

## Motif Berwirausaha (Bagian 1)

### Motif Berwirausaha (Bagian 1)

Apa dan Bagaimana? Apa sebetulnya yang menggerakkan orang-orang untuk memiliki usaha sendiri alias menjadi seorang wirausahawan? Dan bagaimana motif untuk berwirausaha itu muncul? Adakah hambatannya?

Pertanyaan ini kerap muncul ketika kita telah mengetahui kesuksesan yang diterima seseorang begitu muncul dalam televisi, buku atau majalah-majalah. Pengakuan (recognition) itu bukan lah sesuatu yang mudah didapatkan. Ditengah kondisi ekonomi bangsa ini yang belum bisa dibilang normal sepenuhnya, siapa lagi yang berani menjadi wirausahawan?

Dalam sebuah survey yang dilakukan pada para mahasiswa di Harvard Business School, 80 % mahasiswa yang diwawancarai menyatakan bahwa mereka akan membangun bisnis sendiri kelak dengan satu alasan atau motif lust of power alias haus akan kekuasaan. Mereka yakin bahwa jika saja mereka punya power, mereka dapat melakukan segala sesuatunya lebih lancar dan lebih efisien. Dengan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki mereka ingin merubah cara pengerjaan sesuatu &ndash;apapun itu- dengan caranya dan mereka tahu yakin akan berjalan dan memberi hasil yang lebih baik.

Kata power seperti disebut diatas, sebetulnya juga cerminan dari rasa ingin mandiri. Mandiri dalam arti mendapatkan kebebasan (freedom), baik kebebasan mengontrol diri sendiri, mengatur waktu dan mengatur kegiatan-kegiatan bisnisnya sendiri. Berapa banyak yang menginginkan ini? Banyak. Ingin bebas atau mandiri merupakan akibat adanya keterkungkungan atau keterbatasan yang diterima ketika kita (mungkin saat ini sedang) bekerja di kantor atau perusahaan. Rutinitas yang membosankan, kreativitas yang dihambat-hambat dan dimatikan, birokrasi yang panjang dan kaku, atau suasana kerja yang tidak enak, budaya (culture) perusahaan yang tidak cocok merupakan hal-hal yang bisa menciptakan motif dan mendorong orang untuk segera mencari kebebasan.

Contoh nyata seperti yang dilakukan oleh Ir. Nurdin Tampubolon<sup>1</sup> yang meninggalkan statusnya sebagai PNS Golongan III C, Eselon IV di Direktorat Jenderal Listrik dan Pengembangan Energi, Deptamben. Alasannya adalah kungkungan birokrasi yang menghambat gagasan dan kreatifitasnya, padahal ia merasa sebagai orang yang efektif dan efisien. Kini ia berhasil membangun PT. Sonvaldy Utama Permata, mempekerjakan sedikitnya 200 orang dan memiliki 4 cabang dikota besar Indonesia dan 1 di Singapura.

Motif lain yang bisa mendorong orang untuk berwirausaha adalah untuk mendapatkan respek dan sekaligus citra sosila diri (social self image). Banyak entrepreneur ingin mendapatkan respek dari keluarga, teman-teman dan lingkungannya. Dalam sebuah pelatihan eksekutif dimana para peserta mulai memperkenalkan diri, beberapa peserta menyebutkan namanya, posisinya dan dimana mereka bekerja sekarang. &ldquo;Saya Amir, Direktur pada PT. Bla..bla..bla 9sebuah perusahaan ternama&rdquo; dan seterusnya, hingga pada salah satu peserta. &ldquo;Saya Budi, saya pegawai dan owner pada PT.KLMNOP yang membuat dan mengekspor furniture bambu Indonesia.&rdquo; Dapat dirasakan bedanya kan?

Seorang Budi dengan perusahaan &ldquo;kecil&rdquo;nya, yang mungkin belum begitu dikenal orang, tetapi dengan bangga menyebut &lsquo;owner&rsquo; pada jabatannya. Siapapun akan respek padanya dan tentu saja citra dirinya akan ikut terbawa. Aat ini di lingkungan kita, di Indonesia, telah banyak orang menduduki posisi puncak dari perusahaan-perusahaan yang ternama, tetapi bila kita mendengar ada &lsquo;Budi-budi&rsquo; yang lain, rasanya memang kita harus angkat topi pada mereka, dan rasanya memang ada kelebihan si Budi dalam social image-nya dibanding dengan si Amir.

Memiliki mimpi atau cita-cita (goals) atau ambisi juga merupakan hal yang memotivasi orang untuk berwirausaha. Berapa banyak dari kita yang memiliki mimpi atau ambisi menjadi eksekutif puncak saat usia 35 tahun? Bercita-cita memiliki perusahaan sendiri dan berkantor di Jl. Sudirman ? Bukan itu saja ambisis yang kelihatannya kecil, bisa jadi mampu membangkitkan semangat berwirausaha.

Ada contoh menarik dari seorang pemuda di Amerika. Namanya Rick Hendrik, ia benar-benar berambisi dapat mengendarai dan memiliki mobil sendiri. Saat berumur 14 tahun, ia membeli sepeda sendiri. Saat berumur 14 tahun , ia membeli sepeda motor seharga USD 250, padahal belum boleh punya SIM. Karena ambisinya yang besar pada umur 20-an ia mulai membeli satu dealer mobil dan tidak lama kemudian memiliki 22 dealer di 8 negara bagian. Keuntunganbersihnya mencapai USD 100 juta. Ketika rick berusia 36 tahun , ia mulai menyukai road racing Chevies. Dan ambisinya mulai terealisasi, untuk kesenangannya ia mengeluarkan USD 4 juta untuk Chevynya.

Begitulah, mimpi, cita-cita atau ambisis yang bisa dibilang hingga mendarah daging, dapat menyebabkan seseorang terjun ke dunia wirausaha. Mengenai hal ini ada sebuah ungkapan yang baik :&rdquo;if you have the strength to dream, you also have the strength to make the dream come true&rdquo;.

Apakah ada yang dapat mengurangi munculnya motif kita tersebut? Ya ada. Terutama adalah bayang-bayang resiko yang akan dihadapi begitu kita putuskan untuk berwirausaha. Risiko itu berupa risiko finansial, seperti bakal tidak dapat gaji untuk beberapa saat, yaitu ketika bisnis belum lagi menghasilkan keuntungan. Sebetulnya ini lebih pada financial sacrifice (pengorbanan finansial) dibanding pada financial risk (resiko keuangan). Risiko yang lain adalah keluarga, karena akan banyak energi, emosi dan waktu yang akan dibutuhkan agar bisnis dapat berjalan sesuai dengan yang

diharapkan. Juga resiko psikis, karena pada dasarnya perusahaan adalah mengelola manusia. Jadi akan banyak sekali waktu yang berhubungan dengan manusia yang kompleks, maka kepercayaan diri menjadi penting. Satu risiko lagi yang bakal muncul adalah karir, tentu saja tidak akan ada perjalanan karir tahap bertahap seperti yang mungkin dialami saat bekerja pada sebuah perusahaan. Karena kini menjadi owner apalagi setelah ini? Risiko karir yang lain adalah jika &ndash;ini jika- kemudian gagal dalam menentukan jenjang karir (posisi) yang baru jika mendapat pekerjaan lagi.

Kini yang ada tinggal pilihan, kita tahu motif yang membuat kita menggebu-gebu menjadi seorang wirausahawan, tetapi kita juga tahu risiko yang akan dihadapinya. Mana yang lebih kuat? Yang pasti butuh keberanian, kekuatan dan kepercayaan diri yang besar dalam menentukan pilihan menjadi seorang wirausahawan.