

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Implementasi**

Pengertian implementasi adalah bermuara pada aktivitas, aksi, tindakan, atau adanya mekanisme suatu sistem. Implementasi bukan sekedar aktivitas, tetapi suatu kegiatan yang terencana dan untuk mencapai tujuan kegiatan (Usman, 2016).

Pengertian implementasi yang dikemukakan di atas, dapat dikatakan bahwa implementasi adalah bukan sekedar aktivitas, tetapi suatu kegiatan yang terencana dan dilakukan secara sungguh-sungguh berdasarkan acuan norma tertentu untuk mencapai tujuan kegiatan. Oleh karena itu implementasi tidak berdiri sendiri tetapi dipengaruhi oleh objek berikutnya.

Implementasi dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* memiliki arti pelaksanaan, penerapan (Oktaviani, 2018). Implementasi adalah bermuara pada aktivitas, aksi, tindakan dari adanya mekanisme suatu sistem. Implementasi bukan hanya sekedar aktivitas, tetapi suatu kegiatan yang terencana untuk mencapai tujuan dari kegiatan tersebut (Maolida, Salsabila, and Aprillia, 2022).

Implementasi merupakan suatu tindakan atau juga bentuk aksi nyata dalam melaksanakan rencana yang sudah dirancang dengan matang dan terperinci (Oktaviani, 2018). Tujuan implementasi adalah untuk melaksanakan rencana yang telah disusun dengan cermat baik individu maupun kelompok (Oktaviani, 2018).

Menurut Setiawan dalam (Supriyadu, 2013) mengemukakan bahwa “Implementasi adalah perluasan aktivitas yang saling menyesuaikan proses interaksi antara tujuan dan tindakan untuk mencapainya serta memerlukan jaringan pelaksanaan jaringan birokrasi yang efektif.

Pengertian implementasi yang dikemukakan diatas, dapat dikatakan bahwa implementasi yaitu merupakan proses untuk melaksanakan ide, proses atau seperangkat aktivitas baru dengan harapan orang lain dapat menerima dan melakukan penyesuaian dalam tubuh birokrasi demi terciptanya suatu tujuan yang bisa tercapai dengan jaringan pelaksana yang bisa dipercaya.

Pengertian-pengertian tersebut di atas memperlihatkan bahwa kata implementasi bermuara pada mekanisme suatu sistem. Berdasarkan pendapat para ahli diatas maka dapat disimpulkan implementasi adalah suatu kegiatan yang terencana, bukan hanya suatu aktifitas dan dilakukan secara sungguh-sungguh berdasarkan acuan norma-norma tertentu untuk mencapai tujuan kegiatan, karena implementasi tidak berdiri sendiri tetapi dipengaruhi oleh objek berikutnya yaitu kurikulum. Implementasi kurikulum merupakan proses pelaksanaan ide program atau aktivitas baru dengan harapan orang lain dapat menerima dan melakukan perubahan terhadap suatu pembelajaran dan memperoleh hasil yang diharapkan.

## **B. Program Bazar**

Program adalah suatu unsur pertama yang wajib ada demi terciptanya suatu kegiatan (Munthe, 2015). Pengertian Program merupakan pernyataan yang berisi simpulan dari beberapa harapan dan tujuan yang saling bergantung dan saling memiliki keterkaitan antara satu sama lain, untuk mencapai suatu sasaran atau tujuan yang sama. Suatu program biasanya mencakup seluruh kegiatan yang berada di bawah unit administrasi yang sama, atau sasaran yang saling bergantung dan saling melengkapi, yang semuanya harus dilaksanakan secara bersamaan atau berurutan.

Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (2016) Program memiliki arti rancangan asas serta usaha yang akan dijalankan atau urutan perintah yang diberikan untuk membuat fungsi atau tugas tertentu. Bazar merupakan salah satu contoh aplikasi pendidikan terintegrasi pendidikan kewirausahaan yang melibatkan semua peserta didik dalam proses produksi, distribusi, dan

konsumsi. Kegiatan produksi adalah dengan memberikan tanggung jawab kepada siswa agar membuat produk yang memiliki nilai jual dan bermanfaat bagi seluruh civitas akademika sekolah. Selanjutnya siswa diminta menjual produk (distribusi) yang telah diproduksi. Sedangkan, siswa yang lainnya berperan sebagai pembeli (konsumen) termasuk juga para guru dan komponen sekolah lainnya.

Maraknya dunia bisnis akhir-akhir ini, membuat banyak peluang bisnis yang bermunculan, serta tingkat masyarakat yang semakin konsumtif membuat para pengusaha atau perusahaan berlomba – lomba untuk membuat sebuah acara Bazar. Acara Bazar diadakan dengan tujuan untuk membantu para entrepreneur-entrepreneur memperkenalkan produk yang dibuatnya ke umum. Arti dari kata Bazar itu sendiri adalah pasar yang sengaja diselenggarakan untuk jangka waktu beberapa hari; pameran dan penjualan barang kerajinan, makanan, dan sebagainya yang hasilnya untuk amal; pasar amal (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Beberapa alasan perlu diadakannya Bazar dengan jumlah yang besar adalah kita menjadi kenal dengan banyak local brands, Bazar dapat menjadi startup untuk membuka usaha, dan dapat memberitahukan persaingan yang akan dihadapi.

*Bazar* adalah salah satu pendidikan yang bertujuan memberikan pemahaman dan kesadaran yang relatif lebih utuh tentang kehidupan, membentuk struktur emosi dan mentalitas yang lebih stabil, serta membangun sikap-sikap keseharian yang lebih tercerahkan dari waktu ke waktu. *Bazar* merupakan aktivitas pembelajaran entrepreneur, dimana anak-anak diajarkan bagaimana memasarkan produk kepada teman, guru ataupun kepada pihak luar. Kegiatan ini biasanya berbentuk bazar atau pasar yang diselenggarakan di sekolah serta melibatkan segenap komponen sekolah.

Program *Bazar* adalah program yang diterapkan oleh institusi sekolah sebagai program pengembangan keterampilan siswa dalam berwirausaha. Program *Bazar* merupakan salah satu inovasi sekolah dalam membangun ketrampilan kewirausahaan siswa yang dilatih dan ditanamkan sejak dini sehingga diharapkan bisa menjadi pondasi yang kuat dalam berwirausaha dan

sebagai bentuk penguasaan pengetahuan dan akan menerapkannya pada kehidupannya.

### C. Karakter Kewirausahaan

Berwirausaha merupakan salah satu solusi permasalahan pengangguran yang semakin meningkat seiring dengan semakin meningkatnya jumlah penduduk. Namun, tidak semua orang mau berwirausaha karena berbagai alasan diantaranya faktor internal seperti perasaan tidak memiliki bakat wirausaha, tidak percaya diri, takut gagal, bingung memulai, tidak berani mengambil resiko, dan sebagainya. Perasaan seperti ini biasanya muncul karena seseorang tidak memiliki karakter kewirausahaan. Padahal karakter ini sejatinya bukan semata bakat bawaan lahir tetapi dapat diperoleh melalui pendidikan. Karakter kewirausahaan bukanlah sesuatu yang tiba-tiba muncul atau terbentuk atau bahkan “*given*” dari Tuhan. Ada proses panjang yang membuat karakter melekat pada diri seseorang. Karakter sudah mulai terbentuk sejak dalam kandungan dan berlangsung seumur hidup (Mashud, 2016).

Karakter merupakan suatu organisasi yang dinamis dari sistem psikofisik individu yang menentukan tingkah laku dan pemikiran individu secara khas. Jadi, karakter bersifat dinamis atau dapat berubah dan dapat dibentuk melalui proses pendidikan sejak dini. Pengintegrasian nilai-nilai karakter kewirausahaan pada kurikulum yaitu dengan cara mengembangkan nilai-nilai pokok kewirausahaan sesuai dengan tingkat perkembangan peserta didik. Nilai-nilai tersebut meliputi: mandiri, kreatif, berani mengambil resiko, berorientasi pada tindakan, kepemimpinan, kerja keras, jujur, disiplin, inovatif, tanggung jawab, kerja sama, pantang menyerah, komitmen, realistis, rasa ingin tahu, komunikatif dan motivasi kuat untuk sukses.

Pada jenjang SMP nilai-nilai karakter kewirausahaan yang dikembangkan adalah kepemimpinan, tanggungjawab, disiplin, kreatif, inovatif, berani mengambil resiko, kerja keras, motivasi kuat, pantang menyerah, kerja sama, dan komunikatif (Syarifuddin and Kalim, 2016).

Karakter wirausaha merupakan bagian dari pendidikan kecakapan hidup

(*life skills*) (Areli, 2018). *Life skills* dalam pendidikan kewirausahaan adalah interaksi berbagai pengetahuan dan kecakapan yang sangat penting dimiliki oleh peserta didik sehingga mereka dapat hidup mandiri sebagai wirausahawan. Maka empat prinsip penting dalam menjalankan pembelajaran kewirausahaan sebagai *life skills* tidak boleh ditinggalkan, yaitu *Learning to know* (belajar untuk mengetahui kewirausahaan), *learning to do* belajar untuk mempraktekan kegiatan wirausaha) dan *learning to live together* (belajar untuk bersama dengan yang lain dalam interaksi sosial dalam berwirausaha).

Seorang wirausahawan tentunya harus memiliki beberapa karakter agar mampu menjadi wirausahawan yang handal dimasa yang akan datang. Menurut Meredith dalam Dewanti (2008), ciri dan watak wirausahawan diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Percaya diri yaitu wirausahawan harus memiliki watak berkeyakinan tinggi, tidak tergantung pada orang lain, individualis dan optimis.
- 2) Berorientasi pada tugas dan hasil yaitu wirausahawan berwatak butuh berprestasi, berorientasi laba, tekun dan tabah, tekad bekerja keras, mempunyai dorongan kuat, energik dan inisiatif.
- 3) Pengambilan resiko dan suka tantangan yaitu wirausahawan mempunyai watak mampu mengambil resiko yang wajar.
- 4) Kepemimpinan yaitu wirausahawan berperilaku sebagai pemimpin, bergaul dengan orang lain, menanggapi saran dan kritik.
- 5) Keorisinilan yaitu wirausaha harus berwatak inovatif dan kreatif serta fleksibel.
- 6) Berorientasi ke masa depan yaitu wirausaha berpandangan ke depan, Perspektif.

Karakteristik wirausaha. Seorang wirausahawan (entrepreneur) adalah seseorang yang menciptakan bisnis baru dengan mengambil resiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang yang signifikan dan menggabungkan sumber-sumber daya yang diperlukan sehingga sumber-sumber daya itu bisa dikapitalisasikan (Zimmerer, et al 2008).

Karakteristik wirausaha adalah sebagai ciri khas atau bentuk-bentuk watak atau karakter, corak tingkah laku, atau tanda khusus yang melekat pada diri setiap wirausaha dalam mengelola usahanya untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Menurut Sinaga (2016) bahwa ciri-ciri dan watak kewirausahaan haruslah memiliki, percaya diri dan optimis, Berorientasi pada tugas dan hasil, Berani mengambil resiko dan mempunyai tantangan, berjiwa kepemimpinan serta mudah beradaptasi dengan orang lain dan terbuka terhadap saran serta kritik, keorisinilan yaitu inovatif, kreatif, dan fleksibel, berorientasi masa depan. Sikap atau karakteristik wirausaha merupakan bagian penting dalam kewirausahaan, karakteristik wirausaha akan menentukan keberhasilan dalam menjalankan dan mengembangkan usaha.

Menurut Dwi Santy (2019) keberhasilan seorang wirausaha untuk mengembangkan bisnisnya tergantung pada kecerdasan, imajinasi, dan kekuatan keinginan individu yang bersangkutan, dan dalam penelitian, keberhasilan usaha dapat dilihat dari efisiensi proses produksi yang dikelompokkan berdasarkan efisiensi secara teknis dan efisiensi secara ekonomis. Dengan suatu pencapaian yang memiliki ciri terciptanya lapangan kerja, perkembangan usaha, efisiensi waktu produksi, peningkatan pendapatan usaha maka keberhasilan usaha telah tercapai.

Sedangkan dalam penelitian (Raeni Dwi Santy and Rizaldi, 2016) berpendapat bahwa keunikan produk merupakan salah satu masalah utama yang dihadapi oleh usaha kecil dan menengah untuk menarik sebanyak mungkin pelanggan dan memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya. Karenanya, berkreasi menjadi salah satu faktor kunci agar dapat bertahan dalam suasana bisnis yang kompetitif.

Menurut Muhammad (2019) bahwa motivasi kewirausahaan dan niat berwirausaha adalah penentu utama faktor sukses dalam sukses berwirausaha. Selain itu, Motivasi kewirausahaan memainkan peran penting niat berwirausaha. Motivasi memiliki nilai yang tinggi karena membuat orang bertindak. Sementara itu niat kewirausaha diartikan sebagai keinginan seseorang untuk memulai bisnis baru atau menciptakan nilai bisnis baru. Motivasi kewirausahaan meliputi sikap

terhadap perilaku, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dirasakan.

Menurut Suryana dan Bayu, (2015). Karakteristik wirausaha (entrepreneur) adalah seseorang yang menciptakan bisnis baru dengan mengambil risiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungannya dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang yang signifikan dan menggabungkan sumber-sumber daya yang diperlukan sehingga sumber-sumber daya itu bisa dikapitalisasikan.

Menurut Eddy Soeryanto soegoto (2009) dalam Trustorini Handayani dan Yusuf Tanjung (2017) Wirausaha adalah orang yang berjiwa kreatif dan inovatif yang mampu mendirikan, membangun, mengembangkan, memajukan, dan menjadikan perusahaannya unggul. Seorang wirausahawan haruslah yang mampu melihat ke depan. Melihat kedepan bukan melamun kosong, tetapi melihat, berfikir dengan perhitungan, mencari pilihan dari berbagai alternatif masalah dan pemecahannya.

Menurut Chell (2013), terdapat banyak sekali keterampilan yang bisa didapatkan dari pendidikan yang telah ditempuh, pengalaman, dan pelatihan yang dijalani dapat berpengaruh positif terhadap wirausahawan dan usahanya.

Jenis-jenis karakteristik wirausaha menurut Chamduang, dkk (2012) mengemukakan bahwa karakteristik kewirausahaan memiliki peran penting dalam menghasilkan keberhasilan usaha bisnis pada UKM. Karakteristik kewirausahaan meliputi karakteristik demografik, karakteristik individu, sifat personal, orientasi kewirausahaan, dan kesiapan kewirausahaan.

#### 1. Karakteristik demografik

Karakteristik demografik seorang wirausaha biasanya dikaitkan dengan usia, jenis kelamin dan pengalaman dari pelaku usaha. Beberapa penelitian menjelaskan bahwa usia 25 sampai 45 tahun adalah usia yang menunjukkan seseorang paling aktif dalam berwirausaha (Miftakuljannah, dkk, 2016). Begitu juga orang yang memiliki pengalaman sebelumnya dalam berwirausaha akan memiliki minat yang lebih besar dalam mengembangkan usaha dibanding orang yang belum pernah memiliki pengalaman wirausaha (Islam, Khan, Obaidulloh, 2011).

## 2 Karakteristik Individu

Karakteristik individu. Menurut Chamduang dkk (2012) dalam penelitiannya karakteristik individu meliputi faktor umur, pendidikan, pengetahuan manajerial, pengalaman industri, dan kemampuan sosial dari pelaku usaha pemilik/manajer. Pendidikan kewirausahaan menghasilkan individu yang memiliki usaha mandiri. Karakteristik personal terkait dengan karakteristik sifat, dan kepribadian kepribadian dari pelaku usaha. Termasuk dalam karakteristik personal adalah motivasi, percaya diri, keuletan, kepemimpinan, dan sifat lainnya yang terkait dengan pribadi dari pelaku usaha.

## 3. Orientasi kewirausahaan

Orientasi kewirausahaan adalah dorongan pribadi yang terkait dengan usaha menjalankan sebuah usaha. Pelaku usaha yang memiliki orientasi kewirausahaan yang tinggi biasanya akan memiliki semangat yang tinggi dalam menangkap peluang usaha dan berusaha keras agar usahanya survive serta lebih maju dibandingkan dengan usaha pesaingnya. Mahrouq (2010), menjelaskan bahwa konsep orientasi berwirausaha berisi lima dimensi, yaitu otonomi, inovativitas, pengambilan resiko, proaktivitas, dan agresivitas kompetitif.

## **D. Ekonomi Kreatif**

Kegiatan yang dilakukan manusia setiap hari dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut manusia membutuhkan suatu kreativitas. Kreativitas merupakan suatu kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik itu berupa gagasan maupun karya nyata yang relatif berbeda dengan yang sebelumnya (Supriadi, 2001:7). Dalam setiap kegiatan ekonomi diperlukan suatu pemikiran yang kreatif yang dapat membantu alternatif tindakan. Seorang wirausahawan adalah orang-orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menangkap peluang bisnis, mengumpulkan sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan dan mengambil tindakan yang tepat serta memastikan

keberhasilan. Seseorang wirausahawan tidak hanya mampu berbuat sesuatu yang baik bagi dirinya melainkan bagi orang lain.

Peranan wirausahawan juga mampu membuka lapangan pekerjaan baru sehingga dapat membantu pemerintah dapat mengurangi pengangguran. Gagasan kreatif sangat diperlukan dalam kehidupan ekonomi. Karena dengan adanya gagasan ini para pelaku ekonomi muncul suatu ide yang inovatif yang akhirnya dapat menjadi pendorong dalam meningkatkan kegiatan ekonomi. Munculnya gagasan-gagasan kreatif diharapkan menimbulkan kemampuan melakukan kegiatan ekonomi. Ekonomi kreatif memiliki potensi besar untuk menjadi salah satu sektor penggerak yang dapat mewujudkan Indonesia yang mandiri, maju, adil dan makmur sesuai visi pembangunan Indonesia hingga 2025 mendatang.

Ekonomi kreatif adalah ekonomi yang digerakkan oleh kreativitas yang berasal dari pengetahuan dan ide yang dimiliki oleh sumber daya manusia untuk mencari solusi inovatif terhadap permasalahan yang dihadapi (Rohmah 2020).

Dalam arti lain, kreativitas merupakan sumber daya terbarukan dan tidak akan ada habisnya jika sumber daya manusia kreatif Indonesia yang jumlahnya besar dapat berkreasi dan menciptakan nilai tambah yang didukung oleh iklim yang kondusif. Jumlah penduduk yang banyak dan potensi sumber daya budaya yang beraneka ragam dapat dijadikan sebagai modal untuk mengembangkan industri kreatif. Kekayaan seni budaya dari berbagai daerah sebagai fondasi untuk tumbuhnya industri kecil.

Keragaman budaya daerah sebagai sebagai bahan baku industri kreatif. Ekonomi kreatif adalah gelombang keempat tahapan pembangunan ekonomi setelah ekonomi pertanian, industri dan informasi yang akan menjadi sektor ekonomi yang penting pada masa depan karena berbasis kreativitas dari orang-orang kreatif yang merupakan sumber daya terbarukan. Ekonomi kreatif adalah penciptaan nilai tambah yang berbasis ide yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia (orang kreatif) dan berbasis pemanfaatan ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi (Herlina, Syarifudin, and

Yulia 2019).

Ekonomi kreatif memiliki kata kunci yaitu kata 'kreatif itu sendiri'. Bahwa manusia mampu menghasilkan karya kreatif dalam pekerjaannya tentu bukanlah sebuah gagasan baru. Sejak zaman pencerahan hingga era modern dengan industrialisasinya, hingga masuk ke era digital masa kini, pemahaman tentang proses kreatif dan perannya dalam kehidupan bermasyarakat terus berkembang.

Ekonomi kreatif adalah suatu konsep untuk merealisasikan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan berbasis kreativitas (Theresia, 2019). Pemanfaatan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tidak terbatas, yaitu ide, gagasan, bakat atau talenta dan kreativitas. Nilai ekonomi dari suatu produk atau jasa di era kreatif tidak lagi ditentukan oleh bahan baku atau sistem produksi seperti pada era industri, tetapi lebih kepada pemanfaatan kreativitas dan penciptaan inovasi melalui perkembangan teknologi yang semakin maju. Industri tidak dapat lagi bersaing di pasar global dengan hanya mengandalkan harga atau kualitas produk saja, tetapi harus bersaing berbasiskan inovasi, kreativitas dan imajinasi.

Ekonomi kreatif merupakan suatu penciptaan nilai tambah (ekonomi, sosial, budaya, lingkungan) berbasis ide yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia (orang kreatif) dan berbasis pemanfaatan ilmu pengetahuan termasuk warisan budaya dan teknologi Terdapat 3 hal pokok yang menjadi dasar dari ekonomi kreatif yaitu : kreatifitas, ekonomi dan pengetahuan (Hasan 2018).

a. Kreativitas (*Creativity*)

Dapat dijabarkan sebagai suatu kapasitas atau kemampuan untuk menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang unik, *fresh*, dan dapat diterima umum. Bisa juga menghasilkan ide baru atau praktis sebagai solusi dari suatu masalah, atau melakukan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada (*thinking out of the box*). Seseorang yang memiliki kreativitas dan dapat memaksimalkan kemampuan itu, bisa menciptakan dan menghasilkan sesuatu yang berguna bagi dirinya sendiri beserta orang lain.

b. Inovasi (*Innovation*)

Suatu transformasi dari ide atau gagasan dengan dasar kreativitas dengan memanfaatkan penemuan yang sudah ada untuk menghasilkan suatu produk ataupun proses yang lebih baik, bernilai tambah, dan bermanfaat.

c. Penemuan (*Invention*)

Istilah ini lebih menekankan pada menciptakan sesuatu yang belum pernah ada sebelumnya dan dapat diakui sebagai karya yang mempunyai fungsi yang unik atau belum pernah diketahui sebelumnya. Pembuatan aplikasi-aplikasi berbasis android juga menjadi salah satu contoh penemuan yang berbasis teknologi dan informasi yang sangat memudahkan manusia dalam melakukan kegiatan sehari-hari.

Istilah Ekonomi Kreatif mulai ramai diperbincangkan sejak John Howkins, menulis buku "*Creative Economy, How People Make Money from Ideas*". Howkins mendefinisikan Ekonomi Kreatif sebagai kegiatan ekonomi dimana input dan outputnya adalah Gagasan. Atau dalam satu kalimat yang singkat, esensi dari kreativitas adalah gagasan. Maka dapat dibayangkan hanya karena dengan modal gagasan seseorang yang kreatif dapat memperoleh penghasilan yang tinggi.

Ekonomi kreatif adalah konsep baru dari sistem ekonomi dengan informasi dan kreativitas manusia sebagai faktor produksi yang paling penting. Pengembangan ekonomi kreatif Indonesia didukung oleh Presiden Republik Indonesia, yaitu ekonomi kreatif harus menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. Hal ini juga didukung oleh kebijakan pemerintah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, termasuk peningkatan kapasitas melalui pengembangan ekonomi kreatif dan teknologi inovatif.

Ekonomi kreatif yang dimulai sejak 2006 tersebut dapat melahirkan kegiatan-kegiatan kreatif. Hasil ekonomi kreatif dari berbagai daerah mampu mendongkrak kegiatan ekonomi lokal dan diharapkan mampu menembus pasar internasional. Misalnya yang dikembangkan di Bandung yaitu industri kreatif fashion dan sepatu yang banyak diminati dari daerah lain sehingga banyak

wisatawan lokal dan mancanegara berbelanja di Bandung. Daerah lain seperti Surakarta yang terkenal dengan batik dengan Pasar Klewer yang banyak dikunjungi masyarakat dari daerah lain atau mancanegara untuk berbelanja. Potensi-potensi kreatif dari beberapa daerah melakukan kegiatan kreatif secara rutin dengan tujuan untuk memperkenalkan hasil inovasi ke masyarakat lokal dan dunia. Kegiatan kreatif yang secara rutin diselenggarakan daerah lain sebagai berikut :

- a. Bandung, misalnya Helarfest, Braga Festival
- b. Jakarta, misal Festival Kota Tua, PRJ, Jak Jazz, Jiffest
- c. Surakarta, misalnya Solo Batik Carnival, Pasar Windu Johar
- d. Yogyakarta, misalnya Festival Kesenian Yogyakarta, Pasar Malam, Sekaten, Biennale
- e. Jember, misalnya Jember Fashion Carnaval
- f. Bali, misalnya Bali Fashion Week, Bali Art Festival, Bali Sanur Festival
- g. Lampung, misalnya Way Kambas Festival
- h. Palembang, misalnya Festival Musi

Sistem ekonomi di Indonesia memiliki acuan yang jelas yaitu UUD 1945, yaitu ekonomi Pancasila, yang didalamnya terkandung demokrasi Ekonomi. Masyarakat memegang peranan aktif dalam kegiatan ekonomi, sedangkan pemerintah menciptakan iklim yang sehat bagi pertumbuhan dan perkembangan dunia usaha. Demokrasi ekonomi berarti kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh dari dan untuk rakyat dibawah pengawasan pemerintah. Dalam demokrasi ekonomi ini melibatkan pemerintah, pengusaha swasta, dan seluruh rakyat, sehingga dalam pelaksanaannya harus ada kerja sama antara pemerintah, rakyat dan swasta. Sistem ekonomi di Indonesia diatur dalam UUD 1945 pasal 33, bunyi pasal c ayat (1) Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan (2) Cabang-cabang produksi yang penting bagi negara dan menguasai hajat hidup orang banyak dikuasai oleh negara dan (3) Bumi, air dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan sebesar-besarnya untuk kemakmuran rakyat.

