



Kingdom of the Netherlands



Organisasi
Perburuhan
Internasional
Jakarta



LINGKUNGAN USAHA

bagi Pengusaha Muda di Indonesia

LINGKUNGAN USAHA

bagi Pengusaha Muda di Indonesia

MODUL INI TIDAK UNTUK DIJUAL

Copyright © Organisasi Perburuhan Internasional 2011
Cetakan Pertama 2011

Publikasi-publikasi Kantor Perburuhan Internasional memperoleh hak cipta yang dilindungi oleh Protokol 2 Konvensi Hak Cipta Universal. Meskipun demikian, kutipan-kutipan singkat dari publikasi tersebut dapat diproduksi ulang tanpa izin, selama terdapat keterangan mengenai sumbernya. Permohonan mengenai hak reproduksi atau penerjemahan dapat diajukan ke ILO Publications (Rights and Permissions), International Labour Office, CH-1211 Geneva 22, Switzerland, atau melalui e-mail: pubdroit@ilo.org. Kantor Perburuhan Internasional menyambut baik permohonan-permohonan seperti itu.

Perpustakaan, lembaga dan pengguna lain yang terdaftar di Inggris Raya dengan Copyright Licensing Agency, 90 Tottenham Court Road, London W1T 4LP [Fax: (+44) (0)20 7631 5500; email: cla@cla.co.uk], di Amerika Serikat dengan Copyright Clearance Center, 222 Rosewood Drive, Danvers, MA 01923 [Fax: (+1) (978) 750 4470; email: info@copyright.com] atau di negara-negara lain dengan Reproduction Rights Organizations terkait, dapat membuat fotokopi sejalan dengan lisensi yang diberikan kepada mereka untuk tujuan ini.

ISBN 978-92-2-825365-8 (buku)
ISBN 978-92-2-825366-5 (web pdf)

ILO

Lingkungan Usaha bagi Pengusaha Muda di Indonesia / Kantor Perburuhan Internasional - Jakarta: ILO, 2011,
xviii, 66 hal.

Juga tersedia dalam bahasa Inggris: Business Environment for Young Entrepreneurs in Indonesia / ISBN 978-92-2-125365-5 / International Labour Organization – Jakarta: ILO, 2011,
xviii, 66 p.

ILO Katalog dalam terbitan

Penggambaran-penggambaran yang terdapat dalam publikasi-publikasi ILO, yang sesuai dengan praktik-praktik Perserikatan Bangsa-Bangsa, dan presentasi materi yang ada di dalamnya tidak mewakili pengekspresian opini apapun dari sisi Kantor Perburuhan Internasional mengenai status hukum negara, wilayah atau teritori manapun atau otoritasnya, atau mengenai batas-batas negara tersebut.

Tanggungjawab atas opini-opini yang diekspresikan dalam artikel, studi, dan kontribusi lain yang ditandatangani merupakan tanggung jawab penulis, dan publikasi tidak mengandung suatu dukungan dari Kantor Perburuhan Internasional atas opini-opini yang terdapat di dalamnya.

Rujukan ke nama perusahaan dan produk komersil dan proses tidak menunjukkan dukungan dari Kantor Perburuhan Internasional, dan kegagalan untuk menyebutkan suatu perusahaan, produk komersil atau proses tertentu bukan merupakan tanda ketidaksetujuan.

Publikasi ILO dapat diperoleh melalui penjual buku besar atau kantor lokal ILO di berbagai negara, atau secara langsung dari ILO Publications, International Labour Office, CH-1211 Geneva 22, Switzerland (e-mail: pubvente@ilo.org) ; atau Kantor ILO Jakarta, Menara Thamrin, Lantai 22, Jl. M.H. Thamrin Kav. 3, Jakarta 10250, Indonesia (e-mail: jakarta@ilo.org). Katalog atau daftar publikasi tersedia secara cuma-cuma dari alamat di atas atau melalui email.

Kunjungi halaman web kami: www.ilo.org/publns

Dicetak di Jakarta

Prakata

DALAM Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJM) Indonesia, dinyatakan bahwa menarik investasi adalah prioritas, untuk memastikan bahwa pertumbuhan saat ini yang terutama bertumpu pada meningkatnya harga komoditi bisa terwujud menjadi ekonomi dengan nilai tambah yang lebih tinggi. Untuk tujuan ini, penataan kembali lingkungan usaha telah menjadi prioritas Pemerintah karena dampak yang diharapkan adalah adanya penciptaan usaha, kelestarian usaha, meningkatnya mata pencaharian dan lapangan kerja.

Peningkatan iklim usaha hendaknya (a) menurunkan berbagai biaya –misalnya melalui akses yang lebih mudah terhadap modal dan infrastruktur; (b) menurunkan risiko usaha dengan meningkatkan prediktabilitas (kemungkinan meramalkan) dalam melakukan usaha; dan (c) merangsang inovasi dan daya saing dengan meningkatkan tekanan persaingan (dengan lebih banyak pelaku usaha baru memasuki dunia usaha). Oleh karena itu, kenyamanan dalam menjalankan usaha pada umumnya diasosiasikan dengan pertumbuhan dan lapangan kerja yang lebih luas. Kendatipun demikian, dampaknya pada perusahaan yang masih baru dan pada pekerjaan yang lebih layak kurang diketahui.

Perusahaan yang dijalankan pengusaha muda secara disproportional cenderung menerima imbas dari kurang memadainya iklim dunia usaha karena mereka bergerak di sektor-sektor yang hambatan masuknya rendah, persaingannya lebih keras, tingkat ketidakstabilannya tinggi dalam hal menghadapi tantangan terkait dengan lingkungan usaha. Walaupun begitu, tidaklah ada kepastian apakah perubahan dalam lingkungan usaha secara keseluruhan akan memiliki dampak yang lebih besar pada perusahaan yang dijalankan oleh kaum muda

pada khususnya. Kenyataannya, penelitian ini menjadikan kasus tersebut untuk secara spesifik dan seksama mencermati berbagai karakteristik lingkungan usaha yang secara disproportional mungkin berdampak pada Pengusaha Muda.

Perdebatan yang sengit juga telah terjadi pada dekade lalu mengenai bagaimana meminimalkan biaya terkait peraturan yang membebani perusahaan kecil dan dengan demikian meningkatkan prospek pertumbuhan dan formalisasi perusahaan tersebut. Walaupun ada kebutuhan untuk memberikan insentif untuk formalisasi usaha, namun hal itu hendaknya tidak dijadikan sebagai cara untuk melembagakan kondisi kerja yang buruk.

Karena kurangnya pekerjaan yang cukup di sektor ekonomi formal, Indonesia terus mempromosikan kewirausahaan karena berpotensi dalam menciptakan lapangan pekerjaan dan mengurangi kemiskinan. Tidak kurang dari 17 Kementerian dan lembaga nasional saat ini melaksanakan program-program kewirausahaan bagi kaum muda. Sementara banyak yang memusatkan perhatian pada pelatihan untuk membuka usaha mikro bagi penduduk yang kurang mampu, sebagian lainnya juga memfasilitasi kaum muda untuk mengakses keuangan. Namun, hanya sebagian kecil yang memusatkan perhatian pada peningkatan lingkungan dimana perusahaan-perusahaan yang baru itu beroperasi.

Penelitian tentang Lingkungan Usaha bagi Pengusaha Muda di Indonesia beserta temuan-temuannya bertujuan untuk menjembatani kesenjangan ini. Penelitian ini menggunakan metodologi yang mapan dan mengusulkan rekomendasi yang jelas dalam rangka perbaikan dan peningkatan. Diharapkan bahwa Pengusaha Muda dan organisasi yang mewakilinya seperti HIPMI akan menggunakan temuan dan rekomendasi dalam program advokasinya dan sebagai upaya terpadu untuk menciptakan solusi dalam menghasilkan lebih banyak lapangan kerja yang layak bagi kaum muda.

Publikasi ini didanai oleh Kedutaan Besar Pemerintah Kerajaan Belanda di Jakarta. Swisscontact melaksanakan Survei Persepsi Lingkungan Usaha (Business Environment Perception Survey, BEPS) di empat propinsi Jawa Timur, Sulawesi Selatan, Nusa Tenggara Timur dan Papua dan mempersiapkan draf pertama dari Paper ini. Analisis dan draf akhir dari Paper ini dibuat oleh Jakob von Firscks. Penghargaan khusus kami sampaikan kepada Prof. Mudrajad Kuncoro dan timnya dari Universitas Gajah Mada atas kontribusi dan kerja keras mereka dalam menganalisis dan menyusun laporan hasil survei yang dilaksanakan oleh Swisscontact.

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada pejabat dan pakar ILO di Jakarta dan Jenewa, khususnya Patrick Daru, Graeme Buckley, Budi Maryono dan Christian Wachsmuth, atas komentar, masukan dan dukungan dalam penyiapan versi final dari laporan ini.

Berbagai pemangku kepentingan lokal dan 1.600 Pengusaha Muda dari empat propinsi tersebut telah memberikan kontribusi melalui peran serta mereka dalam Survei Persepsi Lingkungan Usaha dan melalui kelompok diskusi terarah

(FGD). HIPMI (Himpunan Pengusaha Muda Indonesia) memberikan dukungan yang sangat berharga dalam implementasi dan finalisasi laporan ini. Versi final ini telah diedit oleh Sally Wellesley dan diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia oleh Agus Riyanto. Patrick Daru dan Budi Maryono menangani proof-reading. ■

Jakarta, 11 Agustus 2011

Himpunan Pengusaha Muda Indonesia
(HIPMI), Pimpinan Pusat



Erwin Aksa
Ketua Umum

International Labour Organization
(ILO), Office for Indonesia and Timor-Leste



Peter van Rooij
Direktur

Daftar Isi

PRAKATA	i
DAFTAR ISI	iv
SINGKATAN DAN AKRONIM	vii
RINGKASAN EKSEKUTIF	ix
1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Riset dan Tujuan	2
1.3 Garis Besar	3
2. METODOLOGI	5
2.1. Pengusaha Muda (PM)	5
2.2. Rancangan Survei	6
2.2.1. Pemilihan Provinsi	6
2.2.2. Instrumen Survei	7
2.2.3. Metode Sampel dan Komposisi	7
2.2.4. Keterbatasan Rancangan Survei	8
2.3. Mengukur Lingkungan Usaha bagi Pengusaha Muda	9
2.3.1. Kajian Empiris sebelumnya	9
2.3.2. Faktor-faktor Utama Lingkungan Usaha untuk Pengusaha Muda	11

3. LINGKUNGAN USAHA BAGI PENGUSAHA MUDA	19
3.1. Tinjauan tentang Propinsi	20
3.1.1. Jawa Timur	20
3.1.2. Sulawesi Selatan	21
3.1.3. Nusa Tenggara Timur	21
3.1.4. Papua	22
3.2. Karakteristik Pengusaha Muda yang Disurvei	23
3.2.1. Pengusaha Muda menurut Sektor Usaha	24
3.2.2. Pengusaha Muda menurut Usia dan Pendidikan	26
3.2.3. Pengusaha Muda menurut Posisi dan Tahun dalam Usaha	28
3.2.4. Pengusaha Muda Menurut Besarnya Usaha dan Pegawai	28
3.2.5. Pengusaha Muda menurut Dukungan Keluarga	29
3.3. Survei Persepsi Lingkungan Usaha untuk Pengusaha Muda	30
3.3.1. Nilai-nilai Budaya dan Sosial	30
3.3.2. Bantuan Usaha	35
3.3.3. Lingkungan Regulasi	37
3.3.4. Dinamika Usaha	41
3.3.5. Akses pada Keuangan	44
3.3.6. Sumber Daya Manusia dan Ketenagakerjaan	49
4. REKOMENDASI KEBIJAKAN	53
REFERENSI	57
LAMPIRAN	
Lampiran 1 : Peta-peta empat propinsi yang disurvei	62
Lampiran 2 : Daftar Mitra Lokal	64
Lampiran 3 : Survei Iklim Usaha Bagi Wirausaha Muda	66
KOTAK	
Kotak 1 : Asumsi di balik Faktor Utama 1: Nilai-nilai Budaya dan Sosial	12
Kotak 2 : Asumsi di balik Faktor Utama 2: Bantuan Usaha	13
Kotak 3 : Asumsi di balik Faktor Utama 3: Lingkungan regulasi	14
Kotak 4 : Asumsi di balik Faktor Utama 4: Dinamika Usaha	15
Kotak 5 : Asumsi di balik Faktor Utama 5: Akses Keuangan	16
Kotak 6 : Asumsi di balik Faktor Utama 6: Pendidikan dan Sumber Daya Manusia	17
Kotak 7 : Karakteristik Utama responden Pengusaha Muda	24
Kotak 8 : Distribusi Pengusaha Muda di antara sektor-sektor usaha	26
Kotak 9 : Latar Belakang Pendidikan PM	27
Kotak 10 : Temuan Utama tentang Nilai Budaya dan Sosial	30

Kotak 11	: Motivasi bagi Pengusaha Muda untuk Menjadi Pengusaha	31
Kotak 12	: Ketidakpercayaan terkait usia terhadap PM	33
Kotak 13	: Temuan Utama tentang Bantuan Usaha	35
Kotak 14	: Temuan Utama tentang Lingkungan Regulasi	37
Kotak 15	: Kepatuhan Usaha dan Desentralisasi di Indonesia	39
Kotak 16	: Formalisasi Usaha	40
Kotak 17	: Temuan-temuan Utama tentang Dinamika Usaha	41
Kotak 18	: Perilaku Kurang Menyukai Inovasi di kalangan Pengusaha Muda Indonesia	43
Kotak 19	: Temuan-temuan Utama tentang Akses pada Keuangan	44
Kotak 20	: Temuan-temuan Utama tentang Sumber Daya Manusia dan Ketenagakerjaan	49

TABEL

Tabel 1	: Karakteristik Propinsi yang dipilih	6
Tabel 2	: Bias seleksi untuk distribusi PM dalam sektor ekonomi	9
Tabel 3	: Mengukur daya saing bisnis di Indonesia	10
Tabel 4	: Faktor Utama 1: Nilai-nilai Budaya dan Sosial	12
Tabel 5	: Faktor Utama 2: Bantuan Usaha	13
Tabel 6	: Faktor Utama 3: Lingkungan Regulasi	14
Tabel 7	: Faktor Utama 4: Dinamika Usaha	15
Tabel 8	: Faktor Utama 5: Akses pada Keuangan	16
Tabel 9	: Faktor Utama 6: Sumber Daya Manusia dan Ketenagakerjaan	17
Tabel 10	: Indikator Utama untuk Jawa Timur	20
Tabel 11	: Indikator Utama untuk Sulawesi Selatan	21
Tabel 12	: Indikator Utama untuk Nusa Tenggara Timur	22
Tabel 13	: Indikator Utama untuk Papua	23
Tabel 14	: Pengusaha Muda menurut Sektor Usaha	24

BAGAN

Bagan 1	: Faktor-faktor Utama untuk Business Enabling Environment bagi Pengusaha Muda	11
Bagan 2	: Tingkat Tertinggi Pendidikan Formal (Presentase)	27
Bagan 3	: Jumlah karyawan dalam Usaha Pengusaha Muda	29
Bagan 4	: Keparahan Masalah secara Menyeluruh (Presentase)	38
Bagan 5	: Angka Kepatuhan Pengusaha Muda	40
Bagan 6	: Sejarah Kredit menurut Segmen (Presentase)	47
Bagan 7	: Sumber-sumber Kredit (Presentase)	48
Bagan 8	: Jenis Pengembangan Keterampilan yang diperlukan (Presentase)	51

Singkatan dan Akronim

APINDO	Asosiasi Pengusaha Indonesia (Indonesian Entrepreneurs Association)
BDS	Business Development Services
BDSP	Business Development Services Providers
BEPS	Business Environment Perception Survey
BMO	Business Membership Organization
BPR	Bank Perkreditan Rakyat (Rural Credit Union Bank)
BPS	Badan Pusat Statistik (Statistics Indonesia)
FDI	Foreign Direct Investment
FGD	Focus Group Discussion
GDP	Gross Domestic Product
GEDI	Global Entrepreneurship and Development Index
GNI	Gross National Income
GRDP	Gross Regional Domestic Product
GTZ	Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (German Development Cooperation)
HDI	Human Development Index

HIPMI	Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (Indonesian Young Entrepreneurs Association)
HO	Ijin Gangguan (Nuisance License)
IDR	Indonesian Rupiah
IFC	International Finance Corporation
ILO	International Labour Organization
IUI	Ijin Usaha Industri (Licence for Industrial Businesses)
Jamsostek	Jaminan Sosial Tenaga Kerja (Workers' Social Security Program)
Kemenakertrans	Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi (Ministry of Manpower and Transmigration)
KPPOD	Komite Pemantauan Pelaksanaan Otonomi Daerah (Committee to Monitor the Implementation of Regional Autonomy)
NPL	Non Performing Loans
NTT	Nusa Tenggara Timur (East Nusa Tenggara)
OSS	One Stop Services (Pelayanan Terpadu Satu Pintu)
SD	Sekolah Dasar (Elementary School)
SITU	Surat Ijin Tempat Usaha (Business Location License)
SIUP	Surat Ijin Usaha Perdagangan (Business Trade License)
SMA	Sekolah Menengah Atas (Senior High School)
SME	Small and Medium Enterprises
SMK	Sekolah Menengah Kejuruan (Vocational Secondary School)
SMP	Sekolah Menengah Pertama (Junior High School)
SMU	Sekolah Menengah Umum (General Secondary School)
TDP	Tanda Daftar Perusahaan (Business Registration Certificate)
WEF	World Economic Forum
YE	Young Entrepreneur

Ringkasan Eksekutif

Background

PEMUDA (warga usia 15-29 tahun) mengambil porsi 31.8 persen dari angkatan kerja Indonesia. Angka ini setara dengan 36.9 juta dari seluruh angkatan kerja nasional yang jumlahnya 116 juta orang (BPS, 2010). Kelompok usia ini secara tidak proporsional terkena imbas pengangguran, dengan tingkat pengangguran lima kali lebih tinggi dibandingkan dengan angka itu pada orang dewasa. Walaupun di Indonesia telah terjadi sedikit penurunan dalam tingkat pengangguran kaum muda sejak tahun 2005, tantangan tetap besar, khususnya dengan tingkat pengangguran di kalangan kaum muda yang mencapai 22.2 persen pada tahun 2009. (BPS, 2010b).

Sementara banyak perempuan dan laki-laki muda terpaksa membuka usaha sendiri untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, sedikit dari mereka yang akhirnya membangun usaha yang berkelanjutan. Untuk menciptakan peluang pekerjaan yang lebih baik bagi kaum muda, dan memfasilitasi transisi menuju ekonomi formal, adalah sungguh penting untuk menangani akar penyebab rendahnya tingkat kewirausahaan yang terjadi saat ini di Indonesia.

Pengusaha Muda secara khusus bergantung pada lingkungan usaha yang mendukung. Mereka, lebih dihadapkan pada kendala usaha di banding pengusaha yang sudah matang — misalnya terbatasnya akses terhadap pasar, bahan mentah dan modal. Untuk menciptakan peluang bagi Pengusaha Muda dan membuka potensi penuh mereka untuk membangun perusahaan

yang sukses, pembuat kebijakan perlu memiliki pemahaman yang utuh atas lingkungan usaha Pengusaha Muda dan kendala yang mereka hadapi.

Survei oleh Organisasi Perburuhan Internasional (ILO) ini merupakan survei iklim usaha bagi Pengusaha Muda secara komprehensif dan baru pertama kali dilakukan. Tujuan dari survei ini adalah untuk membantu pembuat kebijakan dan pemangku kepentingan untuk meningkatkan kondisi usaha bagi Pengusaha Muda melalui pemahaman yang lebih baik terhadap karakteristik mereka dan identifikasi kendala khusus yang menghambat usaha mereka.

Metodologi

Tiga sumber informasi telah dianalisis: data primer dikumpulkan melalui (a) Survei Persepsi Lingkungan Usaha (Business Environment Perception Survey, BEPS) terhadap 1.600 Pengusaha Muda; (b) kelompok diskusi terarah (FGD) dengan Pengusaha Muda dan pembuat kebijakan. Kedua sumber itu diperkaya dengan (c) telaah data sekunder.

Empat propinsi di Indonesia yang diseleksi untuk penelitian ini merepresentasikan keragaman lingkungan usaha yang dihadapi oleh Pengusaha Muda di seantero negeri, yaitu: Jawa Timur, Sulawesi Selatan, Nusa Tenggara Timur, dan Papua. Di masing-masing propinsi, sampel memasukkan latar perkotaan (ibu kota propinsi) dan satu daerah semi perkotaan yang direpresentasikan oleh kabupaten dengan kota berukuran sedang. Analisis situasi pengusaha muda di lingkungan pedesaan berada di luar cakupan penelitian ini.

Pada Survei Persepsi Lingkungan Usaha, 400 Pengusaha Muda di masing-masing propinsi telah diwawancarai. Ukuran sampel memberikan derajat kepercayaan minimum 95 persen dengan 7 persen margin kesalahan. Sampel dirancang untuk mewakili kelompok Pengusaha Muda dalam kelompok usia 15-29 tahun secara keseluruhan, dengan menerapkan stratifikasi untuk lokasi, sektor ekonomi, dan gender.

Konsep “Lingkungan Usaha yang Mendukung”¹ yang diterima secara luas diadaptasi untuk mengidentifikasi seperangkat faktor utama yang paling tepat untuk mengakses lingkungan usaha Pengusaha Muda. Faktor Utama ini mencakup: (1) Nilai Sosial dan Budaya, (2) Bantuan Usaha; (3) Lingkungan Peraturan; (4) Dinamika Usaha dan (6) Sumber Daya Manusia dan Ketenagakerjaan.

¹ Menurut Buckley et al. (2009), “[a] good business environment enables entrepreneurs to expand their activities and creates incentives for them to formalize their businesses.” (p. 27).

Karakteristik Pengusaha Muda Di Indonesia

Dari temuan penelitian ini, dapat ditarik gambaran luas tentang Pengusaha Muda di Indonesia. Penting untuk dipahami bahwa karakteristik atau ciri ini ketika mencermati persoalan terkait lingkungan usaha Pengusaha Muda. Berikut adalah seperangkat karakteristik yang diidentifikasi:

Pertama dan yang terutama, mayoritas Pengusaha Muda adalah *pekerja mandiri atau menjalankan usaha mikro*. Data survei menunjukkan bahwa mereka jarang memiliki karyawan lebih dari empat orang.

Kedua, terdapat tingkat *keterlibatan keluarga yang tinggi* dalam usaha Pengusaha Muda. Yang paling umum, anggota keluarga langsung atau keluarga luas dipekerjakan. Sekitar separuh dari responden survei juga memulai usaha mereka yang terhubung dengan anggota keluarga. Saat usia Pengusaha Muda meningkat keterlibatan keluarga menjadi lebih berkurang,

Ketiga, *mayoritas Pengusaha Muda bekerja di sektor Perdagangan Grosir, Perdagangan Eceran, Hotel dan Restoran*. Sebaliknya, hanya sedikit saja yang bekerja di sektor seperti manufaktur, konstruksi atau jasa keuangan. Sektor-sektor dengan paling banyak peluang bagi Pengusaha Muda pada dasarnya memiliki kendala masuk ke sektor yang rendah, yang meminta tingkat keterampilan, teknologi dan modal yang rendah, namun menawarkan sedikit ruang untuk inovasi dan penciptaan nilai yang lebih tinggi.

Keempat, mayoritas *Pengusaha muda bekerja penuh waktu* dalam usahanya dan hanya sepertiga responden memiliki pekerjaan kedua atau masih berstatus siswa. Mereka membayar pegawainya terutama secara langsung (tunai), namun pembayaran tidak langsung juga jamak terjadi. Pembayaran dengan menggunakan cara tak langsung melibatkan risiko eksploitasi tenaga kerja, khususnya bila kontribusi itu sangat vital bagi penerima.

Kelima, mayoritas Pengusaha Muda telah menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA), diikuti dengan sekolah menengah pertama (SMP) dan sekolah kejuruan (SMK) dan universitas. Menariknya, *latar belakang pendidikan Penguasa Muda lebih tinggi di banding tingkat rata-rata pendidikan di kalangan pekerja di Indonesia*, yang menunjukkan bahwa kewirausahaan yang sukses, bukan merupakan alternatif pendidikan.

Keenam, Pengusaha Muda *perempuan sedikit lebih muda dibanding rekan laki-laki mereka*.

Lingkungan Usaha Pengusaha Muda Di Indonesia

Karena survei ini disusun berdasarkan enam faktor utama Lingkungan Usaha yang Mendukung, temuan utama disajikan sesuai dengan faktor-faktor di bawah ini.

1. NILAI NILAI SOSIAL DAN BUDAYA

Kemandirian dan pendapatan yang lebih tinggi merupakan dua insentif bagi Pengusaha Muda untuk membuka usaha. Namun, kurangnya alternatif dalam pasar kerja juga mendorong kaum muda untuk menjadi pengusaha. Karena membludaknya kaum muda yang masuk ke pasar kerja di Indonesia, kegiatan kewirausahaan menjadi sangat penting untuk mencegah pengangguran di kalangan kaum muda.

Pengusaha Muda menghargai tinggi profesi mereka, yang menunjukkan tingginya tingkat pemenuhan kebutuhan sendiri yang diberikan oleh kewirausahaan. Kendatipun demikian, pada saat yang sama, temuan mengindikasikan bahwa status sosial pengusaha relatif rendah dan masih kurangnya model peran pengusaha di Indonesia. Dua temuan ini tidak saling bertolak belakang; validasi yang tinggi menunjukkan bahwa kepuasan individu di kalangan Pengusaha Muda walaupun kurangnya model peran pengusaha menunjukkan status sosial mereka yang rendah di masyarakat Indonesia. Lebih lanjut tercermin dalam temuan bahwa 'status' hampir tidak ada dalam daftar sumber motivasi bagi responden survei.

Ketidakpercayaan terkait usia, pada umumnya, bukan merupakan kendala usaha yang utama bagi Pengusaha Muda di Indonesia. Hanya beberapa yang memandang ketidakpercayaan (dari pemasok dan pelanggan) karena usia sebagai kendala yang serius. Ketidakpercayaan dalam kaitannya dengan akses ke keuangan, di lain sisi, lebih kompleks. Walaupun akses pinjaman merupakan yang tersulit bagi Pengusaha Muda, temuan survei menunjukkan bahwa kendala terutama tergantung pada jenis dan kematangan usaha bukan pada usia pengusaha.

Pengusaha Muda di Indonesia memiliki tendensi enggan mengambil risiko. Sikap ini menghambat keberhasilan kegiatan usaha karena setiap perusahaan baru melibatkan tingkat ketidakpastian yang tinggi. Yang menjanjikan, data survei menunjukkan bahwa responden dari subkelompok usia termuda menunjukkan kemauan yang tinggi untuk mengambil risiko—yang mengesankan adanya pergeseran sikap yang positif di masa mendatang.

Ketidakpercayaan terhadap Pengusaha Muda perempuan merupakan persoalan, walaupun perbedaan antar daerah tetap tinggi. Yang mengejutkan, responden perempuan melihat diskriminasi terhadap perempuan tidak seserius pandangan

yang disampaikan oleh pengusaha laki-laki. Perbedaan persepsi ini mungkin berasal dari internalisasi mekanisme mengatasi masalah di kalangan Pengusaha Muda perempuan atas praktek-praktek diskriminasi dalam kehidupan kerjanya.

2. BANTUAN USAHA

Kesadaran dan pemanfaatan Pelayanan Pengembangan Usaha(BDS) sangat rendah di kalangan Pengusaha Muda dan sebagian besar tidak mencari bantuan dari luar. Yang menarik, mereka yang memanfaatkan BDS sangat puas dan siap untuk membayar pelayanan semacam itu. Kemauan untuk membayar mengindikasikan bahwa pelayanan tersebut diakui membawa nilai tambah bagi usaha yang dijalankan responden. Ini memberikan pesan yang sangat jelas pada penyedia pelayanan pengembangan usaha (BDS) untuk mempromosikan pelayanan mereka secara efektif dan menawarkan kepada mereka pasar yang lebih luas, termasuk kepada Pengusaha Muda.

Rendahnya kesadaran Organisasi Keanggotaan Usaha atau Business Membership Organizations (BMOs) menunjukkan bahwa *pemanfaatan BMO yang lebih besar dapat dicapai bila Pengusaha Muda perempuan khususnya dan seluruh Pengusaha Muda di luar ibukota propinsi disadarkan atas keberadaan mereka.* Kesadaran atas keberadaan BMO adalah rendah, sebagaimana kesadaran terhadap BDS, dan sangat sedikit Pengusaha Muda yang menjadi anggota aktif perusahaan semacam itu. Data survei mengindikasikan adanya dominasi yang kuat oleh laki-laki dan oleh Pengusaha Muda dari ibu kota propinsi di BMO Indonesia.

3. LINGKUNGAN PERATURAN

Pengusaha Muda di Indonesia pada umumnya beroperasi tanpa izin usaha. Penelitian ini secara jelas menunjukkan adanya informalitas yang sangat tinggi di kalangan mereka. Sebagian besar responden bahkan tidak memiliki izin usaha umumnya. Ada korelasi positif yang jelas antara formalisasi dan usia pengusaha serta kematangan usaha, karena biaya awal yang tinggi untuk memasuki sektor formal diimbangi oleh manfaatnya seiring dengan berjalannya waktu. Satu perbandingan dengan kajian sebelumnya menunjukkan bahwa pangsa usaha informal di kalangan Pengusaha Muda mirip dengan pangsa usaha mikro di Indonesia pada umumnya.

Banyak Pengusaha Muda di Indonesia tidak melihat formalisasi usaha mereka sebagai faktor penting bagi keberhasilan usaha. Perizinan Usaha tidak dipandang sebagai kendala utama oleh sebagian besar Pengusaha Muda, khususnya di daerah perkotaan. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi berkenaan dengan formalisasi usaha didapatkan dari (1) tidak adanya manfaat menurut pandangan mereka, atau manfaatnya dikalahkan oleh biaya terkait formalisasi, dan (2) lemahnya mekanisme kerja untuk memberlakukan formalisasi. Ini khususnya menjadi masalah terutama yang berkaitan dengan pembayaran non pajak dan kurangnya kepatuhan terhadap standar ketenagakerjaan (misalnya upah minimum, jam kerja maksimum) dari perusahaan informal.

Perizinan usaha dipandang sebagai terlalu makan waktu, rumit dan tidak jelas.

Yang paling utama, Pengusaha Muda memandang proses perizinan terlalu rumit, atau mereka kurang informasi mengenai bagaimana untuk mengurus perizinan usaha mereka. Pada umumnya, pengusaha tidak punya waktu untuk melalui proses registrasi yang sangat makan waktu karena mereka terlalu disibukkan dengan pengelolaan usahanya. Selain itu, biaya terkait tidak seimbang oleh manfaat atau keuntungan dari formalisasi.

4. DINAMIKA USAHA

Sebagian besar Pengusaha Muda bergerak di bidang usaha yang sangat kompetitif, menawarkan jenis produk atau jasa sebagaimana yang banyak ditawarkan oleh usaha yang lain. Kendala utama bagi Pengusaha Muda untuk mendiversifikasikan produk dan jasa mereka tampaknya adalah kemampuan inovasi yang lemah. Di sisi lain, sebagian kecil responden yang bergerak di relung pasar, sangat ingin memperluas usahanya dan menunjukkan potensi besar untuk melakukan inovasi. Karena inovasi merupakan indikator utama bagi suatu dinamika usaha, tidaklah mengejutkan bahwa usaha yang lebih inovatif cenderung lebih makmur dan memiliki karyawan yang lebih banyak.

Banyak Pengusaha Muda di Indonesia yang enggan berinovasi. Temuan mengenai dinamika usaha menunjukkan rendahnya tingkat inovasi di kalangan Pengusaha Muda. Tren ini menonjol terutama di kalangan pengusaha yang paling muda. Mengkhawatirkan, survei data menunjukkan bahwa penyebab mereka terhalang untuk merealisasikan inovasi mereka adalah sikap, bukan kendala eksternal. Jadi, sebagian besar Pengusaha Muda tidak memahami bahwa inovasi adalah prasyarat bagi pertumbuhan dan sukses ekonomi yang berkelanjutan.

5. AKSES KE KEUANGAN

Keluarga sejauh ini menjadi sumber modal awal yang paling penting bagi Pengusaha Muda di Indonesia. Keterlibatan keluarga sangat penting bagi perusahaan yang baru berdiri, namun menurun seiring dengan semakin matangnya usaha. Dalam keterlibatan keluarga yang sangat tinggi ini, yang tersirat jelas adalah risiko kepemilikan bersama dan tekanan sosial pada Pengusaha Muda. Jadi mereka sering dipaksa untuk memastikan bahwa usaha mereka melayani kebutuhan keluarga mereka, misalnya ketika saat merekrut karyawan. (periksa temuan di bagian Sumber Daya Manusia dan Ketenagakerjaan)

Semakin muda dan semakin sedikit pengalaman Pengusaha Muda, semakin sulit bagi mereka untuk mengakses keuangan eksternal. Sebagaimana dicatat sebelumnya, ini bukan karena usia mereka, tapi karena kematangan usaha mereka dan dapat diduga berasal dari panduan dari sebagian besar bank yang pada umumnya mempersyaratkan bahwa usaha telah berjalan sedikitnya selama dua tahun sebelum perusahaan itu dapat mengakses pinjaman. Kendatipun demikian, bank komersial merupakan satu-satunya sumber utama kredit eksternal bagi Pengusaha Muda.

Dalam hal akses terhadap keuangan eksternal, semakin besar kendala dihadapi oleh Pengusaha Muda perempuan dibanding yang dihadapi oleh Pengusaha Muda laki-laki. Kendatipun demikian, data survei menunjukkan bahwa lebih banyak responden perempuan di banding laki-laki yang melek keuangan, menyimpan catatan keuangan, dan memiliki rekening bank. Fakta bahwa mereka lebih banyak menghadapi kesulitan dalam mengakses keuangan eksternal menunjukkan bahwa perempuan masih diperlakukan secara diskriminatif.

6. SUMBER DAYA MANUSIA DAN KETENAGAKERJAAN

Banyak Pengusaha muda yang menghadapi kendala karena kurangnya pengalaman kerja sebelumnya ketika mereka memulai usahanya. Sebagian besar dari mereka yang memiliki pengalaman kerja mendapatkannya dari usaha keluarga. Pada saat yang sama, banyak Pengusaha Muda memiliki sedikit sekali atau sama sekali tidak berkesempatan untuk mendapatkan pengalaman kerja yang relevan sebelum memulai usahanya.

Pengusaha Muda memandang bahwa keterampilan lanjutan sangat diperlukan. Bidang yang paling tinggi permintaannya adalah manajemen keuangan, pemasaran dan keterampilan teknis tertentu. Kebutuhan pengembangan keterampilan khususnya disuarakan oleh pengusaha yang baru memulai usahanya, yang perlu disasar secara spesifik (misalnya oleh Pelayanan Pengembangan Usaha). Kurangnya keterampilan teknis tertentu dapat diduga berasal dari kenyataan bahwa Pengusaha Muda secara dominan merupakan lulusan dari sekolah menengah atas (SMA) dan belum mendapatkan manfaat dari pelatihan kejuruan.

Banyak Pengusaha Muda yang menganggap bahwa merekrut pekerja yang berkualifikasi tidaklah mudah. Pada saat yang sama, survei juga menunjukkan bahwa responden secara dominan mempekerjakan anggota keluarganya. Kombinasi ini mungkin mengindikasikan bahwa beban yang mereka hadapi akibat dari tekanan sosial untuk mempekerjakan anggota keluarga — lepas dari persoalan bagaimana kualifikasi yang mereka miliki.

Profil dan besarnya usaha Pengusaha Muda memperkuat asumsi bahwa walaupun promosi kewirausahaan di kalangan kaum muda penting untuk mencegah sebagian besar dari mereka agar masuk kelompok pengangguran, *Pengusaha Muda itu sendiri bukan merupakan majikan yang penting di pasar kerja.*

Di kalangan karyawan yang bekerja untuk Pengusaha Muda, terdapat tingkat informalitas yang sangat tinggi, yang tercermin dalam kepatuhan yang rendah terhadap upah minimum dan perlindungan sosial. Satu penjelasan untuk ini adalah tingginya tingkat keterlibatan keluarga. Berkenaan dengan upah minimum, data survei menunjukkan bahwa kesadaran yang rendah merupakan kendala terbesar untuk lebih patuh. Kepatuhan yang rendah terhadap perlindungan sosial (Jamsostek) sebagian dikompensasi oleh skema informal lain yang mencakup biaya pengobatan karyawan.

Rekomendasi Kebijakan

Beberapa persoalan harus dipecahkan untuk memperbaiki lingkungan usaha bagi Pengusaha Muda. Berbagai temuan utama, yang disajikan dalam Bab 3, meminta pembuat kebijakan di tingkat nasional dan propinsi untuk mengambil tindakan yang dipandang perlu. Rekomendasi utama yang dihasilkan dari temuan-temuan tersebut adalah sebagai berikut.

- I. Sebagian besar Pengusaha Muda terkonsentrasi pada beberapa sektor usaha, yakni Perdagangan Grosir, Perdagangan Eceran, Restoran dan Perhotelan. Penyebab utama terjadinya konsentrasi ini adalah kenyataan bahwa kendala awal (modal, teknologi dan keterampilan) untuk memasuki bidang usaha tersebut rendah. Sesuai dengan kebijakan pengembangan 6 koridor ekonomi baru, suatu pendekatan berbasis sektor dapat diterapkan sebagai prioritas dalam rangka mengurangi kendala terkait dengan modal dan keterampilan ketika memasuki dunia usaha, dan mendorong penciptaan usaha bagi kaum muda yang terkait dengan bidang-bidang yang memiliki nilai-nilai spesifik.
- II. Sebagian besar Pengusaha Muda memiliki latar pendidikan yang lebih tinggi dibanding rata-rata angkatan kerja Indonesia, yang menunjukkan bahwa kewirausahaan bukan merupakan alternatif untuk pendidikan. Porsi terbesar dari mereka lulus dari Sekolah Menengah Atas (SMA). Berbeda dengan sekolah menengah kejuruan (SMK), di SMA tidak ditawarkan pelatihan kewirausahaan sebagai bagian dari kurikulumnya, dan responden menyatakan bahwa pelatihan keterampilan kewirausahaan (di bidang pengelolaan keuangan, pemasaran) diperlukan. Kurangnya persiapan kewirausahaan lebih lanjut tercermin dalam sikap responden survei yang menunjukkan perilaku yang cenderung tidak berani berisiko dan kurang inovatif. Memasukkan *pelatihan kewirausahaan yang sistematis sebagai bagian dari pendidikan di SMA* akan meningkatkan kemampuan kaum muda dalam meramalkan peluang pasar dan dapat memainkan peranan dalam potensi mereka untuk berinovasi dan dalam kesinambungan dan profitabilitas perusahaan / usaha mereka.
- III. Karena keterbatasan ekonomi formal di Indonesia untuk menyerap kaum muda yang memasuki pasar kerja, upaya mendorong dan memupuk kewirausahaan di kalangan kaum muda merupakan usaha penting dalam rangka mencegah mereka agar tidak menjadi penganggur (misalnya melalui upaya memasukkan pelatihan kewirausahaan dalam kurikulum atau dalam kegiatan ekstra kurikuler). Kendatipun demikian, status pengusaha dalam masyarakat Indonesia masih sangat rendah dan model peran pengusaha sangat kurang. Melalui media, pimpinan politik di tingkat nasional dan propinsi perlu *secara sistematis mendorong mempromosikan model peran dan cerita sukses* yang dapat menginspirasi kaum muda untuk menjadi pengusaha dan memberikan kontribusi untuk mengubah citra di kalangan masyarakat bahwa kewirausahaan sebagai pekerjaan ketika semua usaha lain tidak berhasil. Dalam hal ini, penyebaran informasi

mengenai dunia kerja khususnya pada tahap awal memiliki dampak pada keputusan kaum muda yang ingin menjadi pengusaha berdasarkan fakta yang diketahuinya.

- IV. Sebagian besar Pengusaha Muda tidak menggunakan dan tidak menyadari keberadaan Pelayanan Pengembangan Usaha (PPU) atau Business Development Services, lepas dari kenyataan bahwa mereka yang mengetahui keberadaan dan memanfaatkan PPU menghargai dukungan yang diberikan lembaga tersebut. Penyedia pelayanan pengembangan usaha (Business Development Service Providers - BDSP) memiliki tanggung jawab untuk mempromosikan pelayanan mereka dengan lebih baik dan menawarkan pelayanan ke pasar yang lebih luas, termasuk Pengusaha Muda di wilayah masing-masing. Instansi pemerintah hendaknya mempertimbangkan *pemanfaatan penyedia pelayanan pengembangan usaha (BDSP) komersial sebagai bagian dari program bantuan dan dukungan bagi perusahaan yang masih baru*. Sistem kupon (voucher) bagi Pengusaha Muda, yang sah dan diterima penyedia PPU yang terakreditasi, akan memberikan dampak positif pada (a) kelestarian usaha kaum muda dan (b) pasar PPU.
- V. Hampir tidak ada pengusaha wanita, baik dari pengusaha termuda dan dari pengusaha di daerah pedesaan yang menjadi perwakilan dalam Keanggotaan Organisasi Usaha atau BMO. *BMO memiliki tanggung jawab untuk meningkatkan jangkauan mereka kepada pelaku wirausaha perempuan, pengusaha yang lebih muda, pengusaha muda di daerah pedesaan*, dan memastikan bahwa kelompok-kelompok ini memiliki suara untuk mewakili kepentingan mereka.
- VI. Formalisasi merupakan proses yang bertahap: semakin lama berkecimpung di dunia usaha, masalah perizinan akan semakin kecil dipandang sebagai kendala. Ada cakupan untuk meningkatkan akses usaha baru terhadap perizinan dengan cara *(a) mempercepat proses perizinan dan memperpendek birokrasi, (b) dengan menjadikannya lebih transparan, (c) dengan mengkaji kembali sistem insentif yang berkaitan dengan akses terhadap pelayanan keuangan, akses ke input, pasar dan layanan pendukung yang akan membantu dan mendorong usaha baru agar mendapatkan lisensi atau izin*.
- VII. Pengusaha Muda dengan pengalaman usaha yang terbatas menghadapi kesulitan yang lebih besar dalam mengakses keuangan dan terutama bergantung pada dana keluarga. Akibatnya, (a) konsentrasi usaha bermula di sektor dengan persyaratan modal yang rendah dan potensi perkembangan yang terbatas, (b) kurangnya “kepemilikan” yang sejati oleh pengusaha atas usaha yang dimilikinya dan tuntutan lanjutan dari keluarga besarnya (misalnya dalam keputusan mengenai pegawai). Dalam upaya untuk menggali potensi Pengusaha Muda dengan perusahaan yang menjanjikan dalam waktu kurang dari dua tahun, *pemecahan inovatif untuk meningkatkan akses mereka terhadap keuangan hendaknya ditemukan*. Pemecahan inovatif mungkin mencakup, misalnya, (a) pengakuan dari

pihak perbankan atas sertifikat kewirausahaan nasional untuk menurunkan persyaratan pengalaman usaha menjadi kurang dari dua tahun, (b) sewa beli mikro di mana peralatan yang disewabelikan dijadikan jaminan untuk pinjaman, (c) rancangan waralaba mikro di mana dukungan dan bimbingan pemberi hak waralaba mungkin bertindak sebagai penjamin bagi Pengusaha Muda baru. Dalam hal ini, sektor keuangan, bukan pemerintah, hendaknya mengambil langkah di depan untuk menciptakan inovasi produk keuangan.

- VIII. Pelayanan keuangan hendaknya memiliki perhatian khusus pada pengusaha wanita yang mengalami kesulitan yang lebih besar untuk mengakses keuangan, lepas dari kenyataan bahwa responden perempuan menunjukkan keterampilan melek keuangan yang lebih luas. Rancangan khusus harus dibuat dalam program dukungan Pemerintah dimana target minimum usaha perempuan harus didukung, dan sebaiknya petugas perempuan yang meninjau dan membahas usulan pengusaha perempuan.
- IX. Kurangnya kepatuhan terhadap upah minimum menunjukkan kecilnya kesadaran mengenai hak di tempat kerja di kalangan Pengusaha Muda, bahkan ketika usaha mereka berkembang. *Terdapat kebutuhan untuk menyebarluaskan isi UU dan Peraturan Ketenagakerjaan di kalangan Pengusaha Muda.*
- X. Sebagian besar responden survei tidak memiliki atau sedikit memiliki kesempatan untuk memperoleh pengalaman kerja yang relevan sebelum memulai perusahaan mereka. Kurangnya kesempatan untuk mendapat pengalaman kerja yang berharga hendaknya diatasi dengan *menawarkan (a) kesempatan magang, dan (b) praktek usaha terbimbing sebagai bagian tak terpisahkan dari kurikulum SMA dan SMK.*
- XI. *BMO dapat memainkan peranan aktif dalam mengkaji lingkungan usaha secara berkala di mana Pengusaha Muda menjalankan usahanya, dan dalam melakukan advokasi dalam rangka peningkatan mereka di tingkat propinsi dan tingkat nasional.* Sementara advokasi telah menghasilkan rencana nasional ekonomi berbasis sektoral, lebih banyak upaya perlu diambil untuk memastikan bahwa upaya-upaya bersama yang dilakukan oleh pemerintah dan sektor swasta dijamin kesinambungannya.

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

SAAT ini, lebih dari 30 persen angkatan kerja Indonesia terdiri dari kaum perempuan dan laki-laki berusia antara 15 sampai 29 tahun. Kelompok umur ini memiliki posisi yang sangat memprihatinkan dalam pasar tenaga kerja, di mana angka pengangguran kaum muda lima kali lebih besar dari mereka yang berada dalam kelompok umur yang lebih tua. Meskipun Indonesia telah mengalami sedikit penurunan dalam pengangguran kaum muda sejak tahun 2005, 22 persen dari kaum muda masih tidak memiliki pekerjaan (BPS, 2010b) – sebuah tantangan yang perlu mendapatkan penanganan segera.

Tahun 2011 adalah Tahun Pemuda Internasional, dan ini kelihatannya menjadi sebuah momentum di Indonesia untuk meningkatkan partisipasi pemuda dalam masyarakat dan ekonomi Indonesia. Dalam sebuah sesi khusus pada Konferensi Perburuhan Internasional di bulan Juni 2011, Presiden Indonesia Susilo Bambang Yudhoyono, menghimbau koalisi negara-negara untuk menangani tingginya angka pengangguran di kalangan pemuda di seluruh dunia. Untuk mengatasi masalah ini, Presiden menggarisbawahi pentingnya peningkatan kewirausahaan, khususnya di kalangan pemuda.

Peningkatan jiwa kewirausahaan di kalangan pemuda merupakan sebuah cara penting untuk merespon semakin meningkatnya jumlah pemuda yang memasuki lapangan kerja di Indonesia. Namun demikian, segenap potensi Pengusaha Muda (PM) di Indonesia belum sepenuhnya termanfaatkan.

Sementara banyak kaum perempuan dan pemuda yang terpaksa harus bekerja sendiri untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka, beberapa di antara mereka berhasil membangun usaha-usaha yang mapan dan masuk dalam sektor ekonomi formal.

Para Pengusaha Muda sangat tergantung pada lingkungan yang memungkinkan mereka untuk berbisnis. Mereka biasa menghadapi kendala-kendala usaha seperti akses pada pasar, penyediaan bahan mentah dan permodalan. Untuk menciptakan kesempatan bagi PM dan menunjukkan potensi mereka, para pembuat kebijakan memerlukan sebuah pemahaman yang menyeluruh tentang lingkungan usaha bagi PM dan kendala-kendala yang mereka hadapi. Biasanya, pandangan-pandangan yang diperoleh harus sejalan dengan komitmen yang kuat dari para pembuat kebijakan nasional dan daerah untuk menangani kendala-kendala tersebut.

Pemerintah Indonesia menyadari adanya tantangan semacam ini dan telah memperlihatkan komitmen yang tinggi untuk menciptakan suatu lingkungan usaha yang lebih baik bagi Pengusaha Muda. Beberapa contoh yang dapat disebutkan di sini adalah bahwa Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi telah merancang berbagai program untuk mendorong kewirausahaan, dengan fokus pada kaum muda yang tidak memiliki banyak kesempatan dalam lapangan kerja formal. “Program Aksi Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi 2010” mencakup pelatihan kompetensi kewirausahaan bagi kaum perempuan, pengusaha pemula dan transmigran. Kementerian Pemuda dan Olahraga juga melakukan sejumlah langkah-langkah untuk mendukung pengusaha muda di berbagai kelompok umur dan di berbagai tahapan usaha mereka. Langkah-langkah tersebut pada umumnya menargetkan pelatihan kewirausahaan dan memfasilitasi akses pada modal dan pembangunan karakter serta pembentukan kepemimpinan di kalangan pemuda Indonesia. Namun demikian, pembangunan kewirausahaan belum merupakan bagian dari kerangka strategi yang besar bagi Indonesia, mandatnya cenderung tumpang tindih di berbagai badan pemerintah. (Kemenpora, 2011).

1.2 Pertanyaan Riset dan Tujuan

Survei ini merupakan survei iklim usaha yang menyeluruh yang pertama tentang Pengusaha Muda oleh International Labour Organization (ILO) di Indonesia. Tujuan dari survei ini adalah untuk membantu para pembuat kebijakan dan pemangku kepentingan untuk meningkatkan kondisi-kondisi bagi Pengusaha Muda melalui sebuah pemahaman yang lebih baik tentang lingkungan usaha PM dan identifikasi kendala-kendala yang spesifik. Kajian ini didasarkan pada Survei Persepsi Lingkungan Usaha yang dilakukan di empat propinsi di Indonesia: Jawa Timur, Sulawesi Selatan, Nusa Tenggara Timur, dan Papua. Di setiap propinsi populasi survei dibagi antara ibukota propinsi dan wilayah semi perkotaan. Meskipun beberapa temuan dari kajian ini secara global valid

untuk situasi Pengusaha Muda di seluruh dunia, namun beberapa di antaranya adalah khas Indonesia. Penekanan dari riset ini adalah pada lingkungan usaha di daerah perkotaan dan semi-perkotaan, tidak termasuk situasi untuk petani yang mandiri. Survei ini juga mengungkapkan situasi tertentu dari pengusaha perempuan muda melalui sebuah penilaian yang rinci atas situasi mereka.

Survei ini mengajukan lima pertanyaan riset utama tentang lingkungan usaha Pengusaha Muda di Indonesia:

- Bagaimana profil Pengusaha Muda?
- Lingkungan usaha yang lebih luas seperti apa supaya Pengusaha Muda bisa beroperasi?
- Apa saja kendala utama dan kesempatan yang ada bagi Pengusaha Muda?
- Apa kerangka institusional di tingkat nasional, propinsi dan daerah menyangkut kebijakan dan regulasi bagi Pengusaha Muda?
- Bagaimana tingkat kinerja dan daya saing Pengusaha Muda?

Melalui kajian ini, kendala-kendala utama yang dihadapi oleh PM akan disampaikan kepada para pembuat kebijakan di tingkat nasional dan daerah dan hasilnya akan berkontribusi pada wacana internasional tentang lingkungan yang memungkinkan untuk usaha bagi PM. Diharapkan juga bahwa organisasi-organisasi yang mewakili atau mendukung PM di Indonesia, dan PM itu sendiri, akan bisa menggunakan temuan-temuan dalam kajian ini untuk tujuan-tujuan advokasi.

1.3 Garis Besar

Bab 1 menjelaskan tentang latar belakang dan relevansi PM di Indonesia dan tujuan utama dan pertanyaan-pertanyaan riset. **Bab 2** membahas metodologi yang digunakan dalam riset ini. Bab ini menjelaskan tentang definisi Pengusaha Muda, rancangan survei dan pendekatan untuk mengevaluasi lingkungan usaha untuk PM.

Bab 3 dimulai dengan sebuah kilasan tentang lokasi kajian sebelum membicarakan karakteristik PM di Indonesia. Bab ini kemudian menjelaskan lebih jauh tentang enam faktor utama untuk menilai lingkungan usaha yang memengaruhi PM, dan menjelaskan kendala-kendala utama yang mereka hadapi. Bab 4 memberikan rekomendasi-rekomendasi kebijakan yang ditarik dari temuan-temuan utama yang disebutkan sebelumnya.

Metodologi

2.1 Pengusaha Muda (PM)

KONSEP tentang kewirausahaan dan pemahaman tentang peranannya di masyarakat telah banyak disebutkan oleh ahli ekonomi abad 20 Joseph Schumpeter. Menurut Schumpeter, seorang pengusaha adalah seseorang yang mau dan bisa untuk mengubah sebuah ide baru atau temuan menjadi sebuah inovasi yang berhasil (Schumpeter, 1942). Ia mengatakan bahwa pengusaha memainkan peranan yang penting dalam inovasi dan perubahan teknologi dan oleh sebab itu sangat bertanggung jawab atas pertumbuhan ekonomi jangka panjang. Saat ini, konsep inovasi diartikan secara lebih luas dan juga mencakup metode-metode produksi baru atau berbagai cara pemasaran produk ke pasar-pasar yang baru.

Pengusaha Muda (PM) sangat relevan dengan masyarakat karena berbagai alasan. Di seluruh dunia, orang dalam kelompok umur 15-29 tahun terhitung sebanyak 26 persen dari seluruh populasi. Di masyarakat yang memiliki tenaga kerja yang berlebih, usaha sendiri seringkali merupakan satu-satunya kesempatan bagi orang muda untuk mencari penghasilan. Di luar itu, para pengusaha muda memiliki potensi untuk secara positif memengaruhi masyarakat dalam hal inovasi, daya saing dan penciptaan lapangan kerja, karena kelompok umur ini dapat diharapkan untuk bersikap tanggap terhadap kesempatan dan tren ekonomi baru (IZA, 2007). Namun demikian, para pembuat kebijakan harus juga menyadari bahwa tidak seluruh orang muda bisa menjadi pengusaha yang sukses.

Dalam kajian ini, Pengusaha Muda diartikan sebagai seorang yang (a) memiliki usaha atau menjalankan usaha yang dimiliki oleh keluarganya; (b) yang terlibat dalam pembuatan keputusan strategis dalam usaha; (c) bekerja paling kurang 20 jam per minggu untuk usahanya, dan (d) berusia antara 15 sampai 29 tahun.

Meskipun telah banyak survei dilakukan tentang lingkungan yang memungkinkan untuk berusaha, kajian ini menganalisis rintangan dan kendala tertentu untuk PM di Indonesia. Tentu saja, PM berada di bawah pengaruh faktor-faktor lingkungan usaha yang sama yang juga berlaku bagi masyarakat bisnis secara umum, seperti infrastruktur, regulasi bisnis dan dinamika bisnis. Namun demikian, PM menghadapi kendala lain yang cukup unik bagi kelompok usia ini, terutama kendala yang terkait dengan akses pada keuangan dan kredibilitas sewaktu berurusan dengan pelanggan dan pemasok (Ciputra, 2010).

