

Teori *Austrian Market Process* sebagai Konsep Inovatif Berwirausaha Pemuda Kabupaten Bengkalis

Miftahul Hasanah¹, Yendri Veri², Azlisugianto³

^{1,2,3} Program Studi Ekonomi Syariah, Jurusan Syariah Dan Ekonomi Islam, STAIN Bengkalis, Bengkalis

e-mail: miftahulhasanah14078@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi dari adanya beberapa kendala pada aspek berwirausaha oleh pemuda di Kabupaten Bengkalis. Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan data mengenai angka tingkat ekonomi dari perspektif wirausaha serta memberikan pandangan baru melalui *Austrian Market Process* untuk menjadi pertimbangan pemuda untuk menjadi pengusaha muda. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-eksploratif. Ada pun pembahasan dalam penelitian ini yaitu penjelasan mengenai teori *Austrian Market Process* serta cara penerapannya.

Kata kunci: *Austrian Market Process, Pemuda, Wirausaha*

Abstract

This research was motivated by several obstacles in the aspect of entrepreneurship by youth in Bengkalis Regency. This study aims to present data on economic level figures from an entrepreneurial perspective and provide a new perspective through the *Austrian Market Process* to be considered by youth to become young entrepreneurs. This study used descriptive-exploratory method. There is also a discussion in this study, namely an explanation of the theory of the *Austrian Market Process* and how to apply it.

Keywords : *Austrian Market Process, Youth, Entrepreneurship*

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi dan persaingan ekonomi yang semakin ketat, peran pemuda dalam pengembangan ekonomi suatu daerah menjadi sangat penting. Pemuda dianggap sebagai sumber daya manusia yang memiliki potensi yang besar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan mempercepat pembangunan daerah. Salah satu cara yang efektif untuk mendorong keterlibatan pemuda dalam dunia usaha adalah melalui inovasi berwirausaha. Kabupaten Bengkalis, sebagai salah satu daerah di Indonesia, memiliki potensi sumber daya alam dan manusia yang cukup besar. Namun, masih terdapat tantangan dalam mengoptimalkan potensi tersebut untuk

meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Pemuda di Kabupaten Bengkalis perlu didorong untuk mengadopsi konsep-konsep inovatif dalam berwirausaha guna menciptakan peluang usaha yang berkelanjutan dan berdaya saing tinggi.

Dilansir dari diskominfotik.bengkaliskab.go.id, berdasarkan data BPS pada tahun 2021 tingkat kemiskinan Kabupaten Bengkalis yaitu 3,19%, atau 19.922 jiwa dari 624.321 jiwa penduduk Kabupaten Bengkalis secara keseluruhan. Kemudian dari penelitian Suyadi (2018), yang berjudul Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bengkalis-Riau. Dalam penelitian tersebut dipaparkan bahwa perkembangan pelaku usaha di kabupaten Bengkalis relatif stagnan, hanya beberapa usaha yang mengalami peningkatan. Ada pun kendala utama yang dihadapi para pelaku UMKM yaitu keterbatasan manajemen, literasi dan keputusan mengambil resiko, kurangnya pembinaan serta keterlibatan instansi terkait. Berdasarkan data tersebut maka perlu adanya suatu solusi baru untuk meningkatkan taraf wirausaha kabupaten Bengkalis.

Salah satu konsep inovatif yang memiliki potensi besar dalam meningkatkan keterlibatan pemuda dalam dunia usaha adalah Teori Austrian Market Process. Teori ini dikembangkan oleh ekonom Austria, Friedrich Hayek, dan melibatkan pemahaman tentang mekanisme pasar, peran pengusaha, serta pentingnya pengetahuan lokal dan adaptasi terhadap perubahan pasar. Teori Austrian Market Process mengakui bahwa pasar adalah suatu sistem kompleks yang melibatkan interaksi antara penawaran dan permintaan, informasi asimetris, dan dinamika yang terus berubah. Dalam konteks inovasi berwirausaha, konsep ini menekankan pentingnya pemahaman tentang kebutuhan pasar, pengembangan produk dan jasa yang inovatif, serta kemampuan beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis.

Namun, walaupun Teori Austrian Market Process memiliki potensi besar untuk memotivasi pemuda dalam berwirausaha, penerapannya di Kabupaten Bengkalis masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menggali lebih dalam mengenai potensi konsep inovatif Teori Austrian Market Process sebagai alat yang efektif untuk memfasilitasi berwirausaha pemuda di Kabupaten Bengkalis.

