakan dan program ini tergantung pada potensi kewirausahaan yang dimiliki dan kepribadian wirausahawan yang mempengaruhi perilaku mereka dalam menjalankan usaha untuk mencapai keberhasilan.

Carland, Carland dan Hoy (1992) menjabarkan suatu instrumen untuk menunjukkan informasi mengenai kekuatan dan karakteristik utama seorang wirausahawan. Carland dan Carland (1997:33-46) mengambil suatu pandangan yang luas atas para wirausahawan, dengan mendefinisikan wirausahawan-mikro (*Micro-*

*Entrepreneur*), wirausahawan (*Entrepreneur*), dan wirausahawan-makro (*Macro-Entrepreneur*) sebagai para pemilik/manajer bisnis yang berbeda dalam tujuan pribadi dan tujuan bisnis mereka. Menurut tipologi ini, wirausahawan-mikro mengupayakan kebebasan dan dukungan keluarga. Mereka memandang usaha sebagai sumber utama bagi penghasilan keluarga dan memberikan lapangan pekerjaan bagi keluarga mereka. Wirausahawan-mikro mengejar aktualisasi diri melalui beberapa kegiatan di luar bisnis yang mereka jalankan. Wirausahawan-mikro menilai kesuksesan dari kebebasan, mereka tidak memperdulikan pendekatan inovatif dan kreatif pada usaha yang ditekuni. Tidak ada dua wirausahawan-mikro yang sama, namun secara keseluruhan mereka memiliki satu kesamaan dalam hal: impian mereka tentang kebebasan, impian tentang liburan dan waktu senggang bersama keluarga, dan waktu untuk mengejar begitu banyak kegemaran.

Ciri utama dari wirausahawan menurut Carland dan Carland (1997:33-46) adalah mereka mengejar kekayaan dan penghargaan. Seorang wirausahawan akan inovatif, namun mereka lebih menyenangi untuk meningkatkan produk, layanan dan prosedur yang telah ada daripada mencari pendekatan baru. Kesamaan umum yang melekat pada diri wirausahawan adalah impian mereka tentang pengakuan dan penghargaan, serta impian mereka tentang kebanggaan dan kekayaan. Berbeda dengan kedua tipologi yang telah disebutkan di atas, wirausahawan makro memandang keterlibatan dan kedudukan mereka dalam bisnis sebagai sarana utama untuk mencapai aktualisasi diri. Kesuksesan bagi wirausahawan-makro diukur dengan peningkatan keuntungan dan pertumbuhan bisnis. Perhatian mereka tidak hanya semata-mata pada bentuk moneter, lebih dari itu, mereka melihat peningkatan dalam penjualan dan keuntungan sebagai kartu catatan ukuran dari keberhasilan. Wirausahawan-makro mengesampingkan pertimbangan pribadi dan berupaya mendominasi industri dimana bisnis mereka terlibat. Wirausahawan-makro akan berperilaku inovatif dan kreatif serta berusaha mencari cara-cara baru untuk mewujudkan impian mereka mengenai produk baru, pasar baru, industri baru, pertumbuhan yang tinggi, tantangan baru, serta wawasan yang baru. Secara umum kesamaan yang melekat pada diri wirausahawan-makro adalah impian tentang sesuatu yang akan diciptakan, impian tentang tantangan, dan impian mengenai dunia yang berbeda.

Berdasarkan uraian di atas maka akan dilakukan penelitian dengan judul : ***Pengelompokan Wirausaha Berdasarkan Potensi Kewirausahaan Dengan Menggunakan Carland Entrepreneur Index (Survey pada Pengusaha Sanitaer di Kota Jambi)***

## **MASALAH PENELITIAN**

Potensi kewirausahaan merupakan faktor yang menjadi kekuatan wirausaha didalam mengelola organisasi untuk mencapai keberhasilan usaha. Potensi kewirausahaan masing-masing wirausaha akan berbeda sehingga akan mengelompok dalam tiga kelompok yaitu mikro-entrepreneur, entrepreneur dan makro entrepreneur. Berdasarkan hal tersebut maka Permasalahan yang akan diteliti adalah: Bagaimana pola pengelompokan wirausaha berdasarkan potensi kewirausahaan dengan menggunakan *Carland Entrepreneur Index* pada pengusaha sanitaer yang ada di kota Jambi.

## TINJAUAN PUSTAKA STATE OF ART

Istilah wirausaha berasal dari bahasa Perancis entrepreneur. Diterjemahkan lebih lanjut dalam bahasa Inggris maka entrepreneur diartikan sebagai *between taker* atau *go between* (Alma, 2000). Tergantung pada masanya, ada berbagai definisi yang dikemukakan oleh para ahli tentang wirausaha. Berkaitan dengan penelitian ini, berikut dikutip beberapa definisi berkaitan dengan kewirausahaan dari beberapa ahli:

- a. Joseph Schumpeter (1934): “.....is an innovator and develops untired technology”
- b. David Mc Lelland (1961): “Entrepreneur is an energetic moderate risk taker”
- c. Albert Shapiro (1975): “An entrepreneur is someone who takes initiative, organize some social and economic mechanism and accepts risk of failure”

Pengertian wirausaha yang akan digunakan dalam penelitian ini mengacu pada pengertian yang dikemukakan oleh Riyanti (2003:25) yaitu: “Wirausaha adalah orang yang menciptakan kerja bagi orang lain dengan cara mendirikan, mengembangkan, dan melembagakan perusahaan miliknya sendiri dan bersedia mengambil resiko pribadi dalam menemukan peluang berusaha dan secara kreatif menggunakan potensi-potensi dirinya untuk mengenali produk, mengelola dan menentukan cara produksi, menyusun operasi untuk pengadaan produk, memasarkannya serta mengatur permodalan operasinya”.