Berdasar bunyi dari tiga ayat pasal 33 UUD 1945 pemerintah sangat berperan menunjang sistem ekonomi yang berbasis pada kegiatan ekonomi kerakyatan. Peran negara tersebut antara lain mengembangkan koperasi, mengembangkan BUMN, memanfaatkan segala sumber kekayaan alam demi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Untuk mengembangkan ekonomi kreatif pemerintah memiliki strategi dengan melaksanakan pembangunan secara terintegrasi antara masyarakat, swasta dan pemerintah. Beberapa strategi tersebut antara lain

- a. Menyiapkan insentif untuk memicu pertumbuhan industri kreatif berbasis budaya. Insentif tersebut meliputi perlindungan produk budaya, kemudahan memperoleh dana pengembangan, fasilitas pemasaran dan promosi hingga pertumbuhan pasar domestik dan internasional.
- b. Membuat Roadmap Industri kreatif yang melibatkan berbagai lembaga pemerintah dan kalangan swasta.
- c. Membuat program komprehensif untuk menggerakkan industri kreatif melalui pendidikan, pengembangan sumber daya manusia, desain, mutu dan pengembangan pasar
- d. Memberikan perlindungan hukum dan insentif bagi karya industri kreatif. Contoh yang dilindungi Hak Kekayaan Intelektual (HKI) nya antara lain, buku, tulisan, drama, tari, koreografi, karya seni rupa, lagu atau musik dan arsitektur. Pemberian hak paten terhadap penemuan baru. Merek produk atau jasa, desain industri, desain tata letak sirkuit terpadu dan rahasia dagang.
- e. Membentuk Indonesia Creative Council yang menjadi jembatan untuk menyediakan fasilitas bagi para pelaku industri kreatif.

Kementerian Perdagangan melakukan upaya pengembangan ekonomi kreatif untuk mewujudkan strategi pemerintah dengan langkah sebagai berikut:

- a. Pengembangan Database Ekonomi Kreatif Indonesia yang didukung dengan Teknologi Informasi
- b. Peningkatan penggunaan Teknologi melalui Program Kemitraan
- c. Pekan Produk Kreatif Indonesia (PPKI)

- d. Festival Ekonomi Kreatif
- e. Wahana Kreatif
- f. Peningkatan Jangkauan dan Efektivitas Pemasaran
- g. Riset Ekonomi Kreatif dan Fasilitas Pemberian Insentif yang mendukung Inovasi
- h. Fasilitas kegiatan yang mendorong lahirnya insan kreatif dan entrepreneur kreatif baru
- i. Kegiatan fasilitasi kegiatan yang mendorong lahirnya insan kreatif dan entrepreneur kreatif baru untuk merangsang terciptanya insan kreatif dan entrepreneur baru di Indonesia.
- j. Penciptaan Indonesia Lokal Daerah Tingkat I dan II serta Identitas Nasional

## **E. Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan**

### **1. Kewirausahaan**

Kewirausahaan diartikan secara harfiah sebagai hal-hal yang menyangkut keberanian seseorang untuk melakukan kegiatan, baik bisnis maupun non bisnis secara mandiri. Kewirausahaan berasal dari istilah *entrepreneurship* yang sebenarnya berasal dari kata *entrepreneur*. *Entrepreneur* adalah seorang yang memiliki kombinasi unsur (elemen-elemen) internal yang meliputi kombinasi inovasi, visi, komunikasi, optimisme, dorongan semangat dan kemampuan untuk memanfaatkan peluang usaha (Pratitis, 2018). Kewirausahaan sendiri pada hakikatnya adalah ciri, sifat dan watak seseorang yang tidak lain memiliki kemauan dalam mewujudkan sebuah gagasan inovatif ke dalam dunia nyata secara kreatif. Istilah kata kewirausahaan berasal dari terjemahan *entrepreneurship* yang dapat diartikan sebagai *the backbone of economy*, yang tidak lain adalah syaraf pusat perekonomian atau pengendali perekonomian suatu bangsa. Secara epistemologi, kewirausahaan adalah merupakan suatu nilai yang diperlukan untuk memulai sebuah usaha atau suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru dan berbeda (Agustiani, 2013).

Wirausaha adalah seseorang yang bebas dan memiliki kemampuan untuk hidup mandiri dalam menjalankan kegiatan usaha atau bisnisnya (Putri, 2020). Ia bebas merancang, menentukan, mengelola, dan mengendalikan semua usahanya. Sementara kewirausahaan adalah suatu sikap, jiwa, dan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, bernilai, dan berguna bagi dirinya dan orang lain. Kewirausahaan merupakan sikap mental dan jiwa yang selalu aktif atau kreatif berusaha dalam rangka meningkatkan pendapatan.

Secara ringkas kewirausahaan berdasarkan dari pengertian diatas adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui berpikir secara kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang yang dilakukan dengan keberanian dalam menghadapi resiko guna menjawab tantangan kehidupan.

## **2. Pendidikan Kewirausahaan**

Pendidikan kewirausahaan adalah pendidikan seumur hidup yang berlangsung dimana saja dan kapan saja. Saroni mengungkapkan pendidikan kewirausahaan adalah salah satu program pendidikan yang menggarap aspek kewirausahaan sebagai bagian penting dalam pembekalan kompetensi anak didik sekaligus sebagai antisipasi pengentasan anak didik dari ketegantungan lapangan pekerjaan dari orang lain. Artinya, dalam proses pendidikan dan pembelajaran kewirausahaan, sekolah memang memberikan bekal paling aplikatif bagi kehidupan anak didik. Jadi tidak hanya menjejali peserta didik dengan ilmu pengetahuan saja, melainkan diberikan ketrampilan yang dapat diterapkan langsung dalam kehidupannya kelak.

Pendidikan kewirausahaan memungkinkan terjadinya proses kerja sama banyak pihak terkait dalam proses. Pada akhirnya, proses pendidikan dan pembelajaran memberikan kondisi plus bagi anak didik. Anak didik tidak hanya mempunyai kemampuan secara intelek, tetapi juga mempunyai kemampuan untuk melakukan kegiatan hidup (Muhammad Saroni, 2012).

Menurut Suryana, pendidikan kewirausahaan secara umum adalah proses pendidikan yang menerapkan prinsip-prinsip dan metodologi kearah pembentukan kecakapan hidup (life skill) pada peserta didiknya di sekolah. Sikap kewirausahaan dapat ditumbuhkan melalui pendidikan kewirausahaan berdasarkan nilai-nilai kewirausahaan. Menurut Wijaya pendidikan kewirausahaan penting dan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha. Ciputra memandang pendidikan kewirausahaan dari sisi ekonomi, dimana pembelajaran kewirausahaan memberikan tiga manfaat berarti yakni : menghasilkan manusia-manusia masa depan yang sanggup tidak miskin, para entrepreneur yang bertumbuh adalah sumber-sumber pendapatan negara yang dapat diandalkan, para entrepreneur ikut membuka lapangan pekerjaan baru, ikut membuka kota-kota baru, mengembangkan pertanian, menggairahkan produk-produk kebutuhan masyarakat, dan menyediakan jasa layanan public yang berkualitas.

Ketiga manfaat ekonomi yang dijelaskan Ciputra dapat disimpulkan bahwa pendidikan kewirausahaan adalah senjata penghancur massal untuk pengangguran dan kemiskinan sekaligus tangga menuju impian setiap warga masyarakat untuk mandiri secara finansial dan mampu membangun kemakmuran, lalu secara bersama-sama membangun kesejahteraan bagi bangsa (Hasanah, 2015).

Tujuan pendidikan kewirausahaan adalah untuk merubah pandangan, perilaku dan minat pelajar agar memahami tentang kewirausahaan dan memiliki pola pikir kewirausahaan yang kelak menjadi wirausaha yang sukses membangun wirausaha baru sehingga dapat membuka peluang kerja baru (Satriyanto, Komang Agus 2016).

### **3. Nilai-nilai Kewirausahaan**

Nilai-nilai yang dikembangkan dalam pendidikan kewirausahaan adalah pengembangan nilai-nilai dari ciri-ciri seorang wirausaha. Menurut Mulyani, dkk (2010: 10) di dalam pengembangan model naskah akademik

ini dipilih beberapa nilai-nilai kewirausahaan yang dianggap paling pokok dan sesuai dengan tingkat perkembangan peserta didik sebanyak 17 (tujuh belas) nilai. Beberapa nilai-nilai kewirausahaan beserta diskripsinya yang akan diintegrasikan melalui pendidikan kewirausahaan adalah sebagai berikut:

**Tabel 2.1 Nilai-nilai dan Deskripsi Pendidikan Kewirausahaan**

No	Nilai	Deskripsi
1	Mandiri	Sikap dan perilaku yang tidak mudah tergantung pada orang lain dalam menyelesaikan tugas-tugas.
2	Kreatif	Berpikir dan melakukan sesuatu untuk menghasilkan cara atau hasil berbeda dari produk atau jasa yang telah ada
3	Berani Mengambil resiko	Kemampuan seseorang untuk menyukai pekerjaan yang menantang berani dan mampu mengambil resiko kerja
4	Berorientasi Pada Tindakan	Mengambil inisiatif untuk bertindak, dan bukan menunggu, sebelum sebuah kejadian yang tidak dikehendaki terjadi
5	Kepemimpinan	Sikap dan perilaku seseorang yang telah terbuka terhadap saran dan kritik, mudah bergaul, bekerjasama, dan mengarahkan orang lain
6	Kerja Keras	Perilaku yang menunjukkan upaya sungguh-sungguh dalam menyelesaikan tugas dan mengatasi berbagai hambatan
7	Jujur	Perilaku yang didasarkan pada upaya menjadikan dirinya sebagai orang yang selalu dapat dipercaya dalam perkataan
8	Disiplin	Tindakan yang menunjukkan perilaku tertib dan patuh pada berbagai ketentuan dan peraturan
9	Inovatif	Kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan-persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan
10	Tanggung Jawab	Sikap dan perilaku seseorang yang mau dan mampu melaksanakan tugas dan kewajibannya
11	Kerja Sama	Perilaku yang didasarkan pada upaya menjadikan dirinya mampu menjalin hubungan dengan orang lain dalam melaksanakan tindakan dan pekerjaan
12	Pantang Menyerah (ulet)	Sikap dan perilaku seseorang yang tidak mudah menyerah untuk mencapai suatu tujuan dengan berbagai alternatif

13	Komitmen	Kesepakatan mengenai sesuatu hal yang dibuat oleh seseorang, baik terhadap dirinya sendiri maupun orang lain
14	Realistis	Kemampuan menggunakan fakta/realita sebagai landasan berpikir yang rasional dalam setiap pengambilan keputusan maupun tindakan atau perbuatannya
15	Rasa ingin tahu	Sikap dan tindakan yang selalu berupaya untuk mengetahui secara mendalam dan luas dari apa yang dipelajari, dilihat, dan didengar.
16	Komunikatif	Tindakan yang memperlihatkan rasa senang berbicara, bergaul dan bekerjasama dengan orang lain
17	Motivasi Kuat untuk Sukses	Sikap dan tindakan selalu mencari solusi terbaik

Sumber (Mulyani, dkk 2010: 10-11)

#### 4. Menumbuhkan Karakter Jiwa Kewirausahaan

Cara yang dilakukan apabila berminat menjadi seorang wirausaha adalah menumbuhkan karakter jiwa kewirausahaan terlebih dahulu kepada diri kita. Untuk itu ada beberapa hal yang dilakukan untuk menumbuhkan karakter jiwa kewirausahaan:

a. Melalui komitmen pribadi

Jiwa wirausaha ditandai dengan adanya komitmen pribadi untuk dapat mandiri, mencapai sesuatu yang diinginkan, menghindari ketergantungan pada orang lain agar lebih produktif dan untuk memaksimalkan potensi diri.

b. Melalui lingkungan dan pergaulan yang kondusif

Dorongan untuk menumbuhkan karakter jiwa kewirausahaan dapat berasal dari lingkungan pergaulan teman, keluarga, sahabat, karena mereka dapat berdiskusi tentang ide berwirausaha, masalah yang dihadapi, dan cara-cara mengatasinya. Sehingga mempunyai semangat, kemampuan dan pikiran untuk menaklukkan cara berpikir yang lamban dan malas.

c. Melalui pendidikan dan lembaga pelatihan.

Menumbuhkan karakter jiwa kewirausahaan juga dapat didorong oleh guru di sekolah atau lembaga pelatihan. Mereka memberikan mata pelajaran kewirausahaan yang praktis dan program-program kewirausahaan yang

menarik sehingga bisa membangkitkan minat siswa untuk berwirausaha.

d. Karena keadaan terpaksa

Banyak orang yang sukses karena dipaksa oleh keadaan. Mungkin pada awalnya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Tetapi karena usahanya keras dan tidak gampang menyerah serta tidak berputus asa, maka akhirnya menjadi wirausaha yang sukses (Dharwati, 2017).

e. Otodidak

Melalui berbagai media dapat menumbuhkan semangat berwirausaha. Misalnya melalui biografi seorang pengusaha sukses, melalui media televisi yang menayangkan acara tentang bisnis, majalah, Koran dan berbagai media yang dapat menumbuhkan jiwa kewirausahaan yang ada pada diri kita (Hamdani, 2014).

Jiwa kewirausahaan yang melekat dalam diri seseorang, antara lain seperti percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil, keberanian mengambil resiko, kepemimpinan, berorientasi pada masa depan, keorisinilan kreativitas dan inovasi (Maolida, Salsabila, and Aprillia 2022), sedangkan untuk menjadi seorang entrepreneur, harus memiliki jiwa kewirausahaan seperti percaya diri (yakin, optimis dan penuh komitmen), berinisiatif (energik dan percaya diri) memiliki motif berprestasi (berorientasi pada hasil dan berwawasan ke depan), memiliki jiwa kepemimpinan (berani tampil berbeda dan berani mengambil resiko dengan penuh perhitungan dan pertimbangan), suka tantangan (Jon Areli, 2018).

## 5. Proses Kewirausahaan

Kewirausahaan bukanlah sesuatu yang tumbuh dengan sendirinya tetapi berkembang melalui serangkaian dan pertahapan tertentu. Proses kewirausahaan menurut Suryana adalah diawali dengan suatu aksioma yaitu tantangan. Dari tantangan tersebut akan timbul gagasan, kemauan dan dorongan untuk berinisiatif yang tidak lain adalah berpikir secara kreatif dan bertindak inovatif sehingga tantangan awal tadi akan teratasi dan terpecahkan. Tidak ada tantangan, maka tidak ada kreatif. Tidak ada kreatif maka tidak ada

inovasi. Semua tantangan pasti memiliki resiko yaitu kemungkinan berhasil dan tidak berhasil. Oleh karena itu, entrepreneur adalah orang yang berani mengambil resiko dan menyukai tantangan (Hasanah, 2015).

## **6. Fenomenologi (Phenomenological)**

Secara etimologis, fenomenologi berasal dari kata Yunani, *phainomenon* yang merujuk pada arti “yang menampak”. Fenomena adalah fakta yang disadari dan masuk ke dalam pemahaman manusia. Sehingga, suatu objek ada dalam relasi kesadaran (Kuswarno, 2009).

Fenomenologi menurut Husserl adalah gabungan antara psikologi dan logika. Fenomenologi membangun penjelasan dan analisis psikologi tentang tipe-tipe aktivitas mental subjektif, pengalaman, dan tindakan sadar. Namun, pemikiran Husserl tersebut masih membutuhkan penjelasan yang lebih lanjut khususnya mengenai “model kesengajaan”. Pada awalnya, Husserl mencoba untuk mengembangkan filsafat radikal atau aliran filsafat yang menggali akar-akar pengetahuan dan pengalaman. Hal ini didorong oleh ketidakpercayaan terhadap aliran positivistik yang dinilai gagal memanfaatkan peluang membuat hidup lebih bermakna karena tidak mampu mempertimbangkan masalah nilai dan makna. Fenomenologi berangkat dari pola pikir subjektivisme yang tidak hanya memandang dari suatu objek yang tampak namun berusaha menggali makna di balik setiap gejala tersebut (Kuswarno, 2009).

Saat ini fenomenologi dikenal sebagai suatu disiplin ilmu yang kompleks, karena memiliki metode dan dasar filsafat yang komprehensif dan mandiri. Fenomenologi juga dikenal sebagai pelopor pemisah antara ilmu sosial dari ilmu alam, yang mempelajari struktur tipe-tipe kesadaran yang dinamakan dengan “kesengajaan” oleh Husserl. Struktur kesadaran dalam pengalaman pada akhirnya membuat makna dan menentukan isi dari penampakkannya.

Fenomenologi adalah ilmu tentang penampakan (fenomena). Artinya, semua perbincangan tentang esensi dibalik penampakan dibuang jauh-jauh. Ilmu tentang penampakan berarti ilmu tentang apa yang menampakkan diri pada pengalaman subyek. Tak ada penampakan yang tidak dialami, hanya

dengan berkonsentrasi pada apa yang tampak dalam pengalaman, maka esensi dapat dirumuskan dengan jernih (Adian, 2010: 5).

Fenomena dapat dipandang dari dua sudut. Pertama, fenomena selalu “menunjuk ke luar” atau berhubungan dengan realitas di luar pikiran. Kedua, fenomena dari sudut kesadaran kita, karena fenomenologi selalu berada dalam kesadaran kita. Oleh karena itu dalam memandang fenomena harus terlebih dahulu melihat “penyaringan” (ratio), sehingga mendapatkan kesadaran yang murni. Donny (2005) menuliskan fenomenologi adalah ilmu tentang esensi kesadaran dan esensi ideal dari obyek-obyek sebagai korelasi dengan kesadaran. Fenomenologi juga merupakan sebuah pendekatan filosofis untuk menyelidiki pengalaman manusia.

Fenomenologi bermakna metode pemikiran untuk memperoleh ilmu pengetahuan baru atau mengembangkan pengetahuan yang ada dengan langkah-langkah logis, sistematis kritis, tidak berdasarkan apriori/prasangka, dan tidak dogmatis. Fenomenologi sebagai metode tidak hanya digunakan dalam filsafat tetapi juga dalam ilmu-ilmu sosial dan pendidikan. Dalam penelitian fenomenologi melibatkan pengujian yang teliti dan seksama pada kesadaran pengalaman manusia. Konsep utama dalam fenomenologi adalah makna. Makna merupakan isi penting yang muncul dari pengalaman kesadaran manusia. Untuk mengidentifikasi kualitas yang esensial dari pengalaman kesadaran dilakukan dengan mendalam dan teliti (Smith, etc., 2009).

Prinsip-prinsip penelitian fenomenologis ini pertama kali diperkenalkan oleh Husserl. Husserl mengenalkan cara mengekspos makna dengan mengeksplisitkan struktur pengalaman yang masih implisit. Konsep lain fenomenologis yaitu Intensionalitas dan Intersubyektifitas, dan juga mengenal istilah fenomenologik Hermeneutik yang diperkenalkan oleh Heidegger. Setiap hari manusia sibuk dengan aktifitas dan aktifitas itu penuh dengan pengalaman.

Esensi dari pengalaman dibangun oleh dua asumsi (Smith, etc., 2009). Pertama, setiap pengalaman manusia sebenarnya adalah satu ekspresi dari kesadaran. Seseorang mengalami sesuatu. Ia sadar akan pengalamannya sendiri

yang memang bersifat subyektif. Kedua, setiap bentuk kesadaran selalu merupakan kesadaran akan sesuatu. Ketika melihat mobil melewati kita, kita berpikir siapa yang mengemudikannya, mengharapkan memiliki mobil seperti itu, kemudian menginginkan pergi dengan mobil itu. Sama kuatnya antara ingin bepergian dengan mobil seperti itu, ketika itu pula tidak dapat melakukannya. Itu semua adalah aktifitas yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari, sebuah sikap yang natural. Kesadaran diri merefleksikan pada sesuatu yang dilihat, dipikirkan, diingat dan diharapkan, inilah yang disebut dengan menjadi fenomenologi.

Penelitian fenomenologis fokus pada sesuatu yang dialami dalam kesadaran individu, yang disebut sebagai intensionalitas. Intensionalitas (intentionality), menggambarkan hubungan antara proses yang terjadi dalam kesadaran dengan obyek yang menjadi perhatian pada proses itu. Dalam term fenomenologi, pengalaman atau kesadaran selalu kesadaran pada sesuatu, melihat adalah melihat sesuatu, mengingat adalah mengingat sesuatu, menilai adalah menilai sesuatu. Sesuatu itu adalah obyek dari kesadaran yang telah distimulasi oleh persepsi dari sebuah obyek yang “real” atau melalui tindakan mengingat atau daya cipta (Smith, etc., 2009).

Intensionalitas tidak hanya terkait dengan tujuan dari tindakan manusia, tetapi juga merupakan karakter dasar dari pikiran itu sendiri. Pikiran tidak pernah pikiran itu sendiri, melainkan selalu merupakan pikiran atas sesuatu. Pikiran selalu memiliki obyek. Hal yang sama berlaku untuk kesadaran. Intensionalitas adalah keterarahan kesadaran (directedness of consciousness). Dan intensionalitas juga merupakan keterarahan tindakan, yakni tindakan yang bertujuan pada satu obyek.

Smith, etc., (2009) menuliskan bahwa menurut Heidegger pandangan lain dalam konsep fenomenologi adalah mengenai person (orang) yang selalu tidak dapat dihapuskan dari dalam konteks dunianya (person-in-context) dan intersubyektifitas. Keduanya juga merupakan central dalam fenomenologi. Intersubyektifitas berhubungan dengan peranan berbagi (shared), tumpang tindih (over-lapping) dan hubungan alamiah dari tindakan di dalam alam

semesta. Intersubjektifitas adalah konsep untuk menjelaskan hubungan dan perkiraan pada kemampuan mengkomunikasikan dengan orang lain dan membuat rasa (make 11 sense) pada yang lain. Relatedness-to-the world merupakan bagian yang fundamental dari konstitusi fenomenologis.

Untuk mencapai sikap fenomenologis Husserl dalam Smith, etc., (2009) mengembangkan metode fenomenologi yang direncanakan untuk mengidentifikasi struktur inti dan ciri khas (feature) dari pengalaman manusia. Untuk itu, perlu memperhatikan konsekuensi-konsekuensi dari taken-for-granted (menduga untuk pembenaran) dari cara-cara hidup yang familiar, setiap hari alam semesta adalah obyek. Untuk itu perlu kategori untuk taken-for-granted pada suatu obyek (alam semesta) agar memusatkan persepsi kita pada obyek (alam semesta).

Metode fenomenologi Husserl dalam Moeryadi (2009) dimulai dari serangkaian reduksi-reduksi. Reduksi dibutuhkan supaya dengan intuisi kita dapat menangkap hakekat obyek-obyek. Reduksi-reduksi ini yang menyingkirkan semua hal yang mengganggu kalau kita ingin mencapai wesenschau. Reduksi pertama, menyingkirkan segala sesuatu yang subyektif. Sikap kita harus obyektif, terbuka untuk gejala-gejala yang harus “diajak bicara”. Kedua, menyingkirkan seluruh pengetahuan tentang obyek yang diselidiki dan diperoleh dari sumber lain. Ketiga: menyingkirkan seluruh reduksi pengetahuan. Segala sesuatu yang sudah dikatakan oleh orang lain harus, untuk sementara dilupakan. Kalau reduksi-reduksi ini berhasil, gejala sendiri dapat memperlihatkan diri, menjadi fenomen (memperlihatkan diri).

Menurut Smith, etc., (2009) masing-masing reduksi memberikan perbedaan lensa atau prisma, dan perbedaan cara dalam berpikir dan 12 pengambilan keputusan berdasarkan pemikiran logis tentang fenomena pada sisi lain. Susunan reduksi direncanakan untuk memandu peneliti jauh dari kebingungan dan salah arah dari asumsi-asumsi dan preconsepsi-preconsepsi dan kembali menuju pada esensi dari pengalaman dari fenomena yang telah given.

Dalam fenomenologi dilakukan pengujian dengan deskripsi dan refleksi terhadap setiap hal yang penting terutama dari fenomena yang given. Deskripsi dari pengalaman yang fenomenologis hanya merupakan tahap pertama. Yang real/nyata dilakukan dalam pengujian adalah untuk mendapatkan pengalaman dengan lebih general. Pengujian dilakukan dengan mencoba dan menetapkan apakah inti dari pengalaman subyektif dan apakah essensi atau ide dari obyek (Smith, etc., 2009).

Fenomenologi juga mengadakan refleksi mengenai pengalaman langsung atau refleksi terhadap gejala/fenomena. Dengan refleksi ini akan mendapatkan pengertian yang benar dan sedalam-dalamnya. Dalam fenomenologi hendak melihat apa yang dialami oleh manusia dari sudut pandang orang pertama, yakni dari orang yang mengalaminya. Fokus fenomenologi bukan pengalaman partikular, melainkan struktur dari pengalaman kesadaran, yakni realitas obyektif yang mewujud di dalam pengalaman subyektif orang per orang.

Fenomenologi berfokus pada makna subyektif dari realitas obyektif di dalam kesadaran orang yang menjalani aktivitas kehidupannya sehari-hari. Dalam studi fenomenologis terdapat dua analisa yang dipakai yakni Analisis Fenomenologi Interpretatif (AFI) atau Interpretative Phenomenologi Analysis (IPA).

IPA dalam Smith dan Osborn (2009) bertujuan untuk mengungkap secara detail bagaimana partisipan memaknai dunia 13 personal dan sosialnya. Sasaran utamanya adalah makna berbagai pengalaman, peristiwa, status yang dimiliki oleh partisipan. Juga berusaha mengeksplorasi pengalaman personal serta menekankan pada persepsi atau pendapat personal seseorang individu tentang obyek atau peristiwa. IPA berusaha memahami secara “seperti apa” dari sudut pandang partisipan untuk dapat berdiri pada posisi mereka.

“Memahami” dalam hal ini memiliki dua arti, yakni memahami-interpretasi dalam arti mengidentifikasi atau berempati dan makna kedua memahami dalam arti berusaha memaknai. IPA menekankan pembentukan makna baik dari sisi partisipan maupun peneliti sehingga kognisi menjadi analisis sentral, hal ini berarti terdapat aliansi teoritis yang menarik

dengan paradigma kognitif yang sering digunakan dalam psikologi kontemporer yang membahas proses mental.

Fenomenologi digunakan sebagai perspektif filosofi dan juga digunakan sebagai pendekatan dalam metode kualitatif. Fenomenologi memiliki riwayat yang cukup panjang dalam penelitian sosial termasuk psikologi, sosiologi dan pekerjaan sosial. Fenomenologi merupakan pandangan berpikir yang menekankan pada fokus kepada pengalaman-pengalaman subjektif manusia dan interpretasi-interpretasi dunia.

Saat ini fenomenologi dikenal sebagai suatu disiplin ilmu yang kompleks, karena memiliki metode dan dasar filsafat yang komprehensif dan mandiri. Fenomenologi juga dikenal sebagai pelopor pemisah antara ilmu sosial dari ilmu alam, yang mempelajari struktur tipe-tipe kesadaran yang dinamakan dengan “kesengajaan” oleh Husserl dalam Moeryadi (2009). Struktur kesadaran dalam pengalaman pada akhirnya membuat makna dan menentukan isi dari penampakkannya. Fenomenologi adalah ilmu tentang penampakan (fenomena). Artinya, semua perbincangan tentang esensi dibalik penampakan dibuang jauh-jauh. Ilmu tentang penampakan berarti ilmu tentang apa yang menampakkan diri pada pengalaman subyek.

Tak ada penampakan yang tidak dialami, hanya dengan berkonsentrasi pada apa yang tampak dalam pengalaman, maka esensi dapat dirumuskan dengan jernih (Adian, 2010).

Fenomena dapat dipandang dari dua sudut yaitu:

Pertama, fenomena selalu “menunjuk ke luar” atau berhubungan dengan realitas di luar pikiran. Kedua, fenomena dari sudut kesadaran kita, karena fenomenologi selalu berada dalam kesadaran kita. Oleh karena itu, dalam memandang fenomena harus terlebih dahulu melihat “penyaringan” (ratio) sehingga mendapatkan kesadaran yang murni. Donny (2005) menuliskan fenomenologi adalah ilmu tentang esensiesensi kesadaran dan esensi ideal dari obyek-obyek sebagai korelasi dengan kesadaran. Fenomenologi juga merupakan sebuah pendekatan filosofis untuk menyelidiki pengalaman manusia. Fenomenologi bermakna metode pemikiran untuk memperoleh ilmu

pengetahuan baru atau mengembangkan pengetahuan yang ada dengan langkah-langkah logis, sistematis kritis, tidak berdasarkan apriori/prasangka, dan tidak dogmatis. Fenomenologi sebagai metode tidak hanya digunakan dalam filsafat tetapi juga dalam ilmu-ilmu sosial dan pendidikan.

Dalam penelitian fenomenologi melibatkan pengujian yang teliti dan seksama pada pengalaman manusia. Konsep utama dalam fenomenologi adalah makna. Makna merupakan isi penting yang muncul dari pengalaman kesadaran manusia. Untuk mengidentifikasi kualitas yang esensial dari pengalaman kesadaran dilakukan dengan mendalam dan teliti (Smith, etc., 2009).

#### **F. Penelitian Relevan**

Keaslian penelitian adalah menguraikan beberapa hasil sebelumnya dari gambaran tersebut sehingga dapat diverifikasi perbedaan dan kesamaan dengan peneliti sebelumnya sehingga dapat diketahui signifikasinya dengan jelas. Keaslian penelitian digunakan sebagai referensi bagi peneliti dalam melakukan penelitian. Selain itu penelitian sebelumnya digunakan untuk menunjukkan keaslian peneliti ini, bahwa peneliti ini tidak melakukan duplikasi dari penelitian terdahulu. Untuk itu peneliti menjabarkan secara ringkas hasil penelitian terdahulu antara lain.

1. Penelitian Vian Andri Bimantari Putri (2020) yang berjudul Implementasi Program Market Day Dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Siswa di MTs Muhammadiyah 1 Taman Sidoarjo.

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh penulis menunjukkan bahwa (1) Program *market day* di MTs Muhammadiyah 1 Taman Sidoarjo adalah program pendidikan ketrampilan kewirausahaan yang berpola pada kegiatan jual beli yang dilaksanakan di sekolah dengan sasaran utama yaitu peserta didik yang memiliki tujuan tidak lain yakni menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada diri mereka sendiri. (2) Kondisi jiwa kewirausahaan yang dimiliki para peserta didik Kondisi Jiwa kewirausahaan yang dimiliki oleh siswa di MTs Muhammadiyah 1 Taman Sidoarjo ini terlihat sudah

sangat bagus dan baik. Jiwa kewirausahaan yang tumbuh dalam diri peserta didik di MTs Muhammadiyah 1 Taman Sidoarjo diantaranya adalah seperti kedisiplinan, kemandirian, bertanggungjawab, komunikatif, kreatif, inovatif, berani mengambil resiko, kepemimpinan. (3) Dalam implementasinya, *market day* di MTs Muhammadiyah 1 Taman Sidoarjo berbentuk seperti kegiatan jual beli atau bazaar yang dilaksanakan di halaman sekolah dan tidak dapat dipungkiri bahwasannya program ini akan melibatkan seluruh komponen sekolah baik siswa (produksi dan distribusi), guru (konsumen), staff sekolah (konsumen) dan adanya juga pihak dari luar yang ikut mendukung kegiatan ini seperti wali murid yang sedang berkunjung ke sekolah yang bertindak sebagai konsumen..

2. Penelitian Arni (2021) yang berjudul Strategi Mewujudkan Jiwa Kewirausahaan pada Santri Melalui Ekonomi Kreatif Dalam Menghadapi Tantangan Ekonomi Global (Studi Kasus Di Pondok Pesantren DDI Mangkoso), Skripsi Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makasar.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan santri di pondok pesantren DDI Mangkoso, koperasi pondok pesantren dan beberapa alumni menyelenggarakan pelatihan tentang kewirusahanaan pada santri melalui praktek-praktek misalnya mengelola sesuatu dari bahan bekas sehingga memiliki nilai jual. Adapun Pelaksanaan ekonomi kreatif yang bisa dikembangkan di pondok pesantren DDI Mangkoso seperti: Produk kerajinan dan seni, film pendek, desain dan *advertising*.

3. Penelitian Yuni Isnaeni (2022) dengan judul Pembelajaran IPS Tema Kewirausahaan Melalui Market Day Kelas VI Di SD IT Alam Harapan Ummat Purbalingga. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pembelajaran ilmu pengetahuan sosial tema kewirausahaan melalui *market day* melalui beberapa tahapan yaitu sebagai berikut: 1) Pengelolaan kegiatan market day, 2) maksud dan tujuan yang akan dicapai, 3) kurikulum pembelajaran IPS melalui *market day*, 4) perencanaan pembelajaran IPS, 5) Pelaksanaan

pembelajaran IPS 6) Produk yang dihasilkan dalam *market day*. Dasar-dasar potensi perkembangan peserta didik melalui pembelajaran *market day* diantaranya adalah kreatif dan inovatif, mandiri, percayadiri, bertanggung jawab, memiliki motif berprestasi, berani menanggung resiko, kerjasama, dan *leadership*. 2) Pembelajaran ilmu pengetahuan sosial melalui *market day* melatih menumbuhkan minat enterpreuner peserta didik. 3) Dalam pelaksanaan *market day* siswa juga menerapkan materi pelajaran ilmu pengetahuansosial yang diperoleh yakni tentang (1) mengenal pengertian jual beli, (2) mengenaluang sebagai nilai tukar dan (3) mengenal strategi jual beli.

4. Penelitian Annisa Fitri (2013) Chaca Febri Ristiana (2021) dengan judul Strategi Menumbuhkan Sikap Entrepreneurship Di SMK Muhammadiyah Abung Semulu Lampung Utara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi menumbuhkan sikap entrepreneurship di SMK Muhammadiyah Abung Semuli telah berjalan. Pihak sekolah menyediakan dana bagi peserta didik yang ingin membuka usaha sendiri dengan prosedur yang telah ditentukan oleh pihak sekolah. Dana tersebut dipinjamkan kepada peserta didik dan dikembalikan dalam jangka waktu 10 bulan dan tanpa ada bunga. Kegiatan ini telah terlaksana dengan baik, contohnya ada peserta didik yang membuka warung sempol ayam, warung bakso, steam motor, dll, hal ini dibuktikan dengan telah terciptanya 14 kegiatan usaha yang telah terealisasi dan saat ini sedang dijalankan oleh peserta didik. Hal ini dibuktikan dengan 4 indikator yang telah ijalankan dengan baik yaitu 1) Mengajarkan teori kewirausahaan kepada peserta didik, hal ini ditunjukkan dengan dilaksanakannya teori pembelajaran dengan 25% teori dan 75% praktik, setiap teori yang diajarkan akan langsung dipraktikkan agar peserta didik mampu memahami dan diharapkan mampu mengimplementasikan di lingkungan sekitar. 2) Melatih kreativitas peserta didik, hal ini dilakukan dengan cara mengajarkan peserta didik proses dari awal membuat hingga menjahit kain dasar batik menjadi pakaian. Selain itu peserta didik juga diajarkan untuk meembuat keset dan masker dari perca kemudian diperjual belikan. 3) Menumbuhkan sikap kewirausahaan

kepada peserta didik, 4) Menciptakan kreasi dan inovasi, yaitu dengan menggunakan sosial media seperti youtube yang kemudian dikembangkan oleh pendidik dan langsung diajarkan kepada peserta didik. Dengan demikian strategi menumbuhkan sikap entrepreneurship telah berjalan sangat baik sehingga dapat membantu peserta didik langsung terjun ke dunia kerja atau bahkan langsung membuka lapangan pekerjaan ketika sudah lulus.

5. Penelitian Faridatul Ain (2021) dengan judul Implementasi Pendidikan Kewirausahaan Dalam Membentuk Sikap Wirausaha Pada Siswa SMK Yusuf Abdussatar Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat. Hasil penelitian dari analisis data dapat disimpulkan Pendidikan kewirausahaan merupakan suatu proses pendidikan yang membentuk pola pikir sikap dan perilaku pada siswa Pendidikan kewirausahaan bertujuan untuk membentuk manusia secara utuh ( holistik ), sebagai insan yang memiliki karakter, pemahaman dan ketrampilan sebagai wirausaha. Adapun Kendala kendala yang dialami SMK Yusuf Abdussatar dalam melaksanakan pendidikan kewirausahaan yaitu mempunyai beberapa kendala seperti guru kesulitan dalam menyeimbangkan pembelajaran teori dan praktik dan juga di SMK Yusuf Abdussatar asilitasnya masih kurang memadai untuk melakukan praktikum.

Dari beberapa penelitian diatas dapat diketahui bahwa kelima penelitian tersebut memiliki kesamaan dengan apa yang dilakukan peneliti saat ini. Adapun kesamaannya yaitu masih berkaitan dengan menumbuhkan karakter jiwa kewirausahaan. Maksudnya terdapat kesamaan dari segi adanya sebuah perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, evaluasi dalam melaksanakan menumbuhkan karakter jiwa kewirausahaan.

Adapun yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu terletak pada lokasi penelitian, objek dan masalah penelitian. Seperti halnya untuk penelitian pertama lebih memfokuskan pada menumbuhkan jiwa kewirausahaan melalui implementasi market day. Penelitian kedua lebih memfokuskan pada menumbuhkan jiwa kewirausahaan

melalui ekonomi kreatif Penelitian yang ketiga memfokuskan pada pembelajaran tema kewirausahaan melalui *market day*. Penelitian yang keempat lebih memfokuskan pada strategi menumbuhkan sikap Entrepreneurship. Penelitian yang kelima lebih memfokuskan pada strategi implementasi pendidikan kewirausahaan dalam membentuk sikap wirausaha. Sedangkan dalam penelitian ini lebih memfokuskan pada menumbuhkan karakter jiwa kewirausahaan melalui program bazar.

### **G. Kerangka Pikir**

Kerangka berpikir merupakan landasan dari keseluruhan proses penelitian. Selain itu kerangka berfikir juga mengembangkan teori yang telah disusun dengan menguraikan dan menjelaskan hubungan-hubungan yang terjadi antara variabel yang diperlukan dengan tujuan menjawab masalah mengenai penelitian.

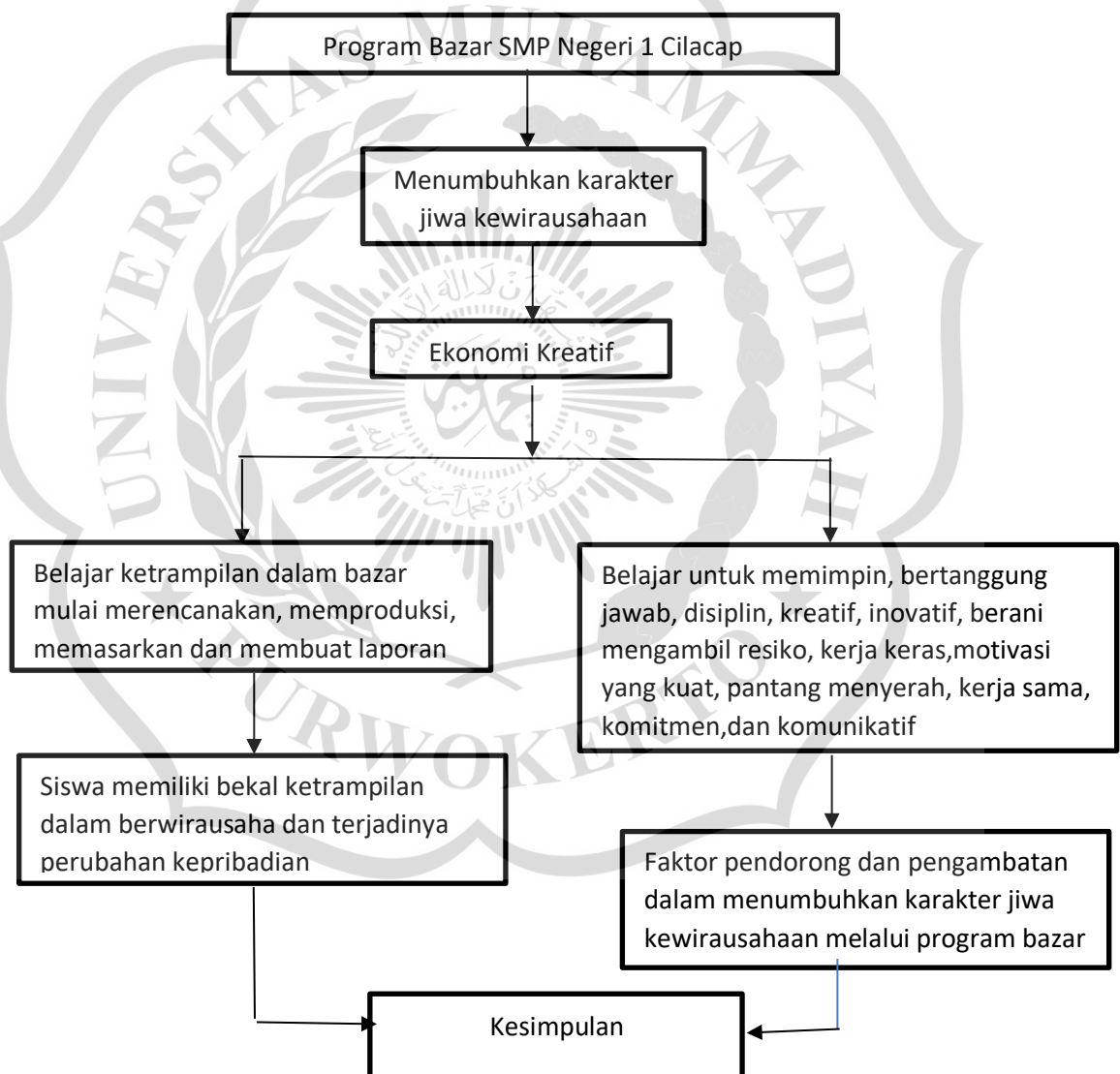
Bazar merupakan salah satu program untuk menumbuhkan karakter jiwa kewirausahaan di SMP Negeri 1 Cilacap. Penelitian ini akan membahas tentang Implementasi program bazar dalam menumbuhkan karakter jiwa kewirausahaan. Pada siswa kelas IX. Berikut adalah penjelasan kerangka berpikir dalam penelitian yang akan dilakukan :

Ekonomi kreatif sebagai industri yang bersumber dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan dan bakat pribadi untuk menciptakan kesejahteraan bagi masyarakat lain dan kesempatan kerja melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreatifitas dan inovasi.

Jiwa wirausaha adalah jiwa kemandirian untuk mencari sebuah sumber penghasilan dengan membuka usaha ataupun menyalurkan kreatifitas yang dimiliki seseorang untuk kemudian dijadikan sebuah lahan untuk mencari penghasilan, jiwa kewirausahaan ditanamkan sejak seseorang mulai sadar bahwa uang itu penting dan seseorang.

Pertama peneliti melakukan pengamatan yaitu observasi terhadap subyek penelitian untuk memahami lebih dalam lagi mengenai implementasi program bazar dalam menumbuhkan karakter jiwa kewirausahaan. Untuk memperoleh

informasi yang akurat dan maksimal diperlukan dalam penelitian ini, peneliti memerlukan kerangka berpikir disini peneliti melakukan pengamatan yaitu observasi SMP Negeri 1 Cilacap Kerangka berpikir disini penulis melakukan pengamatan Berdasarkan tinjauan latar belakang dan tinjauan pustaka, serta metodologi penelitian yang telah diuraikan diatas, maka dalam penelitian ini dapat dirancang Kerangka Pikir. pada penelitian ini dapat terlihat pada gambar dibawah ini.



**Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian**

Dalam penyajian tesis ini penulis merumuskan sistematikanya sebagai berikut: Bab pertama berisi tentang pendahuluan yang merupakan bagian awal dari tesis. Pembahasannya meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat hasil penelitian. Bab kedua membahas kajian teoritik yang meliputi implementasi, program bazar, karakter kewirausahaan, ekonomi kreatif, menumbuhkan jiwa kewirausahaan, penelitian relevan, kerangka berpikir. Bab ketiga membahas metodologi penelitian desain penelitian, subyek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, langkah-langkah penelitian. Bab keempat membahas tentang hasil penelitian dan isi pembahasan. Bab kelima merupakan bab akhir dari penulisan tesis ini. Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran. Untuk melengkapi penelitian ini penulis juga mencantumkan daftar pustaka dan lampiran-lampiran yang berguna dalam memperjelas penulis tesis.

