

HARAPAN DAN TANTANGAN *ENTREPRENEUR* DI KOTA PALU

Sukmawati Saleh, Munir Salham, Nurhayati Mansyur
sukmaantroutad@gmail.com

Prodi Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Tadulako

Artikel diterima: 17 Januari 2018 || Artikel direvisi: 15 Februari 2018 || Artikel disetujui: 22 Februari 2018

ABSTRACT

This paper begins with the phenomenon of the development of Young Entrepreneurs in the City of Palu which continues to develop both in terms of the number and type of business involved. The development of technology, easily accessible information flows and adequate infrastructure are supporting factors for the growth of the creative economy which is fronted by Entrepreneurs, especially in Palu City. In the midst of the development of the creative economy, the hopes of young Entrepreneurs are tucked into building and advancing their efforts and challenges. Especially now that more and more competition and technology has become increasingly sophisticated, therefore as an Entrepreneur, it is required to try to create and innovate and also to be creative in doing everything so that our business continues to run smoothly as expected and desired.

Keywords: *Expectations, Challenges, Entrepreneurs and Young Entrepreneurs*

ABSTRAK

Tulisan ini bermula dengan fenomena berkembangnya *Entrepreneur* Muda di Kota Palu yang terus mengalami perkembangan baik dari segi jumlah maupun jenis bisnis yang digeluti. Perkembangan teknologi, arus infomasi yang mudah diakses serta infrastruktur yang memadai merupakan faktor penunjang tumbuhnya ekonomi kreatif yang digawangi oleh para *Entrepreneur* khususnya di Kota Palu. Di tengah perkembangan ekonomi kreatif, terselip harapan para *Entrepreneur* muda dalam membangun dan memajukan usaha mereka serta tantangan. Apalagi sekarang ini makin banyaknya persaingan dan teknologi sudah semakin canggih, maka dari itu sebagai wirausaha dituntut harus berusaha menciptakan dan berinovasi dan juga harus kreatif dalam melakukan segala hal agar usaha kita tetap berjalan lancar sesuai yang diharapkan dan diinginkan.

Kata Kunci: *Entrepreneur, Wirausaha Indonesia*

PENDAHULUAN

Selama tiga dekade terakhir, ekonomi dunia telah banyak berubah. Fenomena ini terlihat baik secara global maupun lokal. Perubahan keadaan ekonomi yang signifikan telah terjadi di beberapa Negara, termasuk negara-negara di Asia seperti China, India, dan Korea Selatan telah memperlihatkan tingkat pertumbuhan yang sangat cepat. *Entrepreneur* menjadi isu yang penting di banyak Negara untuk mendukung peningkatan ekonomi.

Indonesia saat ini dengan jumlah penduduk sebesar 220 juta jiwa membutuhkan

sedikitnya 4,4 juta jiwa wirausaha, namun jumlah wirausaha yang ada mencapai 400 ribu jiwa atau kurang dari 1% populasi penduduk Indonesia, sementara menurut David McClelland bahwa sebuah negara baru bisa maju jika jumlah wirausaha terdapat sebesar 2% dari populasi penduduknya. Amerika Serikat misalnya, memiliki wirausaha 11,5% dari populasi penduduknya. Sedangkan negara tetangga Singapura terdapat sekitar 7,2% warganya bekerja sebagai wirausaha, sehingga negara kecil itu jauh lebih maju. Oleh karena itu untuk mencip-

takan 4,4 juta jiwa wirausaha di Indonesia, paling tidak dibutuhkan waktu sedikitnya 25 tahun.

Jumlah *Entrepreneur* muda di Indonesia masih sangat rendah dibandingkan dengan negaranegara tetangga seperti Malaysia dan Singapura. Idealnya, jumlah *Entrepreneur* di sebuah negara adalah sekitar dua persen dari jumlah penduduk. Indonesia masih belum mencapai angka ideal ini. Jumlah *Entrepreneur* di Indonesia saat ini adalah sekitar 1,56 persen dari 240 juta penduduk. Rasio *Entrepreneur* Indonesia baru mencapai 1:83, masih lebih rendah dibandingkan dengan negara lainnya. Angka ini memang masih jauh dari ideal. Sebenarnya, angka ini mengalami peningkatan yang sangat signifikan daripada beberapa tahun lalu yang hanya sekitar 0,24 persen. Namun, Indonesia masih membutuhkan banyak *Entrepreneur* untuk lebih semakin menggerakkan perekonomian bangsa.

Faktor yang menyebabkan jiwa wirausaha Indonesia masih rendah. Pertama, mentalitas masyarakat Indonesia yang cenderung mudah menyerah dan kurang tangguh saat memulai usaha. Hal ini mengakibatkan usaha yang dibangun gagal dan sukar untuk bangkit. Kedua, pola pikir orangtua yang masih menginginkan putra-putrinya bekerja pada perusahaan atau institusi tertentu dan bukan memulai usaha sendiri. Ketiga, pola pikir masyarakat yang masih belum memberikan apresiasi yang tinggi pada profesi wirausaha. Keempat, dukungan pemerintah untuk menumbuhkan jiwa wirausaha masih kurang Notoseputro (Nagel, 2012)

Perkembangan jumlah *Entrepreneur* Muda di Kota Palu beberapa tahun terakhir ini mengalami kenaikan. Hal tersebut ditandai dengan munculnya berbagai usaha baru dengan berbagai jenis usaha dan inovasi yang terus dikembangkan yang berbeda dengan jenis usaha yang selama ini sudah ada. Aneka jenis usaha itu seperti *Distro*, Kafe, Warkop, *Laundry*, *Online Shop* dan lain-lain.

Persoalannya kemudian adalah bagaimanakah para *Entrepreneur* Muda ini bisa mengembangkan usahanya. Bagaimana harapan dan tantangan yang dihadapi *Entrepreneur* muda di Kota Palu dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya kedepan. Oleh karena itu, kami tertarik untuk membahas lebih

jauh bagaimana *Entrepreneur* muda di Kota Palu dengan judul penelitian “Harapan dan Tantangan *Entrepreneur* di Kota Palu”

A. Metode

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yang menghasilkan data yang deskriptif yang bersumber dari lisan maupun tulisan dari setiap informan, yang dalam hal ini adalah *Entrepreneur* muda di Kota Palu yang menggeluti berbagai jenis usaha.

Penelitian ini berlokasi di Kota Palu Sulawesi Tengah, dengan mengambil *setting* atau latar di beberapa tempat usaha yang dijalankan oleh *Entrepreneur* Muda. Yang mana Populasi dalam penelitian ini adalah *Entrepreneur* Muda di Kota Palu. Penentuan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*, yaitu metode yang dengan sengaja memilih sejumlah informan, dalam hal ini *Entrepreneur* Muda di Kota Palu.

B. Kerangka Konseptual

Istilah *Entrepreneurship* (kewirausahaan) pada dasarnya merupakan suatu disiplin ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan (*ability*) dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup untuk memperoleh peluang dengan berbagai risiko yang mungkin dihadapinya. *Entrepreneurship* adalah segala hal yang berkaitan dengan sikap, tindakan dan proses yang dilakukan oleh para *Entrepreneur* dalam merintis, menjalankan dan mengembangkan usaha mereka. Kata *Entrepreneur* berasal dari dua kata yaitu bahasa Perancis “*entre*” dan “*prendre*”. Sebutan ini digunakan pertama kali pada abad ke-18. Sebutan ini untuk orang yang sebagai “perantara” atau beberapa pihak dalam proses perdagangan. Istilah *Entrepreneurship* (kewirausahaan) pada dasarnya merupakan suatu disiplin ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan (*ability*) dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup untuk memperoleh peluang dengan berbagai risiko yang mungkin dihadapinya. Kata kewirausahaan (*Entrepreneurship*) asal mulanya adalah istilah populer yang digunakan oleh masyarakat lapisan atas.

Seorang *Entrepreneur* adalah seorang yang menciptakan sebuah bisnis, dengan menghadapi risiko dan ketidakpastian dan bertujuan

untuk mencapai laba serta pertumbuhan melalui pengidentifikasian peluang-peluang melalui kombinasi sumber daya yang diperlukan untuk mendapatkan manfaatnya. *Entrepreneur* melihat potensi yang dilihat kebanyakan orang sebagai masalah atau bahkan yang tidak terpikirkan sama sekali oleh kebanyakan orang, karakteristik yang menjadikan mereka lebih tertarik mencari dan memanfaatkan peluang (Zimmerer, 2008). Ada tahap-tahap yang dilakukan oleh seorang *Entrepreneur* dalam menjalankan usahanya. Secara umum tahap-tahap dalam melakukan *Entrepreneurship*: 1) tahap memulai, 2) tahap melaksanakan usaha, 3) tahap mempertahankan usaha, 4) tahap mengembangkan usaha.

Entrepreneur Muda. Menurut Prof. Dr. J. Winardi, SE, ada sejumlah karakteristik tipikal *Entrepreneur* yang antara lain mencakup: (a) lokus Pengendalian internal, para *Entrepreneur* beranggapan bahwa mereka berkemampuan untuk mengendalikan nasib mereka sendiri, mereka mampu mengarahkan diri mereka dan mereka menyukai otonomi; (b) Tingkat energi tinggi, Para *Entrepreneur* merupakan manusia yang *persistent* yang bersedia bekerja keras dan mereka bersedia untuk berupaya ekstra untuk meraih keberhasilan; (c) Kebutuhan tinggi akan prestasi, Para *Entrepreneur* termotivasi untuk bertindak secara individual untuk melaksanakan pencapaian tujuan-tujuan yang menantang; (d) Toleransi terhadap ambiguitas, Para *Entrepreneur* merupakan manusia yang bersedia menerima risiko, mereka mentoleransi situasi-situasi yang menunjukkan tingkat ketidakpastian tinggi; (e) Kepercayaan tinggi, Para *Entrepreneur* merasa diri mereka kompeten dan mereka yakin akan diri mereka sendiri dan mereka bersedia untuk mengambil keputusan-keputusan; (f) Berorientasi pada *action*, Para *Entrepreneur* berupaya agar mereka bertindak mendahului munculnya masalah-masalah, mereka ingin menyelesaikan tugas-tugas mereka secepat mungkin dan mereka tidak bersedia menghamburkan waktu berharga.

Pada sebagian orang menganggap tantangan adalah sesuatu yang membuat sulit, kadang menghambat sesuatu yang ingin kita capai. Tapi sebenarnya kalau kita mau melihat dari sisi yang agak berbeda dari pemahaman tersebut. Sebenarnya tantangan merupakan ba-

han bakar yang sangat dahsyat dalam pencapaian sesuatu tujuan. Akan menambah wacana cara melihat/memandang sebuah tantangan dalam memacu semangat kinerja dalam pencapaian sesuatu maksud dan tujuan. Anda sangat berhasrat untuk menjadi seorang *Entrepreneur*? keinginan besar menjadi modal utama dalam berwirausaha, iseng-iseng tidak cukup kuat untuk menghadapi tantangan berwirausaha yang sangat berat. Dalam berwirausaha harus siap dan berani berkerja dengan waktu yang lebih panjang, mencoba hal baru, tetap berusaha meskipun gagal dan ditolak serta mau belajar dari kesalahan dan kegagalan. Anda siap menghadapi tuntutan kerja keras, resiko gagal dan rugi setiap rencana dan usaha yang kita lakukan selalu ada kekurangan, bersiaplah menghadapi kegagalan. Lakukan penyesuaian-penyesuaian dan kalkulasi yang matang agar usaha yang kita jalani akan berjalan dengan lancar tanpa melalui tantangan ataupun hambatan.

Membutuhkan keberanian yang luar biasa dalam membuka sebuah usaha, karena mempertaruhkan banyak modal yang harus ditanam dalam memulai usaha seperti, uang, tenaga, waktu, dan pikiran. Dan sebagai pengusaha, anda pasti tidak menginginkan kerugian apalagi kalau sampai bangkrut, walau anda sadar bahwa itu sudah menjadi resiko seorang pengusaha. Sebuah usaha hanya akan berjalan kepada salah satu dari dua arah, yaitu arah bangkrut dan arah sukses. Banyak yang tahu jalan menuju arah kebangkrutan tetapi tidak banyak yang tahu jalan ke arah sukses. Untuk memajukan usaha agar maju dan berkembang maka pertama-tama yang harus dibenahi adalah mental sang pengusaha. Sebagai seorang wirausahawan, anda harus mempunyai mental baja, tahan banting, tidak mudah menyerah. Banyak pengusaha yang tidak mampu mengembangkan usahanya dikarenakan memang tidak atau kurang memiliki mental untuk sukses. Harapan dalam kehidupan manusia merupakan cita-cita, keinginan, penantian, kerinduan supaya sesuatu itu terjadi. Dalam menantikan adanya sesuatu terjadi dan diharapkan, manusia melibatkan manusia lain atau kekuatan lain di luar dirinya supaya sesuatu terjadi, selain hasil usahanya yang telah dilakukan dan ditunggu hasilnya. Jadi, yang diharapkan itu adalah hasil jerih payah dirinya dan bantuan kekuatan lainnya.

Bahkan harapan itu tidak bersifat egosentris, berbeda dengan keinginan yang menurut kodratnya bersifat egosentris, usaha ialah memiliki (Gabriel marcel, 1889-1973). Harapan tertuju pada “Engkau”, sedangkan keinginan kepada “Aku”. Harapan itu ditujukan kepada orang lain atau kepada Tuhan. Keinginan itu untuk kepentingan dirinya, meskipun pemenuhan keinginan itu melalui pemenuhan keinginan orang lain. Misalnya melakukan perbuatan sedekah kepada orang lain. Orang lain terpenuhi keinginannya, dan sekaligus orang yang sedekah juga terpenuhi keinginannya, yaitu kebahagiaan sewaktu berbuat baik kepada orang lain.

Sebuah artikel penelitian yang berjudul “*Perspectives in Business Anthropology: Cultural Production, Creativity and Constraints*” tahun 2011, Brian Moeran mengemukakan bahwa definisi “kreatif” atau “kreatifitas” baru memiliki makna ketika dilekatkan dengan batasan-batasan yang bekerja dalam kreatifitas tersebut. Pengertian kreatif tidak sekedar berarti inovatif, talenta, dan sebagainya, yang seolah-olah terjadi begitu saja dalam ruang vakum, tanpa adanya suatu proses. Moeran menekankan bahwa kreatifitas dalam produk produk budaya yang dibatasi oleh sejumlah faktor dan bagaimana kesepakatan-kesepakatan yang ada di setiap faktor yang menjadi batasan tersebut berhubungan dengan sistem sosial dimana proses kreatif (produk budaya berlangsung), menjadi penting untuk diteliti.

Salah satu studi Kasus *Entrepreneur Muda* di Indonesia yaitu pertama, Nurana Indah Paramitha T-Files. Tim dari Bandung ini merupakan mahasiswa ITB yang berhasil mengembangkan pembangkit listrik bernilai jutaan dollar melalui *marine current turbin* yaitu pembangkit menggunakan arus laut. Kini turbin T-Files sudah terpasang di beberapa pulau seperti Bali, Lombok, dan pulau-pulau pribadi di Indonesia. Rencananya turbin juga akan dipasang di bawah jembatan Suramadu. Bahkan T-Files saat ini telah menandatangani kontrak dengan PLN untuk 1 megawatt dan listrik yang dihasilkan di jual senilai Rp 13-15 sen dan setara dengan harga biogas. Kedua, Hendy Setiono (Kebab Turki Babarafi). Hendy Setiono adalah pengusaha muda asal Surabaya yang menjadi pemenang WMM 2007 dalam kategori Boga. Dia adalah owner dari Kebab

Turki Babarafi, saat ini Babarafi sudah berkembang secara Internasional seperti Malaysia, Singapura dan negara lainnya. Kepiawaian Hendy dalam berwirausaha telah banyak diakui dengan memenangkan berbagai penghargaan wirausaha dan di tahun 2006, majalah Tempo menunjuk Hendy sebagai salah satu tokoh yang mengubah Indonesia dan dinobatkan sebagai Asia’s *Entrepreneur Under 25* oleh majalah Business Week

PEMBAHASAN

A. Harapan *Entrepreneur Muda* Di Kota Palu Dalam Pengembangan Usaha 1. Koko Sigit (Kedai Halte *Ice Cream*)

Kedai Halte *Ice Cream* merupakan salah satu tempat usaha yang dimiliki oleh *Entrepreneur muda*. Kedai Halte tepatnya berada di Jln. Samratulangi, Kota Palu depan Masjid Samratulangi. Pemilik usaha ini adalah Koko Sigit, Usianya 28 Tahun, Lajang muda ini adalah alumni Universitas Tadulako tepatnya Fakultas Ekonomi. Tahun 2012 usaha Kedai Halte *Ice Cream* dimulai dimana pendirinya ada tiga orang. Salah satunya Koko Sigit, mereka sama-sama sarjana Ekonomi. Awal mereka merintis usaha ini belum menggunakan nama Kedai Halte *Ice Cream* karena tepatnya masih di Jln. Ahmad Dahlan, dan pada saat itu nama Usaha mereka ini *Ice Cream Rainbow*. Kemudian setelah beberapa tahun menjalani Usaha *Ice Cream Rainbow*, ke dua teman Koko Sigit nampaknya tidak serius lagi dalam menjalankan usaha mereka. Dan pada akhirnya Koko Sigit memilih untuk merintis usaha sendiri. Alasan memilih lokasi tersebut untuk memulai usaha, karena bertepatan di tengah perkotaan dan tentunya strategis, kemudian di depan jalan trans tentunya orang-orang yang lewat di jalan ini bisa mampir ke kedai halte. Jadi menurut Koko Sigit di tempat inilah yang cocok untuk membuka usaha kedai halte *ice cream*. Usaha yang dijalankan dengan berbagai macam cara atau strategi, mulai dari memunculkan menu-menu baru seperti Bakso Beranak, agar supaya menarik minat pelanggan. Serta memperbaiki cara pelayanan terhadap konsumen agar supaya pelanggan-pelanggan yang datang tidak bosan dan tertarik dengan

produk serta pelayanan yang baik di berikan pada konsumen.

Kendala yang dialami dalam menjalankan usaha kedai halte *ice cream* menurut Koko Sigit ketika munculnya persaingan, atau munculnya *cafe-cafe* baru yang menurut mereka itu adalah saingan dalam usaha kedai mereka. Dengan munculnya persaingan usaha tersebut, Koko Sigit bersama karyawannya berusaha untuk tetap semangat dalam menjalani usaha mereka, dan memunculkan inovasi-inovasi baru, atau produk-produk baru dengan berkembangnya zaman serta canggihnya teknologi. Waktu tertentu dimana terjadinya penurunan omzet atau pendapatan usaha, menurut Koko Sigit itu tidak bisa dipastikan atau ditentukan kapan penurunan pendapatan usaha mereka. Karena itu tergantung dari konsumen atau pelanggan yang akan berkunjung. Jika konsumen pada saat itu banyak berdatangan untuk membeli, maka pendapatan mereka naik, jika tidak sudah pasti pendapatan mereka itu berkurang. Jadi pada intinya tergantung dari konsumen atau minat pelanggan. Masalah yang dialami dalam menjalankan usaha ada beberapa, baik dari konsumen yang berdatangan misalnya pernah terjadi kehilangan helm, dan juga pada saat pelayanan ketika karyawannya lambat atau melayani tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen, kadang konsumen sudah marah-marah kepada karyawan kedai halte karena lambatnya mereka melayani konsumen. Namun para karyawan tidak bisa untuk marah balik, karena sudah jadi tugasnya untuk melayani atau menerima keluhan dari konsumen. Ada juga masalah yang dialami oleh Koko Sigit selama mereka menjalani usaha ini, mereka pernah kehilangan *genset* yang mereka gunakan.

Rencana bisnis usaha kedai halte *ice cream* di masa depan, Koko Sigit mempunyai rencana untuk memunculkan produk-produk baru agar supaya menarik minat pelanggan, dan memperbaiki pelayanan, serta memenuhi kebutuhan konsumen agar supaya kedai halte *ice cream* ke depannya tambah sukses.

2. Hidayah Ali binti Syech Abu Bakar S.H (Kedai Roti Maryam “Marry Madinah)

Kedai Roti Maryam “Marry Madinah” tepatnya di Jl. Sis. Al-Jufri kecamatan Palu Barat, kelurahan Lere. Kedai roti Maryam “Marry Madinah” pertama kali didirikan 5 tahun yang lalu tepatnya pada tanggal 1 Desember 2012. Dimana awalnya dibuka oleh lima orang mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Tadulako lewat kegiatan kewirausahaan yang diadakan oleh sentra dengan modal Sembilan belas juta rupiah yang di dapatkan dari program kewirausahaan kampus bisnis Universitas Tadulako. Mereka akhirnya sepakat untuk mengajukan proposal bisnis pada kegiatan tersebut dengan menjadikan roti mariam aneka *toping* sebagai usahanya. Pada awal dibukanya kedai ini dikelola secara langsung oleh lima orang pemiliknya tetapi saat ini kedai ini sudah berubah menjadi milik Hidayah sendiri karena empat orang temannya yang sudah memutuskan untuk keluar karena sibuk dengan urusan pribadi masing-masing. Perkembangan usaha kedai roti mariam “Marry Madinah” sudah bertahan 5 tahun semua itu tidak terlepas dari usaha keras dan strategi-strategi dalam usaha yang dilakukan oleh pemilik usaha kedai “Marry Madinah”. Ada beberapa kiat-kiat yang harus dilakukan untuk mempertahankan usaha agar tidak mati, diantaranya bagaimana pemilik usaha membangun hubungan yang baik dengan tim kerjanya agar tim kerja selalu maksimal dalam melakukan pekerjaannya, bagaimana menjaga hubungan yang baik dengan konsumen dan orang-orang yang berada disekitar tempat usaha, selalu berusaha berinovasi menghasilkan menu-menu baru dengan tujuan menarik pelanggan, menjaga kualitas produk yang dijual serta selalu menerapkan pelayanan prima dalam pelayanannya .

Menurut Hidayah untuk menjadi seorang *Entrepreneur* yang sukses diusia muda bukanlah sesuatu yang mudah. Usaha-usaha keras juga harus dilakukan dan kemudian mempersiapkan diri untuk menghadapi segala kemungkinan yang akan terjadi pada usahanya. Semua itu sudah dirasakan oleh pemilik usaha kedai roti mariam ini, selama 5 tahun usahanya berjalan

banyak sekali kendala yang datang pada usaha kedai ini baik yang bersifat internal maupun eksternal misalnya beberapa waktu yang lalu saat kedai roti ini tiba-tiba disuruh untuk pindah dari tempat sebelumnya tanpa pemberitahuan diawal dan pada saat itu pemilik usaha berada diluar kota untuk urusan pribadinya sehingga tidak bisa secara langsung turun menangani masalah yang saat itu ada pada usahanya akhirnya karena masalah tersebut kedai ini tutup selama kurang lebih satu bulan .

Hidayah juga berencana untuk memasarkan roti mariam *frozennya* di supermarket-supermarket yang ada di Palu saat ini beliau sedang mendesain untuk kemasannya. Juga berencana menjual roti mariam dengan menggunakan *triseda* agar mudah dalam pencarian tempat serta dapat menjangkau semua kawasan di kota Palu. Selain roti mariam beliau juga berencana akan membuat beberapa cemilan kecil dalam bentuk *frozen* yang bisa dipasarkan di supermarket di kota palu misalnya *risoles frozen* dan lain lain.

3. Hasriani Kamaluddin (HS Shop)

Hasriani Kamaluddin adalah nama *owner* atau pemilik dari usaha butik HS. *SHOP* yang berada di jalan tanjung harapan. Has, sapaan akrab kita kepada Hasriani yang berusia 23 tahun dan sedang dalam proses penyusunan proposal skripsi di STMIK ADHI GUNA PALU.

Pada awal karirnya, dengan hanya bermodalkan uang kurang dari 1 juta, Has merintis karir usahanya dimulai ketika dia masih semester empat menjelang semester lima dengan menjual rok-rok span yang dikhususkan untuk kalangan mahasiswi saja. Usaha *online shop* yang dimulai dari sebuah kamar dan *hobby* belanja kemudian menumbuhkan sebuah niat untuk memulai sebuah usaha. Awalnya Has membeli sebuah baju dari luar kota namun karena dia merasa kurang suka dengan baju tersebut maka Has menjual kembali bajunya kepada teman-temannya.

Has memiliki hobi jalan-jalan keluar kota dan hobi belanja, hobi yang dimiliki oleh kebanyakan remaja masa kini. Namun Has bisa menjadikan hobinya itu menjadi

sebuah peluang untuk memulai usaha. Beralih dari menjual bajunya yang tidak disukai kepada temannya lalu Has mulai sering ambil barang di Palu dan di luar Palu hingga akhirnya usahanya berjalan dengan sendirinya.

Barang-barang butik Has diperoleh dari berbagai kota di wilayah Indonesia, ada sebagian yang diperoleh dari Makasar, Jakarta, Jogja dan sebagian lainnya diperoleh dari sekitar wilayah Palu. Barang yang dari luar kota dikirim melalui agen pengiriman barang seperti JNE, Cargo, JNT, Tiki, Si Cepat dan lain-lain tergantung dari pengiriman barang yang ada dilokasi dan langsung diantarkan ke alamat butik.

Butik Has menjual berbagai jenis pakaian wanita muslimah masa kini lengkap dengan asesorisnya, seperti baju lengan panjang, kaos, rok span, rok sifon, celana *jeans*, jilbab rawis, jilbab *rempel* warnawarni, sepatu, dan juga kalung dan anting-anting dengan harga yang disesuaikan dengan ukuran dompet mahasiswa. Untuk kualitas tetap bagus.

Has sengaja tidak menjual dengan harga yang terlalu tinggi. Menurutnya jika harga terlalu tinggi orang akan susah mencari target pemasaran. Dan untuk bisa bersaing dengan butik-butik lain Has selain menjual dengan harga murah namun barang tetap bagus, Has juga memberikan diskon pada hari-hari tertentu kepada konsumennya. Walaupun keuntungan hanya sedikit asalkan tetap berjalan terus itu sudah memberikan pendapatan yang besar bagi Has. Jangan mengambil keuntungan terlalu banyak namun barang yang dijual tidak berlanjut. Ini hanya akan menimbulkan kerugian saja menurut Has.

Has dalam melayani konsumennya selalu mengutamakan komunikasi yang baik dan keramahan dengan konsumen. Pelayanan yang baik akan membuat konsumen merasa nyaman dan mulai tertarik untuk belanja ke butik lagi dan lagi. Meskipun ada juga konsumen yang datang ke butik hanya sekedar untuk melihat-lihat barang tanpa membeli.

Has pernah mengalami penurunan omzet ketika sedang KKN di Ampana.

Omzet yang diterima Has turun drastis hampir 50%. Hal ini dikarenakan Has sementara sibuk KKN dan hanya dibantu adiknya untuk mengurus usahanya selama dia KKN, sedangkan sang adik juga sementara mensementakan kuliahnya. Jadi mau tidak mau konsumen dilayani menunggu setelah adiknya pulang dari kuliahnya. Has mengupayakan sebisa mungkin supaya usahanya ini tidak mengganggu kegiatan kuliah yang juga tengah dijalannya. Has membagi waktunya untuk kuliah dan berbisnis. Jika sewaktu-waktu Has mendapatkan telepon dari dosennya maka Has akan menutup butiknya dan kembali buka nanti setelah Has pulang dari kampus.

Rencana untuk ke depannya Has akan memperluas butiknya yang dirasa terlalu sempit dan juga dengan butik yang semakin luas bisa menampung lebih banyak barang dan konsumen juga. Perluasan butik insya Allah akan dilaksanakan habis lebaran atau tahun depan tergantung dari dana yang dikumpulkan Has.

4. Fadli Rahayu (*Distro Good Father*)

Distro Good Father yang berada di Jl. Hangtua, menempati bangunan yang berada di pinggir jalan raya. Usaha *Distro Good Father* dimulai pada akhir tahun 2011, Fadli mengungkapkan bahwa modal awal yang digunakan untuk memulai usaha *distronya* itu sekitar Rp. 15.000.000.

Fadli mengembangkan usaha *distronya* adalah banyak bergaul dengan anak-anak muda, dan teman-temannya yang hobi dengan musik. Itulah yang dilakukan 2 tahun pertamanya melakukan usahanya. Sekarang ini dia lebih banyak melakukan promosi-promosi untuk memperkenalkan barangnya.

Strategi bisnis yang dijalankan oleh Fadli agar usaha dapat berkembang menurutnya ada 2 yaitu sering-sering promosi kemudian sering bergaul sesama anak muda. Hubungan dengan konsumen adalah dengan cara memanjakan konsumen dengan *display*. Hubungan dengan tenaga kerja/karyawan Mempekerjakan karyawan itu menurut pengakuannya, tidak melihat apakah dia teman dekat ataupun orang lain, namun semua toko-toko *distronya* karyawannya itu

adalah orang lain, bukan dari sanak saudara ataupun teman dekat.

Salah satu yang tidak pernah lepas saat kita membuka usaha, adalah kendala. Kendala yang pernah dihadapi adalah: mempekerjakan karyawan yang tidak sesuai dengan harapan, terkendala dengan modal, barang-barangnya kecurian.

Penurunan omzet atau pendapatan biasanya terjadi satu (1) bulan setelah hari raya Idul Fitri dan Adha, selain itu penurunan omzet terjadi pada awal bulan Januari sampai awal bulan Februari. Ada juga masalah-masalah yang harus dihadapi saat menjalankan usaha *distro* ini antara lain: Awalnya Fadli belum memiliki modal sendiri, ketika membeli merek orang, kadang apa yang kita pesan tidak sesuai dengan apa yang dikirimkan, seperti warna pakaian yang tidak sesuai, ukuran pakaian yang kecil/besaran. Memesan barang, tetapi barang yang di pesan tidak datang.

Rencana yang ingin dilakukan Fadli di masa depan, dia sedang merencanakan untuk membuat kedai wivi dan barter jalan-an atau yang juga disebut meja tempat minuman di pinggir-pinggir jalan.

5. Yusuf Klana Putra (*Black White Coffe Shop*)

Awal berdirinya usaha *Black White Coffe Shop* pada awal tahun 2017 dengan konsep yang digunakan yaitu klasik hitam putih. Usaha ini di bangun oleh Yusuf karena melihat besarnya peluang yang ada di daerah Tondo, usaha ini juga merupakan penyaluran hobinya yang suka terhadap kopi.

Usaha *Black White Coffe Shop* ini pendapatan Yusuf bertambah dalam pelaksanaan kegiatan pengembangan warung kopi, menggunakan beberapa metode adalah (1) Mengembangkan Kegiatan Promosi Usaha Warung Kopi, melalui facebook dan instagram agar lebih dikenal komunitas penggemar kopi. Kampanye pemasaran ini dilakukan untuk membangun *brand awareness* yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan seperti menjalankan program bazar. (2) Meningkatkan Kualitas Layanan dengan menyediakan fasilitas Wifi gratis, menambah peralatan untuk minum kopi

(cangkir dan gelas), memperbaiki dan menambah tempat duduk/bangku yang berwarna warni dan lampion-lampion untuk membuat suasana lebih santai dan romantis, tidak berdesak-desakan dan melakukan pengecatan dengan gambar-gambar yang menarik yang bisa dijadikan tempat untuk berfoto, dan sedikit perbaikan sehingga nampak bersih dan menarik. (3) Mengembangkan Produk. Meningkatkan kreativitas yaitu menciptakan menu baru andalan selain seduhan kopi, misalnya mencoba membuat minuman teh rempah-rempah (jahe, sereh, dll) atau seduhan kopi, coklat, susu. (4) Membantu membuat dan merapikan catatan usaha warung kopi dengan cara mencatat pembelian dan penjualan barang dagangan, mencatat hutang-piutang dan mencatat biaya, pendapatan dan keuntungan perbulan. (5) Meningkatkan kapasitas produksi dan memperbaiki proses produksi minuman kopi.

Hubungan yang baik dengan konsumen juga merupakan salah satu faktor majunya usaha Yusuf, yaitu dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen dengan sebaik mungkin sesuai dengan keinginan konsumen yaitu dengan menggunakan strategi pelayanan kecepatan, ketepatan, keramahan, dan keterampilan. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan.

Rencana membangun *caffe street* di masa depan, Yusuf mempunyai rencana untuk memunculkan produk-produk baru agar supaya menarik minat pelanggan, dan memperbaiki pelayanan, serta memenuhi kebutuhan konsumen agar supaya *cafe street* bisa lebih sukses dari *Black White Coffe Shop*.

6. Andri (Travelindo dan Toko Buah)

Tahun 2010 Andri mulai bisnis tiket pesawat dengan cara *online*, dua tahun usaha yang digeluti berbuah hasil. Perkembangan teknologi dan fasilitas mempermudah usaha *travel* yang dijalanannya karena

tiket yang sudah dipesan pelanggan kadang hanya butuh kode *booking* yang akan ditunjukkan ke *counter* maskapai di bandara. Namun untuk layanan bagi instansi pemerintah atau lembaga resmi biasanya minta *print* tiket untuk pertanggung jawaban keuangan.

Keuntungan dari penjualan tiket lumayan besar sehingga tiga tahun kemudian bisnis Andri merambah ke usaha lain yaitu Toko Buah yang menempati lahan sewaan dilokasi yang sama orang tuanya jualan buah.

Alasan dia untuk membuka usaha tersebut karena banyak peminat dan banyak yang membutuhkan seperti buah apel yang terhindar dari debu, panas matahari dan tawon maka dari itu ia membangun usaha buah agar buahnya lebih bersih dan terhindar dari debu dan tawon, dan buahnya juga lebih awet dan berbeda dengan buah yang hanya disimpan diluar atau dipinggir jalan.

Tantangan dalam menjalankan usaha toko buah ini menurut pemiliknya sangat banyak antara lain harus sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumennya itu yang harus dia kerjakan agar konsumen dapat kembali membeli buah di toko tersebut seperti membuat sebuah toko yang lain dari para penjual buah yang biasanya yang hanya menjual di pinggiran jalan dan harus kreatif dan inovatif sehingga ia bisa membuka toko buah yang unik tersebut, karena kebanyakan para konsumen hanya mengeluh karena buahnya kotor dan tidak awet maka dari itu ia membuka toko buah, dan apa yang diberitahukan oleh konsumen ia terinspirasi dan termotivasi untuk membuat tokonya lebih bagus lagi dan pelanggannya juga tertarik dengan usahanya tersebut.

Kemudian persaingan-persaingan berada khususnya kota palu sangat banyak dan tantangannya disini juga banyak seperti tempatnya yang masih banyak konsumen yang belum mengetahui dan pembeli biasanya yang pulang dari pasar karena tempat toko buah tersebut dekat dengan pasar inpres, dan pada malam hari kebanyakan konsumennya itu orang-orang yang pulang dari tempat kerja seperti kantor, kemudian tantangan yang lain yaitu buah yang cepat rusak dan busuk tetapi buah yang seperti itu

tidak langsung ia buang karena buah tersebut dapat diolah kembali seperti misalnya membuat salad buah, manisan, dan bisa menjadi uang lagi. dan biasa juga ada yang membeli buah busuk tersebut untuk dijadikan sebuah masker wajah.

Perkembangan usaha yang diharapkan untuk dimasa depan disini yaitu dengan berdirinya sebuah cabang dimana-mana dan juga semakin berkembang, kemudian kondisi toko buah miliknya saat ini lancar dan aman, dan berharap agar tokoh buahnya dapat menjadi toko buah yang banyak dan disenangi oleh masyarakat, toko buah tersebut juga dapat mencapai apa yang di inginkan dan disenangi oleh banyak orang dan dia juga menerima komentar dari konsumennya dan komentar itu sebagai bahan masukan terhadap toko buah tersebut. Dan untuk saat ini dia hanya ingin mengembangkan usaha buah dan usaha *travel*nya agar lebih berkembang lagi.

B. Tantangan sebagai *Entrepreneur* Muda

Suatu usaha pastinya akan mengalami pasang surut atau tantangan dalam menjalankan usahanya. Hidayah (pemilik usaha roti mariam) mengungkapkan bahwa untuk menjadi seorang *Entrepreneur* yang sukses diusia muda bukanlah sesuatu yang mudah. Usaha-usaha keras juga harus dilakukan dan kemudian mempersiapkan diri untuk menghadapi segala kemungkinan yang akan terjadi pada usahanya. Semua itu sudah dirasakan oleh pemilik usaha kedai roti mariam ini, selama 5 tahun usahanya berjalan banyak sekali kendala yang datang pada usaha kedai ini baik yang bersifat internal maupun eksternal misalnya beberapa waktu yang lalu saat kedai roti ini tiba-tiba disuruh untuk pindah dari tempat sebelumnya tanpa pemberitahuan diawal dan pada saat itu pemilik usaha berada diluar kota untuk urusan pribadinya sehingga tidak bisa secara langsung turun menangani masalah yang saat itu ada pada usahanya akhirnya karena masalah tersebut kedai ini tutup selama kurang lebih satu bulan. Tidak hanya itu kendala-kendala kecilpun banyak terjadi misalnya penurunan omzet, kerusakan pada alat produksi, cuaca juga turut mempengaruhi usaha bahkan menjadi salah satu kendala misalnya pada saat musim hujan omzet

cenderung menurun. Baginya berbagai tantangan di atas bukanlah hal yang bisa dijadikan alasan untuk tidak bersemangat dalam mengolah usahanya. Dalam sebuah usaha kuncinya teruslah berpikiran positif jangan menganggap usaha orang lain sebagai saingan bagi usaha kita tetapi jadikan hal tersebut sebagai motivasi agar usaha kita semakin baik.

Lain halnya yang dialami HS *Shop* bahwa tantangan yang dialami selama menjalankan bisnisnya yang dimulai dari usaha *online shop* tantangan utamanya adalah manajemen waktu. Artinya bahwa ia tidak bisa membagi waktu antara usaha dan kuliah sehingga Has pernah mengalami penurunan omzet ketika sedang KKN di Ampana. Omzet yang diterima Has turun drastis hampir 50%. Hal ini dikarenakan Has sementara sibuk KKN dan hanya dibantu adiknya untuk mengurus usahanya selama dia KKN, sedangkan sang adik juga sementara meneruskan kuliahnya. Jadi mau tidak mau konsumen dilayani menunggu setelah adiknya pulang dari kuliahnya. Has mengupayakan sebisa mungkin supaya usahanya ini tidak mengganggu kegiatan kuliah yang juga tengah dijalaninya. Has membagi waktunya untuk kuliah dan berbisnis. Jika sewaktu-waktu Has mendapatkan telepon dari dosennya maka Has akan menutup butiknya dan kembali buka nanti setelah Has pulang dari kampus. Has pernah berniat untuk mundur, karena belum banyak yang tahu mengenai usahanya dan karena dia mau lebih fokus dengan kuliahnya. Dan orang tua Has juga sempat melarang untuk berjualan barang-barang dikarenakan Has masih kuliah. Namun seiring berjalannya waktu dan kesabaran dari Has membuat usahanya mulai banyak dikenal orang. Dengan pendapatan dari menjual barang-barang tersebut Has bisa membayar biaya kuliahnya sendiri. Has mempromosikan barang-barang dibutik dengan menggunakan sosial media dan internet seperti facebook, dan instagram. Has mempromosikan bajunya menggunakan salah satu artis selebgram. Dengan begitu akan ada lebih banyak orang yang mengenal usahanya.

Berikutnya adalah *Distro Good father*, kendala yang pernah dihadapi adalah: mempekerjakan karyawan yang tidak sesuai dengan harapan, terkendala dengan modal, kecurian barang-barang *distro*. Pernah Fadli selama beberapa minggu tidak membuka tokonya karena

banyak barang-barang yang dicuri. Selain alasan menutup tokonya karena ada barang yang kecurian dia juga menyampaikan Alasan kenapa dia menutup tokonya, karena dia ingin merehab tokonya, sama dengan ketika pada saat hari raya dia juga wajib merehab tokonya agar barang-barang yang ada di dalam tokonya menjadi baru lagi, sehingga jika ada pelanggan yang datang, tidak bosan melihat barang-barang yang ada dan agar tidak monoton, karena usaha ini adalah usaha yang bagaimana kita berinovasi. Kendala kedua adalah pada waktu tertentu di mana terjadi penurunan omzet. Penurunan omzet atau pendapatan biasanya terjadi satu (1) bulan setelah hari raya Idul Fitri dan Adha, selain itu penurunan omzet terjadi pada awal bulan Januari sampai awal bulan Februari. Ketiga, adalah masalah menjalankan usaha: Awalnya Fadli belum memiliki modal sendiri, ketika membeli merek orang, kadang apa yang kita pesan tidak sesuai dengan apa yang dikirimkan, seperti warna pakaian yang tidak sesuai, ukuran pakaian yang kecil/besaran. Memesan barang, tetapi barang yang di pesan tidak datang. Kalau situasi seperti ini, narasumber mengaku rugi. Kerugian ini bila dinominalkan, mencapai Rp.9.000.000-Rp.10.000.000. Ke empat adalah persaingan bisnis. Kelima, tidak adanya kerja sama dengan perusahaan lain, pemerintah, ukm. Fadli selama menjadi *Entrepreneur* tidak pernah bekerja sama dengan instansi pemerintah maupun ukm, tetapi dia hanya menjalin kerja sama dengan sesama teman-teman pengusaha lainnya yang bergelut dalam usaha pakaian *Distro*.

Perencanaan di masa depan, mempunyai banyak gagasan, seperti ingin membuat usaha-usaha yang tren di kalangan anak muda dan membuat usaha-usaha yang tren sekarang. Salah satu harapannya ingin anak-anak muda sekarang mengembangkan usaha, beda dengan pengusaha-pengusaha terdahulu. Rencana yang ingin dilakukan Fadli di masa depan, dia sedang merencanakan untuk membuat kedai wivi dan barter jalanan atau yang juga disebut meja tempat minuman di pinggir-pinggir jalan.

Selanjutnya adalah usaha milik Yusuf Klana Putra (*Black White Coffe Shop*). Sejak berdirinya usaha tersebut, Ada beberapa kendala yang dialami oleh Yusuf sebagai *Entrepreneur* dalam menjalankan usaha warkopnya. Yaitu ketika munculnya persaingan, atau

munculnya *caffé-caffé* baru yang inovatif dan kreatif. Adapun kendala lain, yaitu kurangnya peminat kopi di daerah Tondo, karena target pemasaran mereka adalah mahasiswa, sedangkan daya beli mahasiswa itu kurang. Naik turunnya omzet pendapatan sering terjadi di akhir bulan karena pada akhir bulan pengunjung mulai berkurang. Karena kenaikan dan turunannya omzet atau pendapatan usaha ditentukan oleh banyak atau berkurangnya konsumen dan pelanggan yang berkunjung. Waktu tertentu dimana terjadinya penurunan omzet atau pendapatan usaha, itu tidak bisa dipastikan atau ditentukan kapan penurunan pendapatan usaha mereka. Tetapi, penurunan omzet biasa terjadi pada akhir bulan. Karena itu tergantung dari konsumen atau pelanggan yang akan berkunjung. Jika konsumen pada saat itu banyak berdatangan untuk membeli, maka pendapatan mereka naik, jika tidak sudah pasti pendapatan akan berkurang. Sejauh ini *Black White Coffe Shop* belum buka cabang dan juga tidak bekerja dengan perusahaan lain, karena *Black White Coffe Shop* merupakan warkop pertama yang berdiri atau tunggal di daerah Tondo. Dengan keadaan sekarang banyaknya warkop saingan yang bermunculan mendorong Yusuf ingin mengembangkan usahanya atau mempertahankan kecakapan setinggi mungkin dalam segala aktivitas dimana suatu standar keunggulan digunakan sebagai suatu perbandingan dengan membuka cabang di tempat lain selain di daerah Tondo dengan membuat *caffé street* agar mudah menjangkau pelanggan dan *black white coffee* makin dikenal. Dengan mencari daerah yang lebih strategis untuk memulai usaha yang baru.

Andri (Travelindo dan Toko Buah), tantangan yang dihadapi selama menjalankan usahanya yang utama adalah persaingan. Khususnya di Kota Palu, usahanya masih kurang *familiar*. Belum banyak konsumen yang mengetahui. Pembeli biasanya yang pulang dari pasar karena tempat toko buah tersebut dekat dengan pasar inpres, dan pada malam hari kebanyakan konsumennya itu orang-orang yang pulang dari tempat kerja seperti kantor, kemudian tantangan yang lain yaitu buah yang cepat rusak dan busuk tetapi buah yang seperti itu tidak langsung ia buang karena buah tersebut dapat diolah kembali seperti misalnya membuat salad buah, manisan, dan bisa menjadi uang lagi dan

biasa juga ada yang membeli buah busuk tersebut untuk dijadikan sebuah masker wajah.

Terkadang juga pembeli sepi dan biasa juga ia hanya rugi tetapi menurut dia yang namanya usaha tetap ada ujiannya, karena semua tergantung pembeli, dan biasanya terjadinya penurunan omzet yaitu sekitar pertengahan atau akhir bulan sedangkan jika awal bulan para pembeli biasanya banyak yang datang untuk membeli buah apalagi jika ada acara-acara atau ibadah-ibadah seperti hari raya Nyepi. Promosi usaha yang biasa dikerjakan untuk menambah konsumen melalui *online* seperti facebook, ikp (info kota Palu) dan melayani pesan antar seperti *parcel* buah. Setiap menjalankan usaha pasti ada tantangan yang harus dilalui sebagai wirausaha apalagi sekarang ini makin banyaknya persaingan dan teknologi sudah semakin canggih maka dari itu sebagai wirausaha kita harus berusaha menciptakan dan berinovasi dan juga harus kreatif dalam melakukan segala hal agar usaha kita tetap berjalan lancar sesuai yang diharapkan dan diinginkan.

Perkembangan usaha yang diharapkan untuk dimasa depan disini yaitu dengan berdirinya sebuah cabang dimana-dimana dan juga semakin berkembang, kemudian kondisi toko buah miliknya saat ini lancar dan aman, dan berharap agar tokoh buahnya dapat menjadi toko buah yang banyak dan disenangi oleh masyarakat, toko buah tersebut juga dapat mencapai apa yang di inginkan dan disenangi oleh banyak orang dan dia juga menerima komentar dari konsumennya dan komentar itu sebagai bahan masukan terhadap toko buah tersebut.

Adapun kerjasama yang dilakukan dengan perusahaan lain untuk saat ini belum ada tetapi banyak yang ingin meminta kerja sama dengan dia karena melihat usaha toko buahnya berjalan dengan lancar, dan sekarang dia juga mempunyai usaha di bidang agen perjalanan wisata *Tour and Travel* yang bernama PT Pindo Perkasa Pura dan nama kerennya yaitu Travel Lindo, kemudian rencana bisnis yang ingin dia lakukan untuk di masa depan yaitu ingin bersaing seperti perusahaan-perusahaan besar seperti *trans group* dan *green hero* dan seperti semacam supermarket dan usahanya dapat mencapai *go* internasional dan bahkan dia ingin memiliki cabang sampai diluar kota Palu dan bekerjasama dengan perusahaan-perusahaan terkenal. Dan untuk saat ini dia hanya

ingin mengembangkan usaha buah dan usaha *travel*nya agar lebih berkembang lagi.

SIMPULAN

Entrepreneur Muda di Kota Palu memiliki berbagai tantangan dalam menjalankan usahanya. Krisis listrik yang kerap terjadi di kota Palu mengharuskan adanya dana ekstra untuk suplai listrik, kenyamanan dalam menjalankan usaha juga terganggu dengan hal tersebut mengingat kota Palu sangat panas. Alat-alat usaha yang lain seperti Kulkas dan *Freezer* untuk bisnis makanan juga bermasalah. Masalah lain juga dialami khusus bisnis *travel* dimana banyak instansi pemerintah yang utang tiket pesawat. Pengiriman suplai barang juga kadang bermasalah. Harapan dari para *Entrepreneur* muda ini adalah dukungan dari pemerintah untuk membenahi masalah listrik, membuka peluang untuk bermitra dan menyediakan fasilitas yang lebih bagus untuk mendukung usaha bisnis mereka. *Entrepreneur* muda harus lebih kreatif menciptakan peluang dan inovasi dalam menjalankan usaha. Serta mengelola manajemen keuangan secara profesional. Pemerintah harus mendukung dengan menyediakan infrastruktur yang memadai. Menjembatani dengan membuka peluang kerjasama dan mitra dengan lembaga lain.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abd Rahim, 2009. *Kewirausahaan*. Niebel Edumedia, Jakarta. Badan Pusat Statistik Kota Palu, 2001, diolah Litbang Kompas.
- Casson, M, 2003, *The Entrepreneur; An Economic Theory. edition*, Cheltenham, UK. Edward Elgar.
- Dariyatmo. 2007. *Peranan Wiraswasta sebagai Unsur Ketahanan Nasional: Sistem Pendidikan dan Pengembangan Kewiraswastaan Indonesia*. Jakarta:
- Djojodibroto, Rahardjo Darmanto, 2004. *Tradisi Kehidupan Akademik*, Galang press.
- Drucker. P. E.1994. *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. New York: Harper Business.
- G.Winardi. 2003. *Entrepreneur Entrepreneurship*, Prenada Media, Jakarta.

- G. Winardi, (2008), *Entrepreneur dan Entrepreneurship*, Cetakan ke III, Kencana Prenada.
- Hartaji, Damar A. 2012. *Motivasi Berprestasi Pada Mahasiswa yang Berkuliah Dengan Jurusan Pilihan Orangtua*. Fakultas Psikologi Universitas Gunadharma Kamus Besar Bahasa Indonesia
- Hendro, (2005) *How to become a smart Entrepreneur and to start new business*, Penerbit Adi, Yogyakarta.
- Jacinta, R. F. 2002. *Wanita Bekerja*. WEB: Kompas Cyber Media Krench
- Kasmir. 2007. *Kewirausahaan*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Li, Z. & Liu, Y. (2011). *Entrepreneurship Education and Employment Performance*. Journal of Chinese Entrepreneurship: Emerald group Publishing Limited
- Maleong, L. J. 1994. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rosdakarya.
- Meredith. G.G. 1998. *Kewirausahaan: Teori dan Praktek*. Jakarta: PT Pustaka Bina-man Pressindo.
- Me. Clelland. D. C. 1998. *The Achievement Motive*. New York: Publishing Pamuncar 2012, definisi peran dan fungsi mahasiswa.
- Papalia, Diane & Feldman, RD. 2008. *Human Development*. Jakarta: Kencana Santrock, J. W. 2002. *Perkembangan Masa Hidup*. Jakarta: Erlangga.
- Schumpeter. Josep A (1911): *The Theory of Economic Development. An Inquiry in to Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Published by Oxford University Press (1963)
- Suryana. 2009. *Kewirausahaan. Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat. Media group, Jakarta.

Karya Ilmiah

- Aditya Dion Mahesa, 2012, Skripsi, UNDIP, *Analisis Faktor-Faktor Motivasi Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha*, (Studi pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang).