

Vol 5, No 2	2021	Halaman 184 - 196
-------------	------	-------------------

**Komunikasi dan pemaknaan nilai kewirausahaan di hipmi
bpc kota padang**

Lailatul Himni, Elva Ronaning Roem, Alfian Miko
Universitas Andalas
lailatulhimmii@gmail.com

Received: 04-04-2021, Revised: 19-04-2021, Acceptance: 07-05-2021

*English Title: Communication and the meaning of entrepreneurial values in
Hipmi BPC Padang City*

Abstract

The phenomenon of entrepreneurship or what's knowing as entrepreneur this time involved a lot of young people. In the HIPMI organization, BPC Padang City also make young age a requirement to become member. Entrepreneur who have entrepreneurial values can survive in doing business development and they can also be said to win in competition. This achievement can't be separated from the role of communication. Communication experience played by entrepreneurs, verbal and non-verbal communication carried out by entrepreneur as leader can be effective communication so that it has an impact on business success. Through this qualitative research, the researcher will observe the experience of the role of entrepreneurial cultural communication. Researchers will find out how the role of cultural communication carried out by entrepreneurs can build and apply entrepreneurial values to their business. The value of entrepreneurship is the main key in achieving success. When someone has an entrepreneurial spirit, then of course they will continue to survive. The entrepreneurial value of entrepreneurs is very much needed in the business, because order to achieve their business goals and improve the quality of existing business competition.

Keywords: *Entrepreneur, Communication Experiences, Meaning*

Abstrak

Fenomena kewirausahaan atau yang dikenal dengan entrepreneur saat ini banyak melibatkan anak muda. Pada organisasi HIPMI BPC Kota Padang juga menjadikan umur yang muda menjadi salah satu persyaratan menjadi anggotanya. Wirausaha yang memiliki nilai entrepreneur atau kewirausahaan ini dapat mampu bertahan dalam melakukan pengembangan usaha dan mereka juga dapat dikatakan menang dalam persaingan. Pencapaian ini tidak lepas dari peran pengalaman komunikasi yang dilakukan pengusaha. Komunikasi verbal dan non verbal yang dilakukan pengusaha sebagai

pemimpin dapat menjadi komunikasi yang efektif sehingga berdampak pada keberhasilan usaha. Melalui penelitian kualitatif ini peneliti akan mengamati Pengalaman peran komunikasi pengusaha. Peneliti akan mengetahui bagaimana peran komunikasi yang dilakukan pengusaha dapat membangun dan menerapkan nilai kewirausahaan pada usahanya. Seseorang yang memiliki nilai kewirausahaan akan lebih mudah untuk bertahan dalam usahanya. Nilai kewirausahaan yang tepat sangat dibutuhkan pengusaha untuk dapat mencapai tujuan usahanya dan tentunya meningkatkan kualitas dari persaingan usaha yang ada.

Kata Kunci: Entrepreneur, Pengalaman Komunikasi, Makna

PENGANTAR

Perkembangan profesi saat ini merupakan hasil dari peran pengalaman komunikasi seseorang (Nikijuluw&Indrasari, 2021). Seseorang yang memilih profesi sebagai wirausaha adalah seseorang yang dapat mengenaali dirinya sendiri hingga potensi pada dirinya. Seorang wirausaha cenderung ingin mempelajari potensinya dan mengembangkannya. Potensi menjadi seorang wirausaha yang dapat diterima masyarakat diharapkan mampu selaras dengan pengalaman lingkungannya. Salah satu nilai entrepreneur adalah seorang wirausaha yang mampu untuk menangkap peluang serta mengorganisasi usahanya dengan pengalaman yang ada dimasyarakat.

Kewirausahaan atau entrepreneur merupakan orang yang memiliki potensi untuk mampu berpikiran secara kreatif dan inovatif, mampu melihat peluang yang ada disekitar dan memiliki sikap keterbukaan untuk suatu perubahan yang member dampak positif bagi usaha sehingga terus bertumbuh dan member nilai lebih. (Saragih, 2017:26)

Wirausaha menjadi fenomena disebabkan oleh para pelaku usaha yang kreatif dan inovatif sesuai dengan nilai kewirausahaan. Terbukti dengan banyaknya pelaku usaha yang terus menggalakan semangat berwirausaha kepada masyarakat, baik lewat seminar dan temu wicara. Pelaku wirausaha selalu menyampaikan bahwa usaha atau sebuah bisnis merupakan salah satu cara terbaik untuk membantu banyak orang. Berdasarkan kegiatan ini menjadikan wirausaha seperti gambaran diatas semakin menjadi alasan untuk masyarakat untuk memilih profesi menjadi wirausaha.

Fenomena wirausaha sudah menjadi gaya hidup baru di Indonesia dan menyebar secara positif. ini pada Indonesia menjadi suatu tren yang sudah mulai menjadi wajar sekarang dan menyebar seperti wabah yang positif. Fenomena wirausaha sekarang ini identik dengan usia yang muda. Wirausaha di Indonesia banyak yang berusia di bawah 30 tahun dan dapat dengan mudah ditemui datanya pada dunia maya. Para pelaku wirausaha akan memberikan kontribusi secara tidak langsung kepada Negara, seperti contoh kecilnya dengan membuka lapangan pekerjaan.

Seorang wirausaha yang memiliki nilai entrepreneur cenderung memiliki sifat yang positif seperti sifat kritis dan empati yang tinggi

terhadap permasalahan yang ada disekitarnya, baik dari segi masyarakat maupun pemerintahan. Peneliti menemukan bahwa nilai entrepreneur selaras dengan pengalaman komunikasi yang dilakkan oengusaha dalam membangun usaha.

Wirausaha dapat menjaga keseimbangan antara perkembangan usaha dengan kehidupan bermasyarakat. Pada prinsipnya seorang wirausaha harus mampu memiliki sikap yang sesuai dengan nilai kewirausahaan Sikap ini ditunjukkan melalui karakter yang dimiliki serta kemauan dalam mewujudkan ekonomi yang lebih kreatif melalui gagasan yang inovati pada dunia nyata. Seorang entrepreneur juga harus memiliki relasi atau hubungan yang baik dan banyak dengan orang lain, sehingga peran pe.ngalaman sangat penting dalam keberhasilan usaha pada masyarakat. Organisasi pun juga menjadi salah satu tempat tumbuhnya perkembangan jaringan atau relasi seorang entrepreneur. Perilaku dalam organisasi merupakan pengalaman komunikasi yang berkaitan dengan sikap dan tingkah laku manusia dalam suatu kelompo atau organisasi tertentu. Perilaku dan sikap ini meliputi aspek yang disebabkan oleh pengaruh manusia terhadap organisasi.

Organisasi mampu memberikan nilai terhadap kehidupan seseorang. Tujuan mengetahui pengalaman komunikasi dalam organisasi pada penelitian ini adalah untuk mendeterminasi bagaimana perilaku manusia itu mempengaruhi pemakaan entrepreneur dalam menumbuhkan semangat pada usahanya.

HIPMI BPC Kota Padang

HIPMI BPC Kota Padang merupakan salah satu organisasi HIPMI wilayah yang ada di Indonesia. HIPMI BPC Kota Padang memiliki program kerja yang kompeten di bidang kewirausahaan sehingga dapat menjadikan setiap kadernya yang berkualitas dalam menjadi pengusaha. Nilai entrepreneur pun menjadi landasan utama dari organisasi HIPMI BPC Kota Padang. Memberi pengaruh dan manfaat positif terhadap sekitar merupakan salah satu contoh penerapan nilai entrepreneur sebagai pengusaha.

Pada HIPMI BPC Kota Padang penerapan nilai entrepreneur ini dapat dilihat dari keterlibatan organisasi ini untuk ikut serta dalam tumbuh kembang perekonomian daerah, seperti adanya lapangan pekerjaan untuk masyarakat Kota Padang.

Peneliti melakukan pengamatan pada salah anggota HIPMI BPC Kota Padang sebagai bahan pertimbangan awal melakukan penelitian. Pada AA, peneliti menemukan adanya nilai-nilai entrepreneur yang diterapkan dalam pengembangan usahanya. Nilai-nilai ini membuat usahanya semakin sukses.

Berdasarkan pemaparan pengalaman pengalaman komunikasi oleh salah satu anggota Hipmi BPC Kota Padang diatas, peneliri akan melakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahuis ecara mendalam fenomena tersebut dengan judul “Komunikasi dan Pemaknaan Nilai Kewirausahaan di HIPMI BPC Kota Padang”

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah, bagaimana peran pengalaman komunikasi dapat memberikan pemaknaan nilai entrepreneur pada anggota HIPMI BPC Kota Padang?. Penelitian ini memiliki tujuan untuk member bukti empiris seberapa besar pengalaman komunikasi dapat memberikan pemaknaan nilai kewirausahaan yang dapat mempengaruhi terbentuknya sikap kemandirian dalam mendirikan dan mengembangkan usaha. Sikap kewirausahaan ini meliputi aspek jiwa kewirausahaan, perilaku kewirausahaan, nilai kewirausahaan dan kemandirian usaha. Hasil penelitian untuk memberikan output mengenai komunikasi yang tepat dilakukan oleh pengusaha, sikap dan mental kewirausahaan yang baik untuk mencapai kemandirian usaha. Kemandirian usaha ini memuat strategi pengelolaan jiwa, perilaku dan nilai kewirausahaan.

METODE PENELITIAN

Tujuan penelitian merupakan salah satu cara untuk menentukan metode yang akan dilakukan dalam penelitian. Metode penelitian secara singkat merupakan cara berpikir yang digunakan peneliti untuk menemukan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan penelitian, meliputi pendekatan yang digunakan, prosedur yang akan ditempuh selama penelitian termasuk mengumpulkan data, analisis data serta penarikan kesimpulan (Pawito, 2008:83)

Penelitian ini memilih untuk melakukan kegiatan secara terencana dan sistematis untuk mendapatkan jawaban dan pemecahan masalah terhadap fenomena tertentu. Fenomena yang dijadikan peneliti sebagai latar belakang masalah yang telah dipilih peneliti untuk dapat dikaji secara prespektif ilmu komunikasi. Peneliti menggunakan metode kualitatif melalui pendekatan fenomenologi. Fenomenologi akan membantu peneliti agar dapat menggali data yang dibutuhkan dari informan agar dapat menemukan makna dari hal mendasar dan esensial dari fenomena yang terjadi, melihat realitas atau pengalaman yang sudah dilalui informan.

Desain digunakan dalam penelitian ini menggunakan reduksi transedental. Reduksi transedental merupakan salah satu analisis data dalam fenomenologi yang dikemukakan oleh Husserl. Dalam reduksi transedental peneliti akan bertindak secara netral dalam menerima dan mengolah data sesuai dengan realitasnya.

Peneliti akan melakukan wawancara serta observasi mendalam pada anggota HIPMI BPC Kota Padang untuk dapat menemukan realitas yang ada sesuai pengalaman yang sudah mereka lalui dalam membangun usaha.

Peneliti juga menggunakan paradigma konstruktivis dengan memahami bahwa seseorang selalu berusaha untuk mengenal lebih banyak tentang dunia dimana mereka hidup dan bekerja. Peneliti berusaha untuk menjadikan pandangan partisipan atau informan dalam menanggapi situasi atau sudah melalui fenomena yang dijadikan latar belakang masalah pada penelitian. Pandangan yang dibutuhkan peneliti dari

informan adalah nilai kewirausahaan yang ada pada para pelaku wirausaha. Informan akan menjelaskan tentang masalah yang ada kemudian memberikan persepsi mereka terhadap realitas yang dialami dan pernah dirasakan informan secara langsung melalui pengalamannya.

Teori fenomenologi oleh Hussrel digunakan peneliti untuk menganalisis. Peneliti beranggapan teori ini akan dapat membantu peneliti dalam menemukan realitas yang peneliti dapatkan dari informan. Teori ini mengikutsertakan pengujian yang teliti dan seksama pada kesadaran pengalaman yang dialami oleh manusia. Konsep utama dari fenomenologi ini adalah bagaimana pemaknaan suatu makna atau pengalaman. Makna dan pengalaman itu tercipta dari kesadaran manusia. Peneliti berharap dengan menggunakan teori ini dapat menemukan jawaban dan mengidentifikasi kualitas yang esensial dari pengalaman kesadaran yang dilalui oleh pengusaha.

Pengalaman akan menjadi makna yang dapat memberi pengelompokan terhadap perilaku komunikasi efektif dan perilaku komunikasi yang tidak efektif dalam penelitian ini. Pelaku usaha yang mengalami perilaku komunikasi yang efektif dapat dilihat dari pengalamannya dan terwujudnya jiwa entrepreneur yang fenomenanya saat ini dianggap sebagai bahan bakar dalam berwirausaha. Perilaku Komunikasi tidak efektif yang dilakukan pelaku usaha, jika pengalamannya tidak mampu menciptakan jiwa entrepreneur sehingga tidak memiliki daya saing dan pergerakan serta perkembangan yang signifikan.

DISKUSI

Peran pengalaman komunikasi Anggota HIPMI BPC Kota Padang

Penelitian menemukan lima orang informan yang sesuai dengan kriteria yang peneliti tetapkan dalam menentukan informan. Informan yang telah selesai dipilih adalah anggota HIPMI BPC Kota Padang yang terlibat secara aktif dalam organisasi yang berkaitan dengan objek penelitian. Semua informan memiliki usaha di Kota Padang. Informan mampu menggambarkan kembali fenomena pengalaman komunikasi berwirausaha yang telah dialaminya. Pengalaman ini mencakup yang sudah terjadi pada usahanya yang dapat memberikan jawaban atas fokus penelitian yaitu peran pengalaman komunikasi dalam memaknai nilai *entrepreneur* pada HIPMI BPC Kota Padang. Peneliti membatasi informan sebanyak lima orang.

Setiap anggota pada HIPMI BPC Kota Padang tentu keberhasilan dalam berwirasahanya pun berbeda-beda. Perbedaan ini tentu tidak lepas dari peran pengalaman komunikasi yang dilakukan baik dilingkungan maupun pada usahanya. Kemampuan pengalaman komunikasi yang efektif ini dapat dilihat dari pengalaman yang sudah dilalui pengusaha dianggap sudah ada sejak manusia lahir. Adanya anggapan bahwa manusia ditakdirkan tidak sama termasuk dalam kemampuan berorganisasi yang erat kaitannya dengan pengalaman. Ada yang beranggapan bahwa kemampuan organisasi ini

bukan disebabkan oleh bawaan dari lahir, namun disebabkan oleh perbedaan penyerapan informasi dari suatu gejala. Sebagian lainnya beranggapan bahwa perbedaan kemampuan ini merupakan kombinasi keduanya. Perbedaan kemampuan pengalaman komunikasi seseorang dapat digunakan untuk dapat menemukan jawaban dari pelaksanaan dan hasil kerja seseorang dalam suatu organisasi. Pengalaman komunikasi adalah peran mengenai penlan sosial terhadap siapa kita dan bagaimana menjadi peran yang bermakna ketika dikaitkan dengan organisasi atau orang lain. Peneliti menemukan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh harapan organisasinya atau orang lain.

Pengalaman komunikasi yang dialami informan peneliti analisis dengan hasil wawancara yang didapatkan. Pengalaman yang dipaparkan oleh informan terdiri dari dua bentuk, antara lain; pengalaman pengalaman komunikasi baik secara verbal dan nonverbal serta pengalaman komunikasi yang efektif dan tidak efektif yang pengusaha lakukan dalam usahanya.

Peneliti juga melakukan wawancara untuk memperkuat hasil yang diterima peneliti dilapangan. Wawancara dilakukan pada ujung pertemuan oleh peneliti agar peneliti dapat melihat kesamaan ataupun perbedaan dari yang telah diobservasi dengan penuturan secara sadar oleh informan. Peneliti membuka wawancara dengan menanyakan latar belakang dan pengalaman komunikasi informan dalam berwirausaha. Kelima informan menjelaskan beragam pengalaman yang sudah dilalui hingga menghasilkan usaha seperti sekarang.

Sumber : Peneliti

Menjadi menarik untuk dianalisis beberapa pengalaman perilaku



komunikasi (Sugihartati & Susilo, 2019) anggota HIPMI BPC Kota Padang dalam membangun jaringan koneksi dan komunitas usaha.

Hasil wawancara dengan informan dalam penelitian ini menemukan beberapa pengalaman perilaku komunikasi yang dilakukan oleh beberapa anggota HIPMI BPC Kota Padang dalam memaknai nilai entrepreneur. Untuk memudahkan memahami pengalaman perilaku komunikasi yang dilakukan informan dalam memaknai nilai entrepreneur (Susilo & Putranto, 2021). Peneliti rangkumkan dalam flowchart berikut:

Pengalaman komunikasi yang efektif pada informan satu menjelaskan bahwa keputusan berwirausaha membuatnya menjadi lebih hidup karena dapat bekerja karna tanggung jawab yaitu menjadi pegawai BUMN tapi tetap bisa menjalankan hobinya yaitu berwirausaha. Informan juga menjelaskan bahwa keputusan ini adalah sesuatu yang tepat karena dua profesi ini dapat saling berhubungan. Gaji yang diterima sebagai pegawai menjadi modal awal untuk membuka usaha. Informan mempunyai pengalaman komunikasi yang dikatakan tidak efektif pada sikap kepribadiannya yaitu semangat menggebu-gebu dan kurang memperhitungkan tindakan usaha. Pernah membuka toko di tempat yang beda kota dengan informan, sehingga tidak bisa melakukan Kontrol usaha secara langsung. Adanya kecurangan yang dilakukan karyawan pada cabang ini membuat cabang ini tidak bertahan lama dan informan harus menutupnya. Kesalahan dalam kesepakatan kerjasama dengan investor karena tidak ada perjanjian secara tertulis membuat kesalahpahaman yang sering terjadi hingga saat ini.

Pada informan dua memiliki pengalaman komunikasi efektif dalam membangun usaha dalam bidang pendidikan diwaktu usianya 25 tahun dan saat ini sudah berjalan 2,5 tahun. Adanya kepuasan didalam ungkapan informan, bahwa dia berhasil menahan diri untuk tidak menjadi kebanyakan dan melihat secara open minder banyak sektor usaha yang dapat dilakukan oleh anak muda. Informan ini tentunya memiliki pengalaman komunikasi yang tidak efektif pada usahanya. Informan tidak melakukan regulasi layaknya usaha yang sudah besar. Adanya pandangan UMKM merupakan perusahaan kecil di kota ini sehingga tidak memerlukan wajib pajak, membuat informan juga melakukan hal yang sama, namun sudah di laporkan hingga terkena denda pajak.

Kesadaran sebagai seorang pengusaha sering kali menjadi pengalaman wirausaha sendiri dalam menentukan sikapnya. Pada informan tiga menemukan adanya kesadaran bahwa informan ini tidak suka diatur membuat dia tidak pernah berpikiran menjadi karyawan lalu membangun usaha hingga saat ini. Informan ini juga mengatakan ada permasalahan pada *personality* atau sikap didalam internal diri sendiri. Kurangnya keinginan dulu untuk mengenal orang, relasi dan kolega lebih jauh (melakukan *follow up* cepat dengan klient) membuatnya kehilangan beberapa klient.

Informan empat mengalami pengalaman komunikasi yang efektif pada usahanya setelah menjalani usaha tersebut. Informan memiliki banyak usaha yang masih belum terfokuskan dan ketika di tahun 2017

dia memberanikan diri membuka usaha dengan bermodalkan latar belakang pendidikan yang dia punya. Informan ini bergerak pada bidang hukum namun sebelum fokus di bidang hukum informan menerima pekerjaan yang bukan bidangnya, tentu akan mengalami kesulitan dan di tambah dengan tidak ada kejelasan perjanjian kerja dengan klien sehingga mendapatkan hasil yang tidak sesuai kesepakatan awal.

Adanya situasi yang membuat informan lima berpikir harus mengembangkan diri menjadi pengusaha karena faktor ekonomi. Profesinya yang semula hanya penulis dan penulis identik dengan buku lalu dia memuka usaha jual beli buku. Komunikasi tidak efektif terjadi pada permasalahan SDM sering kali terjadi sehingga mengganggu manajemen usaha yang mengakibatkan iklim kerja tidak baik.

Pemaknaan Nilai Kewirausahaan atau *Entrepreneur* Pada Anggota HIPMI BPC Kota Padang

Berdasarkan hasil penelitian kepada lima informan terpilih beragam nilai *entrepreneur* telah diterapkan dalam pengembangan dan semangat berwirausaha. Hal ini didasari oleh pengalaman peran pengalaman komunikasi yang berbeda tiap informan dalam usahanya. Dalam penelitian ini yang ingin dianalisis adalah pemaknaan *entrepreneur* pada anggota HIPMI BPC Kota Padang dalam berwirausaha. Nilai *entrepreneur* yang telah direalisasikan oleh informan atau berdasarkan pengalaman informan pada usahanya sebagai berikut;

1. Selalu mengambil peluang.

Informan satu menyadari bahwa usaha yang dijalani dan berkembang sampai saat ini merupakan hasil dari tindakannya. Informan ini tidak melewatkan setiap peluang yang ada untuk pengembangan usahanya. Informan menceritakan bahwa salah satu peluang yang dapat diwujudkan secara mudah dan cepat adalah dengan melihat apa yang diri kita mampu dan miliki. Informan berpendapat bahwa kehidupan pribadi atau pengalaman yang dilalui merupakan sumber inspirasi terbaik untuk motivasi diri. Kesadaran untuk mengenal diri sendiri dan potensinya akan memudahkan dalam berwirausaha. Seorang wirausaha harus mampu melihat peluang dan potensi diri juga merupakan salah satu kunci sukses menurut informan. Mencari potensi diri yang tidak dimiliki oleh orang lain akan menjadikan sesuatu yang menguntungkan nantinya.

“Jadi mungkin, yang pertama itu di abang sendiri ada 2 jiwa kewirausahaan atau yang kalia orang *entrepreneur* itu sekarang, itu ada 2 bidangnya. Kewirausahaan itu lebih pada melihat peluang sehingga bisa mendapat penghasilan, itu dari segi *entrepreneurship*nya. Banyak yang lainnya harus berjuang, kerja keras dll. Tapi itu inti nyambil peluang buat dapat keuntungan dan penghasilan. Ada juga *entrepreneurship* di bidang pegawai, yaitu yang tadi pantang menyerah, berjuang, bekerja keras, disiplin gitu.”

2. Bermanfaat bagi orang lain.

Wirausaha adalah seseorang yang memiliki keberanian untuk mengambil resiko lebih dalam mendirikan suatu usaha yang didasari oleh kekuatan diri sendiri. Informan menjelaskan bahwa diri sendiri bukan berarti bekerja secara sendirian tetapi cenderung untuk menonjolkan sikap mandiri dalam menjalankan usaha. Kemandirian membuat seseorang akan dengan mudah mengambil keputusan dan bertanggung jawab dengan yang dikerjakan. Peneliti menemukan adanya jiwa kreatif, berani untuk mempertaruhkan apa yang dimiliki demi kelancaran usaha seperti uang, waktu dan usaha itu sendiri. Seorang wirausaha harus dapat dengan cepat melihat kesempatan serta peluang yang baik untuk kemajuan sebuah usaha. Kesempatan yang tepat akan mendatangkan berbagai kebaikan untuk usaha seperti pendapatan usaha yang meningkat atau ide baru untuk memulai usaha lainnya. Mendirikan jenis usaha yang baru dan belum ada sebelumnya merupakan salah satu cara pelaku wirausaha melakukan nilai inovasi. Usaha yang belum ada sebelumnya namun dibutuhkan oleh masyarakat.

Peneliti menemukan bahwa kemandirian merupakan pilar utama dalam membangun usaha. Seorang pengusaha mempunyai kebebasan untuk menentukan tujuan, target, jenis usaha dan perkembangannya. Pelaku usaha memiliki kemandirian yang tepat akan membutuhkan fungsi produksi pada usahanya, kemudian fungsi produksi membutuhkan dorongan dari orang lain dan caranya pengusaha akan membuka lapangan pekerjaan atau melakukan mitra dengan pengusaha lainnya.

“Mensejahterakan orang lain dalam artian. Misalnya bang liat guru ngaji abang yang enggak ada apa-apa, agak kurang sejahteralah sekarang bisa gede, udah bisa kredit motor, udah bisa agak happy lah kehidupannya. Udah bisa lanjutin kuliah, udah bisa ini. Ya sangat luar biasalah. Malah ada yang udah berkeluarga, udah bisa menafkahi anaknya. Jadikan ini, luar biasa gitu rasanya di diri abang. Dia pun bisa kerja yang lain kan enggak full ditempat abang.”

Lapangan pekerjaan yang dibuka oleh pelaku usaha akan membantu mengurangi tingkat pengangguran yang ada. Kesejahteraan masyarakat sekitar atau daerah tempat usaha akan semakin baik karena upah yang diterima sebagai hasil imbalan dari kerja keras anggota tim atau karyawannya.

“Iya *entrepreneur* itu kan buat lapangan usaha untuk orang lain, bukan hanya membuat usaha sendiri. Jadi untuk diri sendiri, jadi itu bukan *entrepreneur*, yang bisa mensejahterakan orang lai atau disekitarlah gitu”

3. Fokus dalam berwirausaha.

Peneliti menemukan sikap seperti fokus, tekun, kerja cerdas, ulet dan tidak mudah menyerak menjadi hal dasar yang harus dimiliki dalam berwirausaha. Sikap wirausaha ini akan membantu pengusaha untuk

tetap kuat menghadapi tantangan-tantangan dalam usahanya. Sadar bahwa dalam memulai dan mengembangkan usaha tentu seorang pengusaha diharuskan untuk memiliki komitmen yang kuat. Komitmen untuk tetap berjuang membesarkan usahanya hingga rencana usaha terwujud dan tujuan utama bisa tercapai dengan baik. Komitemen dari seorang wirausaha akan membuat visi dan misi usaha tersebut dapat tercapai.

“Tapi abang ini ni, dari dulu itu kalau udah lewat enggak usah disesali lah, karna laki-laki kan . apapun itu sebesar apapun masalahnya, abang enggak pernah sampai menyesal, ya karna itu jalannya. Ya abang akan selalu fokus dengan yang harus dijalani.”

Dari pernyataan informan menjelaskan bahwa menjadi seorang wirausaha harus memiliki sifat fokus yang sangat dominan. Fokus dapat dipahami sebagai kemampuan untuk tetap konsisten dan berkonsentrasi terhadap yang sedang dikerjakan. Peneliti menemukan bahwa wirausaha yang fokus menjalankan usahanya tanpa memiliki pekerjaan lainnya akan lebih mudah menemukan ide dan inovasi baru dalam pengembangan usahanya.

Pengusaha memiliki pemahaman untuk fokus pada usahanya agar dapat mengelola usaha secara tetap kompetitif ditengah tekanan dari para pesaing atau competitor usahanya. Fokus pada satu bidang akan memberikan peluang untuk meningkatkan nilai lebih dari sebuah usaha yang sedang ditekuni dan dapat dikembangkan dengan tepat.

4. Nilai Jujur.

Karakteristik seorang wirausaha menurut informan ini adalah etika. Etika yang baik merupakan hasil dari pikiran yang baik, karena etika tidak lepas dari cara seseorang berpikir. Nilai norma yang ada dimasyarakatpun tidak terlepas dari peran etika. Seorang wirausaha harus memiliki etika yang baik pada dirinya sendiri, usahanya dan lingkungan masyarakat. Sikap profesionalitas akan memudahkan wirausaha untuk memberikan nilai lebih pada usahanya. Peneliti menemukan nilai kejujuran sebagai salah satu etika yang wajib dimiliki oleh wirausaha.

Nilai kejujuran akan membawa citra atau karisma yang menimbulkan kepercayaan pelanggan. Seorang pengusaha juga harus jujur pada dirinya sendiri dengan bertanggung jawab dan komitmen terhadap segala kegiatan yang berhubungan dengan usahanya. Peneliti juga menemukan dalam berwirausaha sikap kejujuran merupakan modal yang utama dan harus dimiliki oleh pelaku usaha.

“Ini sih. Kejujuran. Apa yang kita sampaikan ke orang lain harus samalah sama hasil kerja kita gitu jangan sampai beda gitu. Dia ngurus ini, maunya itu sesuailah sama yang dimau. Ibaratnya satu kali orang enggak percaya sama kita ya bakalan susah nantinya.”

Kejujuran akan menimbulkan sikap kepercayaan konsumen dan respond air konsumen. Nilai kejujuran juga akan mencakup seala aspek kehidupan seorang wirausaha tidak hanya pada usahanya saja. Sikap jujur yang dimiliki oleh seorang pelaku usaha akan tercermin dari

tindakannya pada orang lain. Adanya kepercayaan bahwa tanpa kejujuran usaha tidak akan bergerak maju atau hanya berkembang dalam kurun waktu yang tidak lebih panjang dengan usaha yang jujur.

5. Bekerja dengan Hobi dan *Passion*.

Berdasarkan pengalaman informan sebelum yakin pada profesi menjadi wirausaha. Masalah yang mendasar adalah menentukan usaha yang tepat. Salah satu cara untuk mendapatkan usaha yang tepat adalah menyelaraskan antara potensi diri dan peluang yang dibutuhkan oleh masyarakat. Potensi diri bisa ditemukan melalui hobi yang bermanfaat dan hobi tersebut dapat menghasilkan uang atau pendapatan jika dikerjakan dengan fokus.

Potensi diri atau yang dikenal dengan *passion* ini juga berkaitan erat dengan bisnis. Kedua hal ini akan memberikan dampak yang baik jika kombinasinya tepat. *Passion* erat hubungannya dengan sesuatu kegiatan yang bermanfaat dan memberikan kesenangan pada orang yang mengerjakannya. Sesuatu yang menyenangkan bisa dimulai dari hobi. Hobi terkadang dapat ditemukan dari kemungkinan-kemungkinan dari kegiatan produktif yang dilakukan, seperti setelah menjalankan ide bisnis seorang wirausaha akan dengan tanpa beban mewujudkan setiap ide tersebut untuk pengembangan usahanya.

Informan menjelaskan bahwa menjalankan usaha sesuai *passion* bisa membuat lebih bersemangat. Dengan menjalankan aktivitas sesuai dengan sesuatu yang disukai akan terasa jauh lebih mudah, tanpa beban dan membuat juga tidak pantang menyerah dengan ketika mengalami kegagalan. Seorang pengusaha harus mampu menemukan banyak cara untuk mengatasi setiap hambatan dan rintangan yang ditemukan pada usahanya. Karena akan menemukan banyak cara untuk mengatasi hambatan atau rintangan dalam menjalankan aktivitas. Alasan ini akan membuat wirausaha akan terus mengali potensi diri dan menemukan *passionnya* untuk menyenangkan diri sendiri dan menghidupi orang lain diusahanya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dari penelitian yang telah peneliti lakukan dalam pembuatan penelitian, maka peneliti menemukan bahwa pengalaman komunikasi pelaku usaha sangat berperan penting dalam menumbuhkan jiwa entrepreneur, diantara lain :

1) Pada saat ini persaingan semakin keras sehingga memaksa untuk pelaku usaha harus lebih kreatif dan inovatif. Semua usaha harus memiliki semangat dan niali entrepreneur agar dapat bertahan mempertahankan usahanya, dan menggunakan mengembangkannya semakin lebih baik.

2) Ilmu komunikasi sangat berperan penting dalam kesuksesan pengusaha membentuk iklim dalam usahanya. Komunikasi yang tepat atau efektif akan memberikan keberhasilan yang lebih cepat pada suatu usaha. Sikap komunikatif harus diterapkan jika menjadi seorang pengusaha dan pandai mengambil keputusan.

DAFTAR PUSTAKA

- Basrowi, Muhammad. 2004. *Teori Sosial Dalam Tiga Paradigma*. Surabaya. UK Press
- Bosma, N. (2011). *Entrepreneurship and Role Models*. *Tinbergen Institute*.
- Creswell, J. (2015). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta. : Pustaka Pelajar.
- Creswell, J. (2017). *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kualitatif dan Campuran*. Yogyakarta.: Pustaka Pelajar.
- Feriyanto, A. (2015). *Komunikasi Usaha*. Pustaka Baru Press.
- Hartanti. (2008). "Manajemen pengembangan kewirausahaan (*entrepreneurship*) siswa SMK 4 Yogyakarta." Universitas Negeri Yogyakarta.
- Kasmir. (2006). *Kewirausahaan*. Jakarta.: PT.Raja Grafindo Persada.
- Kriyantono. (2014). *Riset Komunikasi*. Jakarta.: Prenada Media Group.
- Kuratko, D.F. (2003). "*Entrepreneurship education*".: *Emerging trends and challenger for the 21st century*.
- Kuswarno, E. (2013). *Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi*. Bandung.: Widya Padjajaran.
- Littlejohn, S.W.F.K.A. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. California.: Sage Publication, Inc.
- Littlejohn. (2009). *Teori Komunikasi*. Jakarta.: Salemba Humanika.
- Maghvira, G. (2017). *Implementasi Konsep Diri Pada Kelompok Gemas (Gemuk Menawan Semarang)*.: Fakultas Ilmu Komunikasi Unissula.
- Moefad. (2007). *Perilaku individu dalam masyarakat kajian komunikasi sosial*.: Press Fakultas Dakwah IKAHA.
- Moerdiyanto. (2010). *Asesmen Kompetensi Kewirausahaan Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) di Provinsi Kalimantan Selatan*.: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Mulyana, D. (2013). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung.: PT Remaja Rosdakarya
- Nasution, Arman Hakim. (2007). *Entrepreneurship Membangun Spirit Teknopreneurship*. Yogyakarta.: Andi Offset.
- Nikijuluw, V. N., & Indrasari, M. (2021). Pengaruh kompetensi dan kompensasi terhadap kinerja pegawai dengan motivasi kerja sebagai variabel intervening pada sekretariat badan pengembangan sumber daya manusia provinsi jawa timur. *Soetomo Business Review*, 2(1).
- Ritzer George, Douglas J Goodman. (2009). *Teori Sosiologi*. Yogyakarta: KreasiWacana.
- Saragih, R. (2017). *Membangun Usaha Kreatif, Inovatif dan Bermanfaat Melalui Penerapan Kewirausahaan Sosial*.: Fakultas Ekonomi, Universitas Methodist Indonesia.
- Schutz, Alfred. (1970). *On Phenomenology and Sosial Relations*. Chicago.: The University of Chicago Press.

- Sugihartati, R., & Susilo, D. (2019). Acts against drugs and narcotics abuse: Measurement of the effectiveness campaign on Indonesian narcotics regulator Instagram. *Journal of Drug and Alcohol Research*, 8, 1-4.
- Susilo, D., & Putranto, T. D. (2021). Content analysis of instagram posts related to the performance of the national search and rescue agency in early 2021. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(1).
- Suryana. (2006). *Kewirausahaan Pedoman Praktis, Kita dan Proses Menuju Sukses*.
- Thoah, M. (2016) *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta.: PT. Raja Grafindo Persada.
- Yohanes. (2018). *Hubungan Antara Pengalamam Komunikasi Kepala Daerah Dengan Cita Publik dan Ekspektasi Publik.:* *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*.