



<https://ejournal.unib.ac.id/index.php/jsn>

DOI ://doi.org/10.33369/jsn.7.1.1-16

## **DILEMA USAHA RASIONAL WIRAUSAHA MUDA DI DENPASAR**

### ***THE RATIONAL DILLEMMA OF YOUNG ENTREPRENEURS IN DENPASAR***

**Wahyu Budi Nugroho<sup>1</sup>, Gede Kamajaya<sup>2</sup>**

wahyubudinug@unud.ac.id, kamajaya@unud.ac.id

<sup>1,2</sup>. Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Udayana

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini mengkaji rasionalisasi para mahasiswa di Kota Denpasar yang terjun ke dunia wirausaha. Status mereka sebagai mahasiswa aktif yang masih berkuliah tentu memerlukan berbagai pertimbangan khusus (rasionalisasi) sebelum mereka memutuskan untuk berwirausaha. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan teori habitus Pierre Bourdieu, teori motif tindakan sosial Max Weber, serta teori pilihan rasional James Coleman. Melalui penelitian yang dilakukan terhadap tujuh belas informan, dilema atau hambatan rasional ditemui pada sembilan informan, sementara delapan informan cenderung memiliki rasionalisasi yang kuat dalam berwirausaha. Adapun motif tiga belas informan dalam berwirausaha terkategori dalam rasionalitas instrumental, tiga informan dalam kategori rasionalitas nilai, dan satu sisanya dalam kategori rasionalitas afeksi. Dari ketujuh belas informan penelitian, ditemui delapan informan penelitian yang menggunakan prinsip-prinsip pilihan rasional dalam mengoptimalkan kegiatan wirausaha di sela-sela kesibukan kuliahnya.

**Kata Kunci :** Wirausaha Muda, Rasionalisasi Usaha, Wirausaha Denpasar

#### **ABSTRACT**

*This research examine the rationalization of students in the city of Denpasar who is trying to enter the entrepreneurship field. Their status as university students certainly requires various considerations (rationalization) before they decide to become entrepreneurs. This research used a qualitative approach using Pierre Bourdieu's habitus theory, Max Weber's theory of social action motives, and James Coleman's theory of rational choice. Through research on seventeen informants, a dilemma or rational obstacle was found in nine informants, while eight informants tended to have strong rationalizations in entrepreneurship. The motives of thirteen informants in entrepreneurship are categorized as instrumental rationality, three informants are*

*categorized as value rationality, and the remaining one is categorized as affective rationality. Of the seventeen research informants, we found eight research informants who use the principles of rational choice in optimizing entrepreneurial activities in between their busy lectures.*

**Keywords:** *Young entrepreneurs, Business Rationalization, Denpasar Entrepreneurship.*

## **PENDAHULUAN**

### **Upaya Pemerintah Mendorong Lahirnya Wirausaha Muda**

Sejak dimulainya periode kedua pemerintahan Jokowi, berbagai upaya untuk mendorong munculnya wirausaha muda kian masif. Hal ini tercermin lewat berbagai kebijakan pemerintah melalui beberapa kementerian terkait, seperti Kementerian Pemuda dan Olahraga yang meluncurkan program Kuliah Kewirausahaan Pemuda, Kementerian Perindustrian dengan program *Creative Business Incubator* (CBI), serta Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif lewat program *FoodStartup Indonesia* (FSI) (Don, 2019; Munib, 2019; Kemenparekraf, 2020). Berbagai upaya tersebut ditempuh mengingat masih minimnya jumlah pelaku wirausaha di tanah air. Idealnya, jumlah pelaku wirausaha di suatu negara setidaknya adalah 4% dari keseluruhan penduduk, sementara di Indonesia angka 2% pun belum terpenuhi (Felder et al., 2016).

Masih minimnya jumlah pelaku wirausaha di tanah air sesungguhnya tidak terlepas dari implikasi model pembangunan ekonomi terdahulu. Di era orde baru, model pembangunan ekonomi yang digunakan adalah *trickle down effect* ‘efek rambatan’. Model ini berfokus pada penciptaan pusat-pusat pertumbuhan melalui industrialisasi skala besar dengan menghadirkan para investor asing. Dengan demikian, selama puluhan tahun, model pembangunan ekonomi Indonesia telah begitu bergantung pada investasi asing (Baswir, 2003). Persoalan lain yang muncul adalah, industrialisasi di tanah air adalah “industrialisasi semu” karena tidak disertai oleh proses alih teknologi. Industri motor atau mesin tanah air adalah perakitan, sementara industri farmasi tanah air adalah peracikan; semua itu bukan milik negara; negara sekadar memfasilitasi pendirian pabrik-pabrik oleh investor asing. Terkait hal ini, Rahardjo (dalam Mubyarto Institute, 2016) menyebut Indonesia sebagai “negara *outsourcing*”.

Serangkaian hal di ataslah yang kiranya menyebabkan pemerintah saat ini kian mendorong tumbuh-kembangnya sektor wirausaha dan inovasi, setelah di periode sebelumnya berfokus pada pembangunan infrastruktur. Dalam hal ini, meskipun

berbagai proyek infrastruktur belum sepenuhnya terselesaikan, tetapi setidaknya infrastruktur yang berorientasi untuk menopang dan mengembangkan kegiatan ekonomi masyarakat, telah dan akan tersedia. Rasionalisasi lain begitu digenjotnya sektor wirausaha saat ini adalah sektor terkait yang cenderung tahan terhadap guncangan ekonomi, terutama sektor usaha yang bersifat mikro, kecil, dan menengah (UMKM) karena tidak bertumpu pada modal besar dari luar (asing). Terkait hal ini, Indonesia pernah memiliki pengalaman pahit fenomena *bubble economic* 'gelembung ekonomi' di akhir dekade 1990-an, yakni runtuhnya perekonomian tanah air secara seketika akibat para investor asing tiba-tiba menarik seluruh modalnya (Shutt, 2005).

Lebih jauh, salah satu upaya yang dilakukan pemerintah untuk mendorong budaya dan perilaku wirausaha adalah dengan menggandeng perguruan tinggi, Universitas Udayana salah satunya. Hal ini tampak lewat kebijakan Rektor Universitas Udayana, Prof. Dr. dr. A. A Raka Sudewi, Sp.S(K), yang menghendaki lahirnya 117 wirausahawan muda Universitas Udayana setiap tahunnya. Berbagai kegiatan untuk mendukung kegiatan wirausaha mahasiswa pun dilakukan, seperti penguatan Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Kewirausahaan yang telah berdiri sejak tahun 2013, diselenggarakannya *Training of Trainers* (ToT) Kewirausahaan, digelarnya Festival Wirausaha Muda, serta beragam seminar kewirausahaan di tingkat universitas, fakultas, maupun program studi (Unud, 2019).

### **Figurasi Wirausaha Muda Sukses**

Dewasa ini, pemberitaan tentang figur para wirausaha muda sukses memenuhi beragam media, tidak terkecuali media sosial. Mereka ditampilkan sebagai sosok yang cerdas, energik, kasual, mapan, dan seakan telah menggenggam masa depan. Berbagai citra diri mereka yang demikian sering ditampilkan bersamaan dengan informasi atau ajakan untuk mengikuti seminar atau pelatihan kewirausahaan. Di samping itu, hadirnya tujuh staf khusus milenial presiden yang seluruhnya adalah wirausaha muda seolah kian menguatkan kesan betapa kewirausahaan muda adalah salah satu arus utama wacana pemerintah saat ini (Sianturi, 2019). Tidak ketinggalan, dua putera Presiden Jokowi yaitu Gibran Rakabuming dan Kaesang Pengarep yang juga merupakan wirausaha muda, turut meramaikan pemberitaan media secara berkelanjutan.

Secara semiotika, citra-citra yang sengaja ditampilkan di atas memang bertujuan untuk mendorong para muda/i tanah air mengikuti jejak mereka. Dalam perspektif Jean Baudrillard (1994), media menjadi simulakra yang memproduksi simulasi-simulasi dengan kecenderungan menghasilkan *hiperealitas* atau hal-hal yang melampaui kenyataan. Simbol-simbol wirausaha muda sukses yang ditampilkan seakan menyiratkan betapa wirausaha adalah jalan terbaik bagi muda/i tanah air saat ini, bahwa setiap muda/i dapat menjadi seperti mereka; serta betapa menjadi wirausaha muda adalah pilihan ideal karena sesuai dengan karakter generasi milenial yang cenderung tidak menyukai hierarki birokrasi atau perkantoran, gemar berpetualang (bebas), suka berinteraksi dengan beragam latar belakang orang, dan lain sejenisnya. Sementara, acara-acara kewirausahaan muda yang cenderung berformat *bombastis* dapat diistilahkan sebagai *fastamorgaria* dalam perspektif Baudrillard (1994), yakni simulasi dalam wujud peristiwa langsung. *Fastamorgaria* acara-acara kewirausahaan kian menekankan jika setiap muda/i seolah dapat mengikuti jejak wirausaha muda sukses.

Namun demikian, pencitraan yang berlebihan di atas sesungguhnya dapat menjebak muda/i tanah air pada “modus memiliki”. Modus atau hasrat (nilai) untuk memiliki sebagaimana diutarakan Marcuse (2016) adalah gejala manusia atau masyarakat dengan “kesadaran satu dimensi”, seolah media adalah yang menjadi satu-satunya pembentuk kesadaran masyarakat. Hal ini secara konkrit dapat dimisalkan lewat muda/i yang cenderung lebih mengimitasi tampilan wirausaha muda sukses dan justru melupakan hal-hal esensial dari kewirausahaan—kerja keras, kerja cerdas, pantang menyerah, memanfaatkan setiap peluang, dan lain-lain. Dengan demikian, terjadi pendangkalan kognitif yang seakan lewat tampilan-tampilan luar tertentu muda/i telah merasa menjadi wirausaha muda sukses, atau setidaknya berkeyakinan bahwa wirausaha muda sukses memanglah harus berpenampilan demikian. Dalam hal ini, modus memiliki memang dilawankan dengan “modus menjadi”. Modus memiliki seolah membuat seseorang “merasa telah menjadi”, padahal senyatanya belum, modus memiliki justru membuat individu menjadi kontraproduktif karena seyogyanya itu merupakan jebakan konsumsi gaya baru.

Di sisi lain, secara analisis wacana, terdapat ide yang terus-menerus dikomunikasikan bahwa kerja kantoran, baik itu menjadi pegawai pemerintah atau perusahaan swasta yang bonafid sekalipun, tidak lagi menjadi tren. Secara tidak

langsung, wacana tersebut turut menyiratkan jika muda/i seharusnya bekerja di tempat ia bisa menjadi tuan atas dirinya sendiri. Bekerja dengan pihak lain, terutama menjadi bawahan, tidaklah membebaskan dan membuat muda/i tidak bisa mengeksplorasi seluruh potensinya. Secara sosiologis, ini merupakan konstruksi sosial-budaya baru yang berupaya menegasi konstruksi sosial-budaya sebelumnya, sementara bagi generasi terdahulu menjadi pekerja kantoran adalah hal yang diidamkan, dan baru membuat seseorang bisa dikatakan sukses. Akan tetapi, sebagaimana diutarakan Roland Barthes (2018), di mana terdapat wacana, di situ akan selalu ada “mitos”. Wacana-wacana kewirausahaan yang digaungkan pun menimbulkan pertanyaan tersendiri, apakah itu betul-betul baik untuk muda/i tanah air, atau lebih dikarenakan ketidakmampuan pemerintah menciptakan lapangan kerja.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan berjenis deskriptif-eksplanatif. Pendekatan kualitatif digunakan karena penelitian ini berfokus pada upaya pencarian data yang mendalam, yaitu pengalaman setiap wirausaha muda yang berbeda antara satu sama lain dikarenakan menggeluti bidang usaha yang berbeda pula. Dengan kata lain, setiap bidang usaha yang berbeda tentu memiliki tantangan dan peluangnya masing-masing. Jenis penelitian deskriptif-eksplanatif digunakan karena penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan rasionalisasi para wirausaha muda di kota Denpasar dalam menjalankan aktivitas usahanya, berikut bagaimana mereka merespons berbagai persoalan yang dihadapi.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain observasi, dokumentasi, dan wawancara. Teknik observasi yang digunakan berjenis *participant as observer* (partisipan sebagai pengamat), artinya peneliti mengamati keseharian hidup para informan, tetapi tidak turut serta dalam (melakukan) aktivitas mereka. Teknik dokumentasi dalam penelitian ini adalah megoleksi berbagai arsip, artikel, dan berbagai bentuk literatur lainnya baik dalam wujud digital ataupun cetak mengenai wirausaha muda di tingkat lokal maupun nasional sebagai bahan kajian pelengkap atau tambahan penelitian terkait. Teknik wawancara dalam penelitian ini adalah wawancara semi-terstruktur, artinya peneliti sekadar membuat poin-poin garis

besar pertanyaan sebagai dasar pengembangan pertanyaan atau wawancara langsung di lapangan.

Lebih jauh, teknik analisis data dalam penelitian ini mencakup reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Berbagai data yang telah terkoleksi melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara, diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori untuk kemudian disajikan dan dianalisis dengan menggunakan teori rasionalitas Max Weber, habitus Pierre Bourdieu, serta pilihan rasional James Coleman. Tahapan terakhir adalah penarikan kesimpulan, dalam tahapan ini pertama-tama dilakukan penarikan kesimpulan sementara, yakni dengan cara mempelajari kembali berbagai data di awal penelitian serta beragam data baru yang diperoleh. Kedua data tersebut kemudian diverifikasi dan dianalisis kembali sehingga sampailah pada penarikan kesimpulan. Namun demikian, mengingat penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, maka kesimpulan dalam penelitian ini dapat terus diperbarui sejauh terdapat data baru atau perkembangan fenomena di lapangan.

## **PEMBAHASAN**

### **Motivasi Wirausaha Muda di Denpasar**

Nyatanya, meskipun citra dan sosialisasi wirausaha muda sukses begitu masif di berbagai media, tidak satu pun dari tujuh belas informan dalam penelitian ini yang mengaku dipengaruhi olehnya. Sembilan informan menyatakan terjun ke dunia wirausaha dikarenakan ajakan temannya, atau merupakan hasil diskusi dengan temannya. Dalam hal ini, ada teman yang memiliki ide wirausaha kemudian mendiskusikan dengan informan, dan begitu pula sebaliknya, terdapat informan yang terlebih dahulu memiliki ide, kemudian mendiskusikan bersama teman-teman lainnya. Empat di antaranya terjun ke dunia wirausaha dikarenakan melanjutkan (baca: membantu) usaha orangtua, sementara tiga menyatakan sekadar *iseng* atau coba-coba, dan satu sisanya mengatakan sekadar membantu seorang temannya.

Ketika peneliti bertanya mengapa figur-figur wirausaha muda sukses yang kerap tampil di media tidak begitu memengaruhi mereka; hampir seluruh informan menjawab bahwa figur-figur tersebut tidak bisa dijadikan contoh atau tolak ukur karena berasal dari latar belakang keluarga dan kelas sosial yang berbeda. "*Kebanyakan sudah lahir dari keluarga kaya,*", ucap salah seorang informan. Hal ini kiranya menunjukkan

kemandirian berpikir informan yang tidak begitu saja memercayai pemberitaan media atau wacana yang dihadirkan. Secara sosiologis, habitus para figur wirausaha muda sukses yang populer memang berbeda dibandingkan para informan. Menurut Bourdieu (dalam Harker et al., 2005), habitus adalah struktur mental atau kognitif yang dibentuk oleh lingkungan tempat individu lahir dan dibesarkan, serta selalu terikat dengan beragam modalitas yang berbeda antarsatu sama lain. Jika figur-figur tersebut memiliki modal-modal yang cenderung lengkap—modal sosial, modal ekonomi, modal kultural, dan modal simbolik—maka kebanyakan para informan penelitian sekadar memiliki atau mengandalkan modal sosial dan modal kultural.

Modal sosial yang dimaksudkan adalah jaringan pertemanan untuk memasarkan usahanya, sedangkan modal kultural lebih kepada kemampuan dan penguasaan mereka dalam mengoperasikan berbagai instrumen teknologi informasi berikut komunikasi mutakhir seperti gawai dan laptop, termasuk beragam media sosial di dalamnya. Kurangnya modal ekonomi para informan penelitian dikarenakan sebagian besar mereka berasal dari keluarga kelas menengah di level *lower middle class*. Menurut Yuswohady (2014), kelas menengah di level *lower* memiliki pendapatan direntang satu juta rupiah hingga lima juta rupiah per bulan, sedangkan kelas menengah di level *upper* memiliki pendapatan lima juta rupiah hingga sepuluh juta rupiah.

Motivasi utama para informan terjun ke dunia wirausaha pun berbeda-beda. Sebagian besar informan, yakni tiga belas orang mengaku berwirausaha untuk memperoleh uang jajan tambahan, sementara tiga informan menyatakan untuk mengisi waktu luang dan menjalin relasi dengan banyak orang, sedangkan satu informan sisanya mengaku berempati membantu usaha temannya. Terkait satu informan terakhir, ketika peneliti menanyakan apakah yang bersangkutan memiliki minat berwirausaha setelah membantu temannya, ia mengatakan “tidak terlalu”. Menurutnya, ini dikarenakan dirinya yang berorientasi menjadi PNS sama seperti orangtuanya.

Lebih jauh, sembilan informan sepakat jika berwirausaha dapat menjadi pilihan pekerjaan yang digeluti sebelum memperoleh pekerjaan mapan setelah lulus kuliah. Bagi peneliti ini menarik, pernyataan sembilan informan tersebut seolah masih menempatkan wirausaha sebagai pekerjaan sampingan, sementara pekerjaan yang dianggap utama tetaplah sektor formal. Alasan kebanyakan dari mereka adalah, kegiatan

wirausaha yang mereka lakoni belum betul-betul bisa memberi pemasukan cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, atau masih sebatas (sebagai) tambahan uang jajan.

Apabila konsep motif tindakan sosial Max Weber (dalam Ritzer, 2009) digunakan untuk memetakan motivasi atau rasionalisasi para informan penelitian terjun ke dunia wirausaha, maka ketiga belas informan yang menyatakan berwirausaha untuk memperoleh uang jajan tambahan terkategori dalam rasionalitas instrumental, yakni tindakan yang didasarkan pada pencapaian tujuan secara efektif dan seefisien mungkin, dalam hal ini cara tercepat untuk memperoleh pemasukan tambahan. Sementara, tiga informan yang menyatakan berwirausaha untuk mengisi waktu luang dapat terkategori dalam rasionalitas nilai, yakni bagaimana mengisi waktu luang dengan aktivitas yang positif dan produktif. Rasionalitas nilai sendiri merupakan tindakan yang didasarkan pada sesuatu yang dianggap baik, benar, dan diharapkan keterwujudannya—nilai sosial. Adapun satu informan yang mengaku berwirausaha karena berempati menolong temannya, dapat dikategorikan dalam rasionalitas afeksi, yakni tindakan yang didasarkan pada emosi atau perasaan, dalam hal ini membantu teman yang membutuhkan pertolongan.

### **Menimbang Rasionalisasi Finansial Wirausaha Muda di Kota Denpasar**

Dari ketujuh belas informan penelitian, delapan informan meyakini jika wirausaha dapat memberikan jaminan hidup ke depannya. Dari delapan informan tersebut, empat informan bergerak dibidang wirausaha perdagangan dengan menjadi *reseller*, sedangkan dua di bidang manufaktur kreatif, dan dua sisanya dibidang jasa. Empat informan *reseller* meyakini hal ini dikarenakan memiliki kawan-kawan dan saudaranya dengan usaha serupa yang telah mampu mencukupi kebutuhan hidupnya, salah satunya dikarenakan besarnya keuntungan yang diperoleh menjadi *reseller*. Bagi mereka, untuk mencapai tahapan keamanan finansial, sekadar persoalan waktu saja. Mereka yakin usahanya bakal berkembang setelah lulus kuliah; karena setelah lulus mereka merasa dapat betul-betul berfokus mengembangkan usahanya.

Dua informan dibidang manufaktur kreatif optimis dengan usahanya dikarenakan telah memiliki pasar luar negeri, tidak sekadar dalam negeri. Bahkan, mereka menyatakan seringkali tidak dapat memenuhi permintaan pesanan dikarenakan kurangnya waktu untuk mengurus ketersediaan bahan baku mengingat mereka masih



disibukkan oleh berbagai tugas kuliah. Menariknya, satu dari informan ini pernah mengajukan Kredit Usaha Rakyat (KUR) sebesar dua puluh lima juta rupiah disalah satu bank BUMN. Ia mengaku, proses pengajuan tersebut cukup mudah, asalkan memiliki surat bukti usaha. Pada awalnya, ia ragu-ragu untuk mengajukan pinjaman, tepatnya risiko jika tidak dapat mengembalikannya, namun jaminan dari kedua orangtuanya lah yang bersedia membantu yang kemudian membuatnya berani mengajukan pinjaman tersebut. Nyatanya, dalam waktu satu tahun ia bisa melunasi pinjaman itu tanpa bantuan orangtua, lewat pengalaman ini, ia pun semakin percaya diri berwirausaha. Dari sini, tampak jelas betapa dukungan orangtua sangatlah penting dalam mendorong wirausaha muda.

Dua informan tersisa yang meyakini wirausahanya dapat menjamin kehidupan ke depan bergerak di bidang jasa, yakni cafe dan warung makan. Terkhusus untuk satu informan pelaku usaha warung makan mengaku cukup dimudahkan karena tinggal menempati bangunan warisan yang dimiliki orangtuanya—tidak perlu menyewa. *“...biasanya ini (bangunan ruko) disewakan setiap tahun, tetapi kemudian orangtua ‘menantang’ berani buka usaha sendiri atau tidak, saya pun menerima tantangan itu,”*, ungkapnya. Awalnya, informan berpikiran untuk mendirikan cafe, tetapi dikarenakan desain interior cafe memerlukan banyak biaya, sementara ia sendiri belum bisa memprediksi banyak-tidaknya pelanggan, maka ia pun memutuskan membuat warung makan dengan “menu anak kos”. *“...kalau cafe itu sudah banyak di daerah sekitar sini, biayanya juga mahal, belum lagi harus ada internetnya. Menurut saya, untuk permulaan, yang paling masuk akal warung makan.”*, ucapnya. Informan terkait, meskipun sekadar menjual menu sederhana seperti nasi goreng, mie instan, jus, dan sejenisnya; pemasukannya sudah mampu menjaga usahanya terus berjalan, bahkan ia telah memiliki seorang karyawan.

Lebih jauh, kedelapan informan di atas kiranya dapat diklasifikasikan sebagai *innovative entrepreneur*, yakni wirausaha yang terus berpikir kreatif dan berusaha meningkatkan usahanya. Menurut Ciputra (dalam Endah, 2019), terdapat tiga jenis pelaku wirausaha, yaitu *innovative entrepreneur*, *replicative entrepreneur*, serta *necessity entrepreneur*. Pengertian *innovative entrepreneur* adalah sebagaimana disebutkan di atas, sedangkan *replicative entrepreneur* adalah mereka yang berwirausaha karena sekadar

meniru bisnis yang sedang tren, adapun *necessity entrepreneur* adalah orang-orang yang berwirausaha karena terpaksa dan akibat desakan kebutuhan hidup.

### **Pilihan Rasional Wirausaha Pemula di Kota Denpasar**

Para wirausaha muda ini dapat pula disebut sebagai “wirausaha pemula”, karena memang seluruh informan dalam penelitian ini baru menjalankan usahanya selama satu hingga dua tahun disela kesibukan kuliah. Tentunya, terdapat pertimbangan rasional dan risiko dalam pilihan bidang wirausaha yang mereka geluti, terutama bagi delapan informan yang meyakini wirausaha sebagai jaminan hidup ke depannya. Dalam perspektif pilihan rasional, seseorang dapat dikatakan melakukan tindakan rasional apabila sebelumnya ia telah memiliki preferensi atau “informasi sebelumnya” dalam memilih dan memilah tindakan yang diambilnya. Lebih jauh, pilihan tersebut adalah upaya optimalisasi, dan selalu terikat oleh informasi yang dimiliki aktor—pelaku wirausaha muda.

Setidaknya, terdapat lima tahapan krusial dalam proses pilihan rasional, yaitu; (1) Menentukan prioritas, (2) Menimbang sumberdaya yang dimiliki, (3) Seleksi aktor terhadap berbagai pilihan yang tersedia atau yang memungkinkan, (4) Menimbang berhasil-tidaknya tindakan yang dilakukan, serta (5) Melakukan pertukaran sumberdaya yang dimiliki dengan pihak lain (Zeitlin, 1995). Pada tahapan pertama, yakni “penentuan prioritas”, seluruh pelaku wirausaha muda yang penulis teliti sepakat jika prioritas utama mereka adalah kuliah (baca: menyelesaikan kuliah). Inilah alasan yang menyebabkan mereka belum dapat sepenuhnya berfokus pada wirausaha yang digeluti.

Pada tahapan kedua, yakni “menimbang sumberdaya yang dimiliki”, para wirausaha muda yang bergerak dibidang perdagangan (*reseller*) mengatakan jika bisnis terkait relatif murah. Bahkan, mereka sama sekali tidak perlu mengeluarkan biaya terlebih dahulu untuk memulai bisnis ini, karena mereka sekadar menjualkan produk dari produsen utama, kemudian keuntungan diperoleh lewat selisih harga yang ditetapkan produsen dengan harga yang mereka tetapkan bagi konsumen. Jika barang-barang yang dijual tidak laku pun tidak menjadi soal, karena tinggal dikembalikan pada produsen. Terdapat pula “sistem makelar”, yakni para pelaku wirausaha muda sekadar mempromosikan barang-barang, kemudian jika terdapat pesanan, mereka cukup

memberitahukan kepada produsen, dan memperoleh komisi disetiap pesanan barang tersebut.

Bagi wirausaha muda dibidang manufaktur kreatif, pilihan mereka pada bidang ini dikarenakan bahan baku yang tergolong murah. Jika dikaitkan dengan tahap kedua perspektif pilihan rasional, hal ini sesuai dengan sumberdaya yang mereka miliki. Sebagai misal, untuk bahan baku satu meter kain, satu ikat benang wol, dan beberapa pita, bisa digunakan untuk membuat sekitar dua puluh produk kerajinan. Terdapat pula usaha *merchandise* boneka wisuda, di mana harga setiap bahan mentah bonekanya cukup murah, terlebih jika memesan dalam jumlah banyak ke produsen. Boneka ini kemudian dirajut dan didandani dengan tampilan wisuda, dengan bahan-bahan kain, benang wol, serta pita di atas. Dengan demikian, usaha ini pun tergolong aman secara finansial bagi informan. Di samping itu, salah seorang informan pelaku usaha ini yang pernah mengajukan pinjaman modal ke salah satu bank BUMN, secara tidak langsung turut menimbang sumberdaya yang dimiliki orangtuanya, yakni kesediaan orangtua untuk membantu manakala ditemui kesulitan dalam pengembalian pinjaman.

Cukup berbeda dari para pelaku usaha perdagangan dan manufaktur kreatif, dua informan penelitian yang bergerak di bidang jasa memiliki sumberdaya yang lebih besar, meskipun itu berasal dari orangtuanya. Tetapi setidaknya, hal itu dibarengi pula oleh pertimbangan mereka dalam kemampuan mengaksesnya, sehingga sumberdaya tersebut menjadi mungkin bagi mereka—dapat dimiliki. Informan penelitian yang memiliki usaha cafe, meskipun mengeluarkan banyak biaya dalam usahanya, namun tetap menimbang jika besaran biaya tersebut tetaplah rasional dan aman berbanding kemampuan ekonomi orangtuanya. Sementara, satu informan yang memiliki usaha warung makan, memilih usaha tersebut karena telah memiliki sumberdaya utama berupa tempat usaha.

Pada tahap pilihan rasional yang ketiga, yakni “seleksi aktor terhadap berbagai pilihan yang tersedia atau yang memungkinkan”, mereka yang memilih usaha sebagai *reseller* melihat hal tersebut paling mudah dilakukan, yakni sekadar mempromosikan barang tanpa perlu membuat barang atau produk tersebut. Mereka juga berpikir aktivitas usaha ini tidak terlalu mengganggu perkuliahan. Hal serupa juga disampaikan informan penelitian yang bergerak dibidang manufaktur kreatif. Mereka mengatakan jika membuat kerajinan sudah merupakan hobi sejak kecil, salah seorang informan bahkan

mengatakan kegemarannya itu sudah dimulai sejak memperoleh tugas membuat prakarya semasa SD.

Lebih jauh, usaha ini dinilai memungkinkan bagi mereka yang masih berkuliah karena dapat dikerjakan di sela-sela waktu luang. Terlebih, mereka tidak membuka tawaran pesanan dalam partai besar, meskipun salah seorang informan mengaku sempat kewalahan menyoba menerimanya. Dalam hari-hari biasa, kendala yang dihadapi dalam usaha ini adalah saat mereka memiliki tenggat waktu tugas-tugas kuliah atau saat sedang Ujian Tengah Semester (UTS) dan Ujian Akhir Semester (UAS), sementara pesanan datang di waktu bersamaan. Akan tetapi, lewat berbagai pertimbangan, mereka menganggap usahanya tersebut masih tetap bisa dijalankan tanpa begitu mengganggu aktivitas perkuliahan.

Terkait sektor usaha jasa dua informan lainnya, yakni pemilik usaha cafe dan usaha warung makan. Usaha cafe yang dijalankan barulah buka pada sore hari pukul 16.30, dan ini dianggap tidak mengganggu aktivitas perkuliahan. Informan terkait sempat mengemukakan jika sebetulnya dapat saja ia membuka usahanya lebih awal dan mempercayakan pengelolaan cafe pada karyawan yang juga merupakan adik sepupunya, namun ia memilih tidak melakukannya karena ingin mengelola cafe secara total dan ingin menghadapi berbagai dinamika usahanya secara langsung. Ia menganggap, semua itu akan menjadi pengalaman yang berharga.

Sementara, bagi informan pemilik usaha warung makan, meskipun usahanya mulai dibuka pukul 09.00 WITA setiap harinya, ia tidak merasa itu mengganggu perkuliahannya dikarenakan ia memiliki seorang pegawai dan orangtuanya (ibunya) sering datang untuk membantu aktivitas usahanya. Terlebih tidak setiap hari ia memiliki jadwal perkuliahan pagi—di jam pertama. Ia mengatakan, apabila keesokannya tidak memiliki jadwal kuliah pagi, ia seringkali bermalam di tempat usahanya, biasanya ditemani oleh kawan-kawan sambil menonton pertandingan bola. Lebih jauh baginya, dukungan keluarga dalam menjalankan usahanya sangatlah berarti, terlebih ibunya yang sering terlibat, dan mengatakan itu sebagai aktivitas untuk mengisi hari tuanya. Hal terkait, secara langsung memberikan pertimbangan pada informan bahwa usahanya memang dapat dan mungkin dijalankan di sela-sela kesibukan kuliah.

Pada tahapan pilihan rasional yang keempat, yakni “menimbang berhasil-tidaknya tindakan yang dilakukan”, para informan *reseller* mengatakan bahwa usahanya

adalah aktivitas bisnis yang paling mudah dilakukan, terlebih dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi dewasa ini. Sebelum memulai usaha terkait, keempat informan sudah yakin bahwa mereka akan mampu menjual produk yang mereka pasarkan. Seluruh informan turut mengatakan jika transaksi melalui daring lebih banyak jumlahnya daripada luring. Dominannya transaksi digital yang dialami keempat informan ini kiranya menunjukkan betapa era ekonomi-informasi memang telah dimulai di tanah air.

Terkait hal di atas, Antonio Negri dan Michael Hardt (dalam Prasetyo, 2013), mengatakan jika terdapat tiga tahap revolusi pemenuhan kebutuhan yang telah dilalui umat manusia, yaitu revolusi pertanian, revolusi industri, dan revolusi ekonomi-informasi. Akan tetapi, revolusi ekonomi-informasi ini bukan berarti meniadakan revolusi pertanian dan revolusi industri, hanya saja, ketika seseorang memiliki suatu usaha, entah itu di bidang pertanian atau industri, jika tidak terintegrasi dengan ekonomi-informasi, maka ia akan kesulitan menemukan pasar atau kalah bersaing dengan para pelaku usaha lain (Nugroho, 2019). Jika ditilik ke belakang, internet mulai dikenal luas masyarakat tanah air pada awal tahun 2000-an, di masa-masa ini penggunaan internet lebih didominasi untuk kebutuhan (akses) informasi, sedangkan penggunaannya bagi transaksi ekonomi (*e-commerce*) baru banyak digunakan pasca tahun 2010.

Lebih jauh, alasan serupa turut dikemukakan pelaku usaha manufaktur kreatif, yakni betapa kemajuan pesat teknologi informasi dan komunikasi memberikan optimisme mungkin saja usaha mereka dijalankan. Faktual, selama ini mereka pun lebih sering menerima pesanan secara daring, tepatnya melalui DM atau *Direct Message* ‘pesan langsung’ akun Instagram. Diakui oleh mereka, media daring memang memberikan pasar yang luas, bahkan tidak terbatas, hal ini salah satunya terbukti lewat pesanan kerajinan kreatif yang tidak hanya berasal dari pasar nasional (luar Pulau Bali), tetapi juga luar negeri. Hal lain yang juga mendorong optimisme mereka akan usahanya adalah citra Pulau Bali yang memang telah dikenal luas sebagai penghasil produk-produk kerajinan kreatif dengan harga terjangkau.

Bagi pelaku usaha cafe, optimisme mereka akan usahanya disebabkan oleh “kultur cafe” yang memang sedang menggejala di kota-kota besar tanah air, termasuk di Denpasar. Seiring tumbuh suburnya kelas menengah di Indonesia, usaha cafe pun

banyak bermunculan, karena memang cafe merupakan budaya konsumsi kelas menengah. Mereka yang biasanya melakukan aktivitas konsumsi cafe (*nongkrong*) adalah para pekerja muda kantoran dan mahasiswa. Di sisi lain, hal ini didukung pula oleh pamor kopi lokal yang sedang menanjak, mulai populernya profesi barista (peracik kopi), serta budaya kafe yang turut dipopulerkan oleh budaya-budaya pop seperti film dan novel. Serangkaian hal inilah yang menyebabkan informan pelaku usaha cafe optimis dengan usahanya. Di samping itu, status informan sebagai mahasiswa juga memudahkan dirinya untuk mempromosikan kafenyanya kepada kawan-kawannya, bahkan para dosen. Strategi lain yang dilakukan informan usaha cafe untuk kelangsungan usahanya adalah dengan bekerjasama dengan organisasi-organisasi mahasiswa agar menggelar berbagai acara kemahasiswaan di kafenyanya, seperti diskusi santai, *workshop*, apresiasi minat dan bakat mahasiswa, perayaan ulang tahun organisasi, bahkan *dies natalis* program studi.

Sementara, bagi informan pelaku usaha warung makan, optimisme akan usahanya dikarenakan menu makanan murah yang ia tawarkan. Ia menyebutkan bahwa dari buruh kasar (buruh bangunan), pekerja lapangan seperti kurir dan sejenisnya, hingga mahasiswa menjadi pelanggan warung makannya. Menurutnya, ini dikarenakan masih jarang bahkan tidak adanya warung-warung makan burjo (khas Jawa Barat) di Denpasar, sementara warung-warung semacam ini sudah banyak ditemui di sekitar lingkungan kampus kota-kota di Pulau Jawa; dan memang nyatanya, meskipun ia sekadar menjual menu-menu sederhana seperti mie instan dan nasi goreng, pendapatan dari warung makannya sudah dapat menjaga kelangsungan usahanya.

Tahap terakhir dari pilihan rasional adalah “melakukan pertukaran sumberdaya dengan pihak lain”. Dalam konteks ini berarti, bagaimana usaha tersebut mulai dijalankan, antara lain, *reseller* dan pengusaha manufaktur kreatif yang mulai memasarkan produknya, serta pengusaha cafe dan warung makan yang mulai menjalankan bisnisnya. Dapatlah ditilik, tahapan ini adalah putusan akhir setelah serangkaian rasionalitas sekaligus beragam risiko dipertimbangkan secara seksama oleh para aktor. Putusan atau eksekusi ini, sebagaimana telah disinggung sebelumnya, merupakan usaha aktor untuk mengoptimalkan pilihannya. Dalam hal ini, berkaitan dengan aktivitas perkuliahan para informan bersamaan dengan kegiatan wirausahanya.

## KESIMPULAN

Melalui berbagai uraian yang telah dipaparkan sebelumnya, motivasi dari kebanyakan informan pelaku wirausaha muda dapat dikategorikan ke dalam tipe rasionalitas instrumental, yakni bagaimana usaha yang mereka jalankan bertujuan untuk memperoleh pemasukan (uang jajan) tambahan. Hal ini sekaligus menunjukkan betapa figurasi wirausaha muda sukses yang cukup masif di media tidak begitu berpengaruh terhadap mereka. Di samping itu, terdapat dua modal utama yang dominan digunakan para pelaku wirausaha muda dalam penelitian ini, yaitu modal sosial dan modal kultural. Modal sosial berkaitan dengan jaringan pertemanan yang mereka miliki, sedangkan modal kultural berkenaan dengan penguasaan mereka terhadap teknologi informasi dan komunikasi mutakhir, termasuk beragam media sosial di dalamnya.

Dari ketujuh belas informan, ditemui delapan informan yang benar-benar menggunakan berbagai prinsip pilihan rasional untuk menciptakan “ketegangan kreatif” antara aktivitas perkuliahan dengan kegiatan usahanya. Kedelapan informan ini dapat pula disebut sebagai *inovative entrepreneur*, yakni para wirausaha yang selalu berpikir kreatif untuk mengembangkan usahanya, sekaligus mencari solusi atas beragam persoalan yang tengah dihadapi. Di samping itu, penelitian ini turut membuktikan betapa dukungan dari orangtua sangatlah berarti bagi para wirausaha muda untuk terus berinovasi dan mengembangkan usahanya.

## Daftar Pustaka

- Barthes, R. 2018. *Mitologi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Baswir, R. 2003. *Pembangunan tanpa Perasaan: Evaluasi Pemenuhan Hak Ekonomi, Sosial dan Budaya*. Jakarta: ELSAM.
- Baudrillard, J. 1994. *Simulacra and Simulations (The Body in Theory: Histories of Cultural Matrealism)*. Michigan: University of Michigan Press.
- Don. 2019. *Pemerintah terus Mendorong Munculnya Usahawan Muda*. <https://ekbis.sindonews.com/berita/1427552/34/pemerintah-terus-mendorong-munculnya-usahawan-muda>. Diakses Maret 13, 2021.
- Endah, A. 2019. *Ciputra The Entrepreneur: The Passion of My Life*. Jakarta: Gramedia.
- Felder, A., Nugroho, W. B., & Gayatri, L. 2016. *1001 Dosa Orangtua pada Anak: Seri Revolusi Mental Pendidikan Keluarga Enterprenuership*. Jakarta: Herya Media.

- Harker, R., Mahar, C., & Wilkes, C. 2005. *(Habitus x Modal) + Ranah = Praktik, Pengantar Paling Komprehensif kepada Pemikiran Pierre Bourdieu*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Kemenparekraf. 2020. *Kemenparekraf Mendorong Wirausaha Kuliner menjadi Food Startup*. <https://www.kemenparekraf.go.id/rumah-difabel/Kemenparekraf-Mendorong-Wirausaha-Kuliner-Menjadi-Food-Startup>. Diakses pada Maret 13, 2021.
- Marcuse, H. 2016. *Manusia Satu Dimensi*. Yogyakarta: Narasi.
- Mubyarto Institute. 2016. *Menuju Ekonomi Pancasila*.
- Munib. 2019. *Pemerintah Stimulasi Jumlah Wirausaha Muda di Industri Kreatif*. <https://kemenperin.go.id/artikel/20882/Pemerintah-Stimulasi-Jumlah-Wirausaha-Muda-di-Industri-Kreatif>. Diakses pada Maret 13, 2021
- Nugroho, W. B. 2019. *Memahami Kembali Marx, Marxisme dan Perkembangannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Prasetyo, A. G. 2013. Hagemoni Kerja Imaterial sebagai Peluang Resistensi terhadap Kapitalisme dalam Perspektif Autonomia. *Jurnal Filsafat Dan Teologi Diskursus STF Driyakara*, 2(02), 217–252.
- Ritzer, G. 2009. *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Shutt, H. 2005. *Runtuhnya Kapitalisme*. Jakarta Selatan: Teraju.
- Sianturi, E. R. 2019. *Berkenalan dengan 7 Stafsus Milenial Jokowi, Siapa Mereka?*. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20191123175317-16-117487/berkenalan-dengan-7-stafsus-milenial-jokowi-siapa-mereka>. Diakses Maret 13, 2021.
- Unud. 2019. *Gelar Festival Wirausaha, Unud Targetkan 117 Wirausaha Muda setiap tahun*. <https://www.unud.ac.id/in/berita2597-GELAR-FESTIVAL-WIRAUSAHA-UNUD-TARGETKAN-117-WIRAUSAHA-MUDA-SETIAP-TAHUN.html>. Diakses Maret 13, 2021.
- Yuswohady. 2014. *Marketing to the Middle Class Muslim*. Jakarta: Gramedia.
- Zeitlin, I. M. 1995. *Memahami Kembali Sosiologi: Kritik terhadap Teori Sosiologi Kontemporer*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.