Berdasarkan pemaparan sebelumnya maka dapat dipahami bahwa perkembangan usaha di Kabupten Bengkalis mengalami hambatan karena belum memahami konsep manajemen. Kemudian tujuan penelitian ini yaitu diharapkan akan diperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang Teori Austrian Market Process dan bagaimana konsep tersebut dapat diterapkan secara efektif dalam meningkatkan keterlibatan pemuda dalam dunia usaha di Kabupaten Bengkalis. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi dan panduan praktis bagi pemerintah daerah, lembaga pendidikan, dan pemuda itu sendiri dalam mengembangkan inisiatif inovatif berwirausaha yang berkelanjutan dan berdaya saing tinggi di Kabupaten Bengkalis.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif-eksploratif. Penelitian eksploratif memiliki tujuan untuk menyelidiki suatu permasalahan atau keadaan dengan tujuan memperoleh pemahaman yang mendalam dan komprehensif tentang objek penelitian tersebut. Di sisi lain, penelitian deskriptif bertujuan untuk

menggambarkan suatu hal. Penelitian deskriptif melibatkan pernyataan yang jelas mengenai permasalahan yang akan diteliti, hipotesis yang spesifik, serta informasi rinci yang diperlukan (Radjab, 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Wawancara

Hasil Wawancara dengan beberapa responden yaitu pelaku usaha di Kabupten Bengkalis. Hasil dari wawancara peneliti dengan Siti Munawaroh yang merupakan pelaku UMKM Kabupaten Bengkalis, pada 26 februari 24. Ketika ditanya kendala apa yang dialami saat berwirausaha. Yeni mengatakan “kendalanya ya cara manajemen usaha, trus marketingnya, lalu saya belum paham cara mengelola keuangan agar lebih efisien”. Kemudian wawancara peneliti dengan Nurhayati, pada 26 februari 2024. Ia juga merupakan pelaku UMKM Kabupaten Bengkalis. Saat ditanya apa kendala yang pernah dialami dalam berwirausaha. Ia mengatakan “kendalanya si kayak marketing, pemasaran gitu, trus menjaga produksi, biaya produksi juga.”. Berdasarkan hasil wawancara tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat kendala dalam konsep wirausaha pemuda di Kabupaten Bengkalis. Untuk menanggapi hal tersebut serta memberi solusi dalam kerangka konseptual. Maka peneliti akan menjabarkan teori-teori yang berkaitan dengan judul penelitian ini.

Teori Wirausaha

Wirausaha adalah individu yang menciptakan, mengorganisir, dan mengelola usaha atau bisnis dengan tujuan untuk mencapai keuntungan. Seorang wirausaha bertanggung jawab dalam mengidentifikasi peluang bisnis, mengembangkan ide-ide baru, dan mengambil risiko dalam melaksanakan usaha tersebut. Mereka juga memiliki keterampilan dalam mengelola sumber daya, seperti manusia, modal, dan materi, serta mengambil keputusan strategis untuk mengoptimalkan hasil usaha (Firmansyah, 2019). Secara umum, wirausaha adalah orang yang memiliki semangat kewirausahaan dan inisiatif untuk menjalankan usaha sendiri. Mereka menciptakan nilai tambah dengan menggabungkan sumber daya yang ada untuk memenuhi kebutuhan pasar atau menciptakan pasar baru. Wirausaha bisa beroperasi dalam berbagai bidang industri dan memiliki beragam ukuran bisnis, mulai dari usaha kecil yang dijalankan sendiri hingga perusahaan besar yang melibatkan banyak karyawan.

Seorang wirausaha harus memiliki keterampilan dan karakteristik tertentu, seperti kemampuan berpikir kreatif, keberanian mengambil risiko, kemampuan beradaptasi dengan perubahan, kepemimpinan, kemampuan mengelola waktu, serta keuletan dalam menghadapi tantangan dan kegagalan. Wirausaha berperan penting dalam perekonomian suatu negara. Mereka menciptakan lapangan kerja, mendorong inovasi, menghasilkan produk dan layanan yang dibutuhkan oleh masyarakat, serta memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi. Wirausaha adalah seseorang yang membawa inovasi dan kreatifitas dalam kegiatan dan profesinya. Wirausaha akan mewujudkan kombinasi baru dalam suatu bisnis yang inovatif serta meliputi hal-hal sebagai berikut : a) Menghasilkan barang atau jasa baru, b) Membentuk kaedah produksi baru, c) Mencari pasaran baru, d) Mencari sumber bahan baku baru, dan e) Membina organisasi baru (Alnedral, 2015).

Wirausaha merupakan dorongan kuat untuk melakukan aktivitas yang memiliki manfaat. Selain itu, wirausaha juga dapat diartikan sebagai kemampuan untuk mengidentifikasi peluang bisnis, mengumpulkan sumber daya yang diperlukan untuk memanfaatkannya, dan mengambil langkah-langkah yang tepat untuk mencapai kesuksesan. Minat dalam berwirausaha adalah kemampuan untuk mempertaruhkan diri dalam memenuhi kebutuhan hidup dan menyelesaikan masalah, serta mengembangkan usaha atau menciptakan usaha baru dengan menggunakan potensi yang dimiliki sendiri (Gelar, 2013).

Teori Pemuda

Pemuda adalah istilah yang digunakan untuk merujuk pada kelompok usia muda atau remaja muda dalam suatu masyarakat. Meskipun tidak ada batasan yang tetap dan universal tentang rentang usia pemuda, umumnya pemuda dapat merujuk pada orang-orang antara usia 15 hingga 30 tahun. Pemuda seringkali dianggap sebagai masa transisi antara masa kanak-kanak dan dewasa. Pada tahap ini, individu sedang mengalami perubahan fisik, emosional, dan sosial yang signifikan. Mereka mulai mengeksplorasi identitas pribadi, mempelajari nilai-nilai, dan membentuk pandangan mereka tentang dunia. Pemuda juga dianggap sebagai sumber daya penting bagi kemajuan suatu masyarakat. Mereka memiliki energi, semangat, dan kreativitas yang dapat digunakan untuk menghasilkan perubahan positif. Pemuda sering terlibat dalam kegiatan sosial, politik, budaya, dan ekonomi, serta memiliki potensi untuk membentuk masa depan yang lebih baik (Parry, 2019). Namun, penting untuk dicatat bahwa konsep pemuda dapat bervariasi di berbagai budaya dan konteks. Definisi dan peran pemuda dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti budaya, agama, tradisi, dan kebijakan pemerintah di suatu negara atau masyarakat.

Menurut Mulyana (2014), pemuda adalah individu dengan karakter yang dinamis, penuh ambisi dan optimis namun belum dewasa dalam pengendalian emosi hingga stabil. Pemuda menghadapi masa perubahan sosial maupun kultural. Pemuda memiliki kaitan erat dengan wirausaha karena mereka seringkali memiliki energi, semangat, dan kreativitas yang diperlukan untuk menjadi wirausahawan. Pertama, pemuda cenderung memiliki pemikiran segar dan kreatif serta ide-ide baru yang berani mengambil risiko. Ini sangat penting dalam wirausaha, di mana inovasi dan kreativitas membantu mengembangkan produk atau layanan unik yang menarik bagi pasar. Selain itu, pemuda juga seringkali memiliki semangat dan antusiasme tinggi dalam mengejar impian dan tujuan mereka. Mereka memiliki energi yang melimpah untuk menghadapi tantangan dan mengatasi hambatan dalam memulai dan menjalankan bisnis. Semangat dan antusiasme ini menjadi pendorong penting dalam membangun dan mengembangkan usaha mereka.

Selain itu, generasi pemuda tumbuh dalam era teknologi digital yang maju. Mereka memiliki pemahaman mendalam tentang teknologi dan mampu memanfaatkannya dengan baik. Dalam dunia bisnis yang semakin terhubung secara digital, pemuda memiliki keunggulan dalam memanfaatkan platform online, media sosial, dan alat-alat digital lainnya untuk memasarkan produk atau layanan mereka. Pemuda juga lebih terhubung dengan tren dan kebutuhan pasar saat ini. Mereka memiliki wawasan tentang preferensi dan gaya hidup generasi sebaya mereka, sehingga dapat mengidentifikasi peluang bisnis yang relevan dan

mengembangkan produk atau layanan sesuai dengan kebutuhan pasar. Selain manfaat bagi pemuda itu sendiri, kewirausahaan pemuda juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi suatu negara atau masyarakat. Pemuda dapat menciptakan lapangan kerja baru, mendorong inovasi, dan menghasilkan nilai tambah ekonomi. Oleh karena itu, pemerintah dan organisasi lainnya sering mendukung kewirausahaan pemuda dengan menyediakan pelatihan, bantuan finansial, dan dukungan lainnya untuk membantu mereka memulai dan mengembangkan bisnis mereka. Dengan kaitan ini, pemuda memiliki peran yang penting dalam mendorong kemajuan ekonomi melalui kewirausahaan. Dengan dukungan yang tepat dan lingkungan yang kondusif, pemuda dapat mengembangkan potensi kewirausahaan mereka dan menjadi penggerak perubahan yang positif dalam masyarakat.

Teori Austrian Market Process

Menurut Mises (2019), Austrian Market Process, atau Proses Pasar Austria, mengacu pada pendekatan teori ekonomi yang dikembangkan dalam tradisi sekolah ekonomi Austria. Pendekatan ini berfokus pada peran pasar dalam mengkoordinasikan aktivitas ekonomi dan menghasilkan kemajuan ekonomi. Austrian Market Process menekankan pada pentingnya aksi individu dan kebebasan ekonomi. Teori ini menyatakan bahwa pasar bekerja secara efisien karena adanya persaingan yang sehat dan mekanisme pasar yang tidak terhalang. Dalam konteks ini, "proses pasar" mengacu pada interaksi dinamis antara berbagai aktor ekonomi, termasuk produsen, konsumen, dan pengusaha, yang berusaha mencapai kepuasan pribadi mereka melalui pertukaran barang dan jasa.

Teori ini juga mengakui bahwa informasi yang terdesentralisasi menjadi faktor penting dalam proses pasar. Dalam lingkungan yang berubah dengan cepat, informasi tersebut memainkan peran kunci dalam pengambilan keputusan ekonomi yang efisien. Aktor ekonomi secara terus-menerus mencoba memperoleh dan memproses informasi untuk mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya. Austrian Market Process juga menyoroti pentingnya kewirausahaan dalam mendorong inovasi dan kemajuan ekonomi. Kewirausahaan dianggap sebagai kekuatan utama di balik pengenalan produk baru, penemuan pasar baru, dan peningkatan efisiensi ekonomi secara keseluruhan.

Menurut Sunan (2018), Austrian Market Process (AMP) adalah model yang dipengaruhi oleh fokus pada tindakan manusia dalam konteks ekonomi pengetahuan. Konsep ini menggambarkan kewirausahaan sebagai pendorong utama dalam sistem berbasis pasar. Dengan kata lain, peran penting suatu perusahaan adalah menciptakan sesuatu yang baru yang memicu proses yang berperan sebagai penggerak ekonomi pasar. Menurut Rusydi (2016), teori Austrian Market Process berfokus pada aktivitas manusia dan menyediakan kerangka konseptual yang lebih komprehensif untuk kewirausahaan. Fokus utamanya adalah bagaimana mengembangkan pengetahuan yang diperlukan untuk menemukan peluang dan membuat keputusan berdasarkan informasi. Pendekatan ini menjelaskan bahwa ketika pengetahuan disampaikan melalui sistem pasar, seperti melalui informasi harga, inovasi muncul, dan pengusaha tahu bagaimana menghasilkan produk baru atau metode yang lebih efisien untuk menghasilkan produk tersebut. Dengan demikian, manfaat dapat diperoleh dari pengetahuan ini. Proses pasar Austria melihat bahwa lingkungan ekonomi tidak dapat diulang atau tidak selalu menghasilkan hasil yang sama.

Pengusaha diberi insentif untuk menggunakan pengetahuan mereka untuk menciptakan nilai. Pendekatan ini didasarkan pada konsep neoklasik dan meletakkan kewirausahaan sebagai pendorong dalam sistem pasar

AMP memberikan pandangan dinamis terhadap realitas ekonomi. Dalam menjelaskannya, AMP mengemukakan bahwa pengetahuan yang disampaikan melalui sistem pasar, seperti melalui informasi harga, menghasilkan inovasi. Pengusaha kemudian mengidentifikasi peluang dan memenuhi kebutuhan pasar, yang pada gilirannya menghasilkan perubahan dalam sistem secara keseluruhan. Jika seorang pengusaha memiliki pengetahuan tentang cara menciptakan produk atau layanan baru, atau mengetahui cara yang lebih baik untuk melakukannya, mereka dapat mengambil manfaat dari pengetahuan tersebut. Pengusaha memanfaatkan pengetahuan ini ketika mereka yakin bahwa mereka akan mendapatkan keuntungan yang dapat ditentukan secara individual. AMP menolak gagasan bahwa situasi ekonomi selalu menghasilkan hasil yang sama secara berulang. Sebaliknya, pengusaha diberi insentif untuk menggunakan pengetahuan episodik, yaitu pengetahuan yang mungkin tidak pernah terlihat sebelumnya dan tidak akan terulang kembali, guna menciptakan nilai.

Menurut Kirzner (2019), Austrian Market Process didasarkan pada tiga konsep utama, yaitu:

1. Pasar arbitrase dalam Austrian Market Process mengacu pada situasi di mana pelaku pasar dapat memanfaatkan peluang yang muncul karena orang lain mengabaikan peluang tersebut atau melakukan aktivitas yang tidak optimal. Dalam pasar yang efisien, kesempatan arbitrase akan segera dieksploitasi dan pelaku pasar akan berlomba-lomba untuk mengambil keuntungan dari perbedaan harga atau kondisi pasar yang tidak seimbang. Dalam konteks ini, Austrian Market Process menyoroti pentingnya kewaspadaan dalam mengidentifikasi peluang arbitrase dan mengambil tindakan yang tepat untuk memanfaatkannya.
2. Kewaspadaan terhadap peluang menghasilkan keuntungan adalah konsep kedua dalam Austrian Market Process. Pengusaha yang kreatif dan inovatif memiliki kemampuan untuk mengenali peluang yang ada dalam lingkungan pasar dan mengubahnya menjadi keuntungan. Mereka menggunakan pengetahuan dan kewaspadaan mereka untuk mengidentifikasi celah pasar, menciptakan produk atau layanan baru, atau meningkatkan efisiensi operasional. Dalam konseptualisasi ini, kewirausahaan dianggap sebagai faktor penting dalam proses pasar dan sebagai sumber utama inovasi dan pertumbuhan ekonomi.
3. Konseptualisasi ketiga dalam Austrian Market Process menekankan kepemilikan yang berbeda dari kewirausahaan. Dalam pandangan ini, kewirausahaan tidak tergantung pada kepemilikan sumber daya, seperti modal atau aset fisik. Sebaliknya, kewirausahaan lebih berkaitan dengan kemampuan individu untuk mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang pasar, bahkan dalam situasi ketidakpastian dan risiko. Konseptualisasi ini menekankan bahwa setiap peluang adalah unik dan tidak dapat diprediksi dengan mengandalkan aktivitas atau pola masa lalu. Ini menyoroti pentingnya kreativitas, kewaspadaan, dan keberanian untuk mengambil risiko dalam menciptakan nilai ekonomi

Menurut Austrian Market Process, berwirausaha melibatkan beberapa prinsip dan pendekatan yang dapat diikuti. Berikut adalah beberapa cara untuk berwirausaha sesuai dengan pandangan Austrian Market Process:

1. Kewaspadaan terhadap peluang: Sebagai seorang wirausahawan, perlu mengembangkan kewaspadaan yang tinggi terhadap peluang-peluang yang ada di pasar. Hal ini melibatkan kemampuan untuk mengamati perubahan dan ketidakseimbangan dalam permintaan, penawaran, tren, dan kebutuhan konsumen. Pengusaha harus memperhatikan celah atau kekurangan yang bisa dimanfaatkan untuk menciptakan nilai tambah atau memenuhi kebutuhan yang belum terpenuhi.
2. Inovasi dan kreativitas: Dalam pandangan Austrian Market Process, inovasi merupakan faktor penting dalam berwirausaha. Perlu adanya pengembangan kreativitas dalam menciptakan ide-ide baru, pengembangan produk atau layanan yang unik, atau perbaikan yang signifikan terhadap produk yang ada. Kemampuan untuk berpikir di luar kebiasaan dan mencari solusi yang inovatif akan membantu membedakan diri dari pesaing dan menciptakan nilai yang lebih tinggi bagi pelanggan.
3. Mengambil risiko dan aksi yang tegas: Berwirausaha melibatkan mengambil risiko yang terkait dengan ketidakpastian pasar. Pengusaha harus bersedia menghadapi risiko kegagalan dan mengambil langkah-langkah tegas untuk mewujudkan ide-ide dan peluang yang ditemukan. Dalam Austrian Market Process, pengambilan tindakan yang cepat dan tegas dalam merespon peluang pasar menjadi kunci keberhasilan.
4. Keberagaman pengetahuan dan koneksi: Sebagai wirausahawan, penting untuk memiliki pengetahuan yang luas tentang pasar, industri, dan tren terkini. Hal ini juga perlu mengembangkan jaringan yang kuat dengan orang-orang yang memiliki pengetahuan, sumber daya, dan keterampilan yang dapat mendukung bisnis. Keberagaman pengetahuan dan koneksi akan membantu mengakses informasi yang relevan, mendapatkan wawasan pasar, dan memperluas kesempatan kolaborasi dan kerjasama.
5. Responsif terhadap umpan balik pasar: Penting untuk memperhatikan umpan balik pasar dan meresponsnya dengan cepat. Dalam Austrian Market Process, pasar dianggap sebagai proses dinamis yang terus berubah. Dengan memperhatikan umpan balik pelanggan, dapat memperbaiki produk atau layanan, menyesuaikan strategi pemasaran, dan terus meningkatkan nilai yang ditawarkan kepada pelanggan.
6. Berfokus pada kepuasan pelanggan: Dalam pandangan Austrian Market Process, kesuksesan wirausaