

Sosialisasi Peningkatan Jiwa Kewirausahaan pada Petani Karet Desa Sungai Jalau Kabupaten Kampar

Restu Hayati*¹, Lintang Nur Agia², Khairizal³, Azmansyah⁴

^{1,4}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau

²Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Riau

³Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Riau

*e-mail: restuhayati@eco.uir.ac.id

Abstract

This community service is carried out to Rubber Farmers in Sungai Jalau Air Tiris Village, North Kampar District, Kampar Regency. The purpose of this service is to increase the motivation of rubber farmers in entrepreneurship and to provide a knowledge base for rubber farmers in starting a business. The results of this dedication explain the low entrepreneurial motivation, especially for rubber farmers in Sungai Jalau Village. The service is carried out by lecturing methods, discussions and inviting representatives from the government (Head of the Kampar District Environment Agency). The socialization by the service team regarding the need for entrepreneurship to improve welfare in the future can increase motivation in entrepreneurship, especially the motivation of the pull factor as well as providing solutions to the community to develop potential creative economy products in Sungai Jalau Village, Kampar Regency.

Keywords: Entrepreneurship, Motivation, Creative Economy Product, Push Factor, Pull Factor

Abstrak

Pengabdian kepada Masyarakat ini dilakukan pada Petani Karet Desa Sungai Jalau Air Tiris Kecamatan Kampar Utara Kabupaten Kampar. Tujuan dilakukan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan motivasi petani karet dalam berwirausaha dan memberikan dasar pengetahuan bagi petani karet dalam memulai suatu usaha. Hasil dari pengabdian ini menjelaskan masih rendahnya motivasi berwirausaha khususnya pada petani karet Desa Sungai Jalau. Pengabdian dilakukan dengan metode ceramah, diskusi dan mendatangkan nara sumber perwakilan dari pemerintah (Kepala Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Kampar) Pemberian sosialisasi yang dilakukan tim pengabdian mengenai perlunya berwirausaha untuk meningkatkan kesejahteraan di masa depan dapat meningkatkan motivasi dalam berwirausaha terutama motivasi faktor penarik (pull factor) serta memberikan solusi kepada masyarakat untuk mengembangkan produk-produk ekonomi kreatif yang potensial di Desa Sungai Jalau, Kabupaten Kampar.

Kata kunci: Jiwa Kewirausahaan, Motivasi, Produk Ekonomi Kreatif, Faktor Pendorong, Faktor Penarik

1. PENDAHULUAN

Komoditas karet memiliki peranan penting dalam memproduksi produk-produk konsumsi vital bagi berbagai industri. Namun (Sadikin & Irawan, 2006) menjelaskan petani karet khususnya di Sumatera masih hidup dalam kemiskinan. Hal ini juga didukung oleh media online www.goriau.com (Jose, 2018) yang memberitakan di Tahun 2018, petani karet khususnya di wilayah Kampar masih mengeluhkan harga komoditas karet yang selalu anjlok. Petani mengeluhkan dengan harga yang sekarang, pendapatan dari petani karet hanya cukup untuk makan saja, dan tidak cukup untuk menyekolahkan anaknya. Sampai dengan bulan Juli 2019, petani karet, tidak hanya di Kampar, tapi di seluruh Indonesia juga mengeluhkan harga karet yang terus anjlok (www.tirto.id) (Thamas, 2019) sehingga memaksa sebagian petani harus menjual lahannya. Berdasarkan wawancara dan diskusi dengan kepala desa Sungai Jalau, Nirwan Amiruddin, petani karet di Desa Sungai Jalau masih terbatas dalam hal kemampuan sumber daya manusia (*human capability*) sehingga belum mampu menemukan alternatif lain selain menoreh getah karet. Karena itu perlu dilakukan sosialisasi perubahan pola pikir masyarakat dalam hal kewirausahaan yang dapat membuka peluang peningkatan pendapatan dari alternatif lain selain perkebunan karet. Masyarakat juga belum memiliki motivasi yang tinggi dalam memulai

