

# **PENGEMBANGAN ENTREPRENEURSHIP MELALUI UNIT PRODUKSI (PENGALAMAN PENGEMBANGAN UNIT USAHA UNY)**

Oleh: Sutrisna Wibawa (Universitas Negeri Yogyakarta)

## **A. Latar Belakang**

Dalam rangka pengembangan *income generating* unit dan entrepreneurship di kalangan mahasiswa, Universitas Negeri Yogyakarta membuka berbagai unit usaha seperti kolam renang, Gedung Olahraga, UNYQUA, Hotel, *autocare*, perdagangan, percetakan dan penerbitan, Foodcourt dan sebagainya. Seiring dengan semakin bertambah banyaknya unit usaha yang dimiliki UNY maka dibentuk suatu wadah dengan nama yang mengelola unit-unit usaha tersebut. Berdasarkan Organisasi Tata Kerja Universitas Negeri Yogyakarta (Permendiknas Nomor 23 Tahun 2011), wadah itu bernama Badan Pengelola dan Pengembangan Usaha (BPPU), yang bertugas melaksanakan pengelolaan dan pengembangan unit usaha dan mengoptimalkan pengelolaan sumber-sumber pendanaann UNY. Dengan diterapkannya Badan Layanan Umum (BLU) pada tahun 2009 semakin terbuka kesempatan UNY untuk mengembangkan unit usaha.

BPPU sebagai wadah unit usaha UNY dibentuk dengan Surat Keputusan Rektor Nomor 4 tahun 2012 tentang Tata Laksana Badan Pengelolaan dan Pengembangan Usaha. Unit Usaha di bawah pengelolaan BPPU terdiri atas: (1) Hotel, (2) Kolam Renang, (3) Gedung Olahraga, (4) Fitnes, (5) Simpan Pinjam, (6) Perbengkelan dan Cuci Mobil, (7) Penerbitan, Percetakan, dan Bookstore, (8) Asrama Mahasiswa, (9) Produksi (Industri Air Mineral, Jasa Pematangan Kertas, Merchandise), (10) Tour ang Travel, (11) Foodcourt dan PKL, dan (12) Jasa persewaan Auditorium, Gedung dan Aset lain.

## **B. Visi, Misi, Tujuan, dan sasaran**

Visi badan usaha UNY adalah menjadi badan usaha yang profesional dan akuntabel untuk mendukung *income generating* UNY.

Misi badan usaha UNY adalah (a) mengelola dan mengembangkan usaha-usaha yang dimiliki UNY dan (b) menjadi *corporate university* yang dikelola secara profesional.

Tujuan badan usaha UNY adalah: (a) menjadi *income generating* bagi UNY, (b) membangun citra *corporate university*, mengembangkan profesionalisme usaha berdasarkan prinsip-prinsip GCG (*Good Corporate Governance*), dan (c) memberikan penghargaan kepada para pegawai melalui pemberian kesejahteraan yang memadai, penyediaan lingkungan kerja yang aman, sehat dan nyaman, memberikan kesempatan untuk pengembangan karier serta melakukan inovasi.

Sasaran badan usaha UNY adalah membudayakan jiwa entrepreneurship di kalangan mahasiswa dan menyumbangkan keuntungan bagi UNY untuk mendukung biaya operasional kegiatan.

### **C. Jenis Unit Usaha UNY**

**Jenis usaha yang dikelola saat ini (2013) adalah**

#### **1. Unit usaha di bawah pengelolaan CV Multi Utama UNY:**

- a. UNY HOTEL
- b. UNYQUA
- c. AUTO CARE
- d. PERDAGANGAN
- e. PERCETAKAN DAN PENERBITAN
- f. FOODCOURT DAN PKL
- g. TOUR AND TRAVEL
- h. PERKREDITAN
- i. PLAZA (PEMBANGUNAN)

#### **2. Unit usaha melekat dengan tugas pokok dan fungsi:**

- a. AUDITORIUM
- b. GOR
- c. FITNES
- d. KOLAM RENANG
- e. INTERNET
- f. ASRAMA

## **D. Pengembangan Unit Usaha dan Pengembangan Entrepreneurship**

Pengembangan usaha di UNY dimaksudkan juga untuk mengembangkan jiwa entrepreneurship di kalangan mahasiswa. Melalui unit usaha, mahasiswa dapat berpraktik langsung dalam berbagai unit usaha yang ada yang terkait dengan bidang ilmu mahasiswa. Demikian juga di sekolah (SMK), di samping kita mengembangkan *income generating* sekolah, usaha yang kita buka harus dapat digunakan sebagai ajang pembudayaan jiwa entrepreneurship di kalangan siswa.

Perihal entrepreneurship dideskripsikan sebagai berikut.

### **1. Pengertian Entrepreneurship**

- a. Entrepreneurship adalah suatu proses melakukan sesuatu yang baru dan berbeda dengan tujuan menciptakan kemakmuran bagi individu dan memberi nilai tambah pada masyarakat (Raymond Kao dalam Winarto).
- b. Entrepreneurship: *ability to create the new and different* (Drucker)
- c. Entrepreneurship: proses untuk menangkap dan mewujudkan suatu peluang terlepas dari sumber daya yang ada, serta membutuhkan keberanian untuk mengambil resiko yang telah diperhitungkan.

### **2. Ciri Entrepreneurship**

- a. Berani mengambil resiko
- b. Menyukai tantangan
- c. Punya daya tahan yang tinggi
- d. Punya visi jauh ke depan
- e. Selalu berusaha memberikan yang terbaik

### **3. Kunci Sukses Entrepreneurship**

- a. Reputasi: senantiasa selalu menjaga nama baik.
- b. Tumbuh dari bawah: sukses senantiasa dimulai dari langkah kecil, bahkan dari nol.
- c. Konsentrasi: harus fokus dan berkonsentrasi sungguh-sungguh.

- d. Anti kerumunan: tidak terjun ke bidang yang telah banyak dimasuki orang.
- e. Modal hanya pelengkap: usaha dapat dimulai dari modal yang sangat kecil, yang penting keberanian untuk memulai usaha. Berani langkah pertama.

#### **4. Jenis produk yang dapat dikembangkan dalam pengembangan unit usaha:**

- a. Barang: produk berujud fisik (makanan, komoditas, pakaian, perumahan, alat-alat, dsb.)
- b. Jasa: Produk berujud jasa seperti hotel, penerbangan, penyewaan, tukang cukur, ahli kecantikan, konsultan, dsb.
- c. Pengayaan pengalaman: rangkaian barang dan jasa dalam bentuk pengayaan pengalaman kunjungan wisata, simulasi-simulasi, mendaki gunung, dsb.
- d. Peristiwa: produk berupa peristiwa misalnya olimpiade, peristiwa OR, pegalaran seni, dsb.
- e. Orang: produk berupa orang seperti selebriti, pemain terkenal yang dipasarkan melalui media pers.
- f. Tempat: Produk berupa tempat, kota negara, atau wilayah yang dipasarkan.
- g. Kepemilikan/ Properti: produk berupa kepemilikan berupa benda nyata (real estate) atau finansial (saham, obligasi), dsb.
- h. Organisasi: organisasi yang dipasarkan untuk membangun citra seperti lion club, satria nusantara, dsb.
- i. Informasi: produk berupa informasi yang didistribusikan dengan harga tertentu, seperti ensiklopedia, majalah, koran, dsb.
- j. Gagasan: produk berupa gagasan dasar, misalnya partai politik menjual gagasan/ program.

#### **5. Sistem bisnis**

Sistem bisnis di Indonesia dapat digolongkan ke dalam tiga kelompok, yaitu (a) tradisional, (b) waralaba, dan (c) pemasaran jaringan. Konsep bisnis tradisional, entrepreneur mengembangkan sendiri bisnisnya. Konsep waralaba, entrepreneur membeli sistem bisnis yang sudah ada. Konsep jaringan atau MLM, entrepreneur membeli dan menjadi bagian dari sistem yang sudah ada.

## **6. Mengatasi Persaingan**

Ketika kita memutuskan untuk membuka suatu usaha, kita dihadapkan persaingan yang amat banyak dan rumit di depan kita, dan kita harus dapat mengatasinya. Rhenal Kasali (2010:97-99) menyarankan bagaimana mengatasi persaingan dengan sebuah slogan “Bersainglah dengan Konsep”. Produk boleh sama, karya cipta mudah ditiru, namun yang membedakan adalah konsep dan orang di belakangnya. Kalau bersaing dengan produk, maka akan terperangkap pada adu fungsi. Fungsi makanan adalah mengenyangkan dan enak. Fungsi kamar hotel adalah untuk ditiduri, kopi untuk mencegah ngantuk, air untuk mengatasi haus, dan seterusnya. Selama kita bersaing dengan produk makan akan ditemui pesaing-pesaing baru yang mampu membuat makanan yang lebih enak, lebih mengenyangkan, lebih nikmat, dan tentu saja lebih murah. Semua itu mudah dilakukan pendatang-pendatang baru dan tentu saja persaingan semakin lama akan menyulitkan kita.

Bersaing dengan konsep adalah bersaing dengan kecerdasan yaitu apa yang hendak dikonseptkan dari suatu produk. Ginseng dari Korea yang dikenal sebagai obat kuat dapat dipasarkan sebagai teh ginseng yang 100% merupakan ginseng yang disajikan dalam bentuk tea bag dan dikonsumsi seperti kita minum teh. Seorang pedagang durian menghadirkan suasana makan durian di kebun durian (dengan konsep suasana), dan suatu pedagang memasarkan kek pisang dengan konsep ole-oleh.

Persaingan masa kini adalah persaingan dengan konsep, yaitu apa yang ingin kita konsepkan dari produk yang kita buat. Konsep akan menentukan hubungan pengusaha dengan pelanggan dan menentukan apa yang akan dikerjakan dalam mengisi pasar. Untuk bersaing dengan pasar, perlu diperhatikan teori: (a) design produk sesuai dengan kebutuhan konsep, beri kemudahan akses, kemudahan dalam membawa, dan konsumsi, (b) Konsistensi, jangan tergoda dengan memasarkan konsep ke dalam pasar biasa demi memperluas pasar, (c) emosional, cari celah emosional yang membuat kita mengekspresikan emosi pelanggan dalam berbelanja, (d) ciptakan persepsi yang positif yang tercermin pada kualitas dan segmen, (e) pengembangan, konsep bisa saja tidak

berubah tetapi menampilkan produk, akses, dan selera dapat terus ditingkatkan, dan (f) teaming, bila varian sudah kebanyakan perlu dilakukan pengurangan.

Apa yang disarankan oleh Rhenal Kasali seperti diuraikan di depan cocok untuk mengembangkan usaha di suatu lembaga sekolah atau perguruan tinggi, karena di sekolah atau perguruan tinggi gudangnya teori dan konsep, maka sewajarnya jika kita harus mendasarkan pada suatu konsep, dan tidak boleh asal-asalan.

## **7. Mencari Peluang Usaha**

Kita dapat belajar apa yang dilakukan Ciputra (2002:2-4), “ seorang entrepreneur mengubah kotoran dan rongsokan menjadi emas”. Kotoran dan rongsokan dapatkah diubah menjadi emas? Berangkat dari kemiskinan dapatkah berubah menjadi kelimpahan? Mulai tanpa modal atau nol fasilitas dapatkah menjadi entrepreneur sukses? Ciputra dapat mewujudkan slogan itu. Menciptakan uang tanpa uang adalah kisah nyata pata entrepreneur sejati. Seorang Ciputra berangkat dari masa kecil yang penuh kekurangan, kemiskinan, dan penderitaan. Ciputra mulai bisnis dengan modal otak, keringat, dan doa, tidak ada modal uang atau fasilitas khusus. Ia dilahirkan dan dibesarkan di desa Bumbulan, yang terletak 150 km dari kota Gorontalo. Masa kecilnya dalam kehidupan desa yang pada usia 12 tahun sudah ditinggal orang tuanya yang dipenjarakan dengan sebuah tuduhan palsu menjadi mata-mata Belanda. Tidak lama kemudian ayahnya wafat dan keluarganya berubah menjadi miskin.

Akan tetapi, optimisme mampu mengubah penderitaan menjadi kemakmuran. Untuk menuju ke sana, Ciputra menempuh perjalanan sulit, berbatu-batu, terjal, dan berduri. Hidupnya kini membuktikan bahwa ia sudah beralih dari kemiskinan ke kesejahteraan, tidak sekedar menjadi tidak miskin. Kehidupannya para entrepreneur mampu mengubah kemiskinan, kemelaratan dengan menggunakan kecakapan entrepreneurship mengubah menjadi kesejahteraan yang berlimpah. Ia mengubah kotoran dan rongsokan menjadi emas. Apa yang dilakukan oleh Ciputra sebenarnya adalah menciptakan peluang. Kita semua tahu siapa Ciputra s? Ciputra berasal dari keluarga miskin yang dengan kegigihannya mampu mengubah kotoran dan rongsokan menjadi emas. Inilah contoh riil seorang entrepreneur menjalani kehidupan entrepreneurshipnya. Pertanyaannya, dari sekolah kita masing-masing, mampukah kita menciptakan peluang usaha? Ini sebuah tantangan yang harus kita wujudkan, dengan kemiskinan saja Ciputra mampu mengubah hidupnya menjadi kesejahteraan. Mari kita berbuat, kita harus mulai.

## **E. Penutup**

Sebuah entrepreneurship memerlukan langkah dan tindakan nyata, mari kita berbuat, kita harus mulai. Kita harus mulai dari apa yang kita punya dan yang kita bisa. Sesulit apa pun, kalau kita mau mencari dan mencoba, pasti akan kita dapatkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ciputra, 2002. *Ciputra Quantum Leap, Entrepreneurship Mengubah Masa Depan Bangsa dan Masa Depan Anda*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Kasali, Rhenald, 2010. *Wira Usaha Muda Mandiri, Kiat Inspiratif Anak Muda Mengalahkan Rasa Takut dan Bersahabat dengan Ketidakpastian, Menjadi Wira Usaha Tangguh*. Jakarta: Gramedia.
- Universitas Negeri Yogyakarta, 2012. "Company Profile Badan Pengelolaan dan Pengembangan Usaha". Yogyakarta: BPPU



# **PENGEMBANGAN ENTREPRENEURSHIP MELALUI UNIT PRODUKSI (PENGALAMAN PENGEMBANGAN UNIT USAHA UNY)**

Oleh: Sutrisna Wibawa (Universitas Negeri Yogyakarta)

**Disampaikan dalam Bimbingan Teknis Pembekalan dan Persiapan OJT/IHT  
bagi Guu Produktif melalui Kerjasama dengan Dunia Usaha dan Industri**

**Direktorat Pendidik dan Tenaga Kependidikan Menengah  
Direktorat Jenderal Pendidikan Menengah  
Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan  
Bogor, 1-2 Juli 2013**