### Karakteristik Wirausaha

Banyak ahli yang mengemukakan karakteristik wirausaha dengan konsep yang berbeda-beda. Suryana (2003:13-14) mengutip Meredith (1996) mengemukakan karakteristik wirausaha seperti pada tabel berikut:

**Tabel 1. Ciri-ciri dan Watak Kewirausahaan**

Ciri-ciri	Watak
(1) Percaya diri	Keyakinan, ketidaktergantungan, individualitas, dan
(2) Berorientasi pada tugas dan hasil	Kebutuhan untuk berprestasi, berorientasi laba, Ketekunan dan ketabahan, tekad kerja keras, mempunyai dorongan kuat, energik dan inisiatif.
(3) Pengambilan resiko dan suka	Kemampuan untuk mengambil resiko yang wajar
(4) Kepemimpinan	Perilaku sebagai pemimpin, bergaul dengan orang
(5) Keorisinalan	Inovatif dan kreatif serta fleksibel
(6) Berorientasi ke depan	Pandangan ke depan, perspektif

Sumber : G.G. Meredith *et al.*

Zimmerer dan Scarborough (2002:4-5) mengemukakan delapan karakteristik wirausaha, yaitu:

- (1) *Desire for responsibility*, yaitu memiliki rasa tanggung jawab atas usaha-usaha yang dilakukannya. Seseorang yang memiliki rasa tanggung jawab akan selalu mawas diri.

- (2) *Preference for moderate risk*, yaitu lebih memilih resiko yang moderat, artinya ia selalu menghindari risiko, baik yang terlalu rendah maupun risiko yang terlalu tinggi.
- (3) *Confidence in their ability to success*, yaitu percaya akan kemampuan dirinya untuk berhasil.
- (4) *Desire for immediate feedback*, yaitu selalu menghendaki umpan balik yang segera.
- (5) *High level of energy*, yaitu memiliki semangat dan kerja keras untuk mewujudkan keinginannya demi masa depan yang lebih baik.
- (6) *Future orientation*, yaitu berorientasi ke masa depan, perspektif, dan berwawasan jauh ke depan.
- (7) *Skill at organizing*, yaitu memiliki keterampilan dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah.
- (8) *Value of achievement over money*, yaitu lebih menghargai prestasi daripada uang.

Beberapa ciri kewirausahaan yang dikemukakan oleh para ahli seperti di atas, secara ringkas dikemukakan oleh Musselman (1989), Wasty Sumanto (1989), dan Meredith (1989) sebagai berikut:

- (1) Keinginan yang kuat untuk berdiri sendiri
- (2) Kemauan untuk mengambil resiko
- (3) Kemampuan untuk belajar dari pengalaman
- (4) Memotivasi diri sendiri
- (5) Semangat untuk bersaing
- (6) Orientasi pada kerja keras
- (7) Percaya pada diri sendiri
- (8) Dorongan untuk berprestasi
- (9) Tingkat energi yang tinggi dan Tegas
- (10) Yakin pada kemampuan sendiri
- (11) Tidak suka uluran tangan dari pemerintah/pihak lain di masyarakat
- (12) Tidak bergantung pada alam dan berusaha untuk tidak menyerah pada alam
- (13) Kepemimpinan
- (14) Keorisinilan
- (16) Berorientasi ke masa depan dan penuh gagasan

Secara eksplisit, Dan Steinhoff & J.F. Burgess , 1993 (dalam Suryana, 2003:16) mengemukakan beberapa karakteristik yang diperlukan untuk menjadi wirausaha yang berhasil, meliputi:

- (1) Memiliki visi dan tujuan usaha yang jelas
- (2) Bersedia menanggung resiko waktu dan uang
- (3) Berencana, mengorganisir
- (4) Kerja keras sesuai dengan tingkat kepentingannya
- (5) Mengembangkan hubungan dengan pelanggan, pemasok, pekerja, dan yang lainnya.
- (6) Bertanggung jawab terhadap keberhasilan dan kegagalan

### **The Carland Entrepreneur Index (CEI)**

Carland, Carland dan Hoy (1992) menjabarkan suatu instrumen untuk menunjukkan informasi mengenai kekuatan dan karakteristik utama seorang wirausahawan. Carland dan Carland menyimpulkan bahwa kewirausahaan

merupakan gabungan dari empat elemen, yaitu *personality*, *innovation*, *risk taking propensity*, dan *strategic posture*. Dalam hal ini, CEI dirancang sebagai gabungan dari ke-empat elemen tersebut untuk mengidentifikasi kekuatan individu dalam mengelola organisasi bisnis yang tercermin dari skala 0 sampai dengan 33 seperti dibawah ini:

**Gambar 1. The Carland Entrepreneur Index**

Micro-Entrepreneur			Entrepreneur		Macro-Entrepreneur	
0	10	15	20	25	30	33

Sumber: Business Development Testing, Inc., 2000.

Carland dan Carland (1997:33-46) mengambil suatu pandangan yang luas atas para wirausahawan , dengan mendefinisikan wirausahawan-mikro (*Micro-Entrepreneur*), wirausahawan (*Entrepreneur*), dan wirausahawan-makro (*Macro-Entrepreneur*) sebagai para pemilik/manajer bisnis yang berbeda dalam tujuan pribadi dan tujuan bisnis mereka. Menurut tipologi ini, wirausahawan-mikro mengupayakan kebebasan dan dukungan keluarga. Mereka memandang usaha sebagai sumber utama bagi penghasilan keluarga dan memberikan lapangan pekerjaan bagi keluarga mereka. Wirausahawan-mikro mengejar aktualisasi diri melalui beberapa kegiatan di luar bisnis yang mereka jalankan. Wirausahawan-mikro menilai kesuksesan dari kebebasan, mereka tidak memperdulikan pendekatan inovatif dan kreatif pada usaha yang ditekuni. Tidak ada dua wirausahawan-mikro yang sama, namun secara keseluruhan mereka memiliki satu kesamaan dalam hal: impian mereka tentang kebebasan, impian tentang liburan dan waktu senggang bersama keluarga, dan waktu untuk mengejar begitu banyak kegemaran.

Ciri utama dari wirausahawan menurut Carland dan Carland (1997:33-46) adalah mereka mengejar kekayaan dan penghargaan. Seorang wirausahawan akan inovatif, namun mereka lebih menyenangi untuk meningkatkan produk, layanan dan prosedur yang telah ada daripada mencari pendekatan baru. Kesamaan umum yang melekat pada diri wirausahawan adalah impian mereka tentang pengakuan dan penghargaan, serta impian mereka tentang kebanggaan dan kekayaan. Berbeda dengan kedua tipologi yang telah disebutkan di atas, wirausahawanmakro memandang keterlibatan dan kedudukan mereka dalam bisnis sebagai sarana utama untuk mencapai aktualisasi diri. Kesuksesan bagi wirausahawan-makro diukur dengan peningkatan keuntungan dan pertumbuhan bisnis. Perhatian mereka tidak hanya semata-mata pada bentuk moneter, lebih dari itu, mereka melihat peningkatan dalam penjualan dan keuntungan sebagai kartu catatan ukuran dari keberhasilan. Wirausahawan-makro mengesampingkan pertimbangan pribadi dan berupaya mendominasi industri dimana bisnis mereka terlibat. Wirausahawan-makro akan berperilaku inovatif dan kreatif serta berusaha mencari cara-cara baru untuk mewujudkan impian mereka mengenai produk baru, pasar baru, industri baru, pertumbuhan yang tinggi, tantangan baru, serta wawasan yang baru. Secara umum kesamaan yang melekat pada diri wirausahawan-makro adalah impian tentang sesuatu yang akan diciptakan, impian tentang tantangan, dan impian mengenai dunia yang berbeda.

### Kreatifitas dan Inovasi

Amabile, 1999 (dalam Sahlman *et al.*,1999:521) mengemukakan bahwa inovasi merupakan penerapan gagasan-gagasan baru yang disebut kreatifitas. Tushman dan O'Reilly,1997 (dalam Gorat, 2003:3) mengatakan inovasi berbicara tentang pelaksanaan (*about doing*), tentang membuat sesuatu terjadi (*about getting it done*). Inovasi dibedakan dengan kreativitas. Kreativitas merupakan pemikiran-pemikiran baru, sebaliknya inovasi adalah melakukan sesuatu yang baru tersebut, atau mengalihkan gagasan-gagasan baru dimaksud bagi keberhasilan bisnis (Humprey, 1997 dalam Gana, 2003:10). Inovasi adalah proses merealisasikan gagasan baru tersebut baik dalam bentuk inovasi produksi, inovasi jasa/pelayanan, inovasi proses, dan inovasi manajemen. Holt, 1992 (dalam Riyanti, 2003:10) berpendapat bahwa kreativitas adalah pembenihan yang memberikan gagasan *entrepreneurship*, sedangkan inovasi adalah proses dari *entrepreneurship*.

Steiner (dalam Staw, 1991:567) memberikan penjelasan mengenai beberapa perbedaan antara kreatifitas individual dan kreatifitas organisasi sebagai berikut:

**Tabel 2. Kreatifitas Individu dan Kreatifitas Organisasi**

Kreatifitas Individual	Kreatifitas Organisasi
Kelancaran konseptual. .mampu menghasilkan sejumlah gagasan dengan cepat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memiliki penggagas ahli</li> <li>• Jalur komunikasi yang terbuka</li> <li>• <i>Ad hoc devices</i></li> <li>• Sistem saran</li> <li>• <i>Brainstorming</i></li> <li>• Unit-unit penggagas yang bebas dari nasionalitas</li> </ul>
Orisinalitas. .menghasilkan gagasan-gagasan yang tidak biasa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebijakan karyawan yang beragam</li> <li>• Melibatkan jenis-jenis tidak biasa, marginal</li> <li>• Memberikan pemecahan masalah pada orang yang tidak ahli</li> <li>• Membiarkan keanehan</li> </ul>
Memisahkan sumber-sumber dari konten dalam mengevaluasi informasi dimotivasi oleh ketertarikan pada masalah. . mengikuti ke mana pun arah tujuan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memiliki satu tujuan, pendekatan pada fakta yang ada</li> <li>• Gagasan-gagasan dievaluasi</li> <li>• berdasarkan penilaian bukan status dari penggagas</li> <li>• <i>Ad hoc approach</i></li> <li>• Komunikasi tanpa nama</li> <li>• Pemilihan secara tertutup</li> <li>• Pemilihan dan promosi berdasarkan pada penilaian saja</li> </ul>

Menunda penilaian. .menghindari komitmen awal. .menghabiskan lebih banyak waktu dalam analisis, penjelajahan/penyelidikan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kekurangan hal keuangan, komitmen material pada produk, kebijakan-kebijakan</li> <li>• Melakukan investasi dalam riset dasar, fleksibel, perencanaan jangka panjang</li> <li>• Percobaan-percobaan dengan gagasan-gagasan baru daripada berdasarkan penilaian awal berdasarkan pemikiran rasional; segala sesuatu mendapat kesempatan</li> </ul>
Kurang otoriter, memiliki pandangan relativisme dalam hidup	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lebih terdesentralisasi, diversifikasi</li> <li>• Kurang administratif, waktu dan tenaga untuk menangani kesalahan</li> <li>• Etos berani mengambil resiko</li> <li>• Toleransi dan mengharapkan melakukan perubahan-perubahan</li> </ul>
Mengikuti dorongan hati, bermain-main, penyelidikan bebas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak berjalan seperti “kapal yang kaku”</li> <li>• Karyawan mendapat kesenangan</li> <li>• Memberi kebebasan untuk memilih dan mengikuti masalah</li> <li>• Bebas mendiskusikan gagasan</li> </ul>
Bebas dalam penilaian, kurang konformitas, menyimpang, melihat diri sendiri berbeda	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Otonomi secara organisasi</li> <li>• Tujuan-tujuan yang asli dan berbeda, tidak berusaha menjadi orang lain</li> </ul>
Kaya fantasi kehidupan dan aneh, unggul dalam orientasi terhadap realitas, kontrol	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bebas dari rutinitas. .mengijinkan inovasi</li> <li>• Menyediakan kestabilan, lingkungan yang aman yang mengijinkan “pencipta” berkelana</li> <li>• Memiliki unit-unit terpisah atau kesempatan-kesempatan untuk memunculkan dan mengevaluasi gagasan. memisahkan fungsi kreatif dari fungsi produktif</li> </ul>

Sumber: Steiner (dalam Staw, 1991:567)

### Definisi Usaha Kecil dan Jenis Usaha Kecil

Di dalam UU No. 9/1995 ditetapkan bahwa usaha kecil adalah suatu unit usaha yang memiliki nilai aset neto (tidak termasuk tanah dan bangunan) yang tidak melebihi Rp. 200 juta, atau penjualan per tahun tidak lebih besar dari Rp. 1 miliar.

Undang-undang tersebut menyebut dua kriteria usaha kecil yang dinyatakan secara kuantitatif, yaitu omzet (bersih) per tahun antara Rp. 1 hingga Rp. 1 miliar, dan nilai aset (di luar gedung dan tanah) antara Rp. 1 hingga Rp. 200 juta.

Riyanti (2003:62) mengutip Hidayat (1998) mengelompokkan usaha kecil di Indonesia berdasarkan omzet menjadi sebagai berikut:

1. Omzet di bawah Rp. 10 juta
2. Omzet Rp. 10 juta sampai Rp. 50 juta
3. Omzet Rp. 50 juta sampai Rp. 200 juta
4. Omzet Rp. 200 juta sampai Rp. 500 juta
5. Omzet Rp. 500 juta sampai Rp. 1 miliar

Pentingnya usaha kecil di Indonesia terefleksi antara lain dari jumlah unit usahanya yang sangat banyak jauh melebihi jumlah unit usaha kelompok usaha menengah dan besar.

Tambunan (2003:52) mengutip data BPS mencatat hingga tahun 1998 terdapat 194 ribu unit lebih yang tersebar di semua subsektor manufaktur. Kelompok-kelompok industri yang menjadi konsentrasi industri kecil adalah industri makanan, minuman, dan tembakau (31), industri tekstil, pakaian jadi dan kulit (32), dan industri kayu dan barang dari kayu, bambu, rotan, rumput, dan sejenisnya (33). Selain itu, jumlah industri kecil di industri barang galian bukan logam (36) juga cukup banyak, lebih dari 41 ribu unit. Hanya di industri logam dasar jumlah industri kecil tidak banyak, lebih kurang dari 1 persen dari keseluruhan industri kecil.

### **Kriteria Keberhasilan Usaha Kecil**

Riyanti (2003:27) mengutip hasil penelitian Ghost *et al.* (dalam Meng & Liang, 1996) tentang wirausahawan kecil di Singapura, menunjukkan bahwa dari 85% responden yang menjawab, 70% wirausaha menggunakan *net profit growth* untuk mengukur keberhasilan usaha, disusul oleh laba penjualan (*sales revenue growth*) 61%, laba setelah pajak (*return on investment*) 50% , dan pangsa pasar (*market share*) 48%. Selanjutnya, 38% dari wirausaha yang menggunakan kriteria keberhasilan laba bersih (*net profit growth*), mengatakan bahwa prestasi 6-10% pertumbuhan per tahun merupakan indikator keberhasilan usaha.

Gray (1999:26) menggunakan tiga kriteria pengukuran yakni *business status* [apakah usaha masih beroperasi, sudah dijual ataukah disewakan], *numbers of employment* [jumlah tenaga kerja tetap atau paruh waktu yang dipekerjakan], dan *income* [laba bersih] untuk mengukur keberhasilan usaha kecil.

Penelitian ini akan mengacu pada kriteria yang digunakan Riyanti (2002) untuk mengukur keberhasilan usaha kecil yaitu: akumulasi modal, peningkatan produk, peningkatan jumlah pelanggan dan peningkatan ukuran tempat berusaha.

### **TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Melakukan pengelompokan wirausaha (survey pada pengusaha sanitaer di kota jambi) berdasarkan potensi kewirausahaan dengan menggunakan *carland entrepreneur index* .
2. Mengetahui kelompok wirausaha berdasarkan potensi kewirausahaannya pada pengusaha sanitaer di kota jambi.

## **MANFAAT PENELITIAN**

Penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat:

1. Bagi masyarakat ilmiah, penelitian ini diharapkan akan melengkapi temuan-temuan empiris di bidang kewirausahaan bagi kemajuan dan pengembangannya di masa yang akan datang.
2. Bagi penulis, merupakan pengembangan intelektual (intellectual development) yang diharapkan dapat mempertajam daya pikir ilmiah serta meningkatkan kompetensi keilmuan dalam disiplin yang digeluti

## **METODE PENELITIAN**

### **Lokasi Penelitian**

Penelitian dilakukan pada usaha kecil menengah (UKM) di Kota Jambi.

### **Desain Penelitian**

Cooper & Emory (1996:122) menyatakan bahwa pada dasarnya desain penelitian merupakan rencana untuk memilih sumber-sumber dan jenis informasi yang dipakai untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Desain penelitian dapat dikelompokkan berdasarkan sekurang-kurangnya delapan perspektif yang berbeda, yaitu: (1) tingkat sejauh mana masalah penelitian telah dirumuskan; (2) metode pengumpulan data; (3) kemampuan peneliti untuk menampilkan dampak dalam variabel-variabel yang diteliti; (4) tujuan penelitian; (5) dimensi waktu; (6) ruang lingkup topik penelitian; (7) lingkungan penelitian; dan (8) persepsi subyek mengenai penelitian. Desain penelitian memberi jawaban atas pertanyaan-pertanyaan menyangkut teknik pengumpulan data, cara penarikan sampel yang akan dipakai serta bagaimana menghadapi kendala waktu dan biaya.

Mengacu pada pendapat Cooper & Emory (1996) tersebut, maka desain penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian survey, karena peneliti mengambil sampel dari suatu populasi dan mengajukan pertanyaan kepada subyek serta mengumpulkan jawaban-jawabannya melalui penyebaran kuesioner. Responden yang digunakan meliputi pemilik usaha kecil yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan.

### **Prosedur Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan data primer dengan metode survey dengan cara mengirimkan Questionnaire (Daftar Pertanyaan) kepada perusahaan yang menjadi sampel penelitian untuk memperoleh data mengenai potensi kewirausahaan dengan menggunakan *Carland Entrepreneur Index*.

### **Metode Penarikan Sampel**

Populasi dari penelitian ini adalah semua usaha sanitaer yang ada di Kota Jambi yang akan dikirim Questionnaire (Daftar Pertanyaan).

Sampel dalam penelitian ini adalah mini market yang mengembalikan atau mengisi Questionnaire (Daftar Pertanyaan) yang dikirimkan kepada mereka.

### **Jenis dan Sumber Data**

Jenis Data dalam penelitian ini adalah data primer yang merupakan data yang langsung diperoleh dari perusahaan sampel melalui jawaban pertanyaan atas Questionnaire (Daftar Pertanyaan) yang telah dikirimkan.

### **Alat Analisis**

Untuk mencapai tujuan penelitian maka alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mendeskripsikan karakteristik responden penelitian digunakan analisis statistik deskriptif.
2. Untuk mengetahui pengelompokan pengusaha berdasarkan potensi kewirausahaan digunakan *Carland Entrepreneur Index* (CEI).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Profil Responden

Berdasarkan jumlah kuisioner yang dikembalikan oleh responden maka jumlah usaha sanitaer yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 15 perusahaan dengan identitas sebagai berikut:

**Tabel 3. Daftar Usaha Sanitaer yang Menjadi Sampel Penelitian**

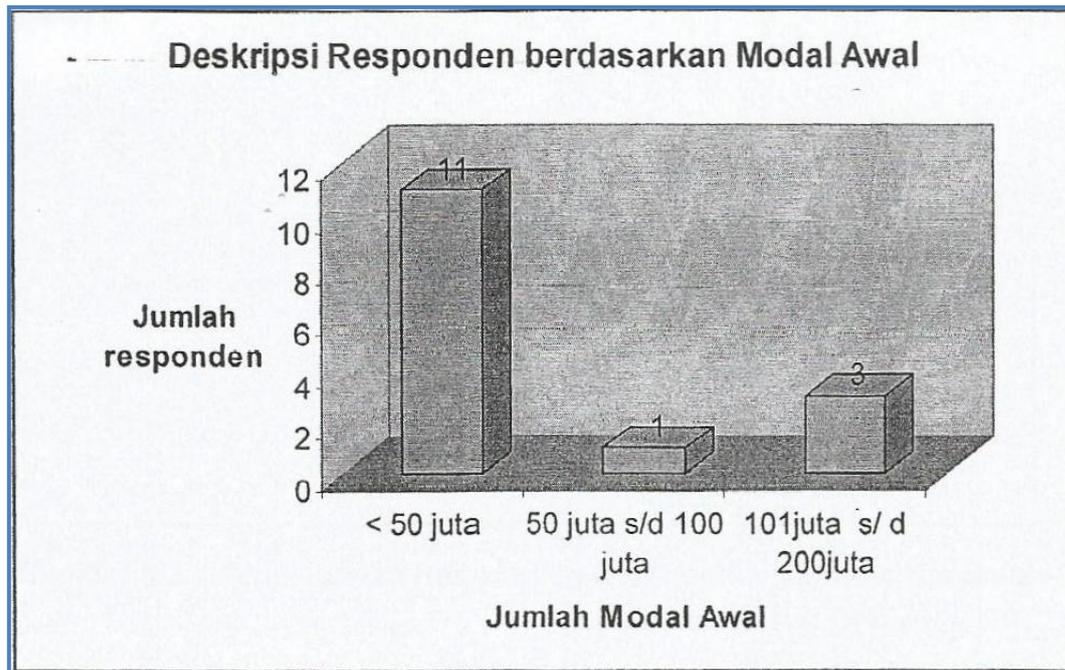
No. Resp.	Nama Pemilik Usaha	Alamat
1	Endang	Jl. Gajah Mada No.34 Jelutung Jambi
2	Didi	Buluran Kenali Kec. Telanai PuraKota Jambi
3	Catur	Buluran Kenali Kec. Telanai PuraKota Jambi
4	Lia	Jn. Amir Hamzah Sei. Kambang Jambi
5	Dewi	Jln.Lintas Sumatera Aur Duri
6	Rahmat	Jl. Kapten Patimura Kota Baru Jambi
7	Feri	Jl. TP. Sriwijaya Kota Baru Jambi
8	Sugiran	Jl. Palmerah Lama Kec. Jambi Selatan
9	Yanto	Tanjung Lumut Kec. Jambi Selatan
10	Nardi	Pall 10 Kota Baru Jambi
11	Hendri	Jl. Lintas Timur Aur Duri Kec. Telanai Pura
12	Bambang	Jl. Gajah Mada Jelutung Jambi
13	Samsuri	Jl. TP Sriwijaya Lrg. Kemuning
14	Aliang	Jl. Gajah Mada Simp. Puncak Jelutung Jambi
15	Atim	Jl. Palmerah lama Jeramba Bolong Jambi

### Deskripsi Responden yang menjadi sampel penelitian

Berdasarkan jumlah modal awal yang dimiliki usaha Sanitaer yang menjadi sampel penelitian diperoleh gambaran sebagai berikut:

**Tabel 4. Deskripsi responden berdasarkan jumlah modal awal**

No	Jumlah Modal Awal	Jumlah Responden	%
1	< 50 Juta	11	73,33%
2	50 Juta-100 Juta	1	6,67%
3	101 Juta - 200 Juta	3	20%
<b>Jumlah Keseluruhan</b>		<b>15</b>	<b>100%</b>

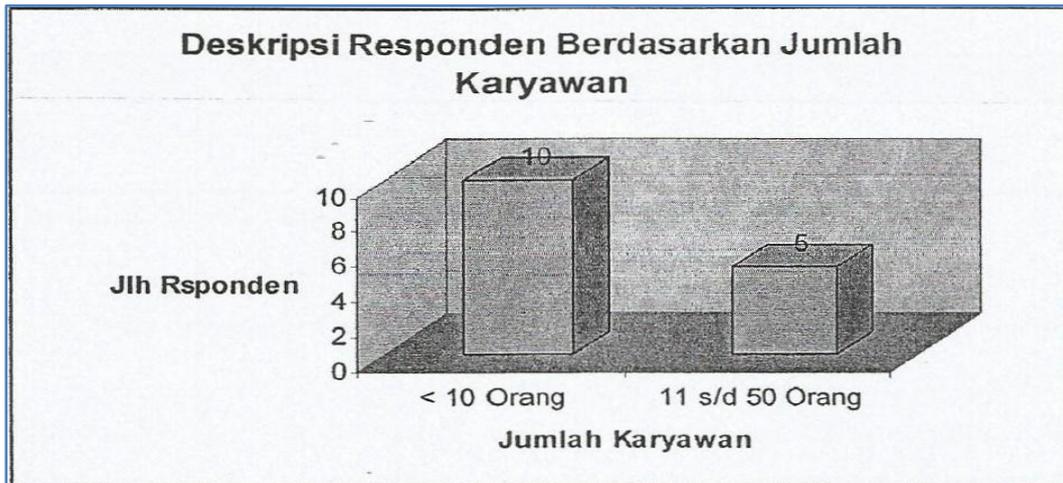


Dari tabel dan grafik di atas dapat dilihat bahwa jumlah modal awal sebagian besar usaha sanitaer di kota Jambi adalah di bawah 101 Juta Rupiah. Hal ini terbukti dengan jumlah responden yang menjawab pertanyaan mengenai jumlah modal awal mereka di bawah 101 juta rupiah adalah sebanyak 12 Perusahaan atau 80%. Ini menjelaskan kenapa usaha sanitaer ini tergolong dalam usaha yang berskala kecil.

Berdasarkan jumlah karyawan yang dimiliki usaha sanitaer yang menjadi sampel penelitian diperoleh gambaran sebagai berikut:

**Tabel 5. Deskripsi responden berdasarkan jumlah karyawan**

No	Jumlah Karyawan	Jumlah Responden	%
1	< 10 orang	10	66,67%
2	11 — 50 orang	5	33,33%
<b>Jumlah Keseluruhan</b>		<b>15</b>	<b>100%</b>



Dari tabel dan grafik di atas dapat dilihat bahwa jumlah karyawan pada sebagian besar usaha sanitaer di kota Jambi kurang dari 10 orang. Hal ini terbukti dengan jumlah responden yang menjawab pertanyaan mengenai jumlah karyawan mereka yang kurang dari 10 orang adalah sebanyak 10 Perusahaan atau 66,67%. Sedangkan responden yang menjawab pertanyaan mengenai jumlah karyawan mereka diantara 11- 50 orang adalah sebanyak 5 Perusahaan atau 33,33%.

**Pengelompokan wirausaha berdasarkan potensi kewirausahaan dengan menggunakan *Carland Entrepreneur Index* pada pengusaha sanitaer di kota Jambi.**

Carland, Carland dan Hoy (1992) menjabarkan suatu instrumen untuk menunjukkan informasi mengenai kekuatan dan karakteristik utama seorang wirausahawan. Carland dan Carland menyimpulkan bahwa kewirausahaan merupakan gabungan dari empat elemen, yaitu *personality, innovation, risk taking propensity,* dan *strategic posture*. Dalam hal ini, *CEI* dirancang sebagai gabungan dari ke empat elemen tersebut untuk mengidentifikasi kekuatan individu dalam mengelola organisasi bisnis yang tercermin dari skala 0 sampai dengan 33 seperti dibawah ini:

Micro-Entrepreneur	Entrepreneur	Macro-Entrepreneur
0      10      15	20      25	30      33

Carland dan Carland (1997:33-46) mengambil suatu pandangan yang luas atas para wirausahawan, dengan mendefinisikan wirausahawan mikro (*Micro-Entrepreneur*), wirausahawan (*Entrepreneur*), dan wirausahawan makro (*Macro-Entrepreneur*) sebagai para pemilik/manajer bisnis yang berbeda dalam tujuan pribadi dan tujuan bisnis mereka. Menurut tipologi ini, wirausahawan-mikro mengupayakan kebebasan dan dukungan keluarga. Mereka memandang usaha sebagai sumber utama bagi penghasilan keluarga dan memberikan lapangan pekerjaan bagi keluarga mereka. Wirausahawan-mikro mengejar aktualisasi diri melalui beberapa kegiatan di luar bisnis yang mereka jalankan. Wirausahawan-mikro menilai kesuksesan dari kebebasan,

mereka tidak memperdulikan pendekatan inovatif dan kreatif pada usaha yang ditekuni. Tidak ada dua wirausahawan-mikro yang sama, namun secara keseluruhan mereka memiliki satu kesamaan dalam hal: impian mereka tentang kebebasan, impian tentang liburan dan waktu senggang bersama keluarga, dan waktu untuk mengejar begitu banyak kegemaran.

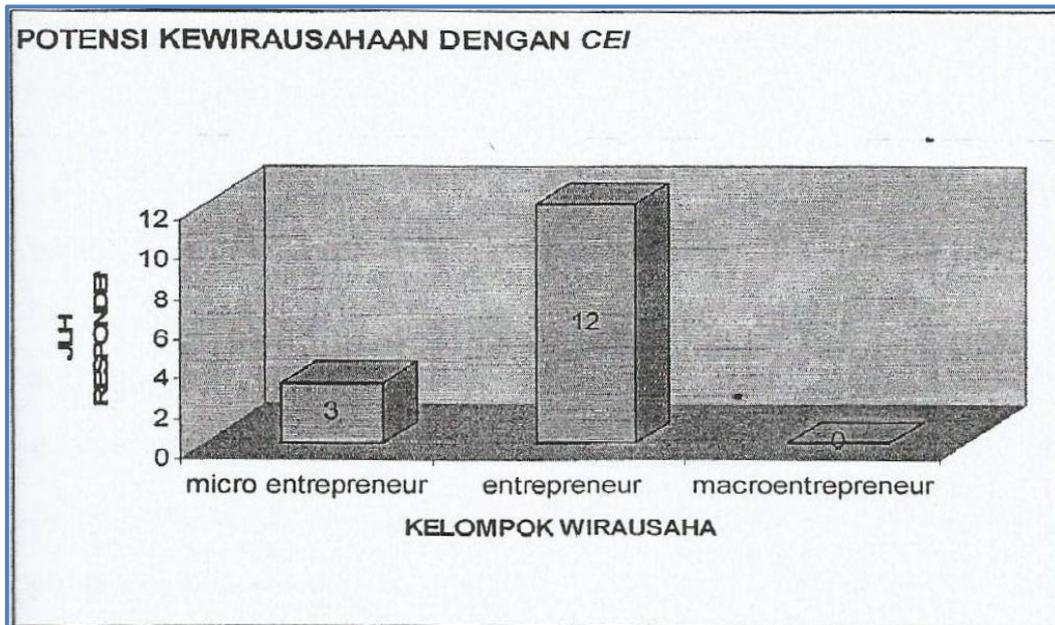
Ciri utama dari wirausahawan menurut Carland dan Carland (1997:33- 46) adalah mereka mengejar kekayaan dan penghargaan. Seorang wirausahawan akan inovatif, namun mereka lebih menyenangi untuk meningkatkan produk, layanan dan prosedur yang telah ada daripada mencari pendekatan baru. Kesamaan umum yang melekat pada diri wirausahawan adalah impian mereka tentang pengakuan dan penghargaan, serta impian mereka tentang kebanggaan dan kekayaan. Berbeda dengan kedua tipologi yang telah disebutkan di atas, wirausahawan makro memandang keterlibatan dan kedudukan mereka dalam bisnis sebagai sarana utama untuk mencapai aktualisasi diri. Kesuksesan bagi wirausahawan-makro diukur dengan peningkatan keuntungan dan pertumbuhan bisnis. Perhatian mereka tidak hanya semata-mata pada bentuk moneter, lebih dari itu, mereka melihat peningkatan dalam penjualan dan keuntungan sebagai kartu catatan ukuran dari keberhasilan. Wirausahawan-makro mengesampingkan pertimbangan pribadi dan berupaya mendominasi industri dimana bisnis mereka terlibat. Wirausahawan-makro akan berperilaku inovatif dan kreatif serta berusaha mencari cara-cara baru untuk mewujudkan impian mereka mengenai produk baru, pasar baru, industri baru, pertumbuhan yang tinggi, tantangan baru, serta wawasan yang baru. Secara umum kesamaan yang melekat pada diri wirausahawan-makro adalah impian tentang sesuatu yang akan diciptakan, impian tentang tantangan, dan impian mengenai dunia yang berbeda.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan terhadap perusahaan sampel maka diperoleh hasil skor Carland entrepreneurship Index sebagai berikut:

**Tabel 6. Hasil skor CEI Perusahaan sampel**

No urut resp.	Jumlah skor <i>CEI</i>	Potensi kewirausahaan
1	18	entrepreneur
2	23	entrepreneur
3	15	Micro entrepreneur entrepreneur
4	17	entrepreneur
5	16	entrepreneur
6	17	entrepreneur
7	18	entrepreneur
8	10	Micro entrepreneur
9	16	entrepreneur
10	17	entrepreneur
11	21	entrepreneur
12	17	entrepreneur
13	13	Micro entrepreneur
14	18	entrepreneur
15	18	entrepreneur

Tabulasi skor *CEI* tersebut dapat digambarkan dalam grafik sebagai berikut:



Dari hasil analisis tersebut di atas dapat diketahui pengelompokan pengusaha berdasarkan potensi kewirausahaannya. Tiga orang sanitaer yang menjadi sampel masuk dalam kelompok pertama, micro entrepreneur (wirausahawan mikro). Menurut carland tipe wirausaha yang masuk kelompok ini mengupayakan kebebasan dan dukungan keluarga. Mereka memandang usaha sebagai sumber utama bagi penghasilan keluarga dan memberikan lapangan pekerjaan bagi keluarga mereka, Wirausahawan-mikro mengejar aktualisasi diri melalui beberapa kegiatan di luar bisnis yang mereka jalankan. Wirausahawan-mikro menilai kesuksesan dari kebebasan, mereka tidak memperdulikan pendekatan inovatif dan kreatif pada usaha yang ditekuni. Tidak ada dua wirausahawan-mikro yang sama, namun secara keseluruhan mereka memiliki satu kesamaan dalam hal: impian mereka tentang kebebasan, impian tentang liburan dan waktu senggang bersama keluarga, dan waktu untuk mengejar begitu banyak kegemaran.

Sementara itu dari analisis yang dilakukan, 12 Orang Pengusaha sanitaer yang menjadi sampel masuk dalam kelompok kedua, entrepreneur (wirausahawan). Menurut Carland Ciri utama dari wirausahawan adalah mereka mengejar kekayaan dan penghargaan. Seorang wirausahawan akan inovatif, namun mereka lebih menyenangi untuk meningkatkan produk, layanan dan prosedur yang telah ada daripada mencari pendekatan baru. Kesamaan umum yang melekat pada diri wirausahawan adalah impian mereka tentang pengakuan dan penghargaan, serta impian mereka tentang kebanggaan dan kekayaan.

Berdasarkan hasil analisis tersebut dapat dilihat bahwa pengusaha sanitaer di Kota Jambi dominan berpotensi sebagai entrepreneur (wirausahawan) dengan karakteristik menjalankan usaha demi pencapaian keuntungan dan aktualisasi diri. Hal ini ter jelaskan dengan berkembangnya usaha tersebut dari tahun ke tahun, perubahan atau inovasi yang dilakukan pengusaha untuk meningkatkan proses produksinya seperti

mengalihkan penggunaan pencetakan manual dengan pencetakan mesin. Selain itu mereka terus menerus menekankan perbaikan kualitas produk agar memberi kepuasan kepada konsumen yang pada akhirnya memberikan mereka tingkat keuntungan yang tinggi.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan:**

1. Perusahaan sanitaer di Kota Jambi sebagian besar (73,33%) menjalankan usahanya dengan modal awal yang relatif kecil yaitu di bawah 50 Juta rupiah.
2. Jumlah karyawan yang bekerja pada perusahaan sanitaer di kota Jambi sebagian besar (66,67%) kurang dari 10 orang karyawan.
3. Berdasarkan analisis potensi kewirausahaan dengan Carland Entrepreneurship index (CEI), pengusaha sanitaer di Kota Jambi dapat dikelompokkan ke dalam 2 kelompok , yaitu sebanyak 3 Pengusaha masuk dalam kelompok micro entrepreneur (wirausahawan mikro) dengan ciri khas memandang usaha sebagai sumber utama bagi penghasilan keluarga dan memberikan lapangan pekerjaan bagi keluarga mereka. Sedangkan sebanyak 12 Pengusaha masuk dalam kelompok entrepreneur (wirausahawan) dengan ciri khas mereka mengejar kekayaan dan penghargaan. Seorang wirausahawan akan inovatif, namun mereka lebih menyenangi untuk meningkatkan produk, layanan dan prosedur yang telah ada daripada mencari pendekatan baru.

### **Saran-saran**

1. Dalam penelitian ini dialami keterbatasan akses ke perusahaan sanitaer lainnya yang ada di kota jambi selain perusahaan sampel sehingga diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat ditambah lagi jumlah sampel yang diambil.
2. Dalam penelitian ini pengelompokan pengusaha hanya didasarkan pada satu indikator saja yaitu CEI, diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat ditambahkan indikator lainnya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Dwi Putra Buana , 2004, *Pengaruh Karakteristik Wirausaha dan Potensi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Dengan Kebijakan Pengembangan UKM Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Pengusaha Kecil di Kota Mataram)*, Program Magister Manajemen Universitas Brawijaya, Malang.
- Amabile, Teresa M., 1991, "Within You, Without You: The Social Psychology of Creativity, and Beyond", in: Staw, Barry M., *Psychological Dimensions of Organizational Behavior*, International Ed., Maxwell MacMillan.
- , 1999, "Managing for Creativity", in: Sahlman, -----W.A,Stevenson,H.H., Robert, M.J.,& Bhide, Amar., *The Entrepreneurial Venture*, 2nd Ed., Harvard Business Scholl Press, Boston.
- Arbuckle, James L, & Wothke, Werner, 1999, *Amos Users' Guide Version 4.0*, SmallWaters Corporation, Chicago.
- , 2002, *Survei Usaha Terintegrasi: Profil Usaha Kecil dan -----Menengah Tidak berbadan Hukum Indonesia Tahun 2001*, Badan Pusat Statistik, Jakarta.

- Berry, Albert, Rodriguez, Edgard, & Sandee, Henry, 2001, *Firm and Group Dynamics in the Small and Medium Enterprise (SMEs) in Indonesia*, World Bank Institute, 1-25
- Bracker, J.S., & Pearson, J.N., 1986, Planning and Financial Performance of Small. Mature Business, *Strategic Management Journal*, Vol. 7:503-522.
- Business Development Testing, Inc., 2000, *The Carland Entrepreneurship Report*, <http://www.biztest.com>, akses 11-10-2003.
- Chaganti, Radha, Chaganti, Rajeswararao, & Mahajan, V., 1989, Profitable Small Business Strategies Under Different Types of Copetition, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2 1-35.
- Cooper, Donald R & Emory, C. William. 1996. *Metode Penelitian Bisnis*, Jilid 1, Edisi Kelima, Erlangga, Jakarta
- Davis, Duane, & Cosenza, Robert M. 1993. *Business Research for Decision Making*, 3<sup>rd</sup> edition, Wadsworth Publishing Co., California.
- Devarajan, T.P., Ramachandran, K., & Ramnarayan, S., 2000, Entrepreneurial Leadership and Thriving Innovation Activity, *Journal of Management*, 1191-1198