

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep Kewirausahaan

1. Pengertian Kewirausahaan.

Kewirausahaan merupakan padanan kata dari *entrepreneurship* dalam bahasa Inggris. Kata *entrepreneurship* sendiri berawal dari bahasa Perancis yaitu *entreprendre* yang berarti petualang, pencipta dan pengelola usaha. Istilah tersebut diperkenalkan pertama kali oleh Richard Cantillon 1755 dalam Pambudi (2009). Istilah ini makin populer setelah digunakan oleh pakar ekonomi J.B Say 1803 dalam Pambudi (2009) untuk menggambarkan para pengusaha yang mampu memindahkan sumber-sumber daya ekonomis dari tingkat produktivitas rendah ke tingkat produktivitas yang lebih tinggi dan menghasilkan lebih banyak lagi. Menurut Peter Kilby 1971 dalam Iwut (2009), kewirausahaan (*entrepreneurship*) adalah proses penciptaan nilai lewat pengakuan terhadap peluang bisnis, manajemen pengambilan risiko yang sesuai dengan peluang yang ada, dan lewat ketrampilan komunikasi dan manajemen untuk memobilisasi manusia, keuangan, dan sumber daya yang diperlukan untuk membawa sebuah proyek sampai berhasil.

Zimmerer (1996: 51) dalam Suryana (2003: 4), *entrepreneurship is applying creativity and innovation to solve the problem and to exploit opportunities the people face everyday*. Menurutnya kewirausahaan adalah penerapan kreativitas dan keinovasian untuk memecahkan permasalahan dan upaya untuk memanfaatkan peluang yang dihadapi setiap hari. Kewirausahaan merupakan gabungan dari kreativitas, keinovasian, dan keberanian menghadapi risiko yang dilakukan dengan cara kerja keras untuk membentuk dan memelihara usaha baru. Tujuan pokok

kewirausahaan adalah membangun karakter, jiwa, semangat dan nilai-nilai kewirausahaan (*entrepreneurship*) untuk menciptakan atau membuat seseorang yang ingin bergerak dalam bidang bisnis, sebagai wirausaha (*entrepreneur*).

2. Pengertian Wirausaha

Wirausaha dalam bahasa sansekerta terdiri dari kata wira dan usaha, wira artinya manusia unggul, teladan, bebudi luhur, berjiwa besar, berani, pahlawan/pendekar kemajuan, dan memiliki keagungan watak sedangkan usaha adalah melakukan kegiatan usaha (Pambudi, 2009).

Wirausaha memiliki berbagai karakter positif yang tidak dimiliki oleh para pengusaha biasa. Mereka adalah orang-orang yang kreatif dan inovatif dalam mengembangkan peluang-peluang usaha menjadi kesempatan usaha yang menguntungkan dirinya dan masyarakat konsumennya. Mereka bukan sekedar orang yang memiliki keterampilan berbisnis, namun juga memiliki kepemimpinan pribadi yang tinggi, baik tercermin dari daya juang yang tinggi, kesabaran dalam menghadapi berbagai tantangan, dan toleransi terhadap ketidakmenentuan (Pambudi, 2009).

Menurut Drucker dalam Suryana (2003: 10) wirausaha yaitu sifat, watak, dan ciri-ciri yang melekat pada seseorang yang mempunyai kemauan keras untuk mewujudkan gagasan inovatif kedalam dunia usaha yang nyata dan dapat mengembangkannya. Istilah kewirausahaan banyak dijumpai dalam uraian yang merupakan kata dasar wirausaha yang berarti segala sesuatu yang berhubungan dengan kata wirausaha. Terdapat berbagai macam penggolongan mengenai wirausaha, namun kewirausahaan itu bukan untuk sekedar menghasilkan uang, tetapi menghasilkan sesuatu yang diperlukan masyarakat yaitu gagasan inovatif, semangat untuk memberikan kontribusi positif bagi masyarakat. Seorang wirausaha adalah seseorang yang memiliki visi bisnis atau harapan dan mengubahnya menjadi realita bisnis. Wirausaha adalah

seorang pembuat keputusan yang membantu terbentuknya sistem ekonomi perusahaan yang bebas. Sebagian besar pendorong perubahan inovasi, dan kemajuan di perekonomian, sehingga wirausaha adalah orang-orang yang memiliki kemampuan untuk mengambil resiko dan mempercepat pertumbuhan ekonomi.

3. Pengertian *Intrapreneurship*

Intrapreneurship sebagai kewirausahaan yang terjadi di dalam organisasi yang merupakan jembatan kesenjangan antara ilmu dengan keinginan pasar. *Intrapreneurship* umumnya dimulai dari karyawan dalam sebuah organisasi yang mempunyai sebuah ide bisnis atau inivasi. Istilah “*corporate entrepreneurship*” telah berkembang menjadi “*intrapreneurship*”, sebuah usaha yang dimaksud untuk mencerminkan kegiatan usaha “intrakorporat” (Hisrich, et all, 2008). *Intrapreneursip* adalah *entrepreneurship* yang dipraktekkan di dalam sebuah organisasi yang mapan. Ada pandangan yang mengatakan bahwa *intrapreneurship* adalah suatu *entrepreneurship* yang selalu menekankan pada pengembangan sumber daya manusia, yaitu sumber daya dari dalam untuk memacu bisnis yang sukses.

Ada kerancuan istilah antara *entrepreneurship*, *intrapreneurship*, dan *entrepreneurial*, dan *entrepreneur* (Sukmadi, dkk, 2008):

1. *Entrepreneurship* adalah jiwa kewirausahaan yang dibangun untuk menjembatani antara ilmu dengan kemampuan pasar. *Entrepreneurship* meliputi pembentukan perusahaan baru, aktivitas kewirausahaan juga kemampuan *managerial* yang dibutuhkan seorang *entrepreneur*.

2. *Intrapreneurship* didefinisikan sebagai kewirausahaan yang terjadi di dalam organisasi yang merupakan jembatan kesenjangan antara ilmu dengan keinginan pasar.
3. *Entrepreneur* didefinisikan sebagai seseorang yang membawa sumber daya berupa tenaga kerja, material, dan asset lainnya pada suatu kombinasi yang menambahkan nilai yang lebih besar daripada sebelumnya, dan juga dilekatkan pada orang yang membawa perubahan, inovasi, dan aturan baru.
4. *Entrepreneurial* adalah kegiatan dalam menjalankan usaha atau berwirausaha.

Intrapreneur adalah orang-orang yang memiliki sifat *entrepreneurial*. Para *intrepeneur*, sama juga seperti para wirausaha, selalu *self-starting* dan tidak dapat melulu dimotivasi oleh uang, lebih dimotivasi oleh visi kedepan. *Intrapreneurship* adalah segala usaha dalam lingkup kewirausahaan yang terutama menggerakkan sumber daya, sumber dana, dan sumber informasi dari dalam lembaga/perusahaan itu sendiri. Seorang *intrapreneur* tidak harus sebagai penemu dari produk atau jasa baru melainkan merupakan orang-orang yang merubah ide atau *prototype* menjadi sesuatu yang berharga. Orang-orang yang berada dibelakang produk atau jasa. Mereka adalah pembentuk *team* yang memiliki komitmen dan semangat yang tinggi untuk menjadikan sebuah ide menjadi kenyataan (Tamburaka, 2008).

Semangat *intrapreneurship* merupakan hal yang esensial bagi pemasar. *Intrapreneurship* dalam organisasi dibandingkan *entrepreneurship* memiliki sejumlah kelebihan maupun hambatan (Susanto, 2006). Kelebihannya dibandingkan *entrepreneursip* terutama pada ketersediaan sumber daya. Semangat *intrapreneurship* dalam sebuah perusahaan yang sudah mapan mempunyai sumber dayanya sudah tersedia dan ‘gratis’, tinggal bagaimana memanfaatkan

kesempatan yang ada. Sementara hambatannya adalah spesialisasi dan pemisahan seringkali menghambat komunikasi, dan kompetisi internal seringkali pula menciptakan problem tersendiri.

Distributor MLM mempunyai jiwa wirausaha, namun dalam kapasitas sebagai distributor. Memiliki tanggung jawab dan respons sebagai pemilik usaha walaupun dia distributor. Oleh karena itu distributor MLM dapat disebut sebagai *intrapreneur*. Seorang distributor MLM tidak melulu dimotivasi oleh uang, lebih dimotivasi oleh sasaran bonus dan komisi. Tenaga penjual atau distributor MLM adalah pengusaha mandiri yang mendapatkan penghasilan dari aktifitasnya penjualan produk dan menjaring mitra kerja (*downline*).

B. Konsep Jiwa Wirausaha

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata jiwa memiliki arti roh manusia (yang ada di dalam tubuh dan menyebabkan seseorang hidup); nyawa. Dalam berbagai agama dan filosofat, jiwa adalah bagian yang bukan jasmaniah (immaterial) dari seseorang. Biasanya jiwa dipercaya mencakup pikiran dan kepribadian dan sinonimous dengan roh, akal, atau awak diri (*Encyclopædia Britannica*. 2008 dalam Wikipedia bahasa Indonesia, 2010). Menurut Suryana (2003: 36) watak, sifat, jiwa dan nilai kewirausahaan muncul dalam bentuk perilaku kewirausahaan dengan ciri-ciri: 1) percaya diri, 2) berorientasi pada tugas dan hasil, 3) berani menghadapi resiko, 4) berjiwa pemimpin, 5) keorisinilan, dan 6) berorientasi kemasa depan. Dan menurut G. Meredith, et al. Dalam Suryana, (2003: 24), mengemukakan ciri-ciri dan watak kewirausahaan seperti berikut ini:

Tabel 2. Karakteristik dan Watak Kewirausahaan

Ciri-Ciri	Watak
1. Percaya Diri	Keyakinan, kemandirian, individualitas, optimisme.
2. Berorientasikan tugas dan hasil.	Kebutuhan akan prestasi, berorientasi pada laba, memiliki ketekunan dan ketabahan, memiliki tekad yang kuat, suka bekerja keras, energik dan memiliki inisiatif.
3. Pengambil Resiko.	Memiliki kemampuan mengambil resiko dan suka pada tantangan.
4. Kepemimpinan	Bertingkah laku sebagai pemimpin, dapat bergaul dengan orang lain dan suka terhadap saran dan kritik yang membangun.
5. Keorisinilan	Memiliki inovasi dan kreativitas tinggi, fleksibel, serba bisa dan memiliki jaringan bisnis yang luas.
6. Berorientasi ke masa depan.	Perseptif, memiliki cara pandang/ cara pikir yang berorientasi pada masa depan

Sumber Geofferey G. Meredith, et al. Dalam Suryana, (2003: 24)

1. Percaya diri

Kepercayaan diri merupakan suatu paduan sikap dan keyakinan seseorang dalam menghadapi tugas (Wijandi, 1988: 33). Dalam praktik sikap dan kepercayaan ini merupakan sikap dan keyakinan untuk memulai melakukan dan menyelesaikan suatu tugas atau pekerjaan yang dihadapi. Oleh sebab itu, kepercayaan diri memiliki nilai keyakinan, optimisme, individualitas dan ketidaktergantungan. Seseorang yang memiliki kepercayaan diri cenderung memiliki keyakinan akan kemampuannya untuk mencapai keberhasilan (Zimmer, 1996: 7 dalam Suryana 2003: 21). Sifat-sifat percaya diri dimulai dari pribadi yang mantap, tidak mudah terombang-ambing oleh pendapat dan saran orang lain (Alma, 2004: 40),. Kepercayaan diri juga ditentukan oleh kemandirian dan kemampuan sendiri. Seseorang yang memiliki kepercayaan diri yang tinggi, relatif lebih mampu menghadapi dan menyelesaikan masalah sendiri tanpa menunggu

bantuan orang lain. Kunci keberhasilan adalah untuk memahami diri sendiri. Oleh sebab itu wirausaha yang sukses adalah wirausaha yang mandiri dan percaya diri (Wirasasmita, 1994: 2). Definisi-definisi tersebut menjelaskan bahwa kepercayaan diri merupakan suatu paduan keyakinan dan sikap kemandirian, serta optimisme seseorang dalam menghadapi tugas.

2. Berorientasi pada tugas dan hasil

Wirausaha tidak mengutamakan prestise dulu, tetapi prestasi kemudian. Ia berharap pada prestasi baru kemudian setelah berhasil prestisenya akan meningkat. Wirausaha yang selalu memikirkan prestise dulu dan prestasi kemudian, usahanya tidak akan mengalami kemajuan. Seseorang yang selalu mengutamakan tugas dan hasil adalah orang yang selalu mengutamakan nilai-nilai motif berprestasi, berorientasi pada laba, ketekunan dan ketabahan, tekad kerja keras, mempunyai dorongan kuat, energik, dan berinisiatif (selalu ingin mencari dan memulai sesuatu) (Suryana, 2003: 21). Dalam bekerja selalu mendahulukan hasil kerja atau prestasi, tidak malu atau gengsi dalam melakukan pekerjaan, memiliki tekad yang kuat dalam bekerja.