2.2. Rancangan Survei

2.2.1. Pemilihan Provinsi

Empat propinsi yang mewakili keragaman lingkungan usaha yang dihadapi oleh PM di seluruh Indonesia dipilih untuk survei ini. Di setiap propinsi, sampelnya mencakup satu wilayah perkotaan (ibukota propinsi) dan satu wilayah semi-perkotaan yang diwakili oleh sebuah kabupaten yang memiliki kota berukuran menengah. Propinsi berikut menjadi bagian dari kajian ini: **Jawa Timur** (kota Surabaya dan kabupaten Jember), **Sulawesi Selatan** (kota Makassar dan kabupaten Barru), **Nusa Tenggara Timur** (kota Kupang dan kabupaten Sikka), dan Papua (Kota Jayapura dan kabupaten Merauke).

Propinsi Jawa Timur dan Sulawesi Selatan berada dalam sepuluh besar penyumbang GDP bagi Indonesia, sementara Nusa Tenggara Timur (NTT) dan Papua adalah dua propinsi yang mewakili propinsi dengan kontribusi terendah. Di samping itu, dalam hal pertumbuhan ekonomi regional, propinsi yang dipilih mewakili propinsi dengan angka pertumbuhan GRDP di atas rata-rata (Jawa Timur dan Sulawesi Selatan) dan di bawah rata-rata (NTT dan Papua). Perbedaan dari ke empat propinsi dalam hal GRDP, populasi dan jumlah dan kepadatan populasi digambarkan dalam **Tabel 1**. Untuk tinjauan yang lebih komprehensif tentang propinsi yang dipilih untuk kajian ini, silakan lihat **Bab 3.1**.

Table 1 Karakteristik Propinsi yang dipilih

Propinsi	GRDP 2006 (dalam juta dollar AS)	Pembagian GRDP (2006)	Populasi (juta)	Luas (km ²)	Kepadatan Penduduk
Jawa Timur	271.25	15.1%	37.5	47,922	782.1
Sulawesi Selatan	38.87	1.6%	3.6	62,482	58.1
NTT	10.37	0.5%	4.7	48,718	96.1
Papua	18.41	1,5%	2.9	309,934	9.2

Sumber: BPS (2010); Bank Indonesia (2010)

2.2.2. Instrumen Survei

Dalam riset ini, tiga sumber informasi dianalisa untuk mengevaluasi lingkungan usaha bagi PM: data primer dikumpulkan melalui (a) Survei Persepsi Lingkungan Usaha dari 1.600 PM, dan (b) diskusi kelompok terarah atau *focus group discussion* (FGD) dengan PM dan pembuat kebijakan. Kedua sumber tersebut diverifikasi dan diperkaya dengan (c) analisis dan telaah data statistik dan data sekunder.

Survei Persepsi Lingkungan Usaha (SPLU) adalah sumber data utama untuk analisis lingkungan usaha. Ini mencakup persepsi dari 1.600 PM tentang masalah dan kendala-kendala PM yang berkaitan dengan memulai dan menjalankan usaha. SPLU dilakukan dengan bekerja sama antara para mitra di tingkat nasional dan daerah. Mitra di tingkat nasional adalah Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI), yang mengesahkan kajian ini dan mendukung implementasinya. Survei tersebut dilakukan antara bulan Januari dan Maret 2010.² Proses kendali mutu dua langkah dilakukan, termasuk verifikasi acak tentang wawancara serta pembersihan data selama proses pengumpulan data survei.

Di samping SPLU, FGD dilakukan dengan peserta dari seluruh lokasi survei. Di setiap lokasi, dua FGD dengan PM dan pembuat keputusan dari pemerintah propinsi dan sektor swasta dilakukan. Secara keseluruhan, 190 orang (130 laki-laki dan 60 orang perempuan), termasuk 80 PM, ikut berpartisipasi. FGD tersebut dipandu melalui pertanyaan tentang bagaimana menciptakan kesempatan untuk usaha yang berkelanjutan dan pekerjaan yang baik sebagaimana yang dijelaskan oleh Buckley, et al, 2009. FGD berkontribusi pada validasi temuan-temuan dari SPLU dan mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang lingkungan usaha yang memengaruhi PM.

Di samping data primer yang didapatkan dari sumber-sumber yang disebutkan di atas, kajian ini juga menelaah data statistik dan data sekunder untuk melakukan verifikasi dan memperkaya pandangan yang didapatkan dari kedua instrumen tersebut.

2.2.3. Metode Sampel dan Komposisi

Metode sampling untuk survei ini menggabungkan elemen sampling probabilitas dan non-probabilitas, dengan menerapkan pendekatan snowball stratified sampling. Kedua metode ini digabungkan untuk mencapai hasil yang bisa diandalkan dengan cara yang layak.

² Kecuali di propinsi Papua, dimana prosesnya lebih lama dibanding lokasi lain karena sulitnya menemukan responden yang memenuhi kriteria yang dijelaskan dalam bab sebelumnya.

Strata untuk Survei Persepsi Lingkungan Usaha Pengusaha Muda adalah (a) lokasi, (b) sektor ekonomi, dan (c) gender, yang menentukan ukuran yang sesuai untuk setiap sampel. Di setiap propinsi, sampelnya terdiri dari 400 responden (200 di setiap lokasi), sehingga totalnya berjumlah 1.600 PM. Sampel sebesar 200 responden per lokasi memberikan tingkat kepercayaan minimum (95 persen) dengan margin error 7 persen berdasarkan populasi total dari kelompok usia 15-29 tahun.³

Survei ini dirancang untuk mencakup seluruh sektor ekonomi, tidak termasuk petani yang bekerja hanya untuk memenuhi kebutuhan sendiri. Klasifikasi ini sejalan dengan klasifikasi industri standar untuk aktivitas ekonomi untuk Indonesia (BPS, 2010). Jumlah target untuk responden PM menurut sektor ekonomi ditentukan oleh distribusi usaha keseluruhan per sektor untuk propinsi yang dipilih.

Stratifikasi menurut gender diterapkan berdasarkan rasio perempuan dengan laki-laki dalam potensi populasi usaha dalam kelompok usia PM, dengan asumsi bahwa perempuan dan laki-laki memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi PM. Proporsi ini bervariasi antara 53% dan 50% di seluruh lokasi yang dipilih pada survei ini.

Untuk mengidentifikasi responden, digunakan metode *snowball sampling*, yang juga dikenal dengan istilah *referral sampling*. *Snowball sampling* adalah sebuah metode yang mengidentifikasi responden dengan meminta mereka untuk menunjuk orang lain yang sesuai dengan kriteria pemilihan, kemudian mensurvei mereka dan mengulangi permintaan itu untuk rujukan (*referral*). Untuk survei semacam ini tentang PM, *snowball sampling* adalah satu-satunya cara yang mungkin dilakukan guna mencapai kelompok target karena kebanyakan responden tidak terdaftar dalam lembaga pemerintah atau organisasi bisnis.

2.2.4. Keterbatasan Rancangan Survei

Dalam menginterpretasikan dan menganalisis hasil survei, keterbatasan-keterbatasan berikut harus di pertimbangkan.

Pertama, bias **metodologis** dapat terjadi waktu menerapkan metode *snowball sampling* karena hasilnya sangat tergantung pada keterampilan pewawancara untuk menemukan sampel yang sesuai serta untuk mengumpulkan data secara koheren. Keterbatasan ini telah diperkecil sebisa mungkin dengan mengacu secara ketat kepada kriteria pemilihan yang telah ditetapkan (misalnya, usia, posisi dalam bisnis, jam kerja minimum rata-rata). Namun demikian, *snowball sampling* mungkin memengaruhi keterwakilan temuan-temuan SPLU, khususnya di tingkat lokasi perorangan.

³ Potensi populasi bisnis dihitung sebagai berikut: "total populasi dalam kelompok umur 15-29" * "jumlah total usaha per propinsi" / total populasi per propinsi"

Kedua, **bias seleksi** terjadi karena sampel survei tidak cocok secara akurat dengan distribusi sektor bisnis yang ditargetkan. Meskipun beberapa sektor ekonomi (perdagangan grosir, perdagangan eceran, restoran dan perhotelan) sangat banyak terwakili, tapi tidak banyak PM yang dapat diidentifikasi dalam sektor-sektor lain (industri manufaktur)(lihat Tabel 2). Deviasi tersebut tidak bisa dihindari karena adanya kesulitan dalam menemukan PM di seluruh sektor yang ditargetkan bagi rasio gender yang ditentukan, dan kurangnya akses karena kondisi geografis yang sulit.

Tabel 2: Bias seleksi untuk distribusi PM dalam sektor ekonomi

	Sektor Ekonomi	Target	Sampel	Dev
1	Pertanian, Kehutanan, Perburuan dan Perikanan	0	0	0
2	Pertambangan dan Galian	10	0	-10
3	Industri Manufaktur	138	56	-82
4	Listrik, Gas dan Air	0	0	0
5	Konstruksi	19	0	-19
6	Perdagangan grosir, Perdagangan Eceran, Restoran dan Perhotelan	936	1096	160
7	Transportasi, Penyimpanan dan Komunikasi	240	184	-56
8	Kuangan, Asuransi, Perumahan dan Usaha Pelayanan	105	64	-41
9	Pelayanan Masyarakat, Sosial dan Pribadi	152	200	48
	Total	1.600	1.600	0

Sumber: BPS (2010); Survei Persepsi Lingkungan Usaha (2010)

Ketiga, bias respon bisa terjadi akan perbedaan interpretasi pertanyaan, atau dalam kasus dimana responden secara sengaja membentuk jawaban mereka. Waktu mendiskusikan hasil survei, sangat penting untuk mempertimbangkan bahwa kebanyakan indikator SPLU didasarkan persepsi responden (53 dari 66 indikator).

2.3. Mengukur Lingkungan Usaha bagi Pengusaha Muda

2.3.1. Kajian Empiris sebelumnya

Daya saing bisnis telah diukur secara luas di berbagai negara. Kebanyakan kajian yang dilakukan di Indonesia berkonsentrasi pada mengidentifikasi rintangan-rintangan utama dalam melakukan bisnis. Tabel 3 memberikan tinjauan yang luas atas survei yang paling penting.

Tabel 3: Mengukur daya saing bisnis di Indonesia

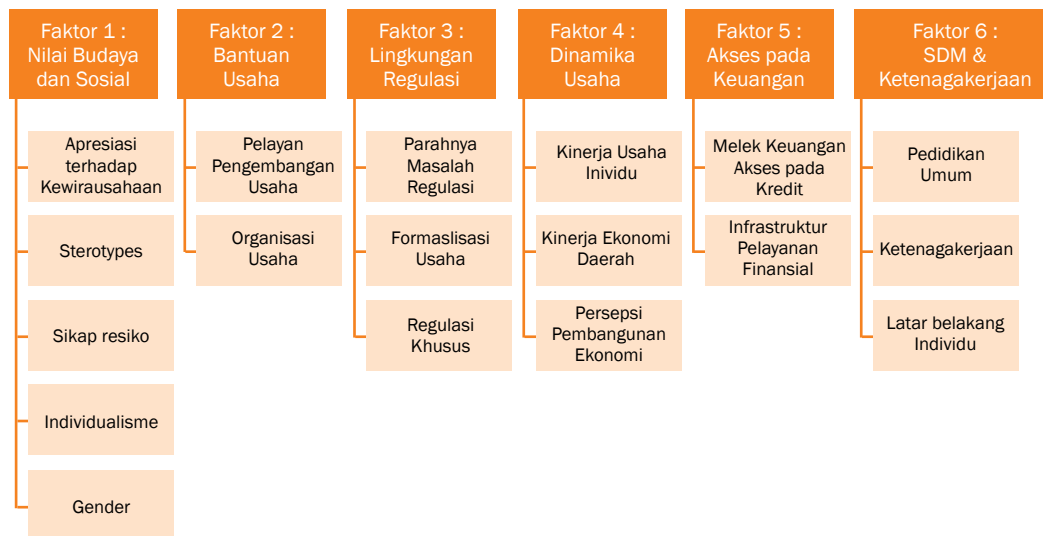
Survey / Lembaga	Metodologi	Temuan utama untuk Indonesia
Survei Perusahaan atau Enterprise Surveys (World Bank/ IFC, 2009)	Survei tingkat perusahaan dari sampel representatif perusahaan kecil, menengah dan besar. Sejumlah besar topik-topik lingkungan usaha termasuk akses pada keuangan, korupsi, infrastruktur, kejahatan, kompetisi, dan ukuran kinerja dibahas. Rancangan survei standar dimungkinkan untuk perbandingan di seluruh negara dan wilayah.	Survei Perusahaan untuk Indonesia mengidentifikasi akses terhadap keuangan, stabilitas politik dan infrastruktur di antara rintangan-rintangan utama untuk melakukan usaha sebagai yang dipersepsikan oleh sektor swasta. Rintangan ini terutama dirasakan oleh usaha-usaha kecil, sementara perusahaan-perusahaan besar juga mengungkapkan buruknya regulasi perburuhan dan infrastruktur
GEDI, Global Entrepreneurship and Development Institute (Acs, Z.; Szerb, L.: 2011)	The Global Entrepreneurship and Development Index (GEDI) menawarkan sebuah pengukuran kualitas dan skala proses kewirausahaan di 71 negara. Indeksnya terdiri dari tiga pilar: sikap kewirausahaan, aktivitas dan aspirasi. GEDI terdiri dari variabel individu (berbasis survei) dan variabel kelembagaan.	GEDI 2011 menempatkan Indonesia di posisi ke 46 (dari 71 negara), dengan menunjukkan bahwa semangat kewirausahaan dan sikap masih perlu ditingkatkan. Secara khusus, sikap kewirausahaan dinyatakan cukup lemah dan termasuk yang terendah dari seluruh negara yang masuk dalam survei tersebut.
Komite Pemantauan Pelaksanaan Otonomi Daerah (The Asia Foundation, 2010)	Komite Pemantauan Pelaksanaan Otonom Daerah (KPPOD) melakukan Survei Pengaturan Ekonomi Daerah yang fokus pada implementasi otonomi daerah di Indonesia sejak tahun 2001. KPPOD bertujuan untuk meningkatkan persaingan di antara pemerintah daerah dengan membuat peringkat kabupaten-kabupaten dan propinsi menurut lingkungan usaha daerah dan pemerintahan daerah.	Survei Pelaksanaan Ekonomi Daerah saat ini mencakup 267 kabupaten dan kota di 19 propinsi di Indonesia. Mereka menunjukkan bahwa pemilik usaha memandang peningkatan infrastruktur sebagai dimensi yang sangat penting untuk menggalakkan iklim usaha regional. Di samping itu, program-program pembangunan usaha – khususnya untuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan prioritas bagi responden.
Survei tentang Iklim Dunia Usaha (GTZ, 2007)	GTZ telah mendukung pemangku kepentingan dalam melakukan dan memublikasikan survei perusahaan yang mencakup Jawa Tengah setiap dua tahunan sejak tahun 2003, yang mengevaluasi kinerja usaha dan lingkungan usaha.	Survei iklim usaha yang dilakukan oleh GTZ untuk Jawa Tengah menekankan bahwa sektor-sektor yang paling dinamis terhalang oleh kelemahan regulasi. Di samping itu, kinerja asosiasi sektor swasta dinyatakan tidak memuaskan.
Laporan Daya Saing Global atau Global Competitiveness Report (World Economic Forum, 2010)	Sebuah survei oleh World Economic Forum baru-baru ini membandingkan rintangan-rintangan dalam melakukan bisnis di Indonesia.	Sejalan dengan kajian-kajian lain yang disebutkan di atas, laporan World Economic Forum mengidentifikasi pelayan-pelayan pemerintah yang tidak efisien, rendahnya kualitas infrastruktur, akses pada keuangan yang tidak memadai, ketidakstabilan politik dan regulasi perburuhan yang ketat sebagai faktor-faktor yang paling problematis.

Untuk melakukan perbandingan, sangatlah penting bahwa metodologi yang digunakan dalam mengukur lingkungan usaha untuk PM adalah transparan dan sejalan dengan pendekatan-pendekatan yang diterima secara internasional. Oleh sebab itu, perlu dipertimbangkan sejumlah pendekatan lain, termasuk indeks-indeks di tingkat nasional seperti Doing Business Index dari the World Bank/IFC serta indeks Local Economic Governance yang didukung oleh Asia Foundation.

2.3.2. Faktor-faktor Utama Lingkungan Usaha untuk Pengusaha Muda

Dalam kajian ini, konsep Lingkungan Usaha yang Mendukung (Business Enabling Environment) yang telah diterima secara luas diadaptasi untuk membuat seperangkat faktor utama bagi lingkungan usaha untuk PM. Faktor-faktor Utama tersebut adalah: (1) Nilai-nilai Budaya dan Sosial, (2) Bantuan Usaha, (3) Lingkungan Regulasi, (4) Dinamika Usaha, (5) Akses pada Keuangan, dan (6) SDM dan Ketenagakerjaan. Masing-masing terdiri dari sejumlah sub-indeks, yang selanjutnya terdiri dari berbagai indikator (lihat Bagan 1) Faktor-faktor Utama mencakup variabel individu (internal) dan variabel kelembagaan (eksternal) dan menggunakan data berbasis persepsi serta statistik regional. Hal tersebut adalah dasar untuk analisis yang diberikan dalam Bab 3.

Bagan 1: Faktor-faktor Utama Lingkungan Usaha bagi Pengusaha Muda



Faktor 2 sampai 6 adalah elemen standar dari kebanyakan survei bisnis (lihat **Bab 2.3.1**), yang memungkinkan perbandingan hasil-hasil dengan survei lain yang tidak spesifik bagi PM. Namun demikian, penyesuaian telah dilakukan kepada beberapa indeks untuk lebih bisa mengakomodasi situasi PM yang spesifik. Kajian

mengemukakan sebuah indeks yang spesifik tentang nilai-nilai budaya dan sosial, dengan asumsi bahwa mereka sangat relevan untuk lingkungan usaha PM. Selain itu, fokus dari faktor 5, Akses pada Keuangan, diperluas untuk mencakup sumber-sumber keuangan informal. Sebuah penjelasan yang tuntas tentang berbagai faktor Utama, sub-indeks dan indikator dapat dilihat di bawah ini.

2.3.2.1. Nilai-nilai Budaya dan Sosial

Faktor Utama diberikan untuk menunjukkan dimensi budaya yang memengaruhi lingkungan usaha untuk PM. Ini terdiri dari lima sub-indeks dan 13 indikator (lihat Tabel 4). Sub-indeks adalah apresiasi atas kewirausahaan, stereotipe PM, sikap risiko, individualisme, dan indikator-indikator terkait gender.

Tabel 4: Faktor Utama 1: Nilai-nilai Budaya dan Sosial

Sub-indeks 1	Apresiasi kewirausahaan	
Indikator 1	Motivasi untuk menjalankan usaha	Persepsi
Indikator 2	Pekerjaan yang diinginkan	Persepsi
Indikator 3	Tokoh yang dikagumi	Persepsi
Sub-indeks 2	Stereotipe	
Indikator 4	Ketidakpercayaan dari pelanggan	Persepsi
Indikator 5	Ketidakpercayaan dari pemasok	Persepsi
Indikator 6	Ketidakpercayaan dari penyedia keuangan	Persepsi
Sub-indeks 3	Sikap resiko	
Indikator 7	Kompetisi	Persepsi
Indikator 8	Aturan kerja	Persepsi
Sub-indeks 4	Individualisme	
Indikator 9	Keamanan pekerjaan	Persepsi
Indikator 10	Keragaman dalam pekerjaan	Persepsi
Sub-indeks 5	Gender	
Indikator 11	Kesenjangan pendidikan antara perempuan dan laki-laki	Statistik
Indikator 12	Keterwakilan perempuan di parlemen	Statistik
Indikator 13	Diskriminasi terhadap PM karena jenis kelamin	Persepsi

KOTAK 1 : Asumsi di balik Faktor Utama 1: Nilai-nilai Budaya dan Sosial.

Sub-indeks apresiasi kewirausahaan memberikan informasi tentang motivasi PM untuk menjadi pengusaha. Ini mengasumsikan bahwa

berbagai motivasi untuk menjadi pengusaha mungkin memiliki dampak terhadap keberhasilan usaha. Ia juga mengasumsikan bahwa masyarakat dengan

apresiasi yang tinggi terhadap kewirausahaan menciptakan sebuah lingkungan yang mendukung bagi PM.

Stereotipe sub-indeks didasarkan pada asumsi bahwa PM menghadapi kesulitan-kesulitan dalam interaksi mereka dengan pelanggan, pemasok dan pemberi keuangan karena usia mereka. Ketidakpercayaan yang tinggi mungkin memengaruhi secara negatif lingkungan usaha untuk PM.

Sub-indeks sikap risiko dan individualisme telah diadaptasi

dari Hofstede (1994) dan menunjukkan tingkat sejauh mana masyarakat menganggap sikap kewirausahaan sebagai hal yang diinginkan. Nilai-nilai ini memiliki pengaruh terhadap kebutuhan individu dan motif, oleh sebab itu mungkin berpengaruh secara positif atau negatif terhadap perilaku kewirausahaan dan keputusan untuk menjadi seorang pengusaha. Sub-indeks sikap risiko didasarkan pada

bukti bahwa ketakutan akan kegagalan adalah salah satu rintangan yang paling penting untuk memulai (Caliendo et al., 2009).

Kesetaraan gender dianggap memengaruhi secara positif lingkungan usaha untuk PM karena potensi pengusaha laki-laki dan perempuan dapat dimanfaatkan dengan lebih baik.

2.3.2.2. Bantuan Usaha

Sub-indeks 6 menilai kesadaran, penggunaan dan kepuasan dengan Pelayanan Pengembangan Usaha (PPU)⁴ atau sering disebut BDS (*Business Development Services*). Baik kesadaran maupun penggunaan pelayanan usaha menunjukkan tingkat dukungan eksternal yang tersedia bagi PM.

Sub-indeks 7 menilai kesadaran akan dan keanggotaan dalam Organisasi Keanggotaan Usaha (OKU) sebagai pemberi pelayanan pengembangan usaha yang potensial dan representasi kepentingan mereka. Seluruh indikator dalam faktor utama 2 adalah berbasis persepsi.

Tabel 5: Faktor Utama 2: Bantuan Usaha

Sub-indeks 6	Apresiasi kewirausahaan	
Indikator 18	Kesadaran akan PPU	Persepsi
Indikator 19	Penggunaan PPU	Persepsi
Indikator 20	Kepuasan akan PPU	Persepsi
Indikator 21	Kemauan untuk membayar PPU	Persepsi
Sub-indeks 7	Organisasi Keanggotaan Usaha	
Indikator 22	Kesadaran akan OKU	Persepsi
Indikator 23	Keanggotaan OKU	Persepsi

⁴ Pelayanan Pengembangan Usaha mencakup pelatihan, konsultasi dan pelayanan advokasi, bantuan pemasaran, informasi, pengembangan teknologi dan transfer, dan promosi hubungan usaha (World Bank Group, 2011)

KOTAK 2: Asumsi di balik Faktor Utama 2: Bantuan Usaha

Sub-indeks tujuh mengasumsikan bahwa PM sangat tergantung pada bantuan eksternal dan bahwa tidak banyak pengusaha yang dapat membangun atau mengembangkan usaha tanpa akses pada beberapa jenis pelayanan pengembangan usaha, yang mungkin diberikan

oleh sumber-sumber formal dan informal (ILO/UNDP, 1999). Keanggotaan dalam OKU memberikan Pengusaha Muda sebuah platform untuk jejaring dan representasi kepentingan mereka dan oleh sebab itu diharapkan untuk memiliki dampak positif tentang

usaha mereka. Ini didukung oleh Shane and Cable, yang menyatakan bahwa pengusaha yang memiliki jejaring bisa mendapatkan kesempatan yang lebih banyak, akses yang lebih luas pada sumber daya, dan akhirnya, bisa lebih sukses (Shane, Cable, 2003).

2.3.2.3. Lingkungan Regulasi

Sub-indeks 8 menilai lingkungan regulasi. Responden diminta untuk memilih dari sepuluh masalah, dengan menunjukkan masalah-masalah yang mereka hadapi sehubungan dengan lingkungan regulasi dan mengurutkannya menurut keparahannya. Daftar masalah-masalah regulasi diberikan dalam bentuk *show card*.

Sub-indeks 9 melihat masalah-masalah yang berkaitan dengan formalisasi usaha. Kepatuhan minimum adalah apabila memiliki paling kurang satu izin usaha generik (HO, SITU, IUI, SIUP, atau TDP).

Tabel 6: Faktor Utama 3: Lingkungan Regulasi

Sub-indeks 8	Masalah Regulasi	
Indikator 24	Keparahan masalah regulasi secara keseluruhan	Persepsi
Indikator 25	Frekuensi inspeksi usaha	Persepsi
Indikator 26	Keparahan pungutan sah dan tidak sah	Persepsi
Sub-indeks 9	Formalisasi Usaha	
Indikator 28	Kepatuhan minimum dengan perizinan usaha	Persepsi
Indikator 29	Kepatuhan maksimum dengan perizinan usaha	Persepsi
Indikator 30	Persepsi izin usaha sebagai rintangan utama	Persepsi

KOTAK 3: Asumsi di balik Faktor Utama 3: Lingkungan regulasi

Faktor Utama 3 didasarkan pada bukti bahwa kerangka regulasi adalah pilar dasar untuk sebuah lingkungan pendukung usaha.⁵ Berdasarkan itu, persepsi PM atas formalisasi usaha dan

masalah-masalah regulasi spesifik dinilai dan dibandingkan di seluruh lokasi kajian ini. Dengan dilaksanakannya otonomi daerah di Indonesia, banyak masalah regulasi

sekarang menjadi tanggung jawab pemerintah daerah dan tidak konsisten di seluruh Indonesia.

2.3.2.4. Dinamika Usaha

Faktor Utama 4, Dinamika Usaha, termasuk kinerja usaha perorangan dan pengembangan ekonomi, yang diukur melalui persepsi tentang posisi pasar, perubahan dalam penghasilan, tingkat inovasi dan rencana pengembangan usaha. Sub-indeks 11 tentang kinerja ekonomi regional mempertimbangkan angka pertumbuhan GRDP dan tingkat pengangguran terbuka.

Tabel 7: Faktor Utama 4: Dinamika Usaha

Sub-indeks 10	Kinerja Usaha Perorangan	
Indikator 31	Posisi pasar	Persepsi
Indikator 32	Perubahan pemasukan dalam tahun terakhir	Persepsi
Indikator 33	Inovasi dalam tahun terakhir	Persepsi
Sub-indeks 11	Kinerja Ekonomi Daerah	
Indikator 34	Rata-rata pertumbuhan GRDP 2006-2008	Statistik
Indikator 35	Pengangguran terbuka 2008	Statistik
Sub-indeks 12	Persepsi Pembangunan Ekonomi	
Indikator 36	Pembangunan ekonomi di tahun terakhir	Persepsi
Indikator 37	Pembangunan ekonomi tahun berikutnya	Persepsi
Indikator 38	Rencana untuk menambah staf	Persepsi
Indikator 39	Rencana untuk inovasi	Persepsi
Indikator 40	Rencana untuk pengembangan usaha	Persepsi
Indikator 30	Persepsi izin usaha sebagai rintangan utama	Persepsi

⁵ Misalnya, Buckley et al., 2009

KOTAK 4: Asumsi di balik Faktor Utama 4: Dinamika Usaha

Faktor Utama 4 mengasumsikan bahwa ekonomi lokal yang cukup dinamis juga akan menguntungkan bagi PM. Data ekonomi daerah diselaraskan

dengan persepsi PM tentang kinerja perorangan dan pembangunan ekonomi. Kombinasi sub-indeks ini cukup penting untuk memverifikasi

apakah sub-kelompok PM memiliki saham dalam pembangunan daerah secara keseluruhan.

2.3.2.5. Akses pada Keuangan

Faktor Utama 5 menilai akses pada keuangan untuk PM. Telah cukup luas diketahui bahwa akses pada keuangan lebih sulit bagi PM dan untuk memulai usaha dari pada usaha-usaha yang telah mapan (Schoof, 2006). Akses pada keuangan tidak terbatas pada sumber keuangan formal, seperti bank atau lembaga keuangan lainnya, tapi juga mencakup jenis-jenis pendanaan informal dari keluarga atau teman.

Indeksnya terdiri dari sub-indeks melek finansial, akses pada kredit dan infrastruktur pelayanan finansial. Melek finansial, misalnya, diukur dengan menanyakan apakah PM menyimpan catatan keuangan. Akses pada kredit diukur dengan persepsi tentang akses pada keuangan eksternal dan sejarah finansial responden. Sub-indeks tentang infrastruktur pelayanan finansial didasarkan pada data statistik.

Tabel 8: Faktor Utama 5: Akses pada Keuangan

Sub-indeks 13	Melek Keuangan	
Indikator 41	Memiliki rekening bank	Persepsi
Indikator 42	Menyimpan catatan keuangan	Persepsi
Indikator 43	Ketersediaan dokumen sah untuk akses pada kredit	Persepsi
Sub-indeks 14	Akses pada Kredit	
Indikator 44	Keparahan masalah dalam mendapatkan akses pada keuangan	Persepsi
Indikator 45	Kemauan untuk mengambil kredit	Persepsi
Indikator 46	Pernah mendapatkan pendanaan eksternal	Persepsi
Indikator 47	Tidak pernah mendapatkan pendanaan eksternal, tapi sebelumnya telah mengusulkan	Persepsi

Sub-indeks 15	Infrastruktur pelayanan keuangan	
Indikator 48	Rata-rata pertumbuhan dari pinjaman tahun 2004-2008 di BPR (Bank Perkreditan Rakyat)	Statistik
Indikator 49	Rata-rata pertumbuhan dalam pinjaman 2008-2009 di bank-bank komersial	Statistik
Indikator 50	Angka pertumbuhan kredit macet 2007/2008 di BPR dan bank-bank Syariah	Statistik
Indikator 51	Angka pertumbuhan NPL 2008/2009 di bank-bank komersial	Statistik
Indikator 52	Jumlah kantor BPR per kapita, 2009	Statistik
Indikator 53	Jumlah bank komersial per kapita, 2009	Statistik
Indikator 54	Jumlah koperasi per kapita, 2009	Statistik

KOTAK 5: Asumsi di balik Faktor Utama 5: Akses Keuangan

Faktor Utama 5 didasarkan pada asumsi bahwa melek keuangan (Sub-indeks 13) memiliki dampak yang besar pada kemampuan mengakses keuangan. Di Indonesia, ini mungkin menjadi rintangan atau kendala serius bagi banyak pengusaha muda (PM).

Sebagaimana diterangkan sebelumnya, indeks tidak dibatasi pada sumber keuangan formal namun menggunakan definisi pelayanan keuangan yang lebih luas, termasuk akses terhadap sumber informal (Sub-indeks 14).

Juga diasumsikan bahwa akses terhadap keuangan secara positif dipengaruhi oleh tingkat infrastruktur keuangan (Sub-indeks 15).

2.3.2.6. Sumber Daya Manusia dan Ketenagakerjaan

Faktor Utama yang terakhir menilai masalah-masalah yang dihadapi PM dalam kaitannya dengan pengembangan sumber daya manusia dan ketenagakerjaan. Ini terdiri dari tingkat pendidikan (data statistik), ketersediaan pekerjaan yang terampil, dan situasi pekerjaan mereka.

Tabel 9: Faktor Utama 6: Sumber Daya Manusia dan Ketenagakerjaan

Sub-indeks 16	Pendidikan Umum	
Indikator 55	Rasio pelajar SMA/SMK	Statistik
Indikator 56	Indeks Pembangunan SDM Daerah	Statistik
Indikator 57	Angka masuk sekolah 13-15	Statistik
Indikator 58	Angka masuk sekolah 16-18	Statistik
Sub-indeks 17	Ketenagakerjaan	
Indikator 59	Masalah-masalah dalam mendapatkan tenaga kerja yang cakap	Persepsi
Indikator 60	Masalah dengan upah minimum	Persepsi
Indikator 61	Kesadaran akan Jamsostek (program jaminan sosial)	Persepsi
Indikator 62	Memiliki kontrak kerja	Persepsi
Sub-indeks 18	Latar belakang perorangan	
Indikator 63	Pendidikan formal terakhir	Persepsi
Indikator 64	Pengalaman kerja	Persepsi
Indikator 65	Pemakaian internet, komputer	Persepsi
Indikator 66	Kebutuhan untuk pengembangan keterampilan	Persepsi

KOTAK 6: Asumsi di balik Faktor Utama 6: Pendidikan dan Sumber Daya Manusia

Faktor Utama 6 menganggap bahwa baik masalah yang terkait dengan ketenagakerjaan

maupun pendidikan dan keterampilan perorangan dari PM (sub-indeks 18) memiliki

peran dalam menciptakan lingkungan pendukung usaha.

Lingkungan Usaha Bagi Pengusaha Muda

BAB ini diawali dengan ringkasan tentang propinsi-propinsi yang tercakup dalam kajian ini (bagian 3.1) dan kemudian membahas karakteristik Pengusaha Muda (PM) dalam wilayah-wilayah tersebut (bagian 3.2). Pemahaman tentang fitur-fitur utama Pengusaha Muda merupakan prasyarat yang penting untuk menangani kebijakan-kebijakan yang meningkatkan lingkungan usaha mereka. Bab ini juga memberikan pembaca sebuah gambaran yang lebih jelas tentang bagaimana faktor-faktor lingkungan usaha yang memengaruhi mereka.

Bagian 3.3 membahas temuan-temuan utama dari Survei Persepsi Lingkungan Usaha (SPLU), yang ditambahkan dengan statistik nasional dan daerah dan telaah tentang literatur sekunder. Analisis ini menelaah bagaimana berbagai faktor dalam enam indeks lingkungan usaha yang berbeda – yang telah dirancang untuk mencakup realitas Pengusaha Muda yang kompleks di Indonesia – mendukung atau membatasi indeks-indeks tersebut. Keenam indeks tersebut adalah: (1) Nilai-nilai Budaya dan Sosial, (2) Bantuan Usaha, (3) Lingkungan Regulasi, (4) Dinamika Usaha, (5) Akses pada Keuangan, dan (6) Pendidikan dan Sumber Daya Manusia. Kendala-kendala utama yang dihadapi oleh Pengusaha Muda harus menjadi perhatian oleh para pembuat kebijakan nasional dan daerah dan berkontribusi pada pembicaraan tentang lingkungan yang mendukung usaha atau *“business enabling environment”* bagi Pengusaha Muda.

3.1. Tinjauan tentang Propinsi

3.1.1. Jawa Timur

Propinsi Jawa Timur berada di bagian timur Indonesia yang paling padat penduduknya, yaitu Jawa. Dengan jumlah penduduk sebesar 37.794.003, wilayah ini memiliki kepadatan pendidikan yang cukup tinggi sebesar 799 orang per kilometer persegi. Secara ekonomi, Jawa Timur adalah salah satu propinsi yang terkuat di Indonesia dengan GRDP per kapita sebesar US\$1.844⁶, tapi 16,68% dari penduduknya berada di bawah garis kemiskinan. Indeks Pembangunan Manusia (IPM) untuk Jawa Timur adalah 69,2, sedikit di bawah rata-rata IPM Indonesia (73,4). Pertumbuhan GRDP untuk Jawa Timur di tahun 2008 adalah sebesar 5,9 persen.

Tabel 10: Indikator Utama untuk Jawa Timur

Indikator	Surabaya	Jember	Jawa Timur
Wilayah geografis (km ²)	355	3,293.34	47,156
Kepadatan (orang per km ²)	7,970	658	799
Populasi (2009)	2,829,486	2,168,732	37,794,003
Populasi (15-29 tahun) (2009)	993,150	579,268	9,071,871
Populasi perempuan (2009)	49.76%	51%	51.21%
Pertumbuhan GRDP (2007-2008)	6.26%	6.90%	5.90%
Angka pengangguran terbuka (2008)	7.19%	3.70%	5.87%
Angka melek huruf dewasa (2006)	99.81%	93.85%	87.13%
Angka pendaftaran sekolah untuk anak usia 7-18 tahun (2008)	73.99%	65.29%	80.84%
Kesenjangan gender dalam angka pendaftaran sekolah (laki- perempuan)	2.26%	2.26%	1.93%
Indeks Pembangunan Manusia (2006)	75.1	63.0	69.2

Sumber: BPS

Dua daerah yang dipilih sebagai lokasi untuk kajian ini di Jawa Timur adalah Surabaya dan Jember. Surabaya adalah ibukota propinsi Jawa Timur dan merupakan kota kedua terbesar di Indonesia, dengan populasi sebesar 2.829.486. Surabaya adalah pelabuhan perdagangan paling penting di Jawa Timur dan merupakan gerbang di wilayah timur. Jember adalah wilayah pedesaan dengan populasi sebesar 2.168.732 dan kepadatan penduduk sebesar 7.9. Ekspor utamanya adalah gula, tembakau, coklat dan kopi (BPS, 2009).

⁶ Dengan nilai tukar dolar saat itu (rata-rata 2010)

3.1.2. Sulawesi Selatan

Sulawesi Selatan berada di bagian barat daya semenanjung pulau Sulawesi, berbatasan dengan Selat Makasar di bagian barat, Teluk Bone di bagian timur dan Laut Flores di bagian selatan. Populasi Sulawesi Selatan adalah sebesar 7.805.024 dan kepadatan penduduk adalah 170,55 orang per kilometer persegi. GRDP per kapita adalah sebesar US\$ 1,210, kurang dari GRDP Jawa Timur, tapi dengan proporsi yang lebih rendah untuk orang yang hidup di bawah garis kemiskinan (12,31%). Sekitar 8.74% dari populasi di Sulawesi Selatan adalah pengangguran (BPS, 2009). Pertumbuhan GRDP Sulawesi Selatan di tahun 2008 adalah 7,78%.

Tabel 11: Indikator Utama untuk Sulawesi Selatan

Indikator Statistik	Makassar	Barru	Sulawesi Selatan
Wilayah Geografis (km2)	175.77	1,174.72	45,764.53
Kepadatan (orang per km2)	7.29	136.57	170.55
Populasi (2009)	1,235,656	160.428	7,805,024
Populasi (15-29 tahun) (2009)	363,159	18,818	1,873,206
Populasi perempuan (2009)	52.79%	51.54%	51.79%
Rata-rata pertumbuhan GRDP (2005-2007)	8.10%	4.97%	6.52%
Pertumbuhan GRDP (2007-2008)	10.52%	6.98%	7.79%
Angka pengangguran terbuka (2008)	8.06%	0%	8.74%
Angka melek huruf dewasa (2006)	99.07%	5.87%	85.72%
Angka pendaftaran sekolah untuk anak usia 7-18 tahun (2008)	68.63%	1.49%	75.22%
Kesenjangan gender dalam angka pendaftaran sekolah (laki- perempuan)	0.001%	0.01%	-2.10%
Indeks Pembangunan Manusia (2006)	76.9	68.6	68.8

Sumber: BPS

Dua daerah yang dipilih sebagai lokasi untuk kajian ini di Sulawesi Selatan adalah Makasar dan Barru. Makasar adalah ibukota dan kota terbesar di Sulawesi Selatan, dengan populasi sebesar 1.235.656 yang tersebar di 14 kecamatan. Sektor ekonomi utama Makasar adalah perdagangan, perhotelan dan restoran, diikuti oleh manufaktur, transportasi dan komunikasi. Barru adalah daerah pedesaan yang terletak di pantai barat Sulawesi Selatan, dengan populasi sebesar 160.428 orang yang tersebar di tujuh kabupaten. Di Barru lebih dari 10 persen penduduk tidak punya pekerjaan (BPS, 2009).

3.1.3. Nusa Tenggara Timur

Nusa Tenggara Timur (NTT) terdiri dari 550 pulau yang secara geografis berada di tenggara Indonesia. Tiga pulau terbesar di propinsi tersebut adalah Flores, Sumba dan Timor. NTT memiliki penduduk sebesar 4,5 juta orang, dengan

kepadatan penduduk hanya sebesar 95,8 orang per kilometer persegi. Dengan GRDP per kapita sebesar US\$525, NTT merupakan salah satu propinsi termiskin di Indonesia (BPS, 2009).

Kehidupan penduduk lokal dipengaruhi oleh kondisi lingkungan yang keras dan sumber daya alam yang terbatas. Jadi tidak mengherankan bila Indeks Pembangunan Manusia untuk propinsi ini adalah 64,8 lebih rendah dari rata-rata di Indonesia (Tabel 12).

Tabel 12: Indikator Utama untuk Nusa Tenggara Timur

Indikator	Kupang	Sikka	NTT
Wilayah geografis (km ²)	160	1.371	47,349
Kepadatan (orang per km ²)	1,827	161	96
Populasi (2009)	292,922	278,628	4,534,319
Populasi 15-29 tahun (2009)	32,836	39.927	1,284,596
Populasi perempuan (2009)	50.83%	51.62%	50.23%
Pertumbuhan GRDP (2007-2008)	7.45%	4.09%	4.81%
Angka pengangguran terbuka (2008)	11.99%	4.92%	2.78%
Angka melek huruf dewasa (2006)	99.36%	95.41%	86.5%
Angka pendaftaran sekolah untuk anak usia 7-18 tahun (2008)	70.43%	66.85%	72.89%
Kesenjangan gender dalam angka pendaftaran sekolah (laki- perempuan)	-2.07%	-2.07%	-0.67%
Indeks Pembangunan Manusia (2006)	74.7	65.90	64.8

Sumber: BPS

Dua daerah yang dipilih sebagai lokasi untuk kajian ini di NTT adalah Kupang dan Sikka. Kupang adalah ibukota propinsi NTT dan dulu di zaman pemerintah kolonial Belanda dan Portugis merupakan pelabuhan yang cukup penting. Penduduk pada umumnya hidup dari perdagangan, restoran, penginapan (hotel), dan pelayanan lainnya. Lokasi lain untuk kajian ini adalah Sikka. Sikka adalah wilayah pedesaan dengan populasi sebesar 278.628 orang. Kabupaten Sikka memiliki banyak kakao, kemiri, tanaman jambu mete dan kebanyakan penduduk bekerja di sektor pertanian.

3.1.4. Papua

Propinsi Papua di Indonesia berada di bagian barat pulau Papua Nugini. Pada umumnya penduduk beragama Kristen yang tersebar di wilayah seluas 2.342.804 kilometer persegi, dengan kepadatan penduduk hanya sebesar 6,49 orang per kilometer persegi dan jumlah penduduk hanya sekitar 2 juta. Kelompok etnis utama adalah penduduk asli Papua dan para transmigran dari pulau Jawa. Papua kaya akan sumber daya alam, dengan GRDP per kapita sebesar US\$2.941, salah satu yang tertinggi di Indonesia.

Papua memiliki sumber daya alam yang berlimpah (termasuk minyak, tembaga dan emas) tapi tertinggal dari propinsi-propinsi lain di Indonesia dalam hal indikator sosial, dengan tingkat kemiskinan jauh melebihi rata-rata nasional. Bagi mayoritas penduduk, pertanian merupakan sumber penghidupan. Di Papua hanya 75,41 persen penduduk yang bisa membaca dan menulis, dengan angka melek huruf sekitar 78 untuk laki-laki dan 67 untuk perempuan. Angka masuk sekolah hanya 6,5 tahun secara rata-rata. Jadi tidak mengherankan bila Indeks Pembangunan Manusia untuk Papua juga di bawah tingkat nasional (BPS, 2009).

Tabel 13: Indikator Utama untuk Papua

Indikator	Jayapura	Merauke	Papua
Wilayah geografis (km ²)	940	45,071	317,062
Kepadatan (orang per km ²)	252	4	6.49
Populasi (2009)	236,456	185,718	2,056,000
Populasi (15-29 tahun) (2009)	68,974	54,397	584,300
Populasi perempuan (2009)	46.97%	47.49%	48.14%
Rata-rata pertumbuhan GRDP (2005-2007)	12.58%	5.60%	7.87%
Pertumbuhan GRDP (2007-2008)	9%	8.02%	-1.48%
Angka pengangguran terbuka (2008)	12.32%	7.58%	4.13%
Angka melek huruf dewasa (2006)	99.4%	97.94%	75.43%
Angka pendaftaran sekolah untuk anak usia 7-18 tahun (2008)	75.4%	71.85%	71.78%
Kesenjangan gender dalam angka pendaftaran sekolah (laki- perempuan)	6.86%	6.86%	4.74%
Indeks Pembangunan Manusia (2006)	62.5	73.1	62.8

Sumber: BPS

Dua lokasi yang dipilih untuk kajian ini di Papua adalah Jayapura dan Merauke. Jayapura tidak hanya merupakan ibukota propinsi Papua tapi juga merupakan kota yang paling berkembang di propinsi tersebut. Jayapura memiliki populasi sebesar 236.456 yang tersebar di lima kecamatan (Tabel 13). Kota kedua di Papua adalah Merauke. Merauke berada di ujung timur Indonesia dengan populasi sebesar 185.718 jiwa, dan secara administratif dibagi menjadi 20 kecamatan.

3.2. Karakteristik Pengusaha Muda yang Disurvei

Pengusaha Muda (PM) dalam lokasi-lokasi survei memiliki seperangkat karakteristik yang spesifik yang harus dipahami waktu mencoba meningkatkan lingkungan usaha di mana mereka beroperasi. Paragraf berikut memberikan sebuah pandangan ringkas tentang karakteristik utama Pengusaha Muda di empat lokasi kajian: Jawa Timur, Sulawesi Selatan, Nusa Tenggara Timur, dan Papua.

KOTAK 7: Karakteristik Utama responden Pengusaha Muda

- Karakteristik pertama ialah bahwa mayoritas Pengusaha Muda adalah individu yang bekerja sendiri (29 persen) atau menjalankan usaha mikro (65 persen). Data survei menunjukkan bahwa hanya dalam kasus-kasus tertentu saja Pengusaha Muda yang memiliki lebih dari empat orang pegawai (6 persen).
- Kedua, tingkat keterlibatan keluarga dalam usaha Pengusaha Muda sangat tinggi. Pengusaha Muda biasanya mempekerjakan anggota keluarga dekat atau keluarga jauh. Kira-kira separuh dari responden Pengusaha Muda juga memulai usaha mereka bersama dengan anggota keluarga lainnya.
- Ketiga, mayoritas Pengusaha Muda bekerja dalam Sektor Usaha 6: Perdagangan Grosir, Perdagangan Eceran, Restoran, dan Hotel. Pengusaha Muda yang bekerja di sektor usaha seperti manufaktur, konstruksi atau industri finansial adalah sangat jarang.
- Keempat, Pengusaha Muda memang membayar pegawai mereka secara langsung (tunai) tapi pembayaran tidak langsung juga sering terjadi. Mayoritas Pengusaha Muda bekerja secara penuh dalam usaha mereka (65 persen) sementara sisanya memiliki pekerjaan sekunder atau masih mahasiswa.
- Kelima, mayoritas responden Pengusaha Muda telah menamatkan sekolah menengah atas (SMA), diikuti oleh sekolah menengah pertama (SMP), sekolah menengah kejuruan dan universitas. Komposisi ini menunjukkan bahwa responden Pengusaha Muda dari survei ini lebih terpelajar daripada rata-rata pekerja di Indonesia.
- Keenam, pengusaha perempuan dalam survei ini sedikit lebih muda dari pengusaha laki-laki. Komposisi dari Pengusaha Muda ini menunjukkan tidak ada kesenjangan antara pengusaha perempuan dan laki-laki menurut posisi mereka di perusahaan.
- Ketujuh, Pengusaha Muda sangat menilai tinggi pekerjaan mereka. Pengusaha Muda melihat profesi sebagai pengusaha sebagai hal yang sangat menarik, diikuti oleh pekerjaan menjadi pegawai negeri dan dosen/guru. Pandangan ini khusus untuk pengusaha dan kontras dengan persepsi masyarakat umum di Indonesia.

3.2.1. Pengusaha Muda menurut Sektor Usaha

Untuk sebuah analisis yang lengkap tentang karakteristik PM, Pengusaha Muda dikategorikan menurut sektor usaha (**Tabel 14**).

Tabel 14: Pengusaha Muda menurut Sektor Usaha

Kategori	Nama Kategori	Persentase usaha PM
3	Industri Manufaktur	12
	Bahan bangunan	2
	Manufaktur (Tekstil, Besi)	2

	Produk Makanan	6
	Furniture	2
5	Konstruksi	1
	Kontraktor Bangunan	1
6	Perdagangan Grosir, Eceran, Restoran & Hotel	57
	Pakaian	2
	Suku cadang	1
	Makanan	2
	Rokok	5
	Makanan pokok	5
	Kelontong	13
	Alat tulis	1
	Voucher Telepon pra Bayar	10
	Stasiun Pengisian BBM	1
	Asesoris Kosmetik	3
	Elektronik	2
	Hotel, restoran	0
	Kios makanan	12
7	Transportasi, Penyimpanan, dan Komunikasi	12
	Penyedia transportasi umum	2
	Bengkel	4
	Penyewaan mobil	1
	Warung telekomunikasi	1
	Warung internet	3
8	Keuangan, Asuransi, Perumahan dan Pelayanan Usaha	6
	Penyewaan rumah	2
	Penyewaan peralatan	1
	Mainan dan buku	3
9	Pelayanan Masyarakat, Sosial dan Pribadi	13
	Pelayanan kesehatan	1
	Penjahit, Rekreasi, kursus komputer	3
	Percetakan	1
	Binatu	0
	Salon Kecantikan	2
	Pelayanan Pribadi	6

Sumber: BPS; Survei Persepsi Lingkungan Usaha (2010)

Mayoritas responden Pengusaha Muda (57 persen) menjalankan usaha di Sektor 6 (Perdagangan Grosir, Eceran, Restoran dan Hotel). Dalam sektor ini, voucher telepon pra bayar dan kios makanan serta toko kelontong banyak dilakukan, masing-masing sebesar 10, 12 dan 13 persen. Sektor usaha ini berada dalam peringkat paling tinggi di kalangan laki-laki dan perempuan.

Sektor usaha kedua terbanyak yang dilakukan adalah Sektor 9 (Pelayanan Masyarakat, Sosial dan Pribadi), diikuti oleh Sektor 7 (Transportasi, Pergudangan, dan Komunikasi) dan Sektor 3 (Industri Manufaktur). Di antara usaha-usaha Pengusaha Muda yang telah aktif kurang dari tiga tahun, sektor usaha yang paling populer adalah Sektor 6 dan Sektor 7, yang menunjukkan bahwa keduanya mungkin sektor yang tipikal bagi PM. Ini kemungkinan erat kaitannya dengan rendahnya persyaratan untuk modal untuk memulai usaha.

KOTAK 8: Distribusi Pengusaha Muda di antara sektor-sektor usaha

Jika dilihat lebih dekat, distribusi sektor usaha Pengusaha Muda memperlihatkan bahwa sektor-sektor yang paling banyak dilakoni umumnya memiliki rintangan awal yang rendah, yang menuntut tingkat keterampilan, teknologi dan modal yang rendah. Meskipun sektor-sektor usaha lain memiliki

potensi yang lebih besar untuk inovasi dan penciptaan nilai, sektor yang paling populer memiliki kemungkinan yang lebih besar dalam hal kontribusi GDP untuk Indonesia. Sektor 6 berkontribusi lebih dari 15 persen bagi GDP non minyak dan gas Indonesia, sementara

Sektor 9 dan Sektor 7 masing-masing sebesar 5 dan 7 persen (BPS, 2010). Mendorong kewirausahaan muda dalam sektor-sektor usaha lain dengan mendukung Pengusaha Muda untuk melangkahi rintangan-rintangan awal merupakan tujuan yang diinginkan.

3.2.2. Pengusaha Muda menurut Usia dan Pendidikan

Responden Pengusaha Muda dari survei ini selanjutnya dibagi atas tiga subkelompok umur: 15-19, 20-24, dan 25-29 tahun. Subkelompok paling tua (25-29) adalah 56 persen dari responden, diikuti oleh subkelompok kedua (20-24) dengan 33 persen dan subkelompok termuda (15-19) dengan 11 persen. Secara keseluruhan, pengusaha perempuan sedikit lebih mudah daripada pengusaha laki-laki. Persentase perempuan usia di bawah 25 tahun lebih tinggi daripada laki-laki, sementara untuk kelompok umur 25-29 persentasenya lebih tinggi laki-laki.

Kebanyakan responden Pengusaha Muda (43 persen) telah menamatkan sekolah lanjutan atas (SMA), diikuti oleh sekolah menengah pertama (SMP) sebanyak 17 persen, sekolah kejuruan (SMK) 14 persen dan perguruan tinggi

12 persen. Tingginya proporsi lulusan SMA di kalangan pengusaha muda cukup mengagetkan karena pendidikan SMA secara umum ditujukan untuk menyiapkan siswanya masuk ke perguruan tinggi.

KOTAK 9: Latar Belakang Pendidikan PM

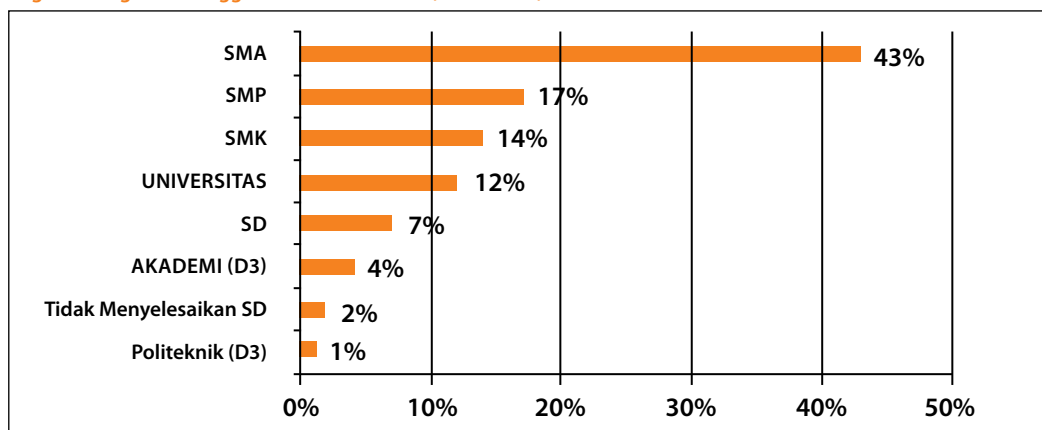
Berbeda dengan jenis sekolah lain (misalnya SMK) SMA tidak memberikan pelatihan kewirausahaan sebagai bagian dari kurikulumnya. Namun demikian, sebuah tinjauan terhadap Bagan latar belakang Pengusaha Muda

yang disebutkan sebelumnya menunjukkan perlunya persiapan kewirausahaan yang sistematis sebagai bagian dari kurikulum di SMA.

Cukup menarik bahwa latar belakang pendidikan responden

Pengusaha Muda lebih tinggi dari pada rata-rata angkatan kerja Indonesia. Data ini menunjukkan bahwa kewirausahaan yang berhasil bukanlah alternatif bagi pendidikan.

Bagan 2: Tingkat Tertinggi Pendidikan Formal (Presentase)



Survei Persepsi Lingkungan Usaha (2010)

Data survei menunjukkan bahwa proporsi lulusan perguruan tinggi yang menjalankan usaha di bidang konstruksi bangunan dan sektor pelayanan kesehatan cukup tinggi, sementara lulusan SMA cukup dominan di hampir semua sektor (manufaktur, perdagangan dan eceran, restoran dan katering, transportasi dan komunikasi, pelayanan penyewaan, pelayanan masyarakat dan rumah tangga). Lulusan SMK menjalankan usaha di bidang perdagangan dan eceran, transportasi dan komunikasi, restoran dan katering, manufaktur, dan pelayanan masyarakat.

3.2.3. Pengusaha Muda menurut Posisi dan Tahun dalam Usaha

Posisi yang paling umum dipegang oleh responden Pengusaha Muda dalam usaha mereka adalah pemilik/manajer (63 persen), diikuti oleh manajer dari usaha keluarga (16 persen), mitra pemilik (14 persen) dan manajer pendamping dengan pemilik (6 persen).

Mayoritas Pengusaha Muda (62 persen) menjalankan satu usaha sebagai pekerjaan utama mereka. Enam belas persen lain memiliki pekerjaan lain dan 11 persen masih menjalani pendidikan. Komposisi Pengusaha Muda dalam survei ini tidak menunjukkan adanya kesenjangan antara pengusaha perempuan dan laki-laki menurut posisinya dalam usaha itu. Data survei menunjukkan tidak adanya kesenjangan antara pengusaha perempuan dan laki-laki.

Data tersebut menunjukkan korelasi antara usia pengusaha dan komitmen mereka: semakin tua, semakin tinggi jumlah mereka yang menjalankan usaha sebagai pekerjaan utama mereka (56 persen dalam subkelompok usia 25-29 tahun, dibandingkan dengan 33 persen untuk kelompok usia 20-24 tahun dan 11 persen untuk kelompok usia 15-19 tahun). Data ini menunjukkan bahwa banyak PENGUSAHA MUDA memulai usaha mereka sebagai usaha paruh waktu yang kemudian menjadi pekerjaan penuh tergantung dari keberhasilannya.

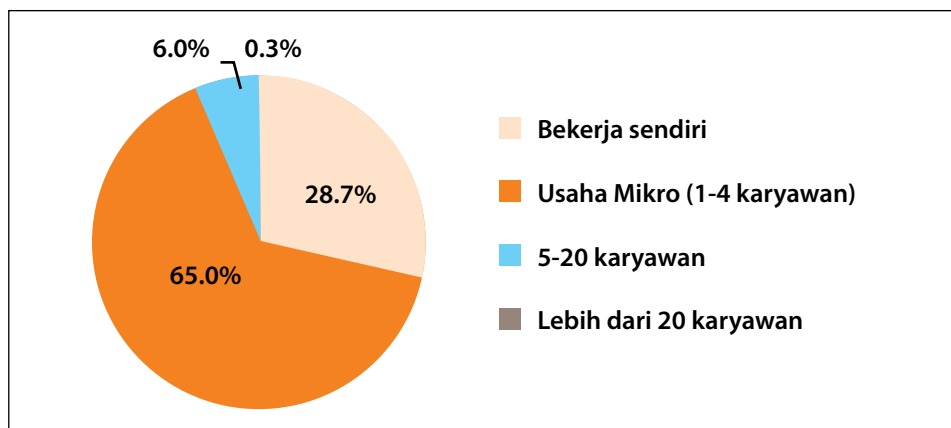
Begitu pengalaman para Pengusaha Muda meningkat, mereka kemudian mempekerjakan banyak orang. Persentase usaha yang hanya memiliki satu sampai 5 karyawan meningkat dari 23 persen untuk usaha-usaha yang telah dijalankan selama lebih dari satu tahun, menjadi 30 persen dan untuk usaha-usaha yang dijalankan antara satu sampai tiga tahun dan 33 persen untuk usaha yang dijalankan lebih dari tiga tahun.

3.2.4. Pengusaha Muda Menurut Besarnya Usaha dan Pegawai

Hampir 94 persen dari responden Pengusaha Muda adalah bekerja sendiri atau terlibat dalam usaha mikro dengan satu sampai 4 pegawai. Kelompok ini selanjutnya dibagi dalam kelompok yang bekerja sendiri tanpa karyawan (29 persen) dan Pengusaha Muda yang menjalankan usaha mikro dengan satu sampai 4 karyawan (65 persen). Hanya 6 persen dari Pengusaha Muda yang memiliki 5 sampai 20 karyawan dan sedikit sekali yang memiliki karyawan lebih dari 20 orang (**Bagan 3**).

Di luar Pengusaha Muda yang bekerja sendiri, sekitar 91 persen usaha yang dijalankan oleh Pengusaha Muda adalah usaha mikro. Komposisi usaha mikro di kalangan responden Pengusaha Muda melebihi rata-rata nasional, yang menurut Sensus Ekonomi tahun 2006, mencapai 83 persen (Kuncoro, 2009).

Salah satu fitur yang sangat mencolok dari Pengusaha Muda adalah tingkat keterlibatan keluarga dalam usaha mereka. Mayoritas pegawai responden (57 persen) adalah anggota keluarga dekat atau keluarga jauh. Di semua lokasi

Bagan 3: Jumlah karyawan dalam Usaha Pengusaha Muda

Survei Persepsi Lingkungan Usaha (2010)

(kecuali di Surabaya dan Barru) pegawainya direkrut dari anggota keluarga sebagai prioritas utama. Para Pengusaha Muda di Surabaya kelihatannya lebih independen dari keluarga mereka; lebih dari dua pertiga karyawannya bukan anggota keluarga.

Observasi tentang pola pembayaran menunjukkan bahwa 55 persen dari karyawan Pengusaha Muda dibayar secara langsung, sementara 45 persen mendapatkan pembayaran tidak langsung. Pembayaran langsung mengacu pada gaji yang dibayar secara reguler, sementara pembayaran tidak langsung adalah upah yang dibayar sebagai bentuk kompensasi (misalnya, melalui sumbangan untuk pendidikan, tunjangan perumahan, dll.). Tingginya tingkat pembayaran dalam bentuk sumbangan melibatkan risiko eksploitasi buruh, terutama jika sumbangan itu sangat vital bagi penerima. Pekerjaan itu dapat dengan mudah dianggap sebagai “amal” oleh majikan dan mungkin tidak akan mematuhi standar “*Equal Pay for Work of Equal Value*”. Contohnya, skema magang secara informal membuka kesempatan untuk penyalahgunaan, seperti untuk perempuan (Human Right Watch, 2004).

Mayoritas Pengusaha Muda dan karyawan mereka bekerja secara penuh (rata-rata 65 persen). Rasio paling tinggi untuk pegawai penuh adalah di Makasar (80 persen) dan paling rendah di Barru (43 persen).

3.2.5. Pengusaha Muda menurut Dukungan Keluarga

Sepuluh dari seluruh Pengusaha Muda yang memulai usaha mereka bersama dengan keluarga (50 persen). Bagi laki-laki, angka tersebut lebih rendah (44 persen) dibandingkan perempuan (56 persen). Dukungan keluarga yang sangat kuat ini bagi perempuan mungkin sebagian merupakan akibat dari tingginya angka informalitas usaha Pengusaha Muda perempuan.

Empat puluh persen dari Pengusaha Muda telah memulai usaha mereka sendiri. Memulai usaha bersama dengan teman adalah hal yang kurang umum terjadi (hanya 9 persen dari responden). Beberapa daerah perkotaan (misalnya Surabaya dan Jayapura) cenderung memiliki jumlah usaha Pengusaha Muda yang lebih tinggi yang dimulai bersama teman (masing-masing 18 dan 17 persen).

Semakin tinggi usia, semakin terlihat bahwa Pengusaha Muda akan memulai usaha mereka secara mandiri. Responden yang berada dalam kelompok usia paling muda berkemungkinan besar akan memulai usahanya bersama keluarga (70 persen) dibandingkan dengan hanya 41 persen untuk subkelompok usia yang paling tua.

3.3. Survei Persepsi Lingkungan Usaha untuk Pengusaha Muda

3.3.1. Nilai-nilai Budaya dan Sosial

KOTAK 10: Temuan Utama tentang Nilai Budaya dan Sosial

- Ada dua motivasi untuk Pengusaha Muda untuk menjadi pengusaha: agar mandiri dan mendapatkan pemasukan lebih banyak. Tapi kurangnya alternatif (di pasar kerja) juga menjadi motivasi yang mendorong orang mudah untuk masuk ke dalam dunia wirausaha. Karena banyaknya orang muda yang masuk dalam pasar tenaga kerja Indonesia, aktivitas kewirausahaan menjadi penting untuk mencegah timbulnya pengangguran kaum muda. Di saat yang sama, bagi banyak orang, aktivitas kewirausahaan merupakan jalan terakhir dari pasaran kerja.
- Pengusaha Muda menilai sangat tinggi profesi mereka sebagai pengusaha, yang menunjukkan tingginya tingkat swasembada yang diberikan oleh profesi mereka. Namun di saat yang sama, survei ini menunjukkan kurangnya model peran pengusaha atau *entrepreneur role model* di Indonesia. Kedua temuan itu bukan kontradiktif; penilaian yang tinggi terhadap pekerjaan menunjukkan tingkat kepuasan individu di kalangan PM, sementara kurangnya *entrepreneur role model* mungkin menunjukkan rendahnya status mereka di masyarakat Indonesia. Ini selanjutnya direfleksikan dalam temuan
- bahwa 'status' juga tidak ada sebagaimana faktor motivasi untuk PM.
- Cukup mengherankan bahwa tidak banyak Pengusaha Muda dalam survei ini yang **tidak dipercaya** (oleh pelanggan atau pemasok) karena usia mereka. Sebaliknya, ketidakpercayaan yang terkait usia dalam hubungannya dengan akses pada keuangan justru lebih kompleks. Secara umum, rintangan-rintangan untuk mengakses keuangan kelihatannya berasal dari karakteristik usaha, seperti jenis usaha dan usia usaha, bukan hanya umur. Karena pengusaha muda kurang memiliki pengalaman

usaha, mereka menghadapi rintangan yang cukup besar untuk mendapatkan kredit. Ini secara langsung terkait dengan aturan-aturan bank, yang biasanya mensyaratkan bahwa usia hidup usaha itu paling kurang dua tahun untuk mendapatkan pinjaman.

- Pengusaha Muda di Indonesia kelihatan punya kecenderungan untuk

menghindari risiko, yang dapat menghambat aktivitas kewirausahaan. Namun demikian, Pengusaha Muda dalam subkelompok usia yang paling muda menunjukkan kemauan yang lebih besar untuk mengambil risiko.

- Ketidakpercayaan terhadap Pengusaha Muda perempuan jelas merupakan sebuah masalah, meskipun ini

memiliki perbedaan regional yang tinggi. Cukup mengherankan bahwa responden perempuan melihat diskriminasi terhadap Pengusaha Muda perempuan kurang parah daripada laki-laki. Barangkali perbedaan persepsi ini berasal dari internalisasi mekanisme pemecahan Pengusaha Muda perempuan terhadap praktek-praktek diskriminatif dalam kehidupan usaha mereka.

1 – Apa motivasi bagi Pengusaha Muda untuk menjadi pengusaha? Survei ini menunjukkan bahwa dua motivasi untuk menjadi pengusaha. Motivasi yang paling utama ialah untuk menjadi mandiri (37 persen), diikuti oleh motivasi untuk mendapatkan uang lebih banyak (35 persen).

Di tempat ketiga, 11 persen Pengusaha Muda mengatakan bahwa mereka menjadi pengusaha karena tidak ada pekerjaan lain yang tersedia di pasaran tenaga kerja. Dengan semakin banyaknya orang muda yang masuk dalam pasaran tenaga kerja di Indonesia, aktivitas kewirausahaan menjadi penting untuk mencegah terjadi pengangguran. Temuan di atas selanjutnya menunjukkan pentingnya untuk menggalakan kewirausahaan di kalangan orang muda.

KOTAK 11: Motivasi bagi Pengusaha Muda untuk Menjadi Pengusaha

“Kurangnya alternatif” sebagai motivasi untuk menjadi pengusaha jelas memiliki risiko. Pertama, itu bukan merupakan motivasi itu sendiri tapi dorongan sementara. Oleh sebab itu, diragukan bagaimana keberlanjutan dari

aktivitas kewirausahaan itu sendiri, atau apakah ini akan mengarah pada inovasi dengan efek-efek lapangan kerja. Selanjutnya, jika masyarakat cenderung menganggap aktivitas kewirausahaan sebagai langkah terakhir dalam mencari

pekerjaan, maka citra negatif tentang pengusaha akan semakin kuat. Ini selanjutnya dikonfirmasi oleh temuan survei bahwa Pengusaha Muda menempatkan status sebagai motivasi paling rendah untuk menjadi pengusaha.

2 – Profesi apa yang paling/kurang dihargai oleh PM? Survei ini jelas menunjukkan bahwa Pengusaha Muda menilai sangat tinggi profesi mereka, karena 76 persen dari mereka memberikan validasi yang tinggi atas profesi mereka. Ini selanjutnya menunjukkan bahwa di samping perolehan ekonomi, menjadi pengusaha memberikan kemandirian bagi kebanyakan PM. Ini sesuai

dengan bukti dari negara-negara OECD bahwa perempuan dan laki-laki muda yang bekerja sendiri tidak biasanya merasa puas dengan pekerjaan mereka (IZA, 2007).

Namun demikian, perempuan memiliki persepsi yang sedikit rendah tentang profesi mereka sebagai pengusaha dibanding dengan kaum laki-laki.

Profesi dengan peringkat kedua tertinggi adalah pegawai pemerintah. Ini tidak termasuk politisi, yang bersama dengan petani, termasuk profesi yang kurang dihargai oleh Pengusaha Muda. Petani tidak dianggap oleh Pengusaha Muda sebagai pengusaha. Ketidaksukaan menjadi petani terutama disuarakan oleh subkelompok usia paling muda (15-19 tahun).

3 – Siapa yang menjadi model peran atau role models dari Pengusaha Muda?

Untuk menjawab pertanyaan ini, responden diberikan daftar orang-orang ternama, yang mewakili berbagai peran di masyarakat, termasuk pengusaha, artis, filsuf, atlet profesional, politisi dan pimpinan agama. Kategori dan individu telah dijelaskan sebelumnya dalam Diskusi Kelompok Terarah atau Focus Group Discussion (FGD).

Survei ini menunjukkan bahwa *role model* dengan penerimaan tertinggi di kalangan Pengusaha Muda adalah pemimpin agama (37 persen), diikuti oleh filsuf (30 persen) dan atlet (27 persen). Pengakuan paling rendah atas role model adalah pengusaha, dengan hanya 6 persen. Setelah mengetahui bahwa Pengusaha Muda mengakui profesi mereka sebagai pengusaha cukup tinggi, temuan ini pertamanya kelihatan cukup mengagetkan. Namun demikian, kedua temuan itu tidak kontradiktif. Meskipun penilaian yang tinggi terhadap pengusaha sebagai sebuah profesi memperlihatkan tingginya tingkat kepuasan individu Pengusaha Muda berasal dari pekerjaan mereka, temuan ini sebaliknya menunjukkan kurangnya model peran pengusaha dalam masyarakat Indonesia. Ini selanjutnya direfleksikan bahwa status bukanlah merupakan sumber motivasi bagi PM.

Responden dari subkelompok umur paling muda (15-19 tahun) menempatkan atlet dan artis paling tinggi dan bahkan memberikan tempat yang negatif pada pengusaha sebagai role model. Subkelompok yang lebih tua paling tidak memberikan peringkat yang positif kepada pengusaha, meskipun tidak sejauh kepada role model lainnya.

4 – Seberapa tingkat ketidakpercayaan dari pelanggan dan pemasok kepada Pengusaha Muda akibat usia mereka?

Cukup mengherankan bahwa ketidakpercayaan pelanggan dan pemasok akibat usia mereka bukanlah mereka masalah utama bagi PM, dengan 86 persen memiliki kesan bahwa mereka tidak pernah mengalami ketidakpercayaan dari pelanggan karena usia mereka. Bahkan lebih jelas adalah rendahnya tingkat ketidakpercayaan waktu berurusan dengan pemasok, dengan 92 persen dari Pengusaha Muda menyatakan bahwa mereka tidak pernah menghadapi ketidakpercayaan apapun.

Kedua tren itu bisa diobservasi apapun subkelompok umurnya atau gendernya. Namun, Pengusaha Muda dari daerah pedesaan mendapat

tingkat ketidakpercayaan yang tinggi dibandingkan Pengusaha Muda dari daerah perkotaan. Di samping itu, Pengusaha Muda dari sektor manufaktur mendapat tingkat ketidakpercayaan yang lebih tinggi karena usia mereka. Ini dapat berasal dari ketatnya kompetisi dengan perusahaan yang lebih dan lebih berpengalaman.

KOTAK 12: Ketidakpercayaan terkait usia terhadap PM

Perlu dipertimbangkan bahwa ketidakpercayaan adalah sebuah konsep yang dapat dipandang sebagai hal yang terkait dengan usia, sementara

sebenarnya beberapa faktor lain dapat berperan (misalnya besarnya usaha) dan sebaliknya. Persepsi yang sangat rendah tentang ketidakpercayaan

terkait usia mungkin juga menunjukkan bahwa Pengusaha Muda memberikan produk dan pelayanan bagi pemuda dari kelompok umur yang sama.

5 – Apa masalah yang dihadapi Pengusaha Muda dalam mendapatkan kredit karena usia mereka?

Meskipun faktor utama tentang akses pada keuangan (Bagian 3.3.5) menjelaskan kendala-kendala untuk mendapatkan keuangan secara umum, indikator ini menelaah kesulitan-kesulitan dalam mendapatkan kredit karena usia. Hanya 39 persen dari Pengusaha Muda yang melihat usia mereka sebagai sebuah masalah dalam mendapatkan kredit, sementara mayoritas (61 persen) tidak merasa mendapat diskriminasi. Persepsi yang mengejutkan ini didukung oleh kajian-kajian terdahulu yang memperlihatkan bahwa penyediaan keuangan mikro di Indonesia tidak melakukan diskriminasi terhadap orang muda, yang lebih mengaitkan risiko kepada jenis usaha, misalnya, bukan kepada usia. Ini tidak mengherankan karena orang muda di Indonesia memiliki angka pembayaran kembali yang lebih tinggi (Shrader et al, 2006).

Namun demikian, persentase Pengusaha Muda yang melihat adalah kesulitan dalam mendapatkan kredit karena usia mereka cukup tinggi juga (46 persen) di kalangan subkelompok usia yang paling muda (15-19 tahun), dibandingkan dengan 42 dan 35 persen untuk subkelompok usia yang lebih tua. Tingkat ketidakpercayaan yang lebih tinggi juga dirasakan oleh Pengusaha Muda yang memiliki pengalaman usaha yang kurang. Ini terkait langsung dengan aturan bank, yang mensyaratkan usia perusahaan paling kurang dua tahun untuk mendapatkan kredit.

6 – Bagaimana sikap terhadap risiko di kalangan Pengusaha Muda di Indonesia?

Seperti disebutkan dalam Bagian 2.3.2.1, sikap terhadap risiko (yang disebut juga menghindari ketidakpastian) adalah sangat relevan untuk pengusaha yang baru memulai usahanya, karena memulai sebuah usaha baru

memiliki tingkat ketidakpastian yang tinggi. Di samping itu, individu yang mau mengambil risiko memiliki kebutuhan yang lebih tinggi untuk pencapaian dan kesempatan yang lebih besar untuk menjadi pengusaha yang sukses. Untuk menilai sikap terhadap risiko di kalangan Pengusaha Muda Indonesia, empat indikator (yang telah diadaptasi dari Hofstede) dinilai dalam paragraf-paragraf berikut: penerimaan perilaku kompetitif, penerimaan pelanggaran aturan perusahaan, pentingnya jaminan pekerjaan dan unsur-unsur variasi dan petualangan dalam pekerjaan.

Indikator pertama menunjukkan sikap yang kurang suka berkompetisi di kalangan Pengusaha Muda Indonesia, karena mayoritas dari mereka (57 persen) setuju bahwa perilaku kompetitif lebih banyak buruknya daripada baiknya. Subkelompok usia yang paling muda memperlihatkan persepsi yang sedikit lebih menyenangkan tentang perilaku kompetitif dibandingkan dengan kelompok yang lebih berpengalaman.

Indikator kedua menunjukkan bahwa mayoritas Pengusaha Muda (55 persen) tidak akan melanggar aturan perusahaan bagaimana pun juga, meskipun itu baik untuk perusahaan. Sejalan dengan persepsi tentang kompetisi, mayoritas Pengusaha Muda menunjukkan perilaku menghindari ketidakpastian. Pengusaha Muda yang paling kurang berpengalaman (yang baru kurang dari satu tahun dalam usahanya) memperlihatkan penerimaan yang sedikit lebih tinggi terhadap risiko yang akan diambil.

Indikator ketiga menunjukkan pentingnya jaminan pekerjaan untuk PM, karena 81 persen mengatakan bahwa itu adalah yang paling penting bagi mereka, dan lagi itu mengikuti tren yang sama seperti dua indikator di atas. Temuan ini menjelaskan tingginya validasi profesi pegawai pemerintah (pada peringkat kedua), yang mungkin memberikan tingkat jaminan pekerjaan yang paling tinggi di antara semua kategori pekerjaan yang ada di Indonesia. Dalam profesinya sebagai PM, jaminan keamanan sebaliknya sangat rendah atau tidak ada sama sekali.

Asumsi di balik indikator keempat ialah bahwa memiliki unsur variasi dan petualangan dalam pekerjaan akan mendorong orang untuk lebih proaktif, mempunyai kebutuhan yang tinggi untuk berprestasi dan penciptaan ide-ide baru. Paling kurang 52 persen Pengusaha Muda menganggap ini sebagai sesuatu yang amat penting. Pengusaha Muda perempuan memiliki persepsi yang sedikit lebih rendah tentang penting memiliki unsur variasi dan petualangan dalam pekerjaan, dengan mengatakan bahwa mereka mungkin memilih 'zona nyaman' usaha mereka tanpa merasa harus mencari variasi dalam pekerjaan. Seluruh indikator yang empat tadi menunjukkan sikap yang tidak menyukai risiko di kalangan PM, yang mungkin dapat menghambat kewirausahaan di Indonesia.

7 – Apakah Pengusaha Muda perempuan korban dari ketidakpercayaan terkait gender dan diskriminasi? Mayoritas Pengusaha Muda (57 persen) melihat bahwa Pengusaha Muda perempuan mengalami ketidakpercayaan karena jenis kelamin mereka. Yang mengherankan, Pengusaha Muda perempuan melihat masalah ini tidak separah rekan laki-lakinya. Namun

data survei menunjukkan perbedaan regional yang cukup besar. Pengusaha Muda di Jayapura, misalnya, mengalami tingkat ketidakpercayaan yang lebih tinggi terhadap perempuan (77 persen) dibandingkan rata-rata. Sebaliknya di Surabaya, tingkat ketidakpercayaan kepada perempuan lebih rendah. Namun demikian, kebanyakan indikator dari survei ini tidak menyatakan diskriminasi gender. Sebuah pengecualian tampaknya adalah untuk akses pada keuangan (Bab 3.3.5), di mana Pengusaha Muda perempuan memang menghadapi diskriminasi.

3.3.2. Bantuan Usaha

Faktor Utama kedua, Bantuan Usaha, menilai kesadaran, keanggotaan dan kepuasan atau Pelayanan Pengembangan Usaha (PPU) atau *Business Development Services* (BDS) dan Organisasi Keanggotaan Usaha (OKU) di kalangan Pengusaha Muda di Indonesia.

KOTAK 13: Temuan Utama tentang Bantuan Usaha

- Kesadaran dan penggunaan Pelayanan Pengembangan Usaha sangat rendah di kalangan PM, dan sebagian besar tidak mencari bantuan eksternal. Menariknya, para Pengusaha Muda yang memanfaatkan PPU sangat puas dan juga mau membayar untuk pelayanan tersebut. Kesiapan untuk membayar menunjukkan nilai tambah bagi usaha responden, dan ini harus menjadi pesan yang jelas bagi penyedia PPU (*business development services provider* – *BDSP*) untuk meningkatkan pelayanan mereka secara lebih efektif dan menawarkan pelayanan untuk pasar yang lebih luas, termasuk PM.
- Kesadaran akan Organisasi Keanggotaan Usaha juga rendah, sangat sedikit Pengusaha Muda yang menjadi anggota aktif. Data survei menunjukkan adanya dominasi laki-laki yang kuat di OKU Indonesia. Namun ini mungkin berimplikasi tidak tergalinya potensi OKU untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan Pengusaha Muda perempuan. Pengusaha Muda dari daerah pedesaan sangat tidak terwakili dalam OKU.

8 – Apakah Pengusaha Muda tahu tentang organisasi-organisasi yang memberikan bantuan usaha? Pengetahuan tentang adanya dukungan usaha, terutama Pelayanan Pengembangan Usaha, umumnya sangat rendah di kalangan responden PM. Hanya 23 persen dari seluruh responden mengetahui akan adanya PPU. Jumlah ini bahkan lebih rendah untuk subkelompok usia yang paling muda (14 persen), yang mungkin lebih membutuhkan bantuan usaha daripada subkelompok usia lain.

Pengetahuan yang rendah akan pelayanan usaha ini tidak hanya khusus bagi Pengusaha Muda di lokasi-lokasi survei ini. Sebuah survei GTZ (2007) menunjukkan pengetahuan yang sama rendahnya (antara 5 dan 17 persen) untuk usaha-usaha di Jawa Tengah.

Berdasarkan data dari survei ini, tidak bisa disimpulkan apakah Pengusaha Muda tidak tahu akan adanya dan kemungkinan yang mungkin dapat ditawarkan PPU bagi usaha mereka, atau apakah ada kekurangan dari pemberi PPU (*BDS Providers*) yang menangani kebutuhan-kebutuhan Pengusaha Muda tertentu, yang bekerja sendiri atau menjalankan usaha mikro.

9 – Apakah Pengusaha Muda memanfaatkan Pelayanan Usaha? Sejalan dengan rendahnya pengetahuan tentang PPU di kalangan responden PM, penggunaan dan penolakan terhadap pelayanan yang demikian juga sangat rendah. Hanya 40 persen Pengusaha Muda yang tahu PPU dan memanfaatkannya. Sayangnya, survei ini tidak menunjukkan sebab mengapa tingkat penggunaan ini rendah.

Dari perspektif gender, lebih sedikit Pengusaha Muda perempuan yang menggunakan PPU dibandingkan laki-laki. Di samping itu, proporsi Pengusaha Muda yang termuda yang memanfaatkan PPU juga lebih rendah daripada subkelompok usia yang lebih tua. Mengingat adanya asumsi bahwa Pengusaha Muda sangat tergantung pada bantuan eksternal dan bahwa tidak banyak pengusaha dalam membangun atau mengembangkan usahanya tanpa akses pada beberapa PPU formal atau informal (ILO./UNDP, 1999), temuan ini jelas mencemaskan.

10 – Apakah Pelayanan Usaha membantu Pengusaha Muda meningkatkan usaha mereka? Meskipun proporsi Pengusaha Muda yang memanfaatkan PPU sangat kecil (9 persen dari keseluruhan responden), mayoritas dari mereka yang memang memanfaatkannya merasa sangat puas (64 persen) atau paling kurang agak puas (35 persen) dengan pelayanan tersebut. Hanya sebagian kecil dari responden yang tidak puas dengan pengalaman mereka menggunakan PPU.

Di samping itu, Pengusaha Muda yang memanfaatkan PPU umumnya membayar (69 persen). Kemauan mereka untuk membayar menunjukkan nilai tambah bagi usaha responden. Temuan-temuan di atas menyatakan bahwa meskipun tidak banyak Pengusaha Muda yang telah memanfaatkan PPU atau bahkan tahu tentang ketersediaannya, mereka yang telah menggunakannya sangat puas dan mau membayar untuk pelayanan tersebut. Ini harus menjadi peringatan bahwa calon penyedia PPU untuk meningkatkan pelayanan mereka secara lebih efektif atau menawarkan ke pasar yang lebih luas, termasuk Pengusaha Muda dan pengusaha pedesaan.

11 – Apakah Pengusaha Muda tahu tentang Organisasi Keanggotaan Usaha? Pengetahuan tentang Organisasi Keanggotaan Usaha (OKU) di kalangan Pengusaha Muda sangat rendah. Hanya 20 persen yang tahu tentang keberadaan OKU (yang sedikit lebih rendah dari pengetahuan tentang PPU).

Dalam subkelompok usia yang paling muda (15-19 tahun), pengetahuannya sangat rendah (11 persen), dibandingkan dengan subkelompok usia yang lebih tua (16 dan 24 persen). Di samping itu, semakin banyak pengalaman usaha, semakin tahu pula Pengusaha Muda tentang keberadaan OKU. Pengetahuan ini cenderung lebih rendah di daerah pedesaan, yang menunjukkan tingkat penetrasi yang lebih rendah dari OKU di daerah tersebut.

12 – Apakah Pengusaha Muda memanfaatkan Organisasi Keanggotaan Usaha? Dari sekian Pengusaha Muda yang mengetahui tentang OKU, hanya beberapa orang saja yang menjadi anggota aktif (37 persen). Subkelompok usia yang paling muda sekali lagi tidak terwakili dalam OKU. Kaum perempuan bahkan memperlihatkan antusias yang lebih rendah untuk menjadi anggota OKU dibandingkan laki-laki (24 persen berbanding 42). Perbedaan gender yang jelas ini menunjukkan bahwa OKU di Indonesia mungkin didominasi oleh kaum laki-laki. Ini secara tidak langsung menunjukkan potensi yang belum tergali bagi OKU untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan tertentu dari Pengusaha Muda perempuan.

KOTAK 14: Temuan Utama tentang Lingkungan Regulasi

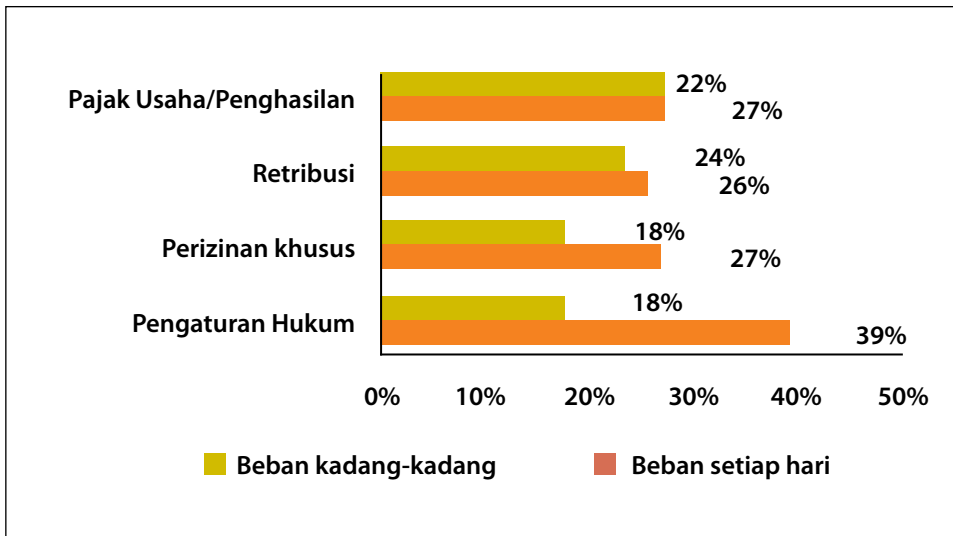
- Data survei jelas menunjukkan tingkat informalitas yang tinggi di kalangan PENGUSAHA MUDA di lokasi-lokasi kajian ini. Mayoritas responden tidak memiliki bahkan satu saja izin usaha generik. Tidak mengherankan, ada korelasi positif antara formalisasi dan usia serta tahun pengalaman dalam usaha karena *entry cost* awal formalisasi dibayang-bayangi oleh keuntungan. Perbandingan dengan kajian sebelumnya menunjukkan bahwa tingkat informalitas di kalangan Pengusaha Muda sama dengan tingkat informalitas usaha makro di Indonesia.
- Sayangnya, mayoritas Pengusaha Muda menyatakan tidak tahu tentang **perizinan dan formalisasi**. Kecenderungan ini bahkan lebih nyata di daerah pedesaan. Tingginya tingkat informalitas mungkin berasal dari kurangnya manfaat yang dianggap bisa diperoleh serta kurangnya mekanisme untuk memberdayakan formalisasi.
- Data menunjukkan bahwa semakin lama dalam usaha, **perizinan** tidak begitu dianggap sebagai sebuah halangan oleh Pengusaha Muda dan mereka menjadi semakin terbiasa dengan hal tersebut. Ini diperlukan terutama untuk mendukung usaha-usaha baru dalam proses formalisasi. Alasan utama mengapa responden Pengusaha Muda menganggap **perizinan usaha sebagai sebuah halangan** adalah bahwa proses itu terlalu rumit, memakan waktu dan mereka tidak mendapatkan cukup informasi tentang hal itu.

3.3.3. Lingkungan Regulasi

13 – Masalah regulasi mana yang dianggap sangat parah oleh PM? Dari seluruh masalah regulasi yang ada, pengaturan hukum dianggap sebagai beban paling berat bagi Pengusaha Muda (39 persen). Masalah lain yang berkaitan dengan pemasukan atau pajak usaha, perizinan khusus atau pungutan juga dianggap sebagai beban biasa untuk tingkat yang sama (lihat **Bagan 4**).

Pengusaha Muda perempuan menganggap lingkungan regulasi tidak begitu parah dibandingkan dengan laki-laki. Dari berbagai kategori tahun dalam usaha dan usia, tidak ada variasi yang signifikan dalam hal keparahan masalah.

Bagan 4: Keparahan Masalah secara Menyeluruh (Presentase)



Sumber: Survei Persepsi Lingkungan Usaha (2010)

14 – Berapa tingkat kepatuhan minimum/maksimum di kalangan Pengusaha Muda Indonesia? Survei ini menetapkan formalisasi usaha berdasarkan jumlah dan jenis perizinan generik yang diperlukan untuk mendirikan sebuah usaha. Sebaliknya, survei-survei lain (misalnya, Doing Business Survey, World Bank/ IFC) mengukur waktu dan langkah-langkah yang diperlukan untuk mendirikan perusahaan terbatas. Karena kurang dari dua persen usaha di Indonesia terdaftar sebagai perusahaan terbatas, indikator ini menyimpang dari pendekatan itu untuk menggambarkan dengan lebih baik realitas Pengusaha Muda di Indonesia.

KOTAK 15: Kepatuhan Usaha dan Desentralisasi di Indonesia

Sejak diperkenalkannya desentralisasi di Indonesia di tahun 2001, kebanyakan tanggung jawab yang terkait dengan perizinan usaha telah bergeser dari pemerintah pusat ke propinsi dan kabupaten. Transformasi yang cepat ini tidak membantu meningkatkan proses yang sudah kompleks, memakan waktu dan mahal ini, tapi sebaliknya telah membuatnya menjadi kurang

transparan. Ratusan regulasi baru dan perizinan pemerintah daerah yang telah diperkenalkan sejak desentralisasi, serta prosedur dari berbagai pelaku yang terlibat, membuat definisi perusahaan formal dan informal menjadi lebih sulit (McCulloch et al, 2010).

Untuk mendaftarkan perusahaan, perusahaan itu harus mendapatkan sejumlah

perizinan khusus sektor dan perizinan generik yang disyaratkan bagi seluruh usaha. Perizinan generik meliputi: HO (Izin Gangguan), SITU, IUI (lisensi untuk membuka usaha di lokasi tertentu / lisensi untuk usaha industri), SIUP (lisensi perdagangan, seringkali digunakan oleh lembaga keuangan sebagai persyaratan minimum dan TDP (registrasi usaha).

Sebagai langkah pertama, survei ini mengukur **kepatuhan minimum**, yang diartikan sebagai pemilikan paling kurang satu lisensi usaha generik. Menurut hukum Indonesia, setiap usaha harus mendaftar di pendaftaran usaha (TDP atau tanda daftar perusahaan) sebagai langkah final setelah seluruh perizinan lain telah diproses. Namun demikian, kebijakan itu tidak diimplementasikan secara konsisten di tingkat propinsi. Oleh sebab itu survei ini menerapkan dua kriteria untuk menentukan kepatuhan maksimum: TDP pertama sebagai pendaftaran resmi dan TDP kedua atau SIUP (lisensi perdagangan).

Indikator tentang kepatuhan minimum menunjukkan bahwa hanya 45 persen Pengusaha Muda yang memenuhi kriteria kepatuhan minimum. Data itu juga menunjukkan bahwa kepatuhan minimum berkorelasi dengan usia. Dalam subkelompok usia termuda, hanya 36 persen yang mencapai kepatuhan minimum, sementara jumlahnya meningkat menjadi 48 persen untuk subkelompok usia yang paling tua. Tidak mengherankan, tren yang sama dapat dilihat waktu membandingkan perusahaan yang baru tumbuh dengan usaha yang telah berjalan lebih dari tiga tahun. Korelasi yang positif ini antara tahun dalam usaha dan formalisasi usaha Pengusaha Muda sejalan dengan temuan sebelumnya dan dijelaskan oleh Levenson dan Maloney (1998).

KOTAK 16: Formalisasi Usaha

Menurut Levenson dan Maloney, formalisasi terjadi bila biaya masuk pertama dari formalisasi (seperti pelaporan persyaratan, pembayaran pajak) dikalahkan oleh keuntungan-keuntungan

seperti kredibilitas, akses pada modal dan penegakan kontrak. Ketidakpastian awal dari usaha yang baru tumbuh akan diselesaikan seiring berjalannya waktu dan usaha yang sukses

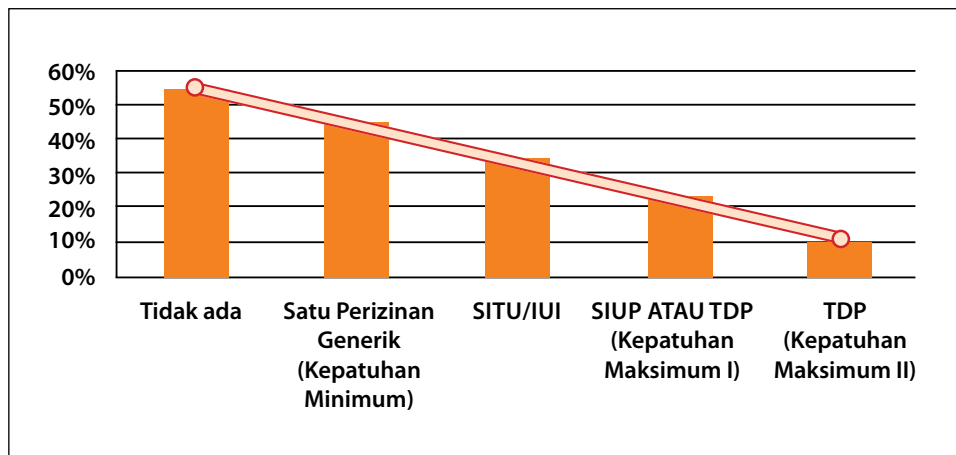
akan merasa beruntung untuk menjadi formal, ada korelasi positif antara tahun-tahun dalam usaha dengan formalitas.

40

Berdasarkan kriteria TDP, kepatuhan maksimum sangat rendah, dengan hanya 9 persen dari seluruh usaha menyatakan memiliki pendaftaran ini. Dengan menggunakan kriteria TDP atau SIUP, kepatuhan maksimum di kalangan Pengusaha Muda meningkat menjadi 32 persen.

Jenis-jenis usaha yang memperlihatkan tingkat kepatuhan paling tinggi meliputi konstruksi, grosir dan eceran, dan pelayanan kesehatan. Sebaliknya, transportasi, telekomunikasi, perumahan dan sektor pelayanan pribadi memperlihatkan tingkat kepatuhan paling rendah. Perbedaan yang terkait sektor dalam data menunjukkan berbagai tingkat insentif untuk formalisasi dan/atau penegakan.

Bagan 5: Angka Kepatuhan Pengusaha Muda



Sumber: Survei Persepsi Lingkungan Usaha (2010)

Ketika membandingkan rata-rata tingkat kepatuhan bagi seluruh jenis perizinan di lokasi-lokasi survei ini (22 persen angka kepatuhan rata-rata) dengan tingkat untuk perusahaan mikro di Jawa Tengah, yang rata-rata 20 persen (GTZ, 2007), ada kemungkinan bahwa Pengusaha Muda tidak punya angka kepatuhan yang lebih rendah (atau lebih tinggi) dibandingkan dengan usaha mikro di Indonesia.

15 – Sampai sejauh mana perizinan usaha menjadi penghalang bagi PM?

Hanya 30 persen dari responden Pengusaha Muda yang tidak menganggap perizinan usaha menjadi penghalang. Lima puluh persen responden tidak menganggap perizinan sebagai sebuah masalah. Jumlah ini bahkan lebih tinggi untuk wilayah perkotaan seperti Surabaya dan Makassar, yang meningkat menjadi 68 persen di kedua kota tersebut.

Ada dua implikasi yang bisa timbul dari angka-angka tersebut. Pertama, Pengusaha Muda kelihatannya tidak melihat ada untungnya melakukan formalisasi usaha mereka, atau keuntungannya dianggap lebih kecil dari pada biaya pengurusannya; dan kedua, tidak ada mekanisme kerja untuk mengharuskan perizinan usaha dan formalisasi itu. Hal ini tentu saja menjadi problematis bagi sebuah sistem hukum, yang harus dibangun atas dasar kepatuhan. Pengusaha Muda yang lain menganggap perizinan usaha sebagai sebuah masalah. Dari kelompok ini, 7 persen mengatakan bahwa mereka tidak bisa menangani masalah itu sendiri, sementara 14 persen menganggap hal tersebut merupakan masalah yang bisa mereka atasi.

Ada korelasi yang jelas antara persepsi tentang perizinan usaha dan usia/tahun dalam usaha. Semakin muda usia Pengusaha Muda atau semakin sedikit pengalaman mereka dalam usaha, maka semakin tinggi persepsi mereka bahwa perizinan usaha merupakan sebuah penghalang. Ini menunjukkan bahwa dengan pengalaman yang lebih banyak, Pengusaha Muda menjadi semakin terbiasa untuk menangani perizinan usaha atau bisa melihat manfaat dari formalisasi usahanya (lihat juga **Kotak 16**).

Tiga alasan utama mengapa perizinan usaha dianggap sebagai sebuah beban jelas nyata terlihat. Yang paling utama ialah Pengusaha Muda melihat bahwa prosesnya terlalu rumit, atau mereka tidak ada informasi yang cukup. Alasan ketiga ialah bahwa proses itu sangat memakan waktu.

3.3.4. Dinamika Usaha

KOTAK 17: Temuan-temuan utama tentang Dinamika Usaha

- Mayoritas Pengusaha Muda beroperasi dalam pasar yang sangat kompetitif, dengan menawarkan jenis produk atau pelayanan yang sama seperti pesaingnya. Hambatan utama bagi Pengusaha Muda untuk melakukan diversifikasi produk dan pelayanan mereka tampaknya adalah kurangnya kemampuan untuk melakukan inovasi. Di lain pihak, Pengusaha Muda yang beroperasi di pasar khusus menunjukkan persepsi yang lebih positif menyangkut pengembangan usaha mereka dibandingkan mereka yang berada dalam pasar yang kompetitif.
- Temuan-temuan tentang dinamika usaha menunjukkan perilaku yang agak tidak menyukai inovasi di kalangan Pengusaha Muda

di propinsi-propinsi dalam kajian ini. Kecenderungan ini terutama sekali terlihat jelas di kalangan pengusaha yang paling muda. Data survei menyatakan bahwa sikaplah, bukannya rintangan eksternal, yang menghalangi Pengusaha Muda untuk melakukan inovasi. Salah satu alasan mengapa angka inovasi cukup rendah di kalangan Pengusaha Muda barangkali adalah kurangnya

pemahaman mereka tentang inovasi sebagai keharusan untuk tumbuh. Untuk mengubah pemikiran yang tidak menyukai inovasi ini, pendidikan dan pelatihan kewirausahaan untuk generasi muda Indonesia dapat menjadi dasar yang penting untuk memberikan Pengusaha Muda pemahaman yang lebih baik tentang konsep-konsep

kewirausahaan dan tentang inovasi sebagai sebuah prakondisi untuk kompetisi.

- Karena inovasi merupakan sebuah indikator utama untuk pertumbuhan usaha, tidaklah mengherankan bahwa semakin inovatif sebuah usaha dalam survei ini maka semakin sejahtera orang dan juga semakin banyak orang dapat pekerjaan.

16 – Dalam pasar jenis apakah usaha Pengusaha Muda beroperasi? Sebuah usaha dapat beroperasi dalam pasar khusus dengan kompetisi yang terbatas atau dalam pasar yang massal, bersaing dengan sejumlah besar usaha yang menawarkan jenis produk atau pelayanan yang sama. Responden Pengusaha Muda diminta untuk mengategorikan usaha mereka berdasarkan perbedaan tersebut, yang kemudian digunakan untuk menilai apakah posisi pasar tersebut memiliki dampak pada dinamika usaha dan inovasi.

Sekitar 70 persen dari Pengusaha Muda melihat bahwa mereka beroperasi dalam pasar yang sangat kompetitif, di mana mereka adalah salah satu dari sekian banyak usaha yang menawarkan produk atau jasa yang sama. Tidak ada korelasi antara posisi pasar dari responden (pasar khusus atau massal) dengan karakteristik atau kematangan usaha.

17 – Bagaimana Pengusaha Muda menilai sendiri perputaran (turnover) mereka? Mayoritas responden Pengusaha Muda (70 persen) mengatakan adanya peningkatan perputaran, 12 persen penurunan perputaran, dan 18 persen usahanya stabil dibandingkan tahun sebelumnya. Namun demikian, angka-angka itu sangat berbeda-beda di setiap lokasi.

Mereka yang mengalami peningkatan perputaran tahun lalu biasa juga lebih optimistis tentang masa depan usaha mereka dengan mengharapkan perputarannya meningkat. Tidak satu pun dari responden survei yang mengharapkan penurunan perputaran. Usaha yang beroperasi di pasar khusus menunjukkan persepsi yang lebih positif tentang pengembangan usaha dibandingkan dengan mereka yang beroperasi di pasar yang kompetitif.

18 – Bagaimana tingkat inovasi di kalangan Pengusaha Muda Indonesia? Inovasi adalah unsur utama dari daya saing dan merupakan hal yang penting untuk usaha guna memastikan pertumbuhan dan penguasaan pasar. Untuk menilai tingkat inovasi di kalangan Pengusaha Muda Indonesia, responden ditanya apakah mereka telah memperkenalkan produk atau pelayanan baru dalam tahun terakhir.

Kabupaten Barru dan Jember memperlihatkan jumlah usaha inovatif yang cukup besar (masing-masing sekitar 50 dan 40 persen) sementara Sikka menunjukkan jumlah yang paling rendah (hanya 19 persen). Wilayah lainnya memperlihatkan tingkat inovasi yang sama rendahnya.

Tidak mengherankan, usaha-usaha yang inovatif cenderung lebih dinamis. Sekitar 80 persen dari Pengusaha Muda yang mengatakan mereka memperkenalkan produk atau pelayanan baru tahun lalu menyatakan telah meningkatkan perputaran mereka dalam periode yang sama (dibandingkan 70 persen dari seluruh PM). Mereka juga lebih positif tentang pertumbuhan usaha di tahun mendatang. Sehubungan dengan angka inovasi, data survei tidak menunjukkan adanya perbedaan antara Pengusaha Muda yang beroperasi di pasar khusus dengan yang beroperasi di pasar yang kompetitif.

Survei ini tidak hanya menanyakan tentang inovasi-inovasi yang diperkenalkan di masa lalu, tapi juga menanyakan apakah Pengusaha Muda berencana untuk memperkenalkan produk atau layanan baru di tahun mendatang. Perbandingan antara inovasi di masa lalu dengan inovasi di masa datang memperlihatkan hasil yang cukup menarik. Berada di angka 31 persen, angka inovasi yang direncanakan di masa lalu oleh responden Pengusaha Muda persis sama seperti tahun lalu. Pengusaha Muda yang memperkenalkan inovasi di masa lalu adalah pengusaha yang sama yang merencanakan inovasi di masa mendatang. Ini menunjukkan bahwa rendahnya tingkat inovasi di masa lalu bukan hanya karena keterbatasan sementara untuk mewujudkan inovasi yang potensial, tapi lebih menunjukkan sikap yang tidak begitu menyukai inovasi yang umum ditemukan di kalangan PM. Temuan yang mencemaskan ini menunjukkan bahwa tidak banyak perubahan terkait inovasi yang bisa diharapkan di masa mendatang kecuali PENGUSAHA MUDA Indonesia mengubah cara berpikir mereka dalam hal ini.

KOTAK 18: Perilaku Kurang Menyukai Inovasi di kalangan Pengusaha Muda Indonesia

Temuan-temuan itu menyanggah salah satu hipotesa yang mendorong kajian ini, yakni asumsi bahwa pengusaha muda adalah sumber inovasi dan kompetisi untuk ekonomi. Di saat yang sama, hal ini menegaskan argumen akan perlunya lebih banyak pendidikan dan pelatihan kewirausahaan bagi generasi muda Indonesia. Jika seorang pengusaha ditantang untuk

memperkenalkan produk atau layanan baru (atau inovasi melalui metode produksi yang baru) ia dengan sendiri menantang status sendiri sebagai seorang pengusaha (lihat definisi tentang pengusaha 2.2).

Di samping itu, pertumbuhan usaha tidak bisa dipertahankan tanpa inovasi, khusus untuk Pengusaha Muda yang

berkemungkinan besar akan mengandalkan potensi kreatifnya sesuai keuntungan kompetitif mereka paling besar. Pemberian pemahaman yang lebih baik tentang konsep kewirausahaan sebagai bagian dari pendidikan mereka mungkin tidak akan cukup untuk mengubah sikap yang tidak menyukai inovasi ini, tapi akan menjadi dasar yang penting untuk mencapai tujuan tersebut.

Data menunjukkan bahwa di kalangan responden survei, tingkat inovasi jelas ada kaitannya dengan usia: semakin tua usia subkelompok, semakin tinggi pula kemungkinan untuk melakukan inovasi. Ini menunjukkan bahwa para pengusaha baru khususnya tidak mengerti bahwa inovasi adalah sebuah kebutuhan pasar. Seperti yang dijelaskan dalam paragraf di atas, salah satu alasannya mungkin adalah kurangnya mata pelajaran kewirausahaan di sekolah-sekolah (kecuali di SMK).

19 – Apa saja harapan menyangkut lapangan kerja bagi karyawan baru di kalangan Pengusaha Muda Indonesia? Pandangan ekonomi umum yang positif diperlihatkan dalam harapan untuk rekrutmen karyawan baru. Secara keseluruhan, 23 persen dari seluruh responden berencana untuk mempekerjakan karyawan baru di tahun mendatang, 47 persen responden belum bisa memutuskan dan sekitar 30 persen yakin bahwa mereka tidak akan mempekerjakan karyawan baru. Rencana untuk penambahan karyawan meningkat separuh bila hanya melihat pada usaha yang memiliki pandangan positif untuk masa mendatang.

Namun tingginya jumlah Pengusaha Muda yang meningkatkan perputaran mereka di tahun terakhir tidak terlihat dalam rencana untuk mempekerjakan karyawan baru. Sebagian Pengusaha Muda lebih suka untuk memperkenalkan produk atau layanan baru, yang menunjukkan bahwa responden Pengusaha Muda tidak merasa perlu tambahan tenaga untuk meningkatkan pertumbuhan usaha. Ada kemungkinan bahwa kebutuhan untuk melakukan rekrutmen tertunda begitu rencana untuk produk inovasi telah dimatangkan.

3.3.5. Akses pada Keuangan

Akses pada keuangan dinyatakan oleh Pengusaha Muda sebagai salah satu masalah operasional yang paling parah, dan survei menunjukkan bahwa separuh responden Pengusaha Muda menghadapi kesulitan mendapatkan keuangan dari sumber-sumber eksternal. Temuan-temuan utama dari bab ini dirangkum dalam paragraf berikut.

KOTAK 19: Temuan-temuan Utama tentang Akses pada Keuangan

- Keluarga tentu saja merupakan sumber modal awal yang paling penting bagi Pengusaha Muda di Indonesia. Meskipun ini penting bagi usaha yang baru dibangun, keterlibatan keluarga melihatnya menurun sejalan dengan semakin matangnya usaha itu.
- Semakin muda dan semakin kurang pengalaman dari pengusaha, maka semakin sulit pula baginya untuk mendapatkan bantuan keuangan eksternal.
- Yang mengherankan adalah bahwa bank-bank komersial

merupakan sumber utama kredit eksternal untuk responden Pengusaha Muda. Namun kebanyakan sumber-sumber keuangan eksternal lainnya, yang merupakan mayoritas, adalah bersifat informal.

- Pengusaha Muda perempuan bahkan terlihat lebih kesulitan untuk mengakses keuangan daripada Pengusaha Muda

laki-laki, dan proporsi responden perempuan yang telah menerima kredit eksternal lebih kecil daripada laki-laki. Namun data survei menunjukkan bahwa lebih banyak perempuan daripada laki-laki yang melek finansial, membuat catatan finansial, dan memiliki rekening bank. Kenyataan bahwa mereka masih menghadapi kesulitan mengakses keuangan

eksternal merupakan indikator yang jelas tentang praktek-praktek diskriminasi terhadap perempuan.

- Tingkat pendidikan umum sepertinya turut mendukung melek finansial dan rintangan awal untuk mendapatkan bantuan finansial bagi Pengusaha Muda.

20 – Apa saja sumber pendanaan awal bagi PM? Survei ini memperlihatkan dua sumber utama pendanaan awal. Yang pertama dan yang terpenting adalah keluarga, karena 39 persen responden mendapatkan seluruh modal awal dari sumber tersebut dan 13 persen lainnya mendapatkan mayoritas modal awal dari keluarga. Angka-angka ini menunjukkan pentingnya peranan keluarga dalam memberikan pendanaan awal untuk Pengusaha Muda. Mereka juga mengajukan pertanyaan apakah keterlibatan keluarga semacam ini menyiratkan adanya rasa kepemilikan di pihak anggota keluarga yang terlibat dalam pendanaan usaha PM, dan bagaimana ini juga digambarkan dalam pembagian keuntungan.

Kedua, 33 persen dari responden memulai usaha mereka secara eksklusif dengan modal sendiri. Selanjutnya, data survei menunjukkan bahwa seluruh sumber-sumber lainnya (seperti dari teman) tidak begitu signifikan dalam pendanaan awal usaha Pengusaha Muda dan itu memainkan peranan hanya dalam kasus-kasus yang luar biasa.

Data survei menunjukkan adanya korelasi antara usia dan sumber modal utama. Semakin tua Pengusaha Muda, semakin kecil mereka akan bergantung kepada modal keluarga dan lebih kepada sumber pendanaan sendiri. Di berbagai lokasi dari kajian ini, dua kabupaten cukup menonjol dalam hal sumber-sumber pendanaan. Di Jember, keterlibatan keluarga bahkan lebih nyata dibandingkan dengan lokasi survei lainnya (65 persen dari Pengusaha Muda menerima seluruh atau sebagian besar pendanaan awal mereka dari keluarga). Sebaliknya di Surabaya terlihat adanya sumber-sumber pendanaan yang lebih beragam, yang menunjukkan lebih mudah untuk mendapatkan pendanaan di sana.

21 – Bagaimana tingkat pemilikan rekening bank di kalangan Pengusaha Muda? Seseorang dapat saja berasumsi bahwa membuka rekening bank adalah langkah pertama bagi seseorang untuk memulai sebuah usaha. Namun demikian, data survei menunjukkan gambaran yang berbeda, karena hanya 64% dari usaha Pengusaha Muda yang memiliki rekening bank, dengan jumlah perempuan yang sedikit di bawah laki-laki. Angka ini akan dipertimbangkan dalam kaitannya dengan besarnya sektor informal di Indonesia (lihat Bab 3.3.4).

Tidak mengherankan bahwa data menunjukkan korelasi yang positif antara lamanya berusaha serta usia dengan kepemilikan rekening bank. Dalam hal tingkat pendidikan, Pengusaha Muda yang memiliki pendidikan yang lebih tinggi berkemungkinan besar akan memiliki rekening bank dibandingkan dengan mereka yang memiliki pendidikan yang lebih rendah. Ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan umum berkontribusi pada melek finansial dan mengurangi rintangan awal untuk mendapatkan bantuan keuangan.

22 – Bagaimana tingkat pencatatan keuangan di kalangan Pengusaha Muda? 41 persen Pengusaha Muda secara teratur membuat catatan keuangan mereka, 22 persen kadang-kadang saja melakukan itu dan 37 persen tidak pernah sama sekali. Ada sedikit perbedaan berkaitan dengan gender, di mana proporsi perempuan yang membuat catatan keuangan lebih tinggi daripada laki-laki.

Data juga menunjukkan tingginya disparitas regional. Sementara Pengusaha Muda di Makasar dan Surabaya menunjukkan angka pencatatan keuangan yang sangat tinggi (masing-masing 85 dan 83 persen), sebaliknya kabupaten Sikka dan Barru memiliki angka yang sangat rendah (masing-masing 43 dan 51 persen).

Yang menarik adalah bahwa data survei tidak menggambarkan korelasi antara pencatatan keuangan dengan indikator sebelumnya tentang kepemilikan rekening bank. Ini mungkin menunjukkan bahwa Pengusaha Muda tidak melihat kepemilikan rekening bank sebagai sebuah alat yang otomatis untuk pencatatan keuangan, tapi lebih merupakan sesuatu yang terpisah dari pencatatan keuangan mereka.

23 – Bagaimana tingkat kepatuhan minimum terhadap dokumentasi legal untuk mendapatkan kredit di kalangan Pengusaha Muda? Untuk mendapatkan kredit dari lembaga-lembaga keuangan formal, kepatuhan minimum tertentu atas dokumentasi legal sangat dibutuhkan. Bank-bank komersial biasanya meminta paling kurang izin usaha (SIUP) sebagai bukti sahnya pendirian usaha tersebut. Oleh sebab itu, hal ini diartikan sebagai kriteria minimum untuk mengakses lembaga-lembaga keuangan formal.

Sebagaimana telah dilihat dalam **bagian 3.3.3**, hanya 23 persen dari responden Pengusaha Muda yang memiliki izin usaha – sebuah angka yang lebih rendah dibandingkan temuan oleh survei GTZ (2007) di Jawa Tengah. Rendahnya angka kepatuhan responden Pengusaha Muda dalam survei ini secara otomatis mengeluarkan mereka lebih dari dua pertiga dari akses pada sumber-sumber pendanaan formal. Tingkat terendah dari kepatuhan akan dokumentasi legal ini di kalangan responden survei ini adalah di Jawa Timur (Jember dan Surabaya).

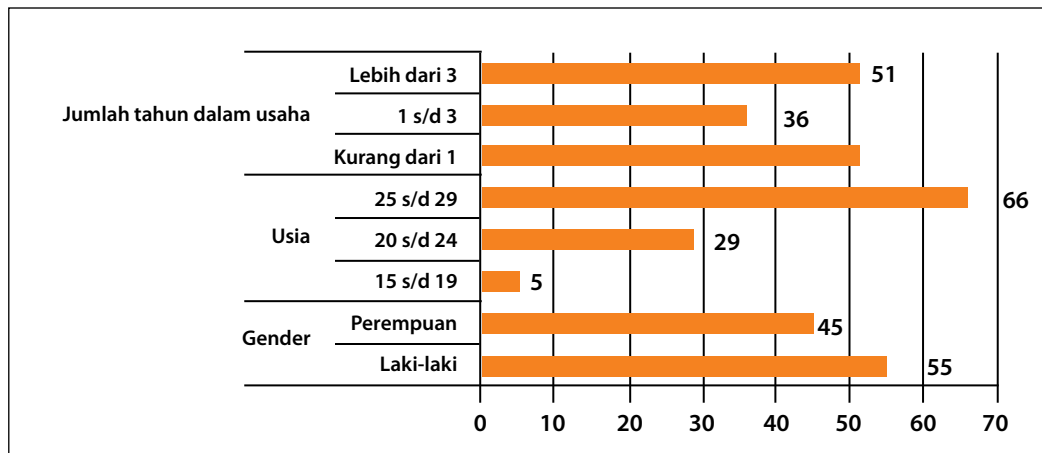
24 – Bagaimana perilaku kredit dan sejarah dari Pengusaha Muda? Indikator ini menilai apakah Pengusaha Muda mau mencari kredit jika mereka melihat adanya peluang usaha yang tidak bisa mereka danai sendiri atau dengan bantuan keluarga. Mayoritas responden (89 persen) setuju bahwa mereka akan mencari modal dari sumber-sumber eksternal.

Paling kurang 38 persen responden telah menerima kredit eksternal (dari luar keluarga) di masa lalu. Kelihatannya sejarah kredit tidak berkorelasi dengan satu hukum usaha Pengusaha Muda. Ini mungkin menunjukkan bahwa banyak sumber-sumber kredit bersifat informal dan akses pada kredit tidak selalu merupakan sebuah insentif untuk formalisasi.

Data survei menunjukkan bahwa laba Pengusaha Muda yang memiliki sejarah pendanaan eksternal meningkat secara proporsional dengan jumlah tahun dalam usaha, yang menunjukkan bahwa semakin berpengalaman seorang Pengusaha Muda, maka semakin besar kemungkinan ia akan mendapatkan akses pada sumber-sumber kredit formal. Ini dapat dijelaskan dengan persyaratan bank yang meminta paling kurang dua tahun aktivitas usaha sebagai pengganti agunan.

Proporsi Pengusaha Muda laki-laki yang telah menerima kredit eksternal paling kurang sekali lebih tinggi daripada Pengusaha Muda perempuan (55 persen berbanding 45), yang menimbulkan pertanyaan apakah perempuan mudah mengalami diskriminasi untuk mendapatkan kredit eksternal.

Bagan 6: Sejarah Kredit menurut Segmen (Presentase)



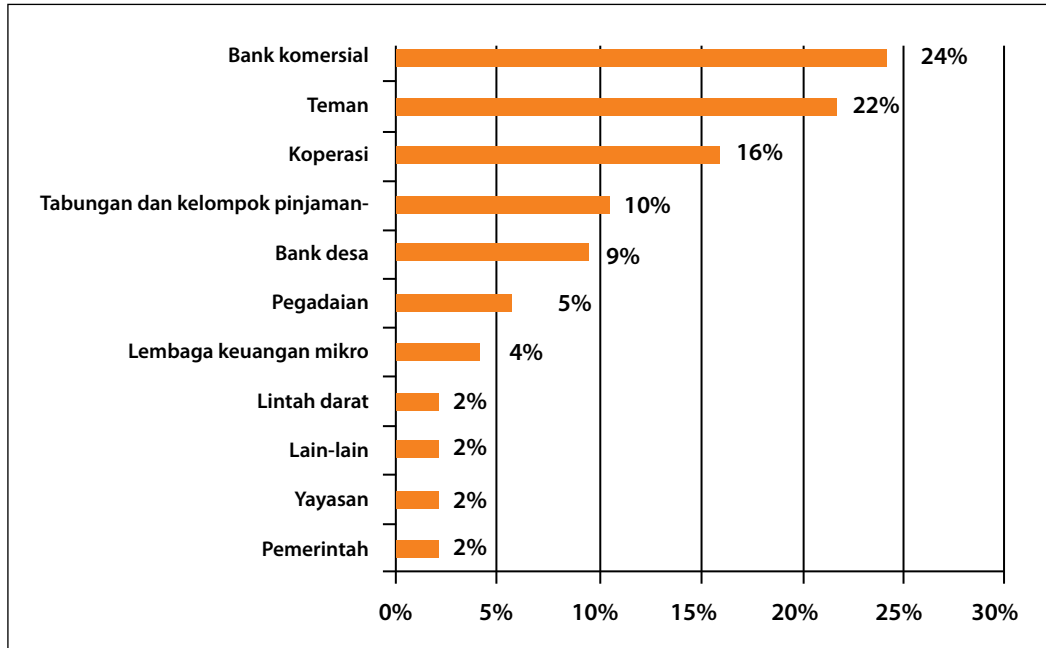
Sumber: Survei Persepsi Lingkungan Usaha (2010)

25 – Apa saja sumber-sumber kredit utama untuk Pengusaha Muda yang telah menerima kredit paling kurang sekali? Cukup mengherankan bahwa bank-bank komersial adalah sumber utama kredit eksternal untuk responden yang telah menerima kredit di masa lalu (24 persen), diikuti oleh teman, koperasi, tabungan dan kelompok pinjaman dan bank-bank desa. Pegadaian, lembaga-lembaga keuangan mikro, pemerintah dan sumber-sumber lainnya tidak banyak memainkan peranan sebagai sumber pendanaan (Bagan 7).

Kenyataan bahwa bank-bank komersial adalah sumber utama kredit eksternal merupakan sebuah tanda yang positif, yang menunjukkan bahwa lembaga-

lembaga keuangan komersial di Indonesia mengakui potensi Pengusaha Muda. Teman dipandang sebagai hal penting kedua dalam hal pinjaman, yang menunjukkan bahwa jejaring pribadi cukup relevan dengan Pengusaha Muda, meskipun hanya sebagian kecil yang memulai usaha mereka bersama teman.

Bagan 7: Sumber-sumber Kredit (Presentase)



Sumber: Survei Persepsi Lingkungan Usaha (2010)

Tabungan dan kelompok pinjaman dianggap sebagai sebuah langkah perantara dalam menghubungkan usaha dengan lembaga-lembaga keuangan komersial. Namun demikian, hasil survei menunjukkan bahwa keanggotaan dalam tabungan dan kelompok pinjaman tidak cukup umum di antara PM, kecuali untuk Sikka (dan pulau Flores secara umum), di mana lebih dari 40 persen pengusaha adalah anggota kelompok-kelompok yang demikian. Sikka memiliki basis keanggotaan yang kuat dari sekitar 30.000 orang yang diorganisir oleh koperasi, karena tabungan dan koperasi pinjaman sangat populer di kalangan pengusaha mikro, termasuk Pengusaha Muda.

Di wilayah lainnya dalam survei ini, keanggotaan aktif cukup rendah (7 persen dari responden). Tujuh persen lagi telah menjadi anggota kelompok simpan pinjam di masa lalu tapi sekarang tidak aktif lagi.

3.3.6 Sumber Daya Manusia dan Ketenagakerjaan

KOTAK 20: Temuan-temuan utama tentang Sumber Daya Manusia dan Ketenagakerjaan

- Banyak responden Pengusaha Muda tidak punya pengalaman kerja sebelumnya waktu mereka memulai usaha. Mayoritas dari mereka yang memiliki pengalaman kerja mendapatkannya dari usaha keluarga, yang menunjukkan bahwa banyak Pengusaha Muda berasal dari keluarga yang memiliki latar belakang bisnis. Pada saat yang sama, kelihatannya kurang kesempatan bagi generasi muda Indonesia untuk mendapatkan pengalaman kerja yang berharga sebagai bagian dari pendidikan mereka.
- Pengusaha Muda melihat perlunya pengembangan keterampilan lanjutan. Bidang-bidang permintaan yang paling tinggi adalah manajemen keuangan, pemasaran dan keterampilan teknis khusus. Kebutuhan untuk pengembangan keterampilan selanjutnya cukup menonjol di kalangan pengusaha yang baru membuka usaha, yang harus ditargetkan secara khusus (misalnya oleh Pelayanan Pengembangan Usaha). Kurangnya keterampilan teknis khusus kelihatannya berasal dari komposisi responden PM, yang sebagian besar dari mereka adalah lulusan SMA dan belum pernah mendapatkan pendidikan kejuruan.
- Banyak Pengusaha Muda menganggap sulit untuk merekrut karyawan yang terampil. Di saat yang sama, hasil survei juga menunjukkan bahwa Pengusaha Muda umumnya mempekerjakan anggota keluarga. Kombinasi ini mungkin menunjukkan beban yang harus dipikul oleh Pengusaha Muda sebagai akibat dari tekanan sosial untuk mempekerjakan anggota keluarga bagaimana pun kualifikasi mereka.
- Profil dan besarnya usaha Pengusaha Muda mempertegas asumsi bahwa meskipun promosi Pengusaha Muda itu penting untuk mencegah pengangguran kaum muda, Pengusaha Muda itu sendiri bukanlah tenaga kerja yang substansial di pasar kerja.
- Ada tingkat informalitas yang sangat tinggi di kalangan karyawan PM, yang tentu saja karena tingginya tingkat keterlibatan keluarga dalam usaha mereka. Tingkat informalitas yang tinggi ini direfleksikan dalam rendahnya kepatuhan terhadap upah minimum regional dan jaminan sosial. Terkait dengan upah minimum, data survei menunjukkan bahwa kurangnya kesadaran adalah halangan terbesar bagi kepatuhan yang lebih besar. Rendahnya kepatuhan terhadap jaminan sosial (Jamsostek) paling kurang sebagian dikompensasi melalui skema informal lainnya yang mencakup biaya pengobatan karyawan.

26 – Bagaimana tingkat pengalaman kerja yang dimiliki oleh Pengusaha Muda sebelum mereka memulai usaha mereka? Mayoritas Pengusaha Muda telah memiliki pengalaman kerja sebelum mereka memulai usahanya. Pengalaman ini didapatkan baik setelah mereka tamat (40 persen) atau sewaktu mereka menjalani pendidikan formal (16 persen). Data survei menunjukkan disparitas regional yang sangat kecil.

Sebagian besar dari pengalaman kerja itu diperoleh dalam usaha keluarga (40 persen), yang menunjukkan bahwa sebagian besar Pengusaha Muda berasal dari keluarga yang memiliki latar belakang bisnis. Hanya sedikit Pengusaha Muda yang telah pernah bekerja dalam usaha teman (14 persen) atau sama sekali berada di luar wilayah keluarga mereka atau teman (20 persen). Lebih dari 25 persen Pengusaha Muda belum memiliki pengalaman kerja sebelum mereka memulai usahanya.

Ada dua temuan yang berasal dari angka-angka tersebut: pertama, saat ini ada kekurangan fasilitas dan kesempatan bagi orang muda untuk mendapatkan pengalaman kerja yang terorganisir dan berharga di luar lingkaran keluarga mereka dan teman (misalnya magang sebagai bagian dari pendidikan mereka), dan kedua, banyak Pengusaha Muda berasal dari keluarga yang memiliki latar belakang bisnis.

Tingkat Pengusaha Muda perempuan yang memiliki pengalaman kerja sebelumnya lebih rendah daripada laki-laki (48 persen banding 61 persen). Di samping itu, perempuan bahkan lebih berkemungkinan untuk mendapatkan pengalaman dengan keluarga mereka. Ini menunjukkan bahwa perempuan muda bahkan berada dalam posisi yang lebih sulit di pasar tenaga kerja, karena hanya sedikit yang memiliki kesempatan untuk mendapat pengalaman kerja di luar usaha keluarga.

27 – Bagaimana Pengusaha Muda menilai sendiri kebutuhan akan pengembangan keterampilan selanjutnya? Mayoritas responden (63 persen) sangat merasakan adanya kebutuhan akan pengembangan keterampilan tambahan di berbagai bidang usaha, dan beberapa Pengusaha Muda melihat adanya kebutuhan untuk mengembangkan keterampilan dalam satu wilayah tertentu. Hanya 16 persen merasa telah cukup terampil untuk menjalankan usaha mereka.

Sebuah pengecualian regional yang cukup signifikan adalah Sikka, di mana hanya 24 persen responden yang merasa bahwa mereka perlu meningkatkan keterampilan mereka. Namun pada saat yang sama, Pengusaha Muda di Sikka menunjukkan inovasi yang sangat rendah di antara semua lokasi, yang menunjukkan bahwa responden Pengusaha Muda di Sikka kurang berambisi sehubungan dengan rencana usaha mereka dan tidak begitu kritis waktu diminta untuk menilai sendiri keterampilan mereka.

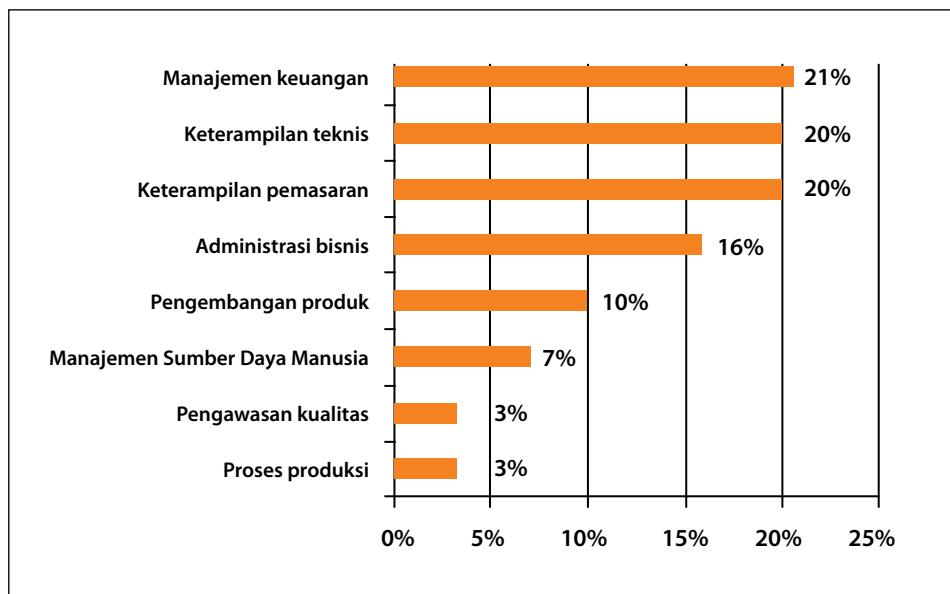
Baik responden perempuan maupun laki-laki sama-sama memiliki kebutuhan yang sama untuk pengembangan kapasitas. Namun demikian, responden Pengusaha Muda yang memiliki sedikit pengalaman bisnis melihat kebutuhan yang lebih nyata untuk pengembangan keterampilan dibandingkan dengan temannya yang lebih berpengalaman. Ini akan menuntut pelatihan kapasitas dan pelayanan pengembangan usaha yang fokus pada aktivitas memulai usaha. Jenis-jenis keterampilan yang sangat diperlukan di kalangan Pengusaha Muda diberikan dalam indikator berikutnya.

28 – Apa saja jenis keterampilan yang diperlukan oleh Pengusaha Muda?

Responden diminta untuk memilih satu keterampilan yang perlu sekali mereka kembangkan. Permintaan paling tinggi adalah di bidang manajemen keuangan, pemasaran dan keterampilan teknis. Keterampilan dasar dalam dua kategori pertama itu harus menjadi bagian dari seluruh pelatihan/pendidikan kewirausahaan. Tingginya kebutuhan untuk keterampilan teknis yang spesifik mungkin berasal dari latar belakang pendidikan responden, karena mayoritas lulusan SMA, yang menyiapkan siswanya untuk akademis bukan untuk pekerjaan teknis.

Kebutuhan untuk mengembangkan keterampilan di bidang administrasi bisnis, pengembangan produk dan manajemen sumber daya manusia masing-masing 16, 10 dan 7 persen (**Bagan 8**).

Bagan 8: Jenis Pengembangan Keterampilan yang diperlukan (Presentase)



Sumber: Survei Persepsi Lingkungan Usaha (2010)

29 – Seberapa mudah/susahkah bagi Pengusaha Muda untuk merekrut

karyawan yang terampil? Sekitar 30 persen dari seluruh responden merasa sulit untuk mendapatkan karyawan yang terampil, sekitar 42 persen kadang menganggap ini sulit dan 28 persen sisanya tidak menemukan kesulitan untuk mendapat karyawan yang terampil. Jenis-jenis usaha yang memiliki masalah paling besar dalam mendapatkan karyawan yang terampil meliputi kontraktor bangunan, pelayanan computer, telekomunikasi, bengkel dan penjahit.

Sebagaimana dianalisis sebelumnya (**Bab 3.3.1**), sebagian besar Pengusaha Muda adalah bekerja sendiri atau mempekerjakan anggota keluarga, yang

berimplikasi bahwa mereka tidak perlu merekrut orang dan oleh sebab itu tidak banyak yang bisa mereka katakan tentang kualifikasi karyawan mereka. Secara rata-rata, 1.600 usaha yang disurvei menciptakan pekerjaan untuk masing-masing 1,5 orang, yang sama dengan sekitar 2.500 lapangan kerja. Angka-angka tersebut menggarisbawahi argumen bahwa peningkatan Pengusaha Muda dapat membantu mencegah pengangguran kaum muda tapi potensi untuk efek lapangan kerja lanjutan belum tergarap.

30 – Apakah Pengusaha Muda mempekerjakan karyawannya dengan kontrak kerja tertulis? Hanya 9 persen dari responden yang memiliki karyawan (dari luar keluarga mereka) dan mempekerjakan karyawan di bawah kontrak kerja tertulis. Tingginya tingkat informalitas ini mungkin memiliki implikasi bagi dua indikator berikut: upah minimum dan jaminan sosial.

31 – Apakah Pengusaha Muda mematuhi aturan upah minimum regional? Hampir separuh dari responden yang memiliki paling kurang satu orang karyawan (dari luar keluarga mereka) bahkan tidak tahu tentang upah minimum regional dan 22 persen lainnya tidak mematuhi karena mereka menganggap bahwa upah minimum itu terlalu tinggi. Baik tingkat kepatuhan yang rendah maupun kurang kesadaran menunjukkan perlunya kebijakan informasi yang lebih baik dan lebih transparan. Dalam lingkungan yang lebih informal, masalah kesadaran mungkin lebih mudah ditangani daripada penguatan.

Perbandingan regional menunjukkan berbagai tingkat kepatuhan, di mana Surabaya dan Merauke memperlihatkan angka kepatuhan terbaik (sekitar 50 persen), sementara Barru dan Jember memiliki tingkat kepatuhan terendah (masing-masing 8 dan 21 persen).

32 – Apakah Pengusaha Muda mematuhi pembayaran jaminan sosial? Mengingat rendahnya tingkat kontrak formal di kalangan karyawan Pengusaha Muda, tidak mengherankan jika hanya 5 persen saja dari Pengusaha Muda yang mempekerjakan orang yang bukan anggota keluarga dan membayar dana jaminan sosial Jamsostek. Namun demikian, survei tidak menunjukkan apakah seluruh karyawan mencapai pendapatan minimum yang diperlukan untuk bisa memenuhi syarat untuk mendapatkan asuransi. Dalam hal apapun, angka-angka itu menunjukkan bahwa mayoritas karyawan Pengusaha Muda tidak diasuransikan ke Jamsostek.

Meskipun hanya sebagian kecil dari Pengusaha Muda yang mengasuransikan karyawannya dengan Jamsostek, ini tidak berarti bahwa karyawan tersebut tidak diasuransikan sama sekali. Dua puluh dua persen responden menyatakan bahwa mereka membayar sepenuhnya biaya pengobatan karyawan bilamana mereka sakit dan 38 persen lainnya hanya membayar separuh saja.

Rekomendasi Kebijakan

BEBERAPA persoalan harus dipecahkan untuk memperbaiki lingkungan usaha bagi Pengusaha Muda. Berbagai temuan utama, yang disajikan dalam Bab 3, meminta pembuat kebijakan di tingkat nasional dan propinsi untuk mengambil tindakan yang dipandang perlu. Rekomendasi utama yang dihasilkan dari temuan-temuan tersebut adalah sebagai berikut.

- I. Sebagian besar Pengusaha Muda terkonsentrasi pada beberapa sektor usaha, yakni Perdagangan Grosir, Perdagangan Eceran, Restoran dan Perhotelan. Penyebab utama terjadinya konsentrasi ini adalah kenyataan bahwa kendala awal (modal, teknologi dan keterampilan) untuk memasuki bidang usaha tersebut rendah. Sesuai dengan kebijakan pengembangan 6 koridor ekonomi baru, suatu pendekatan berbasis sektor dapat diterapkan *sebagai prioritas dalam rangka mengurangi kendala terkait dengan modal dan keterampilan ketika memasuki dunia usaha*, dan mendorong penciptaan usaha bagi kaum muda yang terkait dengan bidang-bidang yang memiliki nilai-nilai spesifik.
- II. Sebagian besar Pengusaha Muda memiliki latar pendidikan yang lebih tinggi dibanding rata-rata angkatan kerja Indonesia, yang menunjukkan bahwa kewirausahaan bukan merupakan alternatif untuk pendidikan. Porsi terbesar dari mereka lulus dari Sekolah Menengah Atas (SMA). Berbeda dengan sekolah menengah kejuruan (SMK), di SMA tidak ditawarkan pelatihan kewirausahaan sebagai bagian dari kurikulumnya, dan responden menyatakan bahwa pelatihan keterampilan kewirausahaan (di bidang pengelolaan keuangan, pemasaran) diperlukan. Kurangnya persiapan

kewirausahaan lebih lanjut tercermin dalam sikap responden survei yang menunjukkan perilaku yang cenderung tidak berani berisiko dan kurang inovatif. Memasukkan *pelatihan kewirausahaan yang sistematis sebagai bagian dari pendidikan di SMA* akan meningkatkan kemampuan kaum muda dalam meramalkan peluang pasar dan dapat memainkan peranan dalam potensi mereka untuk berinovasi dan dalam kesinambungan dan profitabilitas perusahaan / usaha mereka.

- III. Karena keterbatasan ekonomi formal di Indonesia untuk menyerap kaum muda yang memasuki pasar kerja, upaya mendorong dan memupuk kewirausahaan di kalangan kaum muda merupakan usaha penting dalam rangka mencegah mereka agar tidak menjadi penganggur (misalnya melalui upaya memasukkan pelatihan kewirausahaan dalam kurikulum atau dalam kegiatan ekstra kurikuler). Kendatipun demikian, status pengusaha dalam masyarakat Indonesia masih sangat rendah dan model peran pengusaha sangat kurang. Melalui media, pimpinan politik di tingkat nasional dan propinsi perlu *secara sistematis mendorong mempromosikan model peran dan cerita sukses* yang dapat menginspirasi kaum muda untuk menjadi pengusaha dan memberikan kontribusi untuk mengubah citra di kalangan masyarakat bahwa kewirausahaan sebagai pekerjaan ketika semua usaha lain tidak berhasil. Dalam hal ini, penyebaran informasi mengenai dunia kerja khususnya pada tahap awal memiliki dampak pada keputusan kaum muda yang ingin menjadi pengusaha berdasarkan fakta yang diketahuinya.
- IV. Sebagian besar Pengusaha Muda tidak menggunakan dan tidak menyadari keberadaan Pelayanan Pengembangan Usaha (PPU) atau Business Development Services, lepas dari kenyataan bahwa mereka yang mengetahui keberadaan dan memanfaatkan PPU menghargai dukungan yang diberikan lembaga tersebut. Penyedia pelayanan pengembangan usaha (Business Development Service Providers - BDSP) memiliki tanggung jawab untuk mempromosikan pelayanan mereka dengan lebih baik dan menawarkan pelayanan ke pasar yang lebih luas, termasuk Pengusaha Muda di wilayah masing-masing. Instansi pemerintah hendaknya mempertimbangkan *pemanfaatan penyedia pelayanan pengembangan usaha (BDSP) komersial sebagai bagian dari program bantuan dan dukungan bagi perusahaan yang masih baru*. Sistem kupon (voucher) bagi Pengusaha Muda, yang sah dan diterima penyedia PPU yang terakreditasi, akan memberikan dampak positif pada (a) kelestarian usaha kaum muda dan (b) pasar PPU .
- V. Hampir tidak ada pengusaha wanita, baik dari pengusaha termuda dan dari pengusaha di daerah pedesaan yang menjadi perwakilan dalam Keanggotaan Organisasi Usaha atau BMO. *BMO memiliki tanggung jawab untuk meningkatkan jangkauan mereka kepada pelaku wirausaha perempuan, pengusaha yang lebih muda, pengusaha muda di daerah pedesaan*, dan memastikan bahwa kelompok-kelompok ini memiliki suara untuk mewakili kepentingan mereka.

- VI. Formalisasi merupakan proses yang bertahap: semakin lama berkecimpung di dunia usaha, masalah perizinan akan semakin kecil dipandang sebagai kendala. Ada cakupan untuk meningkatkan akses usaha baru terhadap perizinan dengan cara *(a) mempercepat proses perizinan dan memperpendek birokrasi, (b) dengan menjadikannya lebih transparan, (c) dengan mengkaji kembali sistem insentif yang berkaitan dengan akses terhadap pelayanan keuangan, akses ke input, pasar dan layanan pendukung yang akan membantu dan mendorong usaha baru agar mendapatkan lisensi atau izin.*
- VII. Pengusaha Muda dengan pengalaman usaha yang terbatas menghadapi kesulitan yang lebih besar dalam mengakses keuangan dan terutama bergantung pada dana keluarga. Akibatnya, (a) konsentrasi usaha bermula di sektor dengan persyaratan modal yang rendah dan potensi perkembangan yang terbatas, (b) kurangnya “kepemilikan” yang sejati oleh pengusaha atas usaha yang dimilikinya dan tuntutan lanjutan dari keluarga besarnya (misalnya dalam keputusan mengenai pegawai). Dalam upaya untuk menggali potensi Pengusaha Muda dengan perusahaan yang menjanjikan dalam waktu kurang dari dua tahun, *pemecahan inovatif untuk meningkatkan akses mereka terhadap keuangan hendaknya ditemukan.* Pemecahan inovatif mungkin mencakup, misalnya, (a) pengakuan dari pihak perbankan atas sertifikat kewirausahaan nasional untuk menurunkan persyaratan pengalaman usaha menjadi kurang dari dua tahun, (b) sewa beli mikro di mana peralatan yang disewabelikan dijadikan jaminan untuk pinjaman, (c) rancangan waralaba mikro di mana dukungan dan bimbingan pemberi hak waralaba mungkin bertindak sebagai penjamin bagi Pengusaha Muda baru. Dalam hal ini, sektor keuangan, bukan pemerintah, hendaknya mengambil langkah di depan untuk menciptakan inovasi produk keuangan.
- VIII. Pelayanan keuangan hendaknya memiliki perhatian khusus pada pengusaha wanita yang mengalami kesulitan yang lebih besar untuk mengakses keuangan, lepas dari kenyataan bahwa responden perempuan menunjukkan keterampilan melek keuangan yang lebih luas. Rancangan khusus harus dibuat dalam program dukungan Pemerintah dimana target minimum usaha perempuan harus didukung, dan sebaiknya petugas perempuan yang meninjau dan membahas usulan pengusaha perempuan.
- IX. Kurangnya kepatuhan terhadap upah minimum menunjukkan kecilnya kesadaran mengenai hak di tempat kerja di kalangan Pengusaha Muda, bahkan ketika usaha mereka berkembang. *Terdapat kebutuhan untuk menyebarkan isi UU dan Peraturan Ketenagakerjaan di kalangan Pengusaha Muda.*
- X. Sebagian besar responden survei tidak memiliki atau sedikit memiliki kesempatan untuk memperoleh pengalaman kerja yang relevan sebelum memulai perusahaan mereka. Kurangnya kesempatan untuk mendapat pengalaman kerja yang berharga hendaknya diatasi dengan *menawarkan (a) kesempatan magang, dan (b) praktek usaha terbimbing sebagai bagian tak terpisahkan dari kurikulum SMA dan SMK.*

- XI. *BMO dapat memainkan peranan aktif dalam mengkaji lingkungan usaha secara berkala di mana Pengusaha Muda menjalankan usahanya, dan dalam melakukan advokasi dalam rangka peningkatan mereka di tingkat propinsi dan tingkat nasional.* Sementara advokasi telah menghasilkan rencana nasional ekonomi berbasis sektoral, lebih banyak upaya perlu diambil untuk memastikan bahwa upaya-upaya bersama yang dilakukan oleh pemerintah dan sektor swasta dijamin kesinambungannya.

Referensi

- Acs, Z.; Szerb, L. (2011): *The Global Entrepreneurship and Development Index*, Cheltenham- Northampton: Edward Elgar.
- Blanchflower, D.; Oswald, A. (2007): *What Makes a Young Entrepreneur?*, Bonn: Institute for the Study of Labour (IZA).
- Buckley, G.; Salazar-Xirinachs, J. M.; Henriques, M. (2009): *The Promotion of Sustainable Enterprises*, Geneva: International Labour Organization.
- BPS (2009): *Economic Census Report 2006*, Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- BPS (2010): *Population Census 2010*, Jakarta : Badan Pusat Statistik.
- BPS (2010b): *Sakernas*, Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Caliendo, M.; Fossen, F. M.; Kritikos, A. S. (2009): *Risk attitudes of nascent entrepreneurs – new evidence from an experimentally validated survey*, in: Small Business Economics, 32 (2), 153-167.
- Ciputra (2010): *Entrepreneurs, Key to a National Welfare*, <http://www.ciputraentrepreneurship.com/entrepreneur/nasional/80-ce-news/4052-entrepreneur-kunci-kemakmuran-bangsa.html> . Accessed on 17th February 2011.
- Fauzi, I. N.; Basuni, H.; Satriawan, B.; Enus, Y.; Surur; Agus, M.; Susilawati, Y. (2003): *Persepsi Pelaku Usaha Tentang Otonomi Daerah dan Dampaknya Terhadap Iklim Usaha Di Daerah: Studi di 23 Kabupaten/Kota Di Indonesia [Business Perceptions About Regional Autonomy and Its Impact on Business Climate in Regions: Study in 23 regencies/cities in Indonesia]*. Surabaya: REDI, PEG, The Asian Foundation.

GTZ (2007): *Business Climate Survey for Central Java*. Jakarta: Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit.

Hasan, Syarief (2010): *Nasional Solusi Mengatasi Pengangguran dan Kemiskinan (National Entrepreneurship Movement Solutions to Overcome Unemployment and Poverty)*. Paper presented in National Meeting of Manpower and Transmigration, Jakarta: Ministry of Manpower and Transmigration.

Hofstede, G (1994): *Value Survey Module 1994*, Limburg: Institute for Research on Intercultural Cooperation.

ILO (2011): *Labour and Social trends in Indonesia 2010*, Jakarta: International Labour Organization.

ILO/UNDP (1999): *Working Paper 2, International Best Practice in Micro and Small Enterprise Development and Poverty Alleviation*, Bangkok: ILO East Asia Multidisciplinary Advisory Team.

Iskandar, Muhaimin (2010): *Perluasan Kesempatan Kerja dan Peningkatan Kesejahteraan Melalui Kewirausahaan (Expansion of Work Opportunity and Welfare Improvement through Entrepreneurship)*, Paper presented in *National Meeting of Manpower and Transmigration*. Jakarta: Ministry of Manpower and Transmigration.

Kamoroff, B. B. (2010): *Small Time Operator: How To Start Your Own Small Business, Keep Your Books, Pay Your Taxes, And Stay Out Of Trouble*. California: Bell Springs Publishing.

Kemenakertrans (2010): *Penduduk Usia Kerja (Working Age of Population)*, <http://pusdatinaker.balitfo.depnakertrans.go.id/?section=puk&period=2009-08-01#gotoPeriod>. Accessed on 17th February 2011.

Kemenakertrans (2010): *Indonesia's Labour Force 2009*, <http://www.nakertrans.go.id>. Retrieved on 17 February 2011.

KPPOD (2002): *Daya Tarik Investasi Kabupaten/Kota di Indonesia, 2002: Persepsi Dunia Usaha Peringkat 134 Kabupaten/Kota di Indonesia*, Jakarta: Komite Pemantau Pelaksanaan Otonomi Daerah.

Kuncoro, M. (2010): *Ekonomika Pembangunan: Masalah, Kebijakan, dan Politik (Development Economics: Problems, Policy, and Politics)* Jakarta: Erlangga.

Kuncoro, M. (2004): *Otonomi dan Pembangunan Daerah: Reformasi, Perencanaan, Strategi dan Peluang (Autonomy and Regional Development: Reforms, Planning, Strategies and Opportunities)*, Jakarta: Penerbit Erlangga.

Leibenstein, H. (1968): *Entrepreneurship and Development*, *American Economic Review*, 58 (May), 72-83.

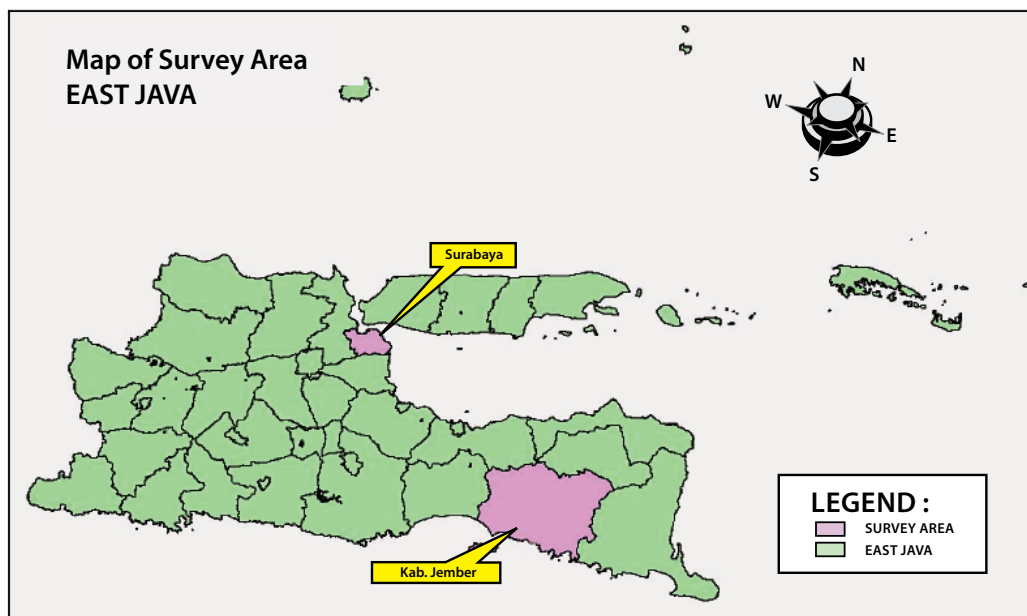
Levenson A., Maloney W. (1998): *The informal sector, firm dynamics, and institutional participation*, Policy Research Paper Series, The World Bank.

- LPEM FE-UI (2001): *Construction of Regional Index of Doing Business*. Jakarta: LPEM (Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat) Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- LPEM FE-UI. (2000): *'Menyeluruh Implementasi Free Trade Zone di Indonesia (Comprehensive Assessment Implementation in Indonesia Free Trade Zone)*, Jakarta: LPEM FE-UI.
- McCulloch, N.; Schulze, G.; Voss, J. (2010): *What Determines Firms' Decisions to Formalize? Evidence from Rural Indonesia*, University of Sussex, University of Freiburg.
- Priambodo, B. (2011): *Perkembangan Ekonomi Makro Sampai dengan 18 Februari 2011 (Macro Economic Developments Up to February 18th, 2011)*, Jakarta: Ministry of National Development Planning (BAPPENAS).
- Reiss, B. (2010): *Low Risk, High Reward*, Harvard Business School: Free Press.
- Schoof, U. (2006): *Stimulating Youth Entrepreneurship: Barriers and incentives to enterprise start-ups by young people*, Series on Youth and Entrepreneurship, Geneva: International Labour Organization.
- Schumpeter, J. (1942): *Capitalism, Socialism and Democracy*, New York: Harper & Row.
- Shane, S.; Cable, D. (2003): *Network ties reputation and the financing of new ventures*, Management Science, 48 (3), 364-381.
- Shrader, L.; Kamal, N.; Darmono, W. A.; Johnston, D. (2006): *Youth and Access to Microfinance in Indonesia: Outreach and Options*, Jakarta: The World Bank, Imagine Nations Group.
- The Asia Foundation (2010): *Measuring Local Economic Governance*, Washington: The Asia Foundation.
- World Bank Group (2011): *Business Development Services for Small Enterprises: Guiding Principles for Donor Intervention*, Washington: World Bank Group.
- World Bank (2003): CGI Brief: *Beyond Macroeconomic Stability*, World Bank Report No. 27374-IND, Jakarta: The World Bank.
- World Bank / IFC (2009): *Indonesia Country Profile 2009*, Jakarta: The World Bank Group.
- World Economic Forum (2010): *The Global Competitiveness Report*, New York: World Economic Forum.

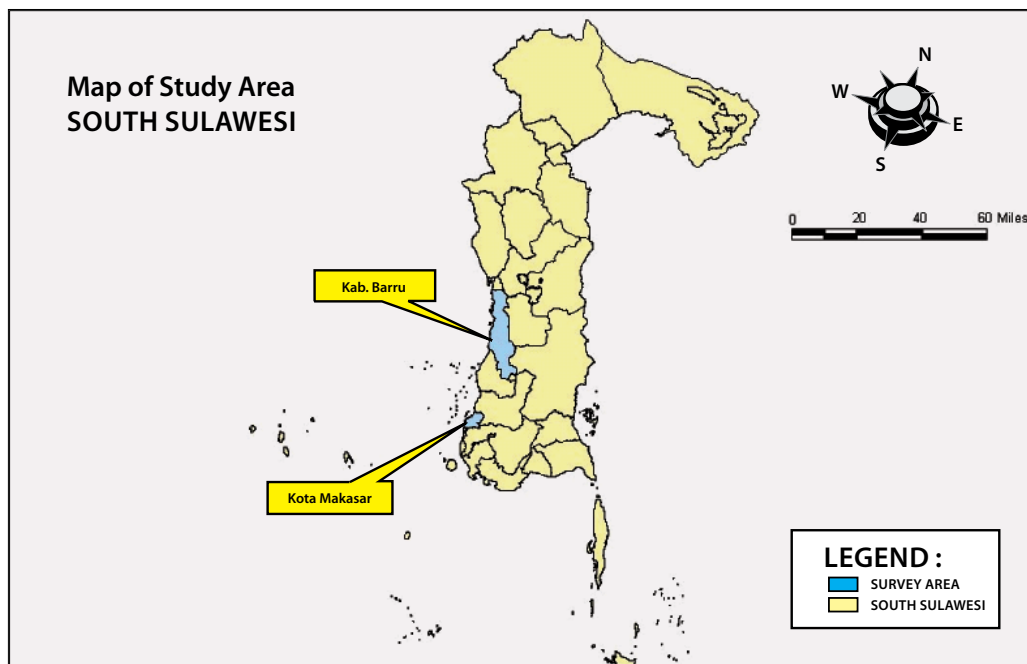
Lampiran

Lampiran 1: Peta-peta empat propinsi yang disurvei

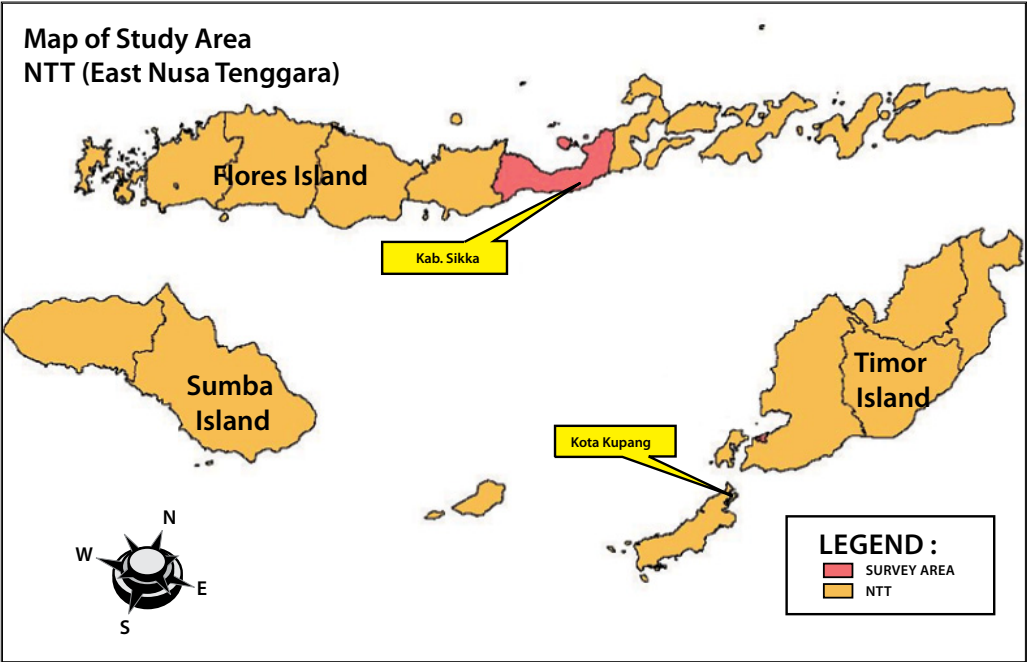
Peta Propinsi Jawa Timur



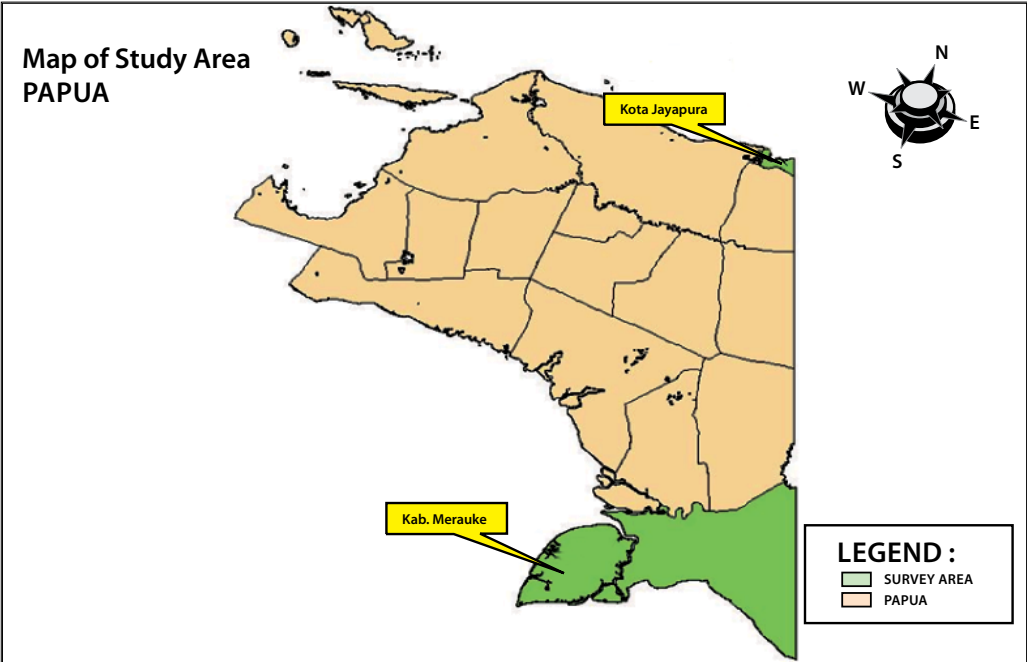
Peta Propinsi Sulawesi Selatan



Peta Propinsi Nusa Tenggara Timur



Peta Propinsi Papua



Lampiran 2: Daftar Mitra Lokal

Papua

Koordinator Lapangan: Denny Imbiri (HIPMI Papua)

Koordinator Peneliti, Jayapura: Edwar Fitri

Data Entry, Jayapura: Herlinda Rahman

Peneliti, Jayapura: Amijaya, Syamsudin Usman, Muhammad Nurjaya, Taufan Pamungkas MJ, Nasrul, Marthen Luther Sesa, Jamaludin Bugis, Lopes Waromi

Koordinator Peneliti, Merauke: Jago Bukit

Data Entry, Merauke: Kosie Kabuan Ogie

Peneliti, Merauke: Zakarias Kellyum, Sirilus Sii, Maria Nemo, Lusia Karunggui, Carolina Merlina, Didik Ramadhan, Robert

Nusa Tenggara Timur

Koordinator Lapangan: Rudy G. Nalle (HIPMI NTT)

Koordinator Peneliti, Kupang: Frits Oscar Fanggidae

Data Entry, Kupang: Conny Tiluata

Peneliti, Kupang: Jusuf Aboladaka, Ronald P.C Fanggidae, Djifta Mooy, OmiMaromi M. Mbate, Zet Etna, Marthen Makaborang

Koordinator Peneliti, Sikka: Umar Utina

Data Entry, Sikka: Nona Paulina

Peneliti, Sikka: Dominikus Duminggus, Eka Wirajaya, Ika Rhyan Anjhani, Kristina Sofia Diana Wungkung, Modesta Yunitami Ratu Redo, Tikrivina Isnani Safiani

Sulawesi Selatan

Koordinator Lapangan: Firdaus Deppu (HIPMI Sulawesi Selatan)

Koordinator Peneliti, Makassar: Ahriana Buhari

Data Entry, Makassar: Ikram Wahyudi

Peneliti, Makassar: Chairil Anwar, Jemma, Ekanto Putro Yahya, Ihsan, Amri Irhamsyah

Koordinator Peneliti, Barru: Ilham Iskandar

Data Entry, Barru: Yanuar Bumulo

Peneliti, Barru: Muhammad Nadir, Erwin Natsir, Agus Rais,
Muhammad Yunus

Jawa Timur

Koordinator Lapangan: Tri Prakoso (HIPMI Jatim)

Koordinator Peneliti, Surabaya: Muhammad Tasrifin

Data Entry, Surabaya: Nur Fatimah Mediawati

Peneliti, Surabaya: Fifantin Eliza, Tomy Tri Widodo, Dedi
Darmawan, Eriec Yonantha, Nurvida Shanti

Koordinator Peneliti, Jember: Rahmad Cahyadi

Data Entry, Jember: Sandya Adiguna

Peneliti, Jember: Pandu Tyagita, Ferdian Rohman, Jamal,
Muhammad Bahanan, Fachtar Rozi, Dwi Siswanto

Lampiran 3: Survei Iklim Usaha Bagi Wirausaha Muda

Survei Iklim Usaha Bagi Wirausaha Muda

Survei ini diselenggarakan oleh ILO, HIPMI dan Swisscontact.

Kami meminta kesediaan Anda untuk berpartisipasi dalam survei ini.

Survei ini akan membantu kita memahami motivasi dan masalah yang dihadapi oleh wirausaha muda.

Hasil survei akan menjadi dasar untuk mendukung wirausaha muda lebih lanjut.

Seluruh data yang diisi di dalam survei ini dijamin kerahasiaannya.

Data pribadi bersifat anonim (tidak menyebutkan nama) dan tidak akan dipublikasikan.

Terima kasih atas partisipasi dan kerjasamanya.

Kota/Kabupaten:

Isilah dengan nama Kota/ Kabupaten lokasi survei

Kecamatan:

Isilah dengan nama Kecamatan lokasi survei

Kode R:

Kode Responden telah disiapkan oleh Koordinator Survei

Nama Pewawancara:

Isilah dengan nama pewawancara

Tanggal Wawancara:

Isilah dengan tanggal wawancara dilakukan

Koordinator Survei:

Isilah dengan nama Koordinator Survei

Data Entry oleh:

Isilah dengan nama pelaksana Data Entry

Data Cleaning oleh:

Isilah dengan nama pelaksana Data Cleaning

Data Process oleh:

Tidak perlu diisi

Panduan Umum Wawancara

Wawancara ini hanya membutuhkan waktu kurang dari 1 jam.

Duduklah bersama responden di tempat yang nyaman dan tidak bising.

Jika responden sedang sibuk, buatlah janji untuk bertemu pada jadwal yang pasti.

Usahakan tersedia meja atau permukaan yang rata untuk penggunaan Kartu Panduan.

Beritahukan kepada responden mengenai tujuan survei ini, seperti yang dijelaskan pada halaman depan.

Beritahukan bahwa identitas responden dan isi wawancara dijaga kerahasiaannya.

Pastikan bahwa Kartu Panduan sudah disiapkan dengan baik (amplop telah diberi nomor sesuai nomor kuesioner).

Penjelasan untuk Penggunaan Lembar Kuesioner

Teks	Jawaban	Boks	Kode	Indikator
Berapa usia Anda?	Usia yang disebutkan responden	1.1	BQ1	
	15 sampai 19 tahun	1.2	BQ1	
	20 sampai 24 tahun	1.3	BQ1	
	25 sampai 29 tahun	1.4	BQ1	

> Untuk pertanyaan tertentu, kami menuliskan instruksi di bagian ini.
> Pada pertanyaan tertentu, Anda juga harus mengisi jawaban responden di area ini. Pelajarilah dengan seksama lembar "Instruksi untuk Setiap Pertanyaan".

Bagian ini menerangkan apakah pertanyaan membutuhkan jawaban tunggal atau ganda: S: single/jawaban tunggal, HANYA SATU pilihan yang boleh ditandai. M: Multiple/ganda, LEBIH DARI SATU pilihan yang boleh ditandai. Perhatikan juga kode M (2) dan kode M (All). Perhatikan selalu instruksi ini!

Isilah hanya pada bagian yang diarsir: isi dengan tanda (✓) atau angka sesuai dengan instruksi.

Jawaban yang Tidak Sah

Pilihan jawaban "Jawaban tidak sah" tidak dianjurkan.

Selalu ada kemungkinan untuk menghubungkan setiap jawaban dengan pilihan jawaban yang tersedia.

"Jawaban tidak sah" hanya diisi jika:

- Anda menganggap responden tidak mengerti pertanyaan yang diajukan, meskipun Anda telah menjelaskannya berkali-kali.
- Terlihat jelas bahwa responden tidak mau menjawab pertanyaan Anda.
- Responden hanya mencoba memberikan jawaban yang seolah-olah ingin memuaskan, tetapi sebenarnya tidak mau menjawab pertanyaan.
- Setiap pilihan "Jawaban tidak sah" tidak akan disertakan di dalam evaluasi dan analisis data.

Kode Responden

Koordinator Survei akan memberikan nomor/kode yang akan Anda gunakan untuk kode responden (Kode R).

Setiap responden mendapatkan nomor yang khusus yang Anda tentukan dari kisaran nomor yang telah disediakan oleh Koordinator Survei.

Pastikan kode responden (Kode R) telah diisi pada SETIAP lembar kuesioner.