suatu usaha baru karena keterbatasan dari segala hal seperti sumber daya manusia, keuangan, operasional, dan pemasaran. Permasalahan yang mendasar adalah masyarakat bingung menentukan titik awal suatu usaha. Karena itu dengan melakukan sosialisasi kepada masyarakat diharapkan akan meningkatkan motivasi agar menumbuhkan jiwa kewirausahaan yang tidak hanya bergantung kepada satu sumber pendapatan pada petani karet Desa Sungai Jalau Kecamatan Kampar Utam, Kabupaten Kampar. Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, rumusan masalah pada pengabdian masyarakat yang akan dilaksanakan pada Petani karet Desa Jalau Kecamatan Kampar utara, Kabupaten Kampar adalah:

1. Kurang nya motivasi petani karet dalam berwirausaha
2. Terbatasnya pengetahuan petani karet dalam berwirausaha

2. METODE

Tujuan dilakukan pengabdian pada petani karet Desa Sungai Jalau Kecamatan Kampar Utara Kabupaten Kampar adalah:

1. Untuk meningkatkan motivasi petani karet dalam berwirausaha
2. Untuk memberikan dasar pengetahuan bagi petani karet dalam memulai suatu usaha.

Pengabdian ini dilaksanakan dengan metode ceramah, sosialisasi, dan diskusi bersama petani karet desa Sungai Jalau Kecamatan Kampar Utara Kabupaten Kampar. Untuk mengukur motivasi di dalam berwirausaha, dapat diukur berdasarkan dua hal, yaitu *push factor* dan *full factor*. Kedia indikator digunakan oleh (Orhan & Scott, 2001) sebagai kategori yang menjelaskan mengapa wanita memilih sebagai enterpreneur. Faktor lainnya yang digunakan yaitu *male domination*, *evolution of women*, *women's identity*, dan *environment influence*.

Push factor dan *full factor* kemudian dikembangkan lagi oleh (Rahmawati et al., 2015) , yaitu:

1. Faktor Pendorong (Push Factor)

Di dalam faktor pendorong, yang menjadikan seseorang termotivasi adalah kurangnya pendapatan, ketidakpuasan terhadap pendapatan sekarang, kesulitan mendapatkan pekerjaan, waktu kerja yang fleksibel karena adanya tanggung jawab terhadap keperluan keluarga. Faktor ini merupakan gabungan dari faktor yang berasal dari individu dan lingkungan.

2. Faktor Penarik (Pull Factor)

Faktor penarik merupakan faktor yang berasal dari diri sendiri yang berhubungan dengan eksistensi diri seseorang. Ukuran faktor penarik adalah pemenuhan keinginan diri (*self fulfillment*), dorongan berusaha (*entrepreneurial drive*), keinginan lebih makmur, status sosial dan kekuasaan.

Peningkatan jiwa kewirausahaan sangat penting dilakukan karena akan mempengaruhi perilaku kewirausahaan dan peningkatan nilai kewirausahaan yang kedepannya akan membentuk kemandirian usaha meskipun belum terlalu bermakna (Sukirman, 2017). Selain itu, jenis usaha yang berbeda juga akan menimbulkan motivasi yang berbeda dalam berwirausaha (Prabowo & Kis, 2015).

Seorang wirausaha, memiliki pola pikir yang berbeda dengan "orang normal" lainnya dan memiliki suatu kemampuan kognitif yang menentukan bagaimana seseorang berfikir, mengambil keputusan, belajar dan mengambil keputusan (Barbosa et al., 2007). Kemampuan kognitif yang dimiliki oleh seorang wirausaha ini selanjutnya disebut dengan "*entrepreneurial cognitive script*" (Abdelnaeim & El-Bassiouny, 2020). Kemampuan ini terdiri dari:

1. *Arrangement script*, terdiri dari kemampuan menjaga ide terhadap imitasi dari kompetitor, memiliki sumber daya untuk memulai usaha dari awal, memiliki networking yang luas, memiliki kualifikasi yang memungkinkan usahanya untuk mencapai keunggulan bersaing.
2. *Willingness scripts*, keterbukaan dan penerimaan terhadap hal-hal baru dan terjun ke dalam pengalaman baru dan situasi yang tidak biasa, kemampuan mengelola risiko dengan adanya bisnis baru, serta antusiasme untuk menggunakan kesempatan dan keyakinan bahwa menyalahkan kesempatan adalah lebih buruk dari pada mencoba dan gagal.
3. *Ability script*, kemampuan secara langsung terlibat untuk menjalankan suatu bisnis baru, kemampuan mengevaluasi dan menilai potensi keberhasilan dan memahami elemen kritis ketika menciptakan usaha baru, kemampuan untuk belajar dari pengalaman di masa lalu dan mengaplikasikan pembelajaran tersebut untuk menciptakan usaha baru, kemampuan untuk mengenali kesempatan dan menggunakan kesempatan yang berbeda di pasar.

(Cortellazzo et al., 2020) menjelaskan kompetensi entrepreneur yang di organisasikan ke dalam 6 area, yaitu:

1. *Awareness*, merupakan kompetensi yang memberikan entrepreneur untuk memahami dirinya sendiri, orang lain, dan hubungan organisasional (kesadaran emosional, empati, kesadaran organisasi).
2. *Action*, merupakan kompetensi memberikan entrepreneur untuk menyadari ide, perencanaan dan solusi, bekerja secara metodis, dan dengan inisiatif.
3. *Social*, kompetensi untuk berinteraksi secara positif dengan orang lain dan menolong mereka untuk bekerja secara efektif.
4. *Cognitive*, kemampuan untuk menggunakan informasi dan analisis secara efektif untuk menginterpretasi fenomena atau situasi.
5. *Exploratory*, kemampuan yang berhubungan terhadap aktivasi proses generasi inovasi.
6. *Strategic*, kemampuan untuk berfikir secara strategis dan interpretasi lingkungan yang kompetitif.

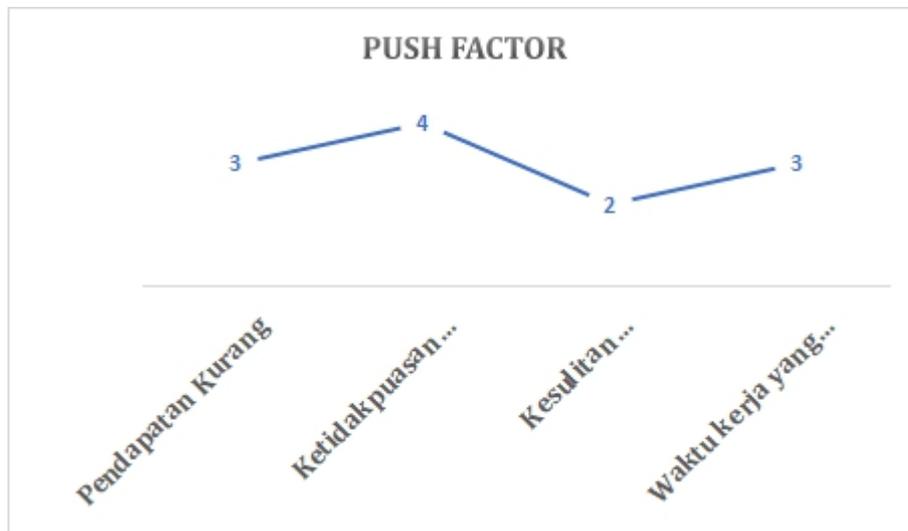
Berdasarkan konsep teoritis diatas, pengabdian ini menggunakan metode push factor dan pull factor dalam mengukur ketercapaian kegiatan. Metode ini dapat menggambarkan tingkat motivasi yang didalamnya sudah termasuk karakteristik-karakteristik motivasi dari seorang entrepreneur. Keberhasilan pengabdian diukur berdasarkan peningkatan pull factor (faktor penarik) sebelum dan sesudah dilakukannya kegiatan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah peningkatan motivasi petani karet dalam berwirausaha sehingga dapat meningkatkan kesejahteraannya di masa depan. Tanggapan masyarakat sangat antusias dan membutuhkan pembinaan lebih lanjut, khususnya pengembangan ide-ide produk kreatif yang dapat memanfaatkan lahan tidur di Desa Sungai Jalau. Dengan hadirnya salah satu perwakilan pemerintah Kabupaten Kampar, yaitu Kepala Dinas Lingkungan Hidup ; Bapak Ir. Aliman Makmur sangat membantu menjembatani antara pengembangan ekonomi kreatif masyarakat dengan program Pemerintah Kabupaten Kampar yang ada.

Peningkatan motivasi dari sosialisasi yang telah dilakukan tim pengabdian diperoleh dari jawaban kuesioner yang menggunakan skala likert (1-5) yang dapat dianalisis berdasarkan dua hal, yaitu *push factor* dan *pull factor*. Motivasi *push factor* merupakan faktor dorongan yang

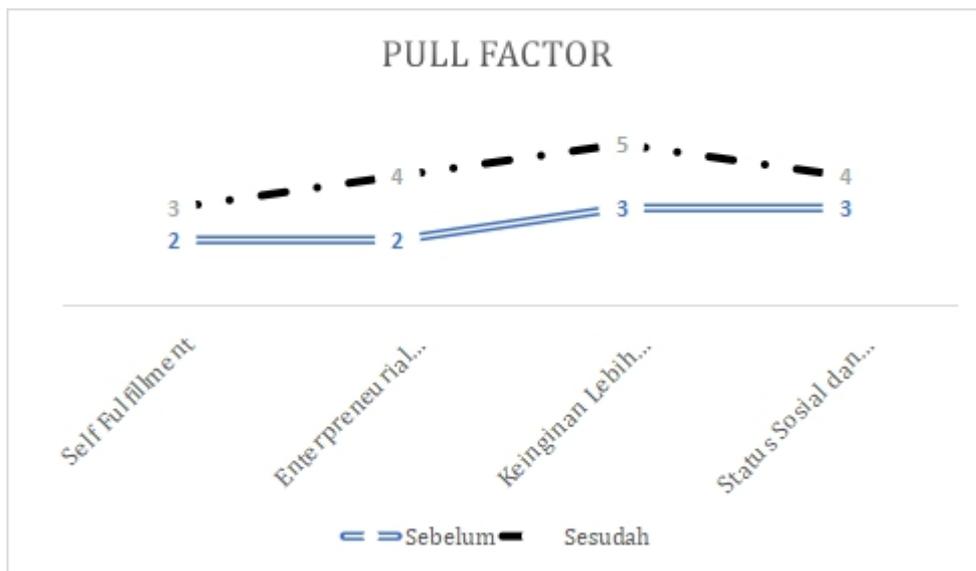
berasal dari gabungan faktor individu yaitu petani karet sendiri serta lingkungannya. Skala likert dari jawaban responden menunjukkan nilai 5 (sangat setuju), nilai 4 (setuju), nilai 3 (cukup setuju), nilai 2 (tidak setuju), nilai 1 (sangat tidak setuju). Grafik di bawah ini merupakan rata-rata jawaban dari 16 responden (petani karet Desa Sungai Jalau):



Gambar 4.2 *Push Factor* (Faktor Pendorong)

Berdasarkan grafik diatas, dapat dilihat bahwa rata-rata petani merasa cukup setuju (3) bahwa pendapatannya yang berasal dari karet adalah kurang serta merasa tidak puas (setuju, 4) terhadap hal tersebut. Kedua hal tersebut sangat dapat menjadi motivasi bagi petani untuk memulai kegiatan kewirausahaan mengembangkan produk alternatif yang sekaligus dapat menjadi ikon dari wilayah Kampar Utara, Kabupaten Kampar. Salah satu motivasi mengapa orang bermula berwirausaha adalah kesulitan mendapatkan pekerjaan. Petani karet Desa Sungai Jalau, merasa tidak setuju (nilai 2) bahwa mendapatkan pekerjaan adalah sulit, karena mereka sudah terbiasa diajarkan bekerja menoreh getah karet dari orang tua semenjak kecil. Karena itu, mencari pekerjaan bukanlah sulit sehingga tidak terlalu memotivasi untuk memulai kegiatan wirausaha. Selain itu, untuk indikator waktu kerja yang fleksibel, merupakan waktu pekerjaan wirausaha yang dapat dilakukan kapan saja. Jika petani tidak bekerja untuk menoreh getah karet yang biasanya dimulai pada jam 5-6 pagi hingga jam 10-12 pagi, sisa waktu dapat dilakukan untuk memulai wirausaha. Berdasarkan diskusi dengan petani dan perangkat desa, hanya sedikit petani yang bekerja seharian penuh untuk menuai getah karet, sehingga rata-rata petani karet memang memiliki waktu luang untuk memulai dan mengembangkan sebuah usaha. Hal ini dapat dilihat dari jawaban push faktor, waktu fleksibel dengan nilai rata-rata 3 (cukup setuju). Berdasarkan grafik diatas, rata-rata jawaban *push factor* (faktor pendorong) adalah 3 (cukup setuju), dan nilai ini cukup tinggi yang cukup dapat memotivasi petani karet Desa Sungai Jalau untuk memulai berwirausaha.

Selain push factor, pull factor atau yang berasal dari diri sendiri yang berhubungan dengan eksistensi diri petani karet Desa Sungai Jalau untuk memulai berwirausaha dapat dilihat pada grafik dibawah ini:



Gambar 4.3 Pull Factor (Faktor Penarik)

Berikut grafik faktor penarik (*full factor*) sebelum dan sesudah dilakukan sosialisasi peningkatan jiwa kewirausahaan (*entrepreneurship*) pada petani Desa Sungai Jalau Kabupaten Kampar. *Self fulfillment* merupakan motivasi untuk memenuhi keinginan diri seseorang. Sebelum dilakukan pelatihan, motivasi berwirausaha untuk memenuhi keinginan masih dalam kategori rendah, yaitu (2) (tidak setuju). Begitu juga dengan *entrepreneurial drive* (dorongan untuk berwirausaha). Kebanyakan petani hanya fokus untuk mengelola lahan pohon karet saja, bahkan masih banyak terdapat lahan tidur yang belum dimanfaatkan sepenuhnya. Setelah dilakukan sosialisasi, terdapat peningkatan motivasi dalam memenuhi keinginan dan peningkatan yang tinggi untuk dorongan wirausaha. Peserta pengabdian, yaitu petani karet sangat antusias ketika di berikan contoh bentuk wirausaha yang dapat di lakukan dengan memanfaatkan tanaman yang sudah ada atau pemanfaatan lahan tidur menjadi produk jadi yang dapat dipasarkan dengan harga jual yang lebih tinggi.

Sedangkan motivasi berwirausaha untuk lebih sejahtera dan mendapatkan status sosial dan kekuasaan berada pada level yang lebih tinggi, yaitu (3) (cukup setuju). Hal ini berarti bahwa petani menyadari berwirausaha cukup dapat meningkatkan kesejahteraan dan lebih di pandang di dalam masyarakat. Setelah dilakukannya sosialisasi, motivasi berwirausaha untuk lebih sejahtera meningkat menjadi 5 (sangat setuju) dan mendapatkan status sosial dan kekuasaan meningkat menjadi 4 (setuju). Peserta pengabdian telah memahami bahwa berwirausaha dapat meningkatkan kesejahteraan bahkan status sosial di dalam masyarakat.

Rata-rata motivasi faktor penarik sebelum diberikan pelatihan adalah 2.5 dan setelah diberikan sosialisasi adalah 4 (cukup setuju) yang menunjukkan terjadinya peningkatan motivasi setelah dilakukannya sosialisasi peningkatan jiwa kewirausahaan pada petani karet Desa Sungai Jalau Kabupaten Kampar.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil pengabdian masyarakat yang dilakukan adalah:

1. Cukup rendahnya motivasi berwirausaha khususnya pada petani karet Desa Sungai Jalau dikarenakan terbatasnya literasi mengenai kewirausahaan dan pengembangan produk kewirausahaan.
2. Pemberian sosialisasi yang dilakukan tim pengabdian mengenai perlunya berwirausaha untuk meningkatkan kesejahteraan di masa depan dapat meningkatkan motivasi, khususnya faktor penarik (*pull factor*) dalam berwirausaha serta memberikan solusi kepada masyarakat untuk mengembangkan produk-produk ekonomi kreatif yang potensial di Desa Sungai Jalau.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Islam Riau yang telah memberi dukungan **financial** terhadap pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdelnaeim, S. M., & El-Bassiouny, N. (2020). The relationship between entrepreneurial cognitions and sustainability orientation: the case of an emerging market. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*. <https://doi.org/10.1108/JEEE-03-2020-0069>
- Barbosa, S. D., Gerhardt, M. W., & Kickul, J. R. (2007). The Role of Cognitive Style and Risk Preference on Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurial Intentions. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 13(4), 86–104. <https://doi.org/10.1177/10717919070130041001>
- Cortellazzo, L., Bonesso, S., & Gerli, F. (2020). Entrepreneurs' behavioural competencies for internationalisation: Exploratory insights from the Italian context. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 26(4), 723–747. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-12-2018-0806>
- Jose, S. (2018). *Petani Karet di Kampar Keluhkan Harga Selalu Anjlok Pemda Diminta Mencarikan Solusi*. [www.goriau.com](https://www.goriau.com/berita/baca/petani-karet-di-kampar-keluhkan-harga-selalu-anjlok-pemda-diminta-mencarikan-solusi.html). <https://www.goriau.com/berita/baca/petani-karet-di-kampar-keluhkan-harga-selalu-anjlok-pemda-diminta-mencarikan-solusi.html>
- Orhan, M., & Scott, D. (2001). Why Women Enter Into Entrepreneurship. *Women in Management Review*, 16(5), 232–243. <http://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/09649420110395719>
- Prabowo, R. E., & Kis, I. (2015). Membangun Jiwa Wirausaha Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call for Papers*, 1–11.
- Rahmawati, N., Triyono, & Sriyadi. (2015). Nur Rahmawati, Triyono, Sriyadi: Motivasi Kewirausahaan Petani Padi Organik di Kabupaten Bantul. *Sepa*, 12(1), 19–28.
- Sadikin, I., & Irawan, R. (2006). Dampak Pembangunan Perkebunan Karet-Rakyat Terhadap Kehidupan Petani Karet di Riau. *SOCA: Jurnal Sosial Ekonomi Dan Pertanian*, 6(3).
- Sukirman. (2017). Jiwa Kewirausahaan dan Nilai kewirausahaan Meningkatkan Kemandirian usaha Melalui Perilaku Kewirausahaan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 20(1), 113–132.
- Thamas, V. F. (2019). *Nasib Petani Karet: Harga Anjlok, Beralih Profesi hingga Jual Lahan*. [www.tirto.id](https://tirto.id/nasib-petani-karet-harga-anjlok-beralih-profesi-hingga-jual-lahan-ee56). <https://tirto.id/nasib-petani-karet-harga-anjlok-beralih-profesi-hingga-jual-lahan-ee56>