3. Pengambilan resiko

Kemauan dan kemampuan mengambil resiko merupakan salah satu nilai utama dalam kewirausahaan. Keberanian untuk menanggung resiko yang menjadi nilai kewirausahaan adalah pengambilan resiko yang penuh dengan perhitungan dan realistik. Kepuasan yang besar diperoleh apabila berhasil dalam melaksanakan tugas-tugasnya secara realistik. Situasi resiko kecil dan situasi resiko tinggi dihindari karena sumber kepuasan tidak mungkin didapat pada masing-masing situasi tersebut. Artinya, wirausaha menyukai tantangan yang sukar namun dapat dicapai (Meredith, 1996: 37).

Wirausahawan tidak takut menjalani pekerjaan dengan resiko besar selama mereka telah memperhitungkannya akan berhasil mengatasi resiko itu. Mereka menyadari bahwa prestasi besar hanya mungkin dicapai jika mereka bersedia menerima resiko sebagai konsekuensi terwujudnya tujuan. Wirausaha dalam melakukan kegiatan usahanya penuh dengan resiko dan tantangan, seperti persaingan, harga turun naik, barang tidak laku dan sebagainya. Tetapi semua tantangan ini harus dihadapi dengan penuh perhitungan. Jika perhitungan sudah matang baru membuat pertimbangan dari berbagai macam segi (Alma, 2004: 41). Dan dalam hal ini pengambilan resiko merupakan penambihan resiko yang dengan penuh perhitungan dan realistik, menyukai tantangan yang sukar namun dapat dicapai.

4. Kepemimpinan

Seorang wirausaha yang berhasil selalu memiliki sifat kepemimpinan, kepeloporan, keteladanan. Ia selalu ingin tampil berbeda, lebih dulu, lebih menonjol. Ia selalu memanfaatkan perbedaan sebagai sesuatu yang menambah nilai. Ia selalu ingin bergaul untuk mencari peluang, terbuka untuk menerima kritik dan saran yang kemudian dijadikan peluang (Suryana, 2003: 23). Seorang *entrepreneur* selalu dapat menyesuaikan diri dengan organisasi yang dipimpinnya, berpikiran terbuka dengan mau mendengar kritik dan saran dari bawahan, dan bersifat responsif terhadap masalah-masalah yang dihadapi. Sifat kepemimpinan memang ada dalam diri masing-masing individu, maka sifat kepemimpinan tergantung pada masing-masing individu dalam menyesuaikan diri dengan organisasi atau orang yang dipimpin (Alma, 2004: 41). Ada pemimpin yang disenangi oleh bawahan, mudah memimpin sekelompok orang, ia diikuti dan dipercaya oleh bawahan. Tapi ada pula pemimpin yang tidak disenangi bawahan atau tidak senang pada

bawahannya, ia mau mengawasi bawahannya tapi tidak ada waktu untuk itu. Menanam kecurigaan pada orang lain pada suatu ketika akan berakibat tidak baik pada usaha yang sedang dijalankan. Maka wirausaha sebagai pemimpin yang baik harus mau menerima kritik dan saran dari bawahan serta harus bersifat responsif. Berdasarkan hal tersebut kepemimpinan berarti bertingkah laku sebagai pemimpin, dapat bergaul dengan orang lain, dan berpikiran terbuka dengan mau mendengar kritik dan saran dari bawahannya.

5. Keorisinilan

Nilai inovatif, kreatif, dan fleksibilitas merupakan unsur-unsur keorisinilan seseorang. Wirausaha yang inovatif adalah orang-orang yang kreatif dan yakin dengan adanya cara-cara baru yang lebih baik (Wirasasmita, 1944: 7) dengan ciri-ciri :

- a. tidak pernah puas dengan cara-cara yang dilakukan saat ini, meskipun cara tersebut cukup baik.
- b. selalu menuangkan imajinasinya dalam pekerjaannya.
- c. selalu ingin tampil beda atau memanfaatkan perbedaan.

Kreatif dari akronimnya sendiri dapat diartikan sebagai keinginan untuk maju, rasa ingin tahu yang kuat, entusiasme (antusiasme/semangat) yang besar, analisis yang sistematis, terbuka untuk menerima saran dan pendapat orang lain, inisiatif yang menonjol, berani mengambil keputusan dan langkah yang berbeda dari orang lain, dan pikiran yang terkonsentrasikan pada satu pokok pemikiran. Rasa ingin tahu yang kuat itu sendiri, yakni mencari sumber informasi, dengan membaca, bertanya pada orang yang berpengetahuan dan berpengalaman dalam bidang profesi dan pengetahuan.

Sifat orisinil tidak selalu ada pada diri seseorang, yang dimaksud orisinil adalah tidak hanya mengekor pada orang lain tapi memiliki pendapat sendiri dan ada ide yang orisinil untuk melaksanakan sesuatu. Orisinil tidak berarti baru sama sekali, tapi hal tersebut mencerminkan hasil kombinasi baru dari komponen-komponen yang sudah ada sehingga melahirkan sesuatu yang baru (Alma, 2004: 41). Dari definisi-definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai inovatif, kreatif, dan fleksibilitas yang merupakan unsur-unsur keorisinilan seseorang, dan rasa ingin tahu yang besar dengan mencari sumber informasi, dengan membaca, bertanya pada orang yang berpengetahuan dan berpengalaman dalam bidang profesi dan pengetahuan.

6. Berorientasi ke depan

Wirausaha harus perseptif, mempunyai visi ke depan, apa yang akan dilakukan dan apa yang ingin dicapai. Karena sebuah usaha bukan didirikan untuk sementara tapi selamanya. Maka faktor kontinuitas harus dijaga dan pandangan harus ditujukan jauh ke depan. Untuk menghadapi pandangan jauh ke depan seorang wirausaha akan menyusun perencanaan dan strategi yang matang, agar jelas langkah-langkah yang akan dilaksanakan (Alma, 2004: 42). Orang yang berorientasi ke masa depan adalah orang yang memiliki persepektif dan pandangan ke masa depan. Karena memiliki pandangan yang jauh ke masa depan, maka ia selalu berusaha untuk berkarsa dan berkarya (Suryana, 2003: 23).

Murray dalam Sukardi, (1999: 3) mengemukakan bahwa ada 15 variabel kepribadian seseorang, dimana kepribadian seseorang dapat dilihat pada tabel 3. Dari 15 (lima belas) variabel kepribadian di atas, masih menurut Murray paling tidak seorang wirausaha memiliki 8 (delapan) variabel

kepribadian, kepribadian yang pada umumnya dimiliki oleh seorang wirausaha antara lain, *Achievement, Order, Autonomy, Affiliation, Intrapersonality, Dominance, Change, dan Endurance.*

Tabel 3. Kepribadian Manusia

1. <i>Achievement</i>	Berusaha untuk melakukan segala sesuatu dengan baik, ingin yang terbaik, sukses, menunjukkan kemampuan dan usahanya, otoritas, dapat mengerjakan tugas yang sulit dan dapat memecahkan masalah yang sulit.
2. <i>Order</i>	Merencanakan segala sesuatu, membuat rencana sebelum memulai pekerjaan yang sulit, mengorganisasi pekerjaan-pekerjaan secara rinci.
3. <i>Autonomy</i>	Memiliki kebebasan dan kemandirian untuk membuat keputusan, merasa melakukan bebas segala sesuatu yang diinginkan, tidak mpedulikan apa pendapat orang lain tentang apa yang dilakukannya.
4. <i>Affiliation</i>	Loyal terhadap persahabatan, senang membina hubungan persahabatan baru, senang sharing, melakukan segala sesuatu dengan dan untuk teman, bentuk kelekatan yang kuat.
5. <i>Intrapersonality</i>	Mampu menganalisis motivasi-motivasi seseorang, merasakan apa yang dirasakan dan yang dipikirkan, keinginan apa yang diharapkan, masalah apa yang dihadapi, kemampuan apa yang dimiliki nantinya yang digunakan untuk mendeskripsikan bagaimana perilakunya dalam meraih sesuatu.
6. <i>Dominance</i>	Memiliki kemampuan untuk memimpin, membuat keputusan kelompok, memiliki kemampuan berargumentasi, mempengaruhi orang lain sesuai keinginannya, serta mengarahkan apa yang harus dilakukan orang lain.
7. <i>Change</i>	Membutuhkan peristiwa/keadaan yang baru dan berbeda dari sebelumnya. Perubahan-perubahan yang diinginkan itu dapat berupa teman-teman baru, lingkungan baru, pengalaman baru ataupun pekerjaan baru.
	Mampu menyelesaikan pekerjaan sampai tuntas,

8. <i>Endurance</i>	menyelesaikan problem-problem sampai, kalau bias dikerjakan sendiri tanpa campur tangan orang lain, serta tidak akan berhenti dan puas kalau tugas belum selesai.
9. <i>Defence</i>	Berusaha untuk mengerti orang lain, apa yang mereka pikirkan, dapat mengatakan kepada orang lain tentang apa yang dilakukan untuk menghasilkan pekerjaan yang bagus, menerima kepemimpinan orang lain, mengajak orang lain untuk membuat keputusan.
10. <i>Succarance</i>	Mengharapkan orang lain membantu disaat kesulitan, perlu orang lain untuk mengerti, memahami dan menerima, serta memperhatikan dirinya.
11. <i>Abasement</i>	Dapat merasa bersalah ketika melakukan kesalahan, menerimaresiko akibat dari kesalahan yang dibuat.
12. <i>Nurturance</i>	Mebutuhkan teman ketika membutuhkan perhatian, serta dapat menunjukkan perhatian juga pada orang lain, menarik perhatian pada problem-problem personal.
13. <i>Exihibition</i>	Dapat menceritakan petualangan dan pengalaman pribadi, dapat menerima dan menggali pengalaman dari orang lain, senang menjadi pusat perhatian.
14. <i>Heterosexuality</i>	Senang terlibat dengan lawan jenis, mengikuti kegiatan-kegiatan sosial dengan lawan jenis.
15. <i>Aggression</i>	Mengatakan apa yang dipikirkan tentang orang lain, mengkritik tentang kelemahan atau kekurangan orang lain, menjadi marah dan menyalahkan orang lain ketika terjadi hal-hal yang tidak baik.

Sumber : Muray dalam Dewa Ketut Sukardi (1999: 4)

C. Konsep Pengembangan Karir

1. Pengertian Karir

Pengertian karir ditafsirkan beragam oleh para ahli sesuai disiplin ilmunya. Konsep karir adalah konsep yang netral (tidak berkonotasi positif atau negatif). Karena itu karir ada yang baik, ada pula yang uruk. Ada perjalanan karir yang lambat, ada pula yang cepat. Tetapi, tentu saja semua orang mendambakan memiliki karir yang baik dan bila mungkin bergulir dengan cepat. Karir dapat diletakkan dalam konteks organisasi secara formal, tetapi karir dapat pula diletakkan dalam konteks yang lebih longgar dan tidak formal. Menurut Simamora (2001: 505) karir adalah

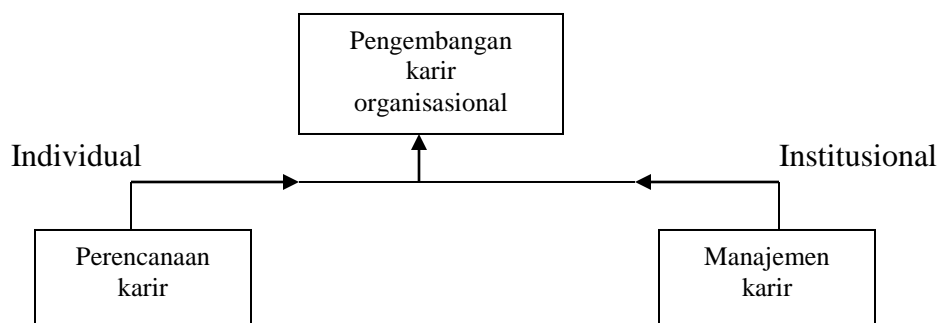
“urutan aktifitas-aktifitas yang berkaitan dengan pekerjaan dan perilaku-perilaku, nilai-nilai, dan aspirasi seseorang selama rentang hidup orang tersebut”. Perencanaan karir merupakan proses yang disengaja di mana dengan melaluinya seseorang menjadi sadar akan atribut-atribut yang berhubungan dengan karir personal dan serangkaian langkah sepanjang hidup memberikan sumbangan pemenuhan karir. Sedangkan menurut Ekaningrum (2002: 256) karir tidak lagi diartikan sebagai adanya penghargaan institusional dengan meningkatkan kedudukan dalam hirarki formal yang sudah ditetapkan dalam organisasi. Dalam paradigma tradisional, pengembangan karir sering dianggap sinonim dengan persiapan untuk mobilitas ke jenjang lebih tinggi, sehingga karir akan mendukung efektifitas individu dan organisasi dalam mencapai tujuannya.

Menurut Dalil (2002: 277) “karir merupakan suatu proses yang sengaja diciptakan perusahaan untuk membantu karyawan agar membantu partisipasi ditempat kerja. Sementara itu Glueck (1997: 134) menyatakan karir individual adalah urutan pengalaman yang berkaitan dengan pekerjaan yang dialami seseorang selama masa kerjanya. Sehingga karir individu melibatkan rangkaian pilihan dari berbagai kesempatan, tapi dari sudut pandang organisasi karir merupakan proses regenerasi tugas yang baru. Sedangkan pendapat Ekaningrum (2002: 258) karir digunakan untuk menjelaskan orang-orang pada masing-masing peran atau status karir adalah semua jabatan (pekerjaan) yang mempunyai tanggung jawab individu.

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

2. Pengembangan Karir

Pengembangan karir (*career development*) menurut Mondy 1993 meliputi aktivitas-aktivitas untuk mempersiapkan seorang individu pada kemajuan jalur karir yang direncanakan. Pengembangan karir (*career development*) meliputi manajemen karir (*career management*) dan perencanaan karir (*career planning*). Memahami pengembangan karir dalam sebuah organisasi membutuhkan suatu pemeriksaan atas dua proses, yaitu bagaimana masing-masing individu merencanakan dan menerapkan tujuan-tujuan karirnya (perencanaan karir) dan bagaimana organisasi merancang dan menerapkan program-program pengembangan karir/manajemen karir. Sebagaimana gambar 1 dijelaskan sebagai berikut:



Gambar 1. Pengembangan karir organisasional

Sumber: Simamora, (2001: 505)

Gambar 1. menjelaskan bahwa pengembangan karir organisasional merupakan hasil-hasil yang muncul (*outcome*) dari interaksi antara perencanaan karir individu dengan manajemen karir secara institusional. Menurut Simamora (2001: 504), perencanaan karir (*career planning*) adalah suatu proses dimana individu dapat mengidentifikasi dan mengambil langkah-langkah untuk mencapai tujuan-tujuan karirnya. Individu merencanakan karir guna meningkatkan status dan kompensasi, memastikan keselamatan pekerjaan, dan mempertahankan kemampuan dalam

pasar tenaga kerja yang berubah. Manajemen karir (*career management*) merupakan proses berkelanjutan dalam penyiapan, penerapan, dan pemantauan rencana-rencana karir yang dilakukan oleh individu seiring dengan sistem karir organisasi. Perencanaan karir terfokus pada individu/pegawai, sedangkan manajemen karir terfokus pada organisasi. Menurut Simamora (2001: 392), proses pengembangan karir dalam suatu pendekatan formal yang diambil organisasi untuk memastikan bahwa orang-orang dengan kualifikasi dan pengalaman yang tepat tersedia pada saat dibutuhkan. Sehingga dapat dikatakan pengembangan karir (*career development*) merupakan suatu kondisi yang menunjukkan adanya peningkatan jenjang atau status seseorang dalam pekerjaannya dalam jalur karir yang telah ditetapkan dalam organisasi yang bersangkutan yang dicapai dalam kurun waktu tertentu.

Sesuai dengan kodrat manusia individu mempunyai keterbatasan kemampuan tenaga dan waktu. Dengan kemampuan yang dimiliki dalam beraksi, berkreasi secara positif untuk mencapai salah satu tujuan keberhasilan organisasi, tanggungjawab perilaku individu. Untuk mencapai tujuan yang efektif organisasi-organisasi harus memberi dukungan sehingga individu dapat bebas mengembangkan potensinya.

Pengembangan karir yang dilaksanakan dan dikembangkan di *Multi Level Marketing* (MLM) *Oriflame* melalui pembinaan karir dan penilaian sistem prestasi usaha dalam menjual dan mengembangkan jaringan. Setiap distributor dalam meniti karirnya, diperlukan adanya perencanaan karir untuk menggunakan kesempatan karir yang ada. Disamping itu adanya manajemen karir dari organisasi untuk mengarahkan jalur-jalur karir distributor. Sehingga tujuan karir para distributor dalam kegiatan pengembangan dapat dipilih dan disalurkan dalam satu arah

yang berarti baik bagi individu, maupun organisasi itu sendiri. Dalam hal ini *Oriflame* menawarkan berbagai pelatihan dan seminar di bidang penjualan dan program pengembangan kepemimpinan (*leadership development programmes*). Dengan seminar tersebut, manajemen dan *Leader Oriflame* membekali para distributornya dengan materi-materi yang bermanfaat. Di antaranya fokus pada motivasi dan pengembangan pribadi, pengetahuan tentang produk, serta kunci sukses menjalankan bisnis *Oriflame* dan berkelanjutan. Disamping itu sukses dalam pengembangan karir yang berarti distributor mengalami kemajuan dalam jenjang karirnya adalah meningkatkan keterampilannya sehingga lebih berprestasi.

Hal-hal yang mendorong seseorang memilih pengembangan karir sebagai wirausaha, dapat diketahui melalui penilaian kepribadian khususnya pengalaman dan latar belakangnya. Sumitro (2001: 272) Pengalaman, seperti yang dapat dilihat dari biografi seseorang, bermanfaat untuk melihat keterampilan, dan kompetensi untuk meningkatkan kewirausahaan, pengembangan nilai-nilai kewirausahaan, dan mendorong untuk mencetuskan ide-ide kewirausahaan.

Anthony Robbins dalam Sumitro (2001: 273) mengatakan “sukses berasal dari tindakan benar, tindakan yang benar berasal dari pengalaman, pengalaman berasal dari suatu kesalahan atau *bad judgement*”. Pilihan pengembangan karir melalui wirausaha sebagai distributor MLM diperlukan kreatif, inovatif. Seorang wirausaha dituntut keberanian mengambil resiko, mendorong perubahan dalam pengembangan karirnya. Menurut *Direct Sales Agents*, MLM adalah sebuah asosiasi wiraswastaan bebas dalam penjualan langsung dengan tujuan untuk menciptakan “sebuah lembaga yang cukup kuat untuk mewakili kepentingan-kepentingan para anggotanya dalam semua situasi di mana untuk bertindak untuk bertindak sendiri tidak mencukupi. MLM menawarkan peluang untuk membangun bisnis bagi orang biasa yang tidak mempunyai modal

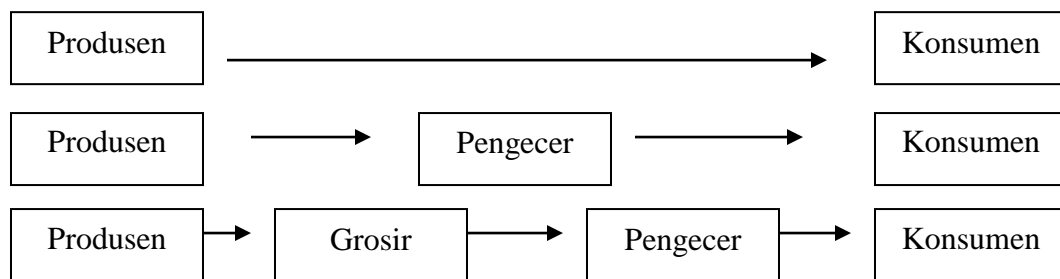
dan pengalaman. Dalam perspektif yang lain Mahatir Muhammad menjelaskan “*MLM is the way to survive in the global market*” (Harefa, 1998b: 13). Sekalipun karir sebagai distributor MLM sangat menjanjikan, namun meraih keberhasilan lewat jalur MLM bukanlah hal yang mudah sebagaimana membalik telapak tangan.

D. Konsep *Multi Level Marketing*

Multi Level Marketing (MLM) menurut Clothier (1996: 33) adalah “suatu cara atau metode menjual barang secara langsung kepada pelanggan melalui jaringan yang dikembangkan oleh para distributor lepas yang memperkenalkan para distributor berikutnya; pendapatan yang dihasilkan terdiri dari laba eceran dan laba grosir ditambah dengan pembayaran-pembayaran berdasarkan penjualan total kelompok yang dibentuk oleh sebuah distributor”. Atau yang dikenal pula dengan nama *Network Marketing* (pemasaran secara jaringan), yaitu pemasaran produk atau jasa oleh seseorang atau sekelompok orang independen yang membentuk jaringan kerja secara bertingkat. Sedangkan menurut Harefa (1998a: 11) *Multi Level Marketing*, istilah ini merujuk kepada sebuah sistem bisnis, dimana pemasaran produk atau jasa dilakukan oleh individu (distributor) yang independen (artinya tidak terikat kontrak kerja dengan perusahaan pengelola bisnisnya). Distributor ini lalu membentuk sebuah jaringan kerja untuk memasarkan produk atau jasa. Dari hasil penjualan pribadi dan jaringannya, setiap bulan perusahaan akan memperhitungkan bonus atau komisi sebagai hasil usahanya.

MLM merupakan sebuah konsep pemasaran yang lugas dan sering tidak dipahami dengan tepat serta kurang dihargai sebagai sebuah peluang bisnis yang serius (Clothier,1996: 6). Struktur

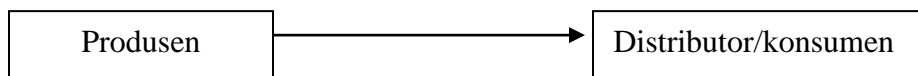
jaringan MLM prinsipnya tidaklah berbeda dengan sistem distribusi barang lainnya. Masing-masing orang dalam jaringan itu membeli barang-barang yang harganya tergantung kepada jumlah yang dibeli dan menerima suatu persentase harga eceran sebagai labanya. Dalam MLM setiap distributor secara pribadi telah diperkenalkan dengan bisnis ini oleh perusahaanya atau, yang lebih sering terjadi, oleh distributor yang telah ada. Dalam usaha konvensional, para tenaga penjual lazimnya dipekerjakan sebagai pegawai. Dalam MLM, para distributorlah yang menjadi tenaga-tenaga penjualnya, dan mereka mempekerjakan sendiri.



Gambar 2. Saluran Pemasaran

Sumber : Kotler, (1990: 175)

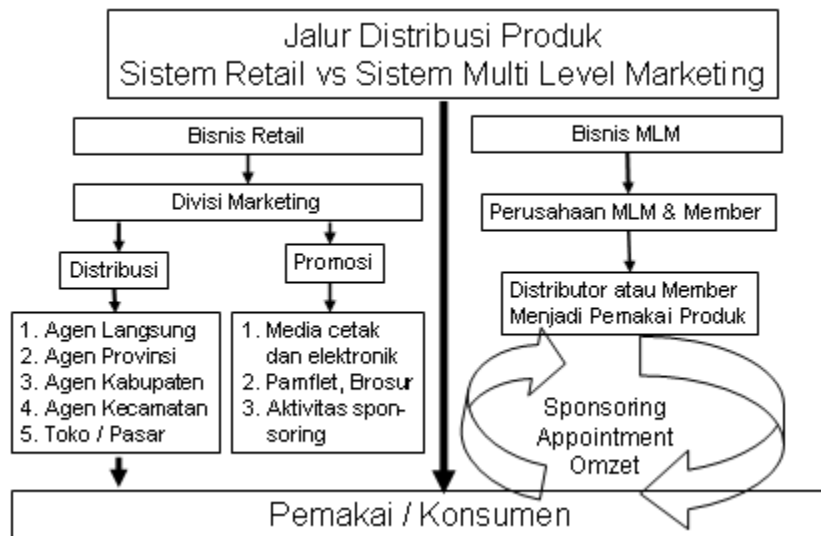
Gambar 2 menjelaskan beberapa saluran pemasaran dengan berbagai panjangnya. Saluran nol tingkat (disebut pula saluran pemasaran langsung) terdiri seorang produsen yang langsung menjual pada konsumen, saluran satu tingkat yaitu saluran yang melibatkan pengecer baru ke konsumen, saluran dua tingkat yaitu saluran yang melibatkan grosir dan pengecer.



Gambar 3. Sistem distribusi MLM

Gambar 3 menjelaskan sistem MLM ini memangkas jalur distribusi dalam penjualan konvensional karena tidak lagi melibatkan grosir, pengecer tetapi langsung kepada distributor yang sekaligus sebagai konsumen. Saluran ini yang dipakai oleh system MLM. Penghematan perusahaan MLM boleh jadi juga memungkinkan perusahaan tersebut untuk menggunakan lebih banyak uang guna penelitian dan pengembangan. Oleh karena itu, produk-produk yang terkait biasanya mempunyai mutu unggul. Semua penjualan MLM dilakukan melalui penjualan langsung (*direct selling*) (Harefa, 1998a: 4).

Jika ditinjau dari sisi *member* (distributor) bisnis MLM dapat dianggap berdiri sendiri karena adanya beberapa perbedaan mendasar antara bisnis retail dengan bisnis MLM. Perbedaan penting adalah pada cara pemasaran dan sistem distribusi produk serta pembagian keuntungannya. Pada sistem *retail*, konsumen tidak pernah mendapatkan bonus (*fee*) atas jasa konsumsinya, sedang pada MLM, distributor dapat menjadi konsumen murni, maupun “penjual” yang dengan perkembangan omset dan jaringannya, berhak mendapatkan bonus dari perusahaan, dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. Perbedaan MLM dengan Pemasaran Konvensional
Sumber : Propbiyang, 2008

Menurut *Direct Sales Agents*, MLM adalah sebuah asosiasi wiraswastaan bebas dalam penjualan langsung dengan tujuan untuk menciptakan “sebuah lembaga yang cukup kuat untuk mewakili kepentingan-kepetingan para anggotanya dalam semua situasi di mana untuk bertindak untuk bertindak sendiri tidak mencukupi. MLM menawarkan peluang untuk membangun bisnis bagi orang biasa yang tidak mempunyai modal dan pengalaman. Dalam perspektif yang lain Mahatir Muhammad menjelaskan “*MLM is the way to survive in the global market*” (Harefa, 1998b: 13). Sekalipun karir sebagai distributor MLM sangat menjanjikan, namun meraih keberhasilan lewat jalur MLM bukanlah hal yang mudah sebagaimana membalik telapak tangan.

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu diantaranya adalah:

- a. Penelitian Anshori (2003) dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Wirausaha Terhadap Pengembangan Karir Individu Pada Distributor *Multi Level Marketing* “X” di Malang. Wirausaha dalam hal ini adalah semangat yang ada pada distributor MLM yang meliputi Kreatif, Inovatif, dan Berani. Karir dalam dalam hal ini adalah urutan aktifitas yang berkaitan dengan pekerjaan dan perilaku- perilaku, nilai-nilai, dan aspirasi seseorang selama rentang hidup orang tersebut. Sedangkan Pengembangan karir adalah suatu kondisi yang menunjukkan adanya peningkatan jenjang atau status seseorang dalam pekerjaannya. Berdasarkan latar belakang tersebut maka dapat dijelaskan bahwa Pengembangan Karir (Y) seorang distributor MLM dipengaruhi oleh 2 faktor, yaitu faktor Internal dan faktor

Eksternal. Faktor internal yang ada dalam wirausaha terbagi menjadi 3 komponen, Kreatif (X_1), Inovatif (X_2), Berani (X_3). Adapun keluarga, ekonomi, dan sosial budaya termasuk faktor eksternal yang ikut mempengaruhi namun tidak diteliti. Variabel X_1 , X_2 , X_3 adalah variabel yang tidak saling berhubungan, namun secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap pengembangan karir. Jenis penelitian ini merupakan penelitian observasional analitik. Pengelolaan data dan analisis data menggunakan bantuan program SPSS 10 yaitu model Analisis Regresi Logistik. Hasil uji signifikan sebesar 0,001 berarti ada pengaruh wirausaha terhadap pengembangan karir. Adapun masing – masing variabel memiliki nilai sebagai berikut : Kreatif berpengaruh terhadap pengembangan karir dengan tingkat signifikan $0,004 < \alpha < 0,05$. Variabel Inovatif tidak berpengaruh terhadap pengembangan karir karena memiliki signifikan yang diperoleh $0,677 > \alpha > 0,05$. Variabel Berani merupakan yang dominan berpengaruh terhadap pengembangan karir dengan nilai signifikan $0,001 < \alpha < 0,05$. R^2 sebesar 0,446 yang berarti bahwa wirausaha berpengaruh terhadap pengembangan karir sebesar 44 % sedangkan 56 % lainnya dipengaruhi oleh faktor di luar wirausaha, yaitu faktor internal (usia, jenis kelamin, dan pendidikan) dan faktor eksternal (keluarga, ekonomi, dan sosial budaya).

- b. Penelitian Aprilani (2004) bertujuan ini untuk mempengaruhi pengaruh dan seberapa erat pengaruh jiwa wirausaha terhadap keberhasilan usaha para wirausahawan sektor UKM. Penelitian ini merupakan tipe penelitian *explanatory*, metode penelitian yang digunakan adalah survey dengan jenis data kualitatif dan kuantitatif. Sedangkan teknik sampling menggunakan proporsional random sampling sebesar 30 responden. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan analisis kuantitatif (analisis korelasi, uji hipotesis, dan analisis regresi) dan analisis kualitatif (analisis deskriptif).

Di dalam penelitian yang dilakukan dapat dikemukakan bahwa keberhasilan usaha pelaku sektor UKM tidak dipengaruhi oleh jiwa wirausaha hal ini dapat dibuktikan melalui perhitungan statistik yang dilakukan. Dari hasil perhitungan pertama, analisis korelasi terdapat hubungan yang sangat kecil, kedua menggunakan uji hipotesis dengan hasil tidak terdapat hubungan antara jiwa wirausaha dengan keberhasilan usaha, dan ketiga menggunakan analisis regresi diperoleh konstanta tidak berpengaruh. Sedangkan persamaan regresinya diperoleh $y = 2.39 + 0.123$ (berarti tingkat pengaruhnya kecil sekali). Dan berdasarkan analisis kualitatif dengan melihat sebaran kuisioner diperoleh bahwa, untuk sebaran item jiwa wirausaha menunjukkan persentase yang tinggi (jiwa responden dominan) tetapi untuk sebaran item keberhasilan usaha menunjukkan presentase yang rendah.

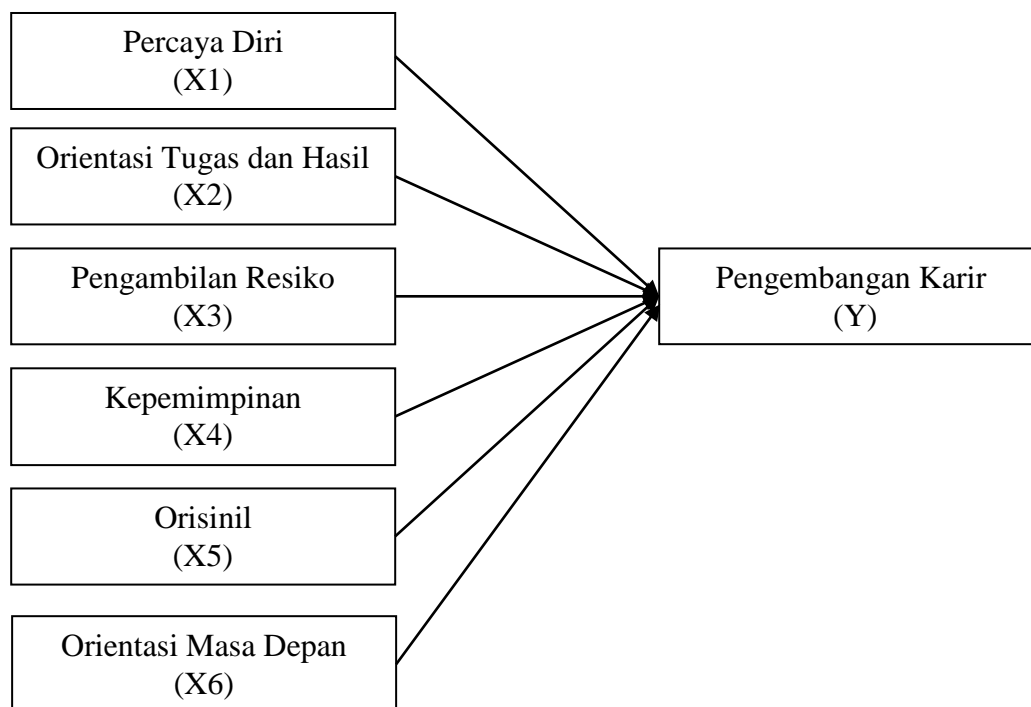
F. Kerangka Pemikiran

Menurut Suryana (2003: 36) watak, sifat, jiwa dan nilai kewirausahaan muncul dalam bentuk perilaku kewirausahaan dengan ciri-ciri: 1) percaya diri, 2) berorientasi pada tugas dan hasil, 3) berani menghadapi resiko, 4) berjiwa pemimpin, 5) keorisinilan, dan 6) berorientasi ke masa depan. Sedangkan karir adalah suatu rangkaian atau pekerjaan yang dicapai seseorang dalam kurun waktu tertentu yang berkaitan dengan sikap, nilai, perilaku dan motivasi dalam individu. Pengembangan karir organisasional merupakan hasil-hasil yang muncul dari interaksi antara perencanaan karir individu dengan manajemen karir secara institusional. Pengembangan karir (*career development*) merupakan suatu kondisi yang menunjukkan adanya peningkatan jenjang atau status seseorang dalam pekerjaannya dalam jalur karir yang telah ditetapkan dalam organisasi yang bersangkutan yang dicapai dalam kurun waktu tertentu.

Kaum *entrepreneur* (wirausaha) sangat besar artinya bagi kemajuan perekonomian, para wirausaha mempunyai katalisator dan menunjang perkembangan arus investasi sehingga ikut memperkuat pembangunan ekonomi yang tengah berlangsung. Dalam proses pembentukan wirausaha tersebut memerlukan pengembangan sumber daya manusia, meliputi bagaimana orang melakukan aktifitas wirausaha dalam hal ini distributor MLM, tujuan berwirausaha, proses pengambilan keputusan terjun ke MLM. Di dalam MLM distributor disebut *knowledge walker*, orang-orang ini selalu belajar dan belajar dengan cepat, sehingga dapat bertahan dan maju dalam karirnya.

Distributor MLM dalam pengembangan karirnya, seorang *up line* menentukan target distributor *down line*, dan distributor itu sendiri harus mencapai target tersebut. Seorang distributor *down line* secara otomatis membantu *up linenya* untuk mencapai target itu, dan menentukan sendiri target distributor. Tak seorangpun yang akan memarahi kalau distributor tidak dapat memenuhi target tersebut, dan tak seorangpun yang dirugikan, melainkan yang dirugikan adalah dirinya sendiri. Hal ini bermanfaat jika seorang distributor melakukan suatu tindakan tegas untuk terlibat, misalnya dengan mengatakan kepada sejumlah distributor apakah sasaran-sasaran tersebut sudah terpenuhi, dan meminta untuk memantau kemajuan masing-masing distributor. Agar dapat memastikan bahwa dalam menjalankan MLM seorang distributor tidak akan membiarkan distributor lain gagal dalam mengembangkan karir. Dari hal tersebut pilihan menjadi wirausaha lewat MLM diperlukan percaya diri, orientasi pada tugas dan hasil, keberanian mengambil resiko, kepemimpinan, dan berorientasi ke masa depan, mendorong perubahan dalam pengembangan karirnya. Berdasarkan hal tersebut setiap distributor yang berhasil memiliki perwatakan atau ciri kepribadian tersendiri yang kemudian lebih dikenal dengan jiwa wirausaha. Keberhasilan seorang wirausaha untuk mengembangkan bisnisnya

tergantung pada kecerdasan, imajinasi, dan kekuatan keinginan individu yang bersangkutan. Sedikit keberuntungan diperlukan, tetapi dapat diargumentasikan bahwa tidak ada keberuntungan mengubah visi menjadi realita lebih berupa kerja keras, di samping imajinasi dan kemampuan yang mampu merubah karir individu menjadi sukses (Rachbini, 2001: 100). Berdasarkan penjelasan-penjelasan tersebut, terdapat dugaan sementara bahwasannya jiwa wirausaha yang meliputi percaya diri, orientasi pada tugas dan hasil, keberanian mengambil resiko, kepemimpinan, dan berorientasi ke masa depan memiliki pengaruh pada tingkat tertentu terhadap pengembangan karir individu. Untuk itu sistematika pemikiran dapat digambarkan dalam bagan berikut ini.



Gambar 5. Bagan Kerangka Pikir

G. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2007: 51). Berdasarkan permasalahan dan kerangka pemikiran yang telah diuraikan sebelumnya maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut: s

1. Ho: Percaya diri tidak berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir.
 Ha: Percaya diri berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir.
2. Ho: Orientasi pada tugas dan hasil tidak berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir.
 Ha: Orientasi pada tugas dan hasil berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir.
3. Ho: Pengambilan resiko tidak berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir.
 Ha: Pengambilan resiko berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir.
4. Ho: Kepemimpinan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir
 Ha: Kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir.
5. Ho: Orisinil tidak berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir.
 Ha: Orisinil berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir.
6. Ho: Orientasi masa depan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir.

Ha: Orientasi masa depan berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir.

7. Ho: Percaya diri, orientasi tugas dan hasil, pengambilan resiko, kepemimpinan, orisinil, dan orientasi masa depan bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir.

Ha: Percaya diri, orientasi tugas dan hasil, pengambilan resiko, kepemimpinan, orisinil, dan orientasi masa berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir.