Pembelajaran sebagai Faktor Determinatif dalam Pembentukan Sikap dan Perilaku Wirausaha

Ishak Abdulhak

Abstract: This study is to determine the learning factors in the establishment of attitudes and behavioral enterpreneurship which are implemented through individual, group, and mass learning activities. The distributors of PT Centra Nusa Insancemerlang (CNI) which conducted its business using Multi Level Marketing (MLM) were chosen as the object of the study. This study did not use individual or social characteristics and procedure involvement as study requirement. In general, distributors were actively involved in searching for and improving patterns and learning model in order to make more creative and dynamic businesses. As a result, positive attitudes and behavioral enterpreneurship can be gained to increase social and economical status.

Kata-kata kunci: pembelajaran, sikap wirausaha, perilaku wirausaha.

Penelitian Bank Dunia tahun 1993 (dalam Kartasasmita, 1995:7) memberi rujukan bahwa pertumbuhan *Total Factor Productivity (TFP)* di negara-negara Asia Timur secara relatif lebih tinggi daripada di kawasan lainnya. Namun di antara negara-negara Asia Timur itu sendiri terdapat variasi cukup tinggi. Hongkong, Taiwan, Thailand, Korea Selatan, dan Jepang dinamai *productivity driven economy* yang memiliki TFP tinggi. Sementara itu Singapura, Malaysia, dan Indonesia disebut *investment-driven economy* dengan TFP yang relatif rendah, meskipun sesungguhnya pertumbuhan

Ishak Abdulhak adalah dosen dan Dekan FIP IKIP Bandung.

ekonominya cukup tinggi. Analisis Naisbit (1990) mengenai masa depan perekonomian dunia cenderung mengacu kepada ekonomi pasar yang mendunia dan dinamai *boom ekonomi global*. Karakteristik ekonomi pasar dunia ditandai oleh iklim kompetitif, baik dari segi kualitas dan keragaman produk, maupun ekspansi pemasaran *(marketing)* serta kejayaan individu wirausahanya *(enterpreneur)*.

Keseluruhan karakteristik yang diungkapkan oleh Naisbit (1990) mengenai ekonomi global cenderung mengacu kepada penekanan strategis dan semakin pentingnya posisi sumber daya manusia (SDM) dalam sistem perekonomian dunia. Konsep yang merujuk pentingnya peran sumber daya manusia (SDM) dalam berbagai sektor pembangunan telah sejak lama disadari baik oleh para ilmuwan maupun pemegang kebijakan *(policy maker)*. Hal ini terlihat dari rambu-rambu yang diketengahkan guru ilmu ekonomi modern Adam Smith dua seperempat abad lalu yang telah mengisyaratkan bahwa peningkatan ketangguhan seorang pekerja harus diperhitungkan sama dengan mesin atau peralatan barang dan modal yang menghasilkan produksi.

Atas dasar arah penemuan baru tersebut, kini semakin berkembang konsep mengenai modal manusia *(human capital)*, antara lain didasari oleh pidato Theodore Schultz yang berjudul *Investment in Human Capital* sebagaimana dikutip Ace Suryadi (1995). Pesan utama dari pidato itu sangat sederhana: proses perolehan pengetahuan dan keterampilan melalui pendidikan bukanlah suatu bentuk konsumsi semata-mata, akan tetapi juga merupakan investasi. Perkembangan pemikiran teori *human capital* menunjukkan bahwa manusia merupakan suatu bentuk kapital sebagaimana bentuk-bentuk kapital lainnya (seperti teknologi, mesin, tanah, dan uang) yang sangat menentukan pertumbuhan produktivitas suatu bangsa.

Di sisi lain produktivitas masih mewarnai masalah ketenagakerjaan Indonesia. Diungkapkan oleh Kartasasmita (1995) bahwa pada 1990, melalui pengukuran Produk Domestik Bruto, setiap pekerja memperoleh sekitar US$1600. Tingkat produktivitas ini sangat tidak optimal jika dibandingkan dengan negara lain, misalnya Thailand sekitar US$2600, Malaysia US$5400, dan Korea Selatan sekitar US$12000. Kondisi ini mempengaruhi daya saing kita dalam percaturan ekonomi internasional. Kemauan politik pemerintah dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia mengacu kepada terbentuknya *sikap dan perilaku manusia wirausaha*. Hal ini dibuk-

tikan melalui Instruksi Presiden No. 4 tahun 1995 tentang Gerakan Nasional Memasyarakatkan dan Membudayakan Kewiraswastaan (GNMMK).

Hal yang menggembirakan, kini berkembang sistem pemasaran langsung lewat strategi pemasaran bertingkat ganda yang melibatkan puluhan ribu distributor yaitu *Multi Level Marketing* (MLM). Karakteristik tuntutan usaha ini memberi peluang dan menjanjikan kepada banyak pihak untuk dapat menjalankan usaha melalui sistem *Multi Level Marketing*. Karakteristik usaha ini tidak mempersyaratkan adanya batasan pendidikan, pengalaman usaha, ras atau suku, agama, penyertaan modal, dan aspek lainnya. Yang terpenting adalah kesungguhan dan tekad yang kuat untuk menjalankan usaha.

Salah satu perusahaan yang semakin besar dan kuat kedudukannya di Indonesia adalah PT Centra Nusa Insancemerlang Indonesia (CNI). Selain bergerak di bidang pemasaran, CNI juga kini mengarah kepada pengembangan sektor industri, terbukti dengan dibukanya pabrik *royal jelly* di Cina dan mendapat kepercayaan dari Industri Sun-Chlorella Jepang untuk membudidayakan *Chlorella* di Pasuruan Jawa Timur. Lebih menakjubkan, pada 1995 saja total penjualan mencapai Rp.17 milyar perbulan untuk *CNI International Coorporation* yang membawahi Indonesia, Malaysia, Hongkong dan Amerika Serikat (Kompas, 7 Nopember 1995).

Hasil studi awal yang penulis lakukan secara intensif melalui kajian lapangan *(participatory research)* ataupun kajian pustaka (khususnya majalah Sukses CNI) memberikan gambaran bahwa sistem pemasaran langsung lewat strategi pemasaran bertingkat ganda (MLM) ini ditekankan pada kekuatan distributor dengan jaringannya. Hal ini semakin diyakini sebagai alternatif bisnis masa depan yang efektif dan dapat menembus pasar global.

Para distributor sebagai ujung tombak keberhasilan perusahaan dihadapkan pada tantangan yang sangat kompleks. Para distributor membawa misi produk berkualitas dengan konsekuensi sasaran pasar masyarakat tertentu. Maksudnya, masyarakat konsumen mempersyaratkan pemahaman dan pembuktian terhadap kualitas produk yang ditawarkan. Di lain pihak, karakteristik distributor sangat beragam baik secara internal maupun eksternal sehingga strategi pengembangan usaha yang diterapkan oleh PT CNI bertumpu pada *Business Development Plan* (BDP) atau Rencana Pengembangan Usaha (RPU) yang handal dan dapat dipertanggungjawabkan.

Distributor adalah pemakai produk, penyalur produk, penjual produk, dan pengembang atau pembina jaringan *(net working)*. Distributor baru

sebagai mitra kerja *(down line)* dalam upaya mengaplikasikan RPU-nya, dilihat dari prosesnya, cenderung menekankan penerapan *pendekatan edukasi*. Adapun sasaran utama yang dikembangkan melalui pendekatan ini terfokus pada pembentukan sikap dan perilaku wirausaha *(entrepreneurship)*. Penerapan pendekatan ini diwujudkan dalam bentuk pelatihan yang dirancang baik secara formal maupun informal melalui pembinaan yang bersifat individual ataupun kelompok yang pada akhirnya mengacu kepada proses belajar kelompok dan bahkan proses belajar mandiri *(self-directed independent learning)* (Moro'oka dalam Sudjana, 1991).

Dikaitkan dengan konsep manajemen modern, tampak bahwa sistem *Multi Level Marketing* yang diterapkan PT CNI dalam penerapan strategi Rencana Pengembangan Usaha (RPU)-nya oleh para distributor telah menerapkan paradigma organisasi belajar sebagai salah satu konsep dan paradigma pengembangan organisasi yang dikembangkan oleh para pakar manajemen. Sekaitan dengan ini, Agryris dan Schon (1978), Senge (1990), Garvin (1993), dan Pucik (1993) pada intinya menyatakan bahwa organisasi belajar *(learning organization)* merupakan proses pembelajaran individual yang diwujudkan melalui pengalaman dan perilaku individu, dengan harapan terjadi peningkatan pengetahuan, kreativitas, kemampuan kewirausahaan, dan ekonomi serta kinerja organisasi. Paradigma organisasi belajarnya didasarkan pada pola pembelajaran yang dikembangkan melalui konsep belajar Botkin dan Malitza (1989) dengan istilah belajar inovatif *(innovative learning)*.

Yang lebih mendasar, tampak bahwa pola pembinaan dan pengembangan jaringan distributor ataupun penerapan paradigma organisasi belajar pada PT CNI yang diarahkan pada upaya pembentukan sikap mental dan perilaku wirausaha merupakan salah satu bentuk pendidikan luar sekolah. Untuk menguatkan pembuktian pernyataan ini, Trisnamansyah (1989) dan Sudjana (1991) menyatakan bahwa pendidikan luar sekolah dapat dipahami dari aspek juridis (perundang-undangan), tinjauan sistem, tinjauan konseptual yang meliputi konsep konvensional dari proses pendidikan dan konsep dinamika kesadaran tujuan dalam proses pendidikan, tinjauan PLS sebagai suatu program dan bahkan sebagai suatu ilmu.

Fenomena pembelajaran di atas, sebagai salah satu kajian bidang pendidikan luar sekolah, merupakan hal yang menarik dan menggiring urgensinya studi ini dilakukan. Mengingat karakteristik distributor yang beragam, studi diarahkan kepada pola perilaku dalam berusaha yang mengacu kepada berkembangnya perilaku wirausaha yang handal. Perubahan perilaku

ini diasumsikan selain akan diwarnai oleh karakteristik internal distributor juga oleh pengaruh aspek eksternal. Proses pembelajaran yang dilakukan oleh distributor yang satu *(up-line)* terhadap distributor lain sebagai mitra kerja *(down-line)* dipandang sebagai salah satu aspek yang berpengaruh terhadap perubahan sikap dan perilaku wirausaha para distributor CNI. Hal ini dapat diungkapkan dari aspek internal ataupun eksternal.

Berangkat dari kondisi empirik di atas, tampaknya perlu dilakukan studi awal yang bersifat mendalam sebagai upaya mendeskripsikan profil perilaku wirausaha dan fenomena pembelajaran yang terpadu dengan mata pencaharian sebagai kategori PLS yang dikaitkan dengan pembangunan ekonomi menurut Husen dan Postlethwaite (1985), bahkan lebih jauhnya melahirkan berbagai proposisi berkaitan dengan sikap perilaku wirausaha dan proses pembelajaran distributor. Dengan demikian dapat ditegaskan bahwa masalah utama yang dihadapi para distributor CNI dalam menjalankan usahanya yang meliputi *self consuming, selling,* dan *sponsoring* adalah masalah sikap dan perilaku wirausaha, mengingat distributor CNI memiliki karakteristik yang beragam dilihat dari pendidikan, status sosial ekonomi, pengetahuan, pengalaman, dan keterampilan mengenai bisnis serta budaya wirausaha.

Tujuan penelitian ini adalah untuk: (1) mendeskripsikan karakteristik distributor CNI yang secara internal diduga berpengaruh terhadap perubahan sikap dan perilaku wirausahanya terutama status sosial ekonomi distributor; (2) mengungkapkan profil perilaku wirausaha distributor CNI dilihat dari ciri percaya diri dan individualitas, berorientasi tugas dan hasil, pengambilan risiko, kepemimpinan, keorisinalan, dan berorientasi masa depan, kegiatan *consuming* (mencoba produk), *selling* (menjual produk), dan *sponsoring* (membina mitra usaha); (3) mengungkapkan pola dan proses pembelajaran nilai kewirausahaan distributor CNI yang dilakukan para *leader (up-line)* sebagai mitra kerja dalam upaya menjalankan Rencana Pengembangan Usaha (RPU).

METODE

Berangkat dari sifat dan karakteristik permasalahan penelitian, pendekatan yang dipandang relevan dalam pelaksanaan penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian ini menyentuh kealamiahan sumber data yang bersifat menyeluruh dari kehidupan distributor dalam berusaha. Moleong (1991) mengingatkan bahwa penelitian dalam pandangan fenomenolo-

gis berusaha untuk memahami arti peristiwa dan kaitannya dengan orang-orang dalam situasi tertentu.

Sampel penelitian sebagai unit analisis adalah distributor pada PT CNI dengan karakteristik internal sosial ekonomi, perkembangan usaha dengan kriteria berhasil menyelenggarakan proses pembelajaran sesuai dengan karakteristik dan tuntutan tugas dan profesi atau pekerjaan sebagai distributor. Penetapan sampel itu sesuai dengan arahan Burns (1995) yang menyatakan bahwa *sampling* dalam studi kualitatif ditetapkan secara non-probabilitas, khususnya secara bola salju (*snowball*) dan teoretik. Secara *snowball* maksudnya adalah penetapan sampel dilakukan melalui identifikasi sumber yang valid dari kelompok distributor secara purposif. Secara teoretik maksudnya adalah penetapan sampel dapat berkembang sesuai dengan keperluan data yang dikontrol berdasarkan pengembangan teori. Informasi dihimpun dari satu kasus yang kecil kemudian melebar, dan disesuaikan dengan kepentingan serta keperluan perolehan data. Data diperoleh dari sumbernya secara lebih mendalam sehingga pengambilan informasi dari sejumlah sampel yang memiliki kaitan erat dengan studi ini.

Data dikumpulkan melalui wawancara dengan menggunakan pedoman wawancara dan rekaman, sedangkan dalam mengungkapkan aspek sikap perilaku wirausaha dan proses pembelajaran dilakukan observasi partisipatif dengan cara mengikuti aktivitas pembinaan dan pengembangan usaha distributor yang kemudian dibuat catatan anekdot sebagai alat bantu. Untuk memperoleh objektivitas dan validitas data, dilakukan triangulasi dengan melaksanakan pengecekan langsung kepada berbagai pihak atau sumber yang dipandang relevan.

Analisis yang diterapkan terhadap data yang terkumpul sesuai dengan karakteristik metodologi studi kualitatif adalah teknik analisis tematik dengan cara mengadakan analisis data berdasarkan penggolongan tema-tema dan pola-pola perilaku tertentu. Uji validitas terhadap hasil analisis dilakukan melalui balikan atau refleksi bersama para distributor terhadap pernyataan-pernyataan hasil wawancara yang akhirnya ditarik kesimpulan sebagai hasil penelitian.

HASIL

PT Centra Nusa Insancemerlang (CNI) sebagai salah satu perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) pertama di Indonesia berorientasi pada bisnis untuk kepentingan masyarakat, memiliki landasan pengembangan bisnis

inovatif dan prediktif. Selain berorientasi pada keuntungan, CNI juga membawa misi pendidikan dan sosial kemasyarakatan dalam kerangka pengembangan sumber daya manusia, menjalin kemitraan dengan para distributornya, dan partisipasi pada pembangunan masyarakat desa dalam mengentaskan kemiskinan. Bahkan secara kuantitas ataupun kualitas CNI terbukti telah mampu melahirkan wirausaha baru di bidang pemasaran.

Penerapan sistem MLM di PT CNI memiliki implikasi edukasi dalam upaya membelajarkan distributor sebagai ujung tombak perusahaan. Di lain pihak, keberhasilan PT CNI menunjukkan kecenderungan adanya optimalisasi pemanfaatan sumber daya manusia (distributor) melalui upaya pendidikan yang dikembangkan dalam bentuk satuan PLS, yaitu magang, pelatihan, dan pembinaan baik yang diselenggarakan perusahaan maupun oleh distributor yang diarahkan kepada terbentuknya distributor beserta jaringannya yang memiliki profesionalisme yang tinggi dan kreativitas prima.

Kondisi karakteristik distributor CNI dilihat dari tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, tingkat pendapatan, mobilitas sosial, aspirasi sosial, dan kepemilikan barang ternyata bervariasi. Distributor dengan kriteria berhasil (sebagai kasus atau sampel penelitian) mengalami perubahan cukup mencolok baik secara kuantitas maupun kualitasnya sehingga peningkatan indikator karakteristik sosial ekonomi ini mempengaruhi pola serta proses pembelajaran dalam pengembangan usaha. Hal ini memberikan kontribusi positif terhadap profil sikap dan perilaku wirausaha distributor.

Profil perilaku distributor dalam melaksanakan tugas dan fungsinya yang meliputi *schooling, selling, sponsoring and servicing* cenderung mengacu kepada pola perilaku wirausaha yaitu percaya diri dan kemandirian, berorientasi kepada tugas dan hasil, berani mengambil risiko, kepemimpinan, keorisinalan, dan berorientasi ke masa depan.

Bentuk dan pola pembelajaran yang dikembangkan oleh perusahaan ataupun distributor dalam pengembangan usahanya meliputi: pembelajaran individual melalui kunjungan rumah atau tempat kerja yang berbentuk magang dan bimbingan; pembelajaran kelompok secara terjadwal oleh *point operator* (PO) dan distributor, dan secara insidental oleh perusahaan yang mengacu pada bentuk kelompok belajar atau pelatihan; pembelajaran massa/klasikal secara insidental dilakukan kepanitiaannya oleh distributor, dan adakalanya oleh distributor bersama perusahaan dalam bentuk penyuluhan dan pembinaan.

Tahapan pembelajaran yang dikembangkan oleh perusahaan ataupun distributor ternyata sejajar dengan jenjang atau posisi distributor. Kegiatannya meliputi beberapa hal. Untuk warga masyarakat (sebelum menjadi distributor) diberikan informasi atau penyuluhan dalam bentuk peluang usaha (*Business Oportunity, BO*). Tahap ini akan menentukan apakah warga masyarakat tersebut akan menjadi distributor atau tidak. Calon distributor selanjutnya dibimbing dan dibelajarkan untuk dapat melakukan pendaftaran (tahap registrasi). Apabila status calon telah menjadi distributor baru (DB), maka pembelajaran dilaksanakan melalui pelatihan distributor baru (PDB). Terhadap distributor dengan posisi *Unit Manager (UM)* diberikan pembelajaran dengan sebutan *Special Training* (ST). Kepada *General Agency Manager* (GAM) pelaksanaan pembelajarannya dalam bentuk *Leadership Training Seminar* (LTS). Selanjutnya posisi berikutnya masih terus diarahkan kepada proses pembelajaran yang lebih spesifik dan disesuaikan dengan perkembangan dan tuntutan lapangan, baik dalam bentuk magang, pelatihan, maupun seminar dan lainnya.

Pelatihan khusus diselenggarakan oleh perusahaan melalui koordinasi dengan pihak-pihak terkait baik dari dalam maupun luar negeri, misalnya, para pakar dari Amerika Serikat, Jerman, Malaysia, Singapura, Jepang, RRC, Taiwan, Hongkong, PERSAGI, IDAG, dan ITB. Jenis pelatihan meliputi *Training for Trainer* (TOT), *Achievement Motivation Training* (AMT), *Leadership Travel Seminar* (LTS), dan lainnya. LTS dikemas dalam bentuk Paket A *(Training Product dan RPU)*, Paket B (ECT), Paket C (DLS), Paket D (ILS), dan Paket E (CS).

Proses pembelajaran mengacu kepada penerapan prinsip-prinsip andragogi, baik pada tahap perencanaan, pelaksanaan, penerapan metodologi, waktu, materi maupun sistem evaluasinya. Intinya menyatu dengan pengalaman, kehidupan ataupun tuntutan tugas dan peran sebagai distributor, dan bersifat partisipatif pada saat distributor menjalankan usahanya. Upaya pembelajaran diarahkan untuk mencapai tujuan, yaitu mendorong terbentuknya sikap dan perilaku wirausaha dengan cara mengembangkan dan meningkatkan pengetahuan, keterampilan, wawasan, sikap dan keahlian dalam menjalankan RPU, yang meliputi kegiatan *schooling, selling, sponsoring*, dan *servicing*. Metode dan teknik dalam proses pembelajaran bervariasi. Banyaknya proporsi penetapan suatu metode atau teknik tergantung pada jenis keahlian dan keterampilan yang hendak dicapai melalui proses pembelajaran serta sifat dan jenis materi yang disampaikan.

Hubungan antara sumber belajar dan warga belajar dalam proses pembelajaran terjalin relatif erat dan sangat akrab/hangat, entusias, saling menghargai, dan menyentuh masalah kehidupan sehari-hari sebagai distributor. Belum terlihat pelaksanaan evaluasi proses ataupun evaluasi hasil belajar secara terstruktur. Evaluasi dampak pelatihan dilakukan setelah warga belajar terjun di lapangan usaha (dalam mengembangkan RPU-nya) sebagai implementasi hasil pelatihan.

PEMBAHASAN

Konsentrasi kajian atau analisis dalam studi ini secara mikro dipusatkan pada proses pembelajaran, khususnya dalam upaya terbentuknya sikap dan perilaku wirausaha di lingkungan dunia usaha (bisnis), melalui latar pembelajaran pendidikan luar sekolah. Sedangkan dalam konteks makro yang menyangkut pengembangan pendidikan luar sekolah, kajian studinya mengacu kepada justifikasi dan penguatan konsep atau teori yang mendukung pengembangan pendidikan luar sekolah. Beberapa teori yang relevan seperti dikemukakan Paulston dalam Sudjana (1991), yaitu teori fungsi, teori modal manusia, dan teori gerakan masyarakat dinamakan kelompok teori ekonomi dan sosial. Beberapa landasan konseptual pembelajaran pendidikan luar sekolah yang dikembangkan dan relevan dengan permasalahan penelitian ini yaitu konsep pendidikan sepanjang hayat (Faure, 1981), reformasi sosial (Freire, 1972; Illich, 1973), proses pemberdayaan (Kindervatter, 1979), dan andragogi (Knowless, 1977; Darkenwald dan Meriam, 1982).

Temuan hasil penelitian mengenai keberadaan PT CNI dalam pengembangan sumber daya manusia tampaknya memberikan pembenaran terhadap implementasi konsep dan teori-teori di atas, terutama dalam pendidikan luar sekolah. Misalnya, pembelajaran distributor oleh PT CNI yang berorientasi kepada dan dapat memenuhi kebutuhan belajar masyarakat pada umumnya, dan berorientasi kepada peningkatan status sosial dan ekonomi masyarakat (distributor). Secara internal hasil belajar diorientasikan kepada peningkatan disiplin, sikap inovatif, pengembangan diri, dan pengembangan aktivitas sektor ekonomi. Semua hal itu mengacu kepada perwujudan sikap dan perilaku wirausaha. Secara kelembagaan PT CNI merupakan salah satu perusahaan yang telah menerapkan konsep organisasi belajar *(learning organization)* sebagai salah satu paradigma baru dalam manajemen modern.

Temuan penelitian itu memberi penguatan bahwa pendidikan luar sekolah secara empirik lapangannya ada, dan keberadaannya tidak hanya

pada lembaga yang secara resmi menyelenggarakan aktivitas pendidikan, melainkan juga pada berbagai perusahaan dengan keragaman bentuk satuan dan pola pembelajarannya. Mengenai penyelenggaraan pendidikan luar sekolah di lembaga pemerintah, baik Depdikbud maupun nonDepdibud, telah diungkapkan melalui penelitian Trisnamansyah (1989) dan Sudjana (1994). Inti temuannya ialah bahwa setiap instansi pemerintah, departemen atau nondepartemen, menyelenggarakan pendidikan luar sekolah dalam bentuk, satuan jenis, pola dan orientasi materi yang bervariasi sesuai dengan tugas dan tanggung jawab lembaganya. Minimal setiap lembaga itu menyelenggarakan pelatihan atau memiliki Balai Latihan (Diklat).

Pembelajaran distributor dalam peningkatan dan pengembangan usahanya berbentuk individual, kelompok, dan massal/klasikal. Hal ini sesuai dengan konsep yang dikembangkan oleh Verne ataupun Knowless bahwa pembelajaran dilihat dari metode, format atau bentuknya terdiri dari pembelajaran perorangan (individual), pembelajaran kelompok, dan pembelajaran masyarakat atau massal. Dilihat dari tahapan dan prosesnya, pembelajaran distributor menunjukkan suatu daur belajar, yang diawali dengan menyadari adanya masalah sebagai kebutuhan belajar, menjalankan usaha *(sponsoring, selling, servicing)* dan melakukan penilaian terhadap hasil usaha antardistributor. Daur belajar itu cenderung mengacu kepada pola berpikir reflektif sebagaimana dikemukakan oleh Freire yang dinamakan metode *praxis*, yaitu berpikir *(reflection)*, berbuat *(action)*, dan berpikir kembali *(further reflection)*. Diterapkan juga daur belajar dari Kolb and Fry (dalam Jarvis, 1983), yang dinamakan daur pembelajaran eksperimental yang meliputi pengalaman lengkap, observasi dan refleksi, formulasi generalisasi dan konsep abstrak, serta penerapan konsep pada situasi baru.

Dilihat dari orientasi isi materi, pembelajaran distributor pada PT CNI meliputi: materi usaha (bisnis) yang terdiri dari materi tentang produk, pemasaran, dan manajemen usaha; motivasi usaha, sikap dan mental wirausaha; keterampilan praktis dalam berusaha; serta pengetahuan umum lainnya. Secara keseluruhan, bobot materi praktik lebih besar daripada teori dan menekankan penguasaan keterampilan berusaha atau praktik. Materi yang disampaikan dalam proses pembelajaran itu menyentuh kebutuhan dan berkaitan erat dengan karakteristik distributor sebagai orang dewasa dalam menjalankan usahanya. Nilai yang diyakini orang dewasa bukan hanya nilai kerja tetapi juga nilai-nilai yang lain, tidak terkecuali nilai kewirausahaan yang dibentuk dan dikembangkan melalui pengalaman pan-

jang. Dalam internalisasi nilai kewirausahaan, ada dua proses yang dapat dilakukan yaitu memberikan sifat positif terhadap aktivitas berwirausaha dan mengembangkan kepuasan aktivitas itu. Teknik yang dapat diterapkan adalah induksi dan modeling.

Profil perilaku wirausaha distributor dalam mengembangkan usaha (RPU) yang meliputi kegiatan *schooling, sponsoring, selling, servicing* mengacu kepada pola yang dikembangkan para ahli, yaitu bahwa kajian kewirausahaan menyangkut kajian aspek psikologis terutama mengenai teori sikap dan perilaku. Drucker (1993) menyatakan bahwa kewirausahaan lebih merupakan perilaku daripada gejala kepribadian. Dasar-dasarnya terletak pada konsep dan teori kemasyarakatan. Lebih jauh kajian mengenai perilaku wirausaha ini dapat diidentifikasi dari sisi ciri-cirinya, seperti ditegaskan oleh Kao (1991), Jarvis (1993), dan Meredith (1989).

Dari pemikiran atau konsep yang diajukan oleh para ahli itu dapat diidentifikasi ciri-ciri perilaku wirausaha yang berkembang dan melekat pada distributor CNI dalam menjalankan usahanya melalui sistem *Multi Level Marketing* (MLM). Karakteristik tersebut adalah: percaya diri dan individualitas dalam belajar dan berusaha; berorientasi kepada tugas, hasil belajar dan berusaha; selalu siap dan berusaha mengambil risiko dalam belajar dan berusaha; dapat menerapkan gaya kepemimpinan yang adaptif dan kondusif; berprinsip keorisinalan dalam melahirkan gagasan dan perbuatan; dan berorientasi ke masa depan dalam belajar dan mengembangkan usaha. Tampaknya profil perilaku wirausaha ini mengacu kepada kerangka perilaku yang bersifat umum dan ideal sebagai seorang wirausaha.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini berhasil mengungkapkan karakteristik distributor CNI dilihat dari tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, tingkat pendapatan, mobilitas sosial, aspirasi sosial, dan pemilikan barang. Distributor dengan kriteria berhasil mengalami perubahan karakteristik sosial ekonomi yang cukup mencolok baik secara kuantitas maupun kualitas. Peningkatan indikator karakteristik sosial ekonomi dan pola serta proses pembelajaran dalam pengembangan usaha memberikan kontribusi positif terhadap profil sikap dan perilaku wirausaha.

Profil perilaku distributor dalam melaksanakan tugas dan fungsi untuk menjalankan RPU-nya yang mencakup *schooling, selling, sponsoring and*

servicing mengacu kepada pola perilaku wirausaha, yakni percaya diri dan individualitas, berorientasi kepada tugas dan hasil, berani mengambil risiko, cakap memimpin, kaya akan gagasan orisinal, dan berorientasi ke masa depan.

Bentuk dan pola pembelajaran yang dikembangkan oleh perusahaan ataupun distributor dalam pengembangan usahanya meliputi: pembelajaran individual melalui kunjungan ke rumah/tempat kerja dalam bentuk magang dan bimbingan; pembelajaran kelompok secara terjadwal oleh *point operator* (PO) dan distributor, serta secara insidental oleh perusahaan dalam bentuk kelompok belajar dan pelatihan; pembelajaran massal/klasikal secara insidental oleh distributor dan bersama-sama perusahaan dalam bentuk penyuluhan dan pembinaan.

Tahapan pembelajaran adalah sebagai berikut. Untuk warga masyarakat (sebelum menjadi distributor) diberikan informasi atau penyuluhan dalam bentuk BO *(business oportunity)*. Tahap ini menentukan apakah warga masyarakat itu akan menjadi distributor atau tidak. Calon distributor selanjutnya dibimbing untuk dapat melakukan registrasi (tahap registrasi). Distributor baru (DB), diberi pelatihan distributor baru (PDB). Kepada distributor dengan posisi *Unit Manager (UM)* diberikan pembelajaran melalui latihan khusus (ST). Kepada *General Agency Manager* (GAM), pelaksanaan pembelajaran berbentuk *Leadership Training Seminar* (LTS). Posisi berikutnya masih terus diarahkan kepada proses pembelajaran yang lebih spesifik sesuai dengan perkembangan dan tuntutan lapangan, baik dalam bentuk magang, pelatihan, maupun seminar.

Proses pembelajaran menerapkan prinsip-prinsip pembelajaran andragogi, baik pada tahap perencanaan, pelaksanaan, maupun evaluasi. Pelaksanaannya menyatu dengan kegiatan berusaha sebagai distributor atau menyatu dengan pengalaman yang bersifat partisipatif. Hubungan antara warga belajar dengan sumber belajar berlangsung dalam suasana penuh akrab, hangat, entusias dan bersifat kekeluargaan.

Materi pembelajaran lebih diorientasikan kepada tugas dan peran sebagai distributor, yaitu: materi berusaha (bisnis, tentang produk, pemasaran, dan manajemen usaha); motivasi dan peluang berusaha, sikap mental dan perilaku wirausaha; keterampilan praktis dan teknis dalam berusaha; dan pengetahuan umum lainnya. Bobot materi lebih banyak memberikan porsi yang banyak terhadap praktik dibanding teori. Materi pembelajaran lebih diarahkan kepada pemenuhan kebutuhan untuk melaksanakan tugas dan tanggungjawab sebagai distributor.

Saran

Beberapa saran dapat diajukan melalui penelitian ini. Perlu ada pengkajian secara komprehensif dari berbagai aspek (ekonomi, hukum, pendidikan dan aspek lainnya) mengenai MLM sehingga dapat lebih memberdayakan perusahaan tersebut, serta menerapkannya dalam sistem ekonomi lainnya sebagai upaya pemberdayaan masyarakat. Perlu dilakukan pengkajian secara mendalam berbagai faktor keberhasilan dan kegagalan distributor dalam menjalankan usahanya, mengingat kompleksitas karakteristik individual distributor dan kontribusi positif pembelajaran dalam upaya pembentukan sikap dan perilaku wirausaha. Disarankan pula kepada para pakar pendidikan luar sekolah untuk dapat mengakses dan meningkatkan kerjasama dengan pakar bidang lainnya, khususnya bidang ekonomi dan manajemen, sehingga dapat dikembangkan paradigma pendidikan luar sekolah yang lebih aplikatif untuk memecahkan berbagai masalah ekonomi rakyat, di samping pemberdayaan berbagai potensi yang ada untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat secara menyeluruh.

DAFTAR RUJUKAN

Argyris, C., dan Schon, D. 1978. *Organizational Learning: A Theory of Action Perspective*. Reading, Massachussets: Addison Wesley.

Botkin, J.W., dan Emanjra, M. 1989. *No Limits to Learning*. Oxford: Fergamon Press.

Burns, R.B. 1995. *Introduction to Research Methods*. Melbourne: Longman Australia.

Darkenwald, G.G., dan Meriam, S.B. 1982. *Adult Education: Foundation of Practice*. New York: Harper & Row.

Druker, P.F. 1993. *Post-Capitalist Society*. New York: Harper Business

Faure, E. 1981. *Belajar untuk Hidup: Dunia Pendidikan Hari Kini dan Hari Esok*. Jakarta: Bhratara Aksara.

Freire, P. 1972. *Pedagogy of the Oppressed*. Madison Avenue, New York: Penguin Books.

Garvin, D.A. 1993. Building a Learning Organization. *Harvard Business Review*, July-August 78—79.

Husen, T., dan Postelethwaite, T.N. (Eds.). 1985. *International Encyclopedia of Education: Research and Studies*. New York: Pergamon Press.

Illich, I. 1973. After Deschooling What? Dalam Gartner, A., Greer, C., dan Riessman, F. (Eds.). *After Deshooling What?* New York Perennial Library, Harper & Row, hlm. 1—28.

Jarvis, P. 1983. *Adult and Contiuning Education: Theory and Practice.* New York: Nichols Publishing Company.

Kao, J.J. 1991. *The Entrepreneur.* Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.

Kartasasmita, G. 1955. Pembangunan Sumber Daya Manusia: Kerangka Pemikiran, Harapan, dan Tantangan. *Majalah Triwulan Perencanaan Pembangunan,* No. 03, Desember 1995.

Kindervatter, S. 1979. *Nonformal Education as an Empowering Process.* USA: Association Press.

Knowles, M.S. 1977. *The Modern Practice of Adult Education.* New York: Association Press.

Kompas. 1995, 7 Nopember. *CNI Perluas Pasarnya ke Beberapa Negara,* hlm. 7.

Meredith, G.G. 1989. *Kewirausahaan: Teori dan Praktik.* Jakarta: Hastama

Moleong, L.J. 1989. *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Bandung: Remaja Karya

Naisbit, J., dan Patriciana. 1990. *Mega Trend 2000: Sepuluh Arah Baru Menuju Kehidupan Global.* Jakarta: Gramedia

Pucik, V. 1993. *Globalization and Human Resources Management.* New York: John Wiley and Sons,Inc.

Senge, P.M. 1990. *The Fifth Discipline: the Art and Practice of the Learning Organization.* New York: Doubleday.

Sudjana, D. 1991. *Pendidikan Luar Sekolah: Wawasan, Sejarah, Perkembangan, Falsafah dan Teori Pendukung.* Bandung: Nusantara Press.

Suryadi, A. 1995. *Relevansi Pendidikan dengan Kebutuhan Pembangunan.* Jakarta: Depdikbud.

Trisnamansyah, S. 1989. *Pendidikan Kemasyarakatan, Pendidikan Luar Sekolah.* Bandung: FIP IKIP Bandung.

gis berusaha untuk memahami arti peristiwa dan kaitannya dengan orang-orang dalam situasi tertentu.

Sampel penelitian sebagai unit analisis adalah distributor pada PT CNI dengan karakteristik internal sosial ekonomi, perkembangan usaha dengan kriteria berhasil menyelenggarakan proses pembelajaran sesuai dengan karakteristik dan tuntutan tugas dan profesi atau pekerjaan sebagai distributor. Penetapan sampel itu sesuai dengan arahan Burns (1995) yang menyatakan bahwa *sampling* dalam studi kualitatif ditetapkan secara non-probabilitas, khususnya secara bola salju (*snowball*) dan teoretik. Secara *snowball* maksudnya adalah penetapan sampel dilakukan melalui identifikasi sumber yang valid dari kelompok distributor secara purposif. Secara teoretik maksudnya adalah penetapan sampel dapat berkembang sesuai dengan keperluan data yang dikontrol berdasarkan pengembangan teori. Informasi dihimpun dari satu kasus yang kecil kemudian melebar, dan disesuaikan dengan kepentingan serta keperluan perolehan data. Data diperoleh dari sumbernya secara lebih mendalam sehingga pengambilan informasi dari sejumlah sampel yang memiliki kaitan erat dengan studi ini.

Data dikumpulkan melalui wawancara dengan menggunakan pedoman wawancara dan rekaman, sedangkan dalam mengungkapkan aspek sikap perilaku wirausaha dan proses pembelajaran dilakukan observasi partisipatif dengan cara mengikuti aktivitas pembinaan dan pengembangan usaha distributor yang kemudian dibuat catatan anekdot sebagai alat bantu. Untuk memperoleh objektivitas dan validitas data, dilakukan triangulasi dengan melaksanakan pengecekan langsung kepada berbagai pihak atau sumber yang dipandang relevan.

Analisis yang diterapkan terhadap data yang terkumpul sesuai dengan karakteristik metodologi studi kualitatif adalah teknik analisis tematik dengan cara mengadakan analisis data berdasarkan penggolongan tema-tema dan pola-pola perilaku tertentu. Uji validitas terhadap hasil analisis dilakukan melalui balikan atau refleksi bersama para distributor terhadap pernyataan-pernyataan hasil wawancara yang akhirnya ditarik kesimpulan sebagai hasil penelitian.

HASIL

PT Centra Nusa Insancemerlang (CNI) sebagai salah satu perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) pertama di Indonesia berorientasi pada bisnis untuk kepentingan masyarakat, memiliki landasan pengembangan bisnis