

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Universitas Ciputra adalah salah satu universitas terkemuka di Indonesia. Terletak di kota Surabaya, Universitas Ciputra didirikan oleh Bapak Ir. Ciputra pada tahun 2006 dan menjadi Universitas pertama yang menerapkan kurikulum *Entrepreneurship* di setiap mata kuliahnya. *Entrepreneurship* adalah proses penciptaan sesuatu yang baru pada nilai menggunakan waktu dan upaya yang diperlukan, menanggung risiko keuangan, fisik, serta risiko sosial yang mengiringi, menerima imbalan moneter yang dihasilkan, serta kepuasan dan kebebasan pribadi (Hisrich, Peters & Shepher, 2008 :12).

Penerapan kurikulum dalam proses perkuliahan itu sendiri bertujuan untuk meningkatkan jumlah *Entrepreneur* yang ada di Indonesia. *Entrepreneur* menurut kamus Meriam-Webster adalah seseorang yang mengorganisir, memenej, dan menanggung risiko sebuah bisnis atau usaha.

Perlu diketahui, Negara dengan jumlah *Entrepreneur* yang banyak akan lebih mudah untuk mencapai kemakmuran daripada Negara dengan jumlah *Entrepreneur* yang sedikit. Negara Amerika Serikat memiliki jumlah *Entrepreneur* sebanyak 20 persen dari populasi negaranya. Beberapa negara maju lainnya yang memiliki jumlah *Entrepreneur* lebih dari 2 persen dibanding populasi negaranya, seperti Jepang 18 persen, Inggris 18 persen, Singapura 10 persen dan beberapa negara berkembang yang memiliki jumlah *Entrepreneur* lebih dari 2 persen dibanding populasinya adalah China 5 persen, India 5 persen, dan Malaysia 2,5 persen (Saputra, 2010: 165).

Sedangkan Indonesia yang notabene memiliki jumlah penduduk sebanyak 237.556.363 (BPS, 2010), diperkirakan hanya memiliki *Entrepreneur* sejumlah 440 ribu atau dengan persentase 0,20 persen saja (Saputra, 2010: 15). Hal ini sangat jauh dari penelitian yang dilakukan oleh David McClelland, yang mengatakan bahwa Negara akan makmur bila memiliki minimal 2 persen *Entrepreneur* dari populasi yang ada (Ciputra, 2008 : 37).

Apabila mengacu pada penelitian yang dilakukan, maka Indonesia membutuhkan kurang lebih 4.750.000 *Entrepreneur* untuk dapat membawa Indonesia sejajar dengan Negara-negara maju lainnya. Melihat hal ini jugalah, Bapak Ir. Ciputra berusaha meningkatkan kesejahteraan Indonesia serta memperbaiki masa depan bangsa, dengan membangun Universitas Ciputra.

Ketika pertama kali dibuka di daerah Citraland, Surabaya, Universitas Ciputra menawarkan enam jenis jurusan sarjana S1 yang dapat diambil oleh mahasiswa, salah satunya adalah *International Business Management*. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, kurikulum berbasis *Entrepreneur* diterapkan pada semua jurusan, tidak terkecuali *International Business Management*. Pada jurusan *International Business Management*, kurikulum tersebut tercermin khususnya pada pelajaran yang bernama *Entrepreneurial Project*.

Entrepreneurial Project adalah salah satu mata kuliah jurusan *International Business Management* yang mengajarkan serta membimbing mahasiswa untuk mendirikan suatu bisnis. Pada mata kuliah ini mahasiswa diwajibkan untuk memulai sebuah bisnis yang nantinya diharapkan akan tetap berjalan setelah mahasiswa tersebut lulus. Dengan begitu, ketika mereka telah selesai menempuh pendidikan di Universitas Ciputra, secara otomatis akan tercipta ratusan *entrepreneur-entrepreneur* muda di Indonesia.

Berawal dari mata kuliah itu pula, pemilik Gae Koen Tok (yang selanjutnya ditulis GKT) berusaha menemukan usaha bisnis yang dapat dibangun. Setelah melakukan penelitian serta riset awal, maka pemilik GKT beserta rekan-rekan di awal semester itu menemukan fakta bahwa di Surabaya masih belum terdapat sebuah *merchandise* khas Surabaya yang sangat terkenal. Menurut kamus Merriam-Webster, *merchandise* memiliki arti yaitu barang yang diperjualbelikan dalam sebuah bisnis. Menilik dari definisi tersebut, yang dilihat sebagai peluang di sini adalah belum ada *brand* barang-barang khas Surabaya yang terkenal.

Sebagai contoh nyata sekaligus perbandingan, kota Jogjakarta terkenal dengan Dagadu, sedangkan Pulau Bali terkenal dengan Joger. Di Surabaya sendiri, meskipun terdapat beberapa *brand* yang berusaha bermain di bidang *merchandise*, seperti “Cak-Cuk”, “Sawoong”, “Jula-Juli” atau “Surabayaku”, namun masih belum ada yang mempunyai nama besar atau melekat di hati masyarakat Surabaya. Berawal dari ide serta melihat fakta yang ada, maka pemilik GKT beserta rekan-rekannya dahulu, mendirikan sebuah bisnis bernama Gae Koen Tok.

GKT adalah sebuah bisnis yang bergerak di bidang *merchandise* khas kota Surabaya. Usaha yang telah berdiri sejak bulan Maret 2010 ini pada mulanya berada di Jalan Kayoon 2AB, Surabaya. Usaha ini didirikan karena adanya keinginan dan kemampuan untuk memberikan produk yang khas dari kota Surabaya dengan desain yang unik dan kreatif. GKT sementara ini menyediakan spesialis baju dalam bentuk kaos, dan akan mulai berkembang ke arah gelas mug, serta tas yang memiliki desain yang keren. Produk dari GKT sendiri selalu menggunakan bahan dengan kualitas terbaik, guna menghadapi ketatnya persaingan di bidang usaha *merchandise*. Dalam bisnis, persaingan pasti terjadi, termasuk dalam bisnis di bidang usaha ini. Bidang usaha *merchandise* di Surabaya sebenarnya bukanlah bisnis yang benar-benar baru.

Dalam sejarahnya, telah terdapat beberapa “pemain” yang telah “menyelami” usaha ini terlebih dahulu seperti yang telah disebutkan sebelumnya, misalnya “Cak-Cuk”, “Sawoong”, “Jula-Juli”, serta “Surabayaku”. Namun meski telah terdapat beberapa nama yang bergerak terlebih dahulu di bidang *merchandise*, peluang untuk menguasai pasar ini sendiri masih besar. Hal ini disebabkan oleh beberapa perbedaan yang ada pada Gae Koen Tok terhadap pesaing-pesaingnya sesama pemain *merchandise* khas kota Surabaya (Tabel 1.1).

Tabel 1.1- Tabel Perbandingan antar GKT dengan brand merchandise Surabaya lain

| Faktor Pemanding | Gae Koen Tok | Cak-Cuk | Sawoong | Jula-Juli |
|------------------|--|---|--|--|
| Desain | -Cenderung ceria -Anti tema yang berisi kata-kata kotor atau gambar tabu. | -Vulgar -Banyak mengangkat tema tentang seks dan kata-kata kotor | -Banyak menggambarkan kota Surabaya lama | -Acak -Tidak memiliki pola tertentu |
| Bahan | <i>Cotton Combed 24s dan 30s</i> | <i>Cotton Combed 20s</i> | <i>Cotton combed 20s</i> | <i>Cotton combed 20s</i> |
| Price | Rp 7.000,00 – Rp 95.000,00 | Rp 5.000,00 – Rp 90.000,00 | Rp 7.000,00 – Rp 70.000,00 | Rp 7.000,00 – Rp 70.000,00 |
| Target Market | Turis, Masyarakat menengah ke atas | Turis, Masyarakat menengah ke bawah | Turis, Masyarakat menengah ke bawah | Turis, Masyarakat menengah ke bawah |

Sumber : Data observasi, diolah

Dapat terlihat dari Tabel 1.1 bahwa target market dari “pemain-pemain” lainnya berbeda dengan target market GKT. Jika target market dari pesaing-pesaing lainnya lebih ke arah masyarakat menengah ke bawah, GKT menunjukkan produknya ke masyarakat menengah ke atas. Di sisi lain, bahan yang digunakan tidaklah sama. Sebagai contoh, para pesaing menggunakan kain katun combat 20s untuk bahan bajunya, sedangkan Gae Koen Tok menggunakan kain katun combat 30s. Kain katun 20s lebih tebal dibandingkan kain katun combat 30s yang lebih tipis dan lebih halus. Perbedaan-perbedaan tersebutlah yang dijadikan peluang oleh Gae Koen Tok guna memasuki pasar *merchandise* khas kota Surabaya.

Jika menilik kembali perjalanan karir dari GKT, maka akan ditemukan kenyataan bahwa perjalanan tersebut tidaklah selalu mulus, atau bahkan bisa dikatakan tidak pernah mulus. Sejak mencoba memulai membangun bisnis di bulan Maret 2010, masalah serta hambatan tak kunjung berhenti datang. Dibutuhkan sebuah perjuangan yang cukup berat untuk dapat melalui semua masalah tersebut. Atau lebih tepatnya, sebuah kecintaan yang kuat terhadap bisnis ini sendiri.

Kecintaan terhadap bisnis adalah salah satu hal mutlak yang harus dimiliki oleh pengusaha yang menjalankan usahanya, seperti yang tertuang di dalam 7 karakter *entrepreneur* yang ditanamkan oleh Bapak Ir. Ciputra. Kecintaan terhadap bisnis, atau disebut sebagai *passion*, adalah bagian yang sangat penting dalam memulai usaha apapun dan berlaku tidak hanya di lingkungan bisnis saja. Bisnis yang dijalankan tanpa *passion* ibaratnya seperti sayur tanpa garam, bagaikan manusia tanpa nyawa. Bisnis tanpa *passion* lebih baik tidak perlu dijalankan, karena bisnis tersebut tidak akan berkembang dan hanya akan “berjalan di tempat” saja.

Dengan adanya *passion*, seorang pengusaha akan lebih fokus dalam mengelola usahanya. Hal ini juga yang terjadi pada diri pemilik GKT. Sesulit apapun masalah yang menimpa bisnisnya, pemilik GKT selalu tetap mencari solusi demi solusi guna membuat bisnisnya tetap berjalan. Hal ini dapat terjadi pada diri pemilik GKT karena seseorang yang telah menemukan *passion* dirinya pada sesuatu, dia akan selalu semangat mengerjakan *passion*nya meskipun sulit. Ketika telah menemukan *passion*, seseorang tersebut akan selalu mencari jalan keluar pemecahannya, dan dalam proses pencapaiannya, keuntungan materi bukan menjadi tujuan utama tapi sekunder kecuali *passion*nya adalah uang. *Passion* adalah bahan bakar bagi pencapaian atau prestasi. *Passion* dalam arti sederhana adalah semangat yang besar disertai emosi yang kuat, hasrat yang membara, sebuah determinasi untuk mencapai tujuan (Gunawan, 2009).

Pemilik GKT merasakan, dengan *passion* yang telah terdapat pada dirinya, pemilik GKT seperti mendapatkan tenaga serta dorongan ekstra untuk kembali bangkit memperjuangkan GKT setiap kali pemilik GKT merasa lelah ataupun ingin menyerah. Sebagai contoh, pada suatu saat di mana Gae Koen Tok berada di ambang kehancuran dikarenakan keluarnya rekan-rekan bisnis dari GKT, pemilik GKT tetap berusaha memperjuangkan dengan sekuat tenaga agar GKT ini mampu terus beroperasi dan berjaya.

Di sisi lain, didukung dengan *passion* yang begitu besar, secara otomatis pemilik GKT selalu gigih dalam memperjuangkan bisnisnya. Kegigihan, atau yang sering disebut *persistent* ini jugalah yang mampu membawa GKT tetap ada dan beroperasi.

Bila diibaratkan pada sebuah mobil, *passion* adalah bahan bakarnya, dan *persistent* adalah mesinnya. Kedua karakter ini saling mengisi dan saling melengkapi. Seseorang yang telah memiliki *passion* yang sangat besar akan selalu gigih memperjuangkan suatu hal. Begitu juga ketika seseorang berani memperjuangkan sesuatu tanpa lelah, berarti orang tersebut telah memiliki *passion* di bidang itu. Seseorang tidak perlu membutuhkan pengalaman dan sumber daya (uang, tenaga, mesin, dan lain-lain) yang banyak untuk menjadi seorang *Entrepreneur*.

Dengan melihat isu-isu di atas, maka laporan projek ini akan fokus pada dua dari *seven spirits of Entrepreneur*. *Seven spirits of Entrepreneur* yang dimaksud terdiri dari *Passion, Independent, Market Sensitivity, Creative & Innovative, Persistent, Calculated Risk Taker, High Ethical Standard*. Sedangkan dua karakter yang akan dibahas adalah *passion* dan *persistent*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan pada sub bab sebelumnya, maka ditemukan masalah – masalah yang akan diteliti pada penelitian ini. Rumusan masalah tersebut adalah: Bagaimana *passion & persistent* bisa mendukung keberlangsungan sebuah usaha?

C. Tujuan Laporan

Tujuan dari laporan proyek ini, adalah: Sebagai studi empirik yang ingin membuktikan pengaruh karakter *passion & persistent* yang dimiliki pelaku bisnis dalam membangun dan mempertahankan usaha yang dimilikinya.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penulisan laporan proyek ini dibagi menjadi dua, yaitu :

1. Manfaat teoritis
 - a. Dapat menambah wacana karakter *Entrepreneur*, terutama pada topik *passion & persistent* sebagai bagian dari *seven spirit of entrepreneur*.
 - b. Dapat memperkaya khasanah studi empiris bagi para pakar ekonomi, pelajar, maupun elemen akademisi lainnya mengenai peran *passion* dan *persistent* terhadap kinerja bisnis
 - c. Dapat menjadi bahan referensi penelitian berikutnya mengenai karakter *Entrepreneur*.
 - d. Dapat menjadi bacaan untuk memotivasi mereka yang ingin memulai usaha.
2. Manfaat praktis

Diharapkan hasil laporan proyek ini dapat memberikan sumbangan pemikiran serta saran bagi perusahaan dalam menjalankan usahanya.

E. Lingkup Permasalahan

Adapun lingkup permasalahan dalam laporan proyek ini, (1) karakter yang diangkat adalah *passion & persistent*. (2) Lingkup industri dari objek penelitian yang diangkat adalah industri kreatif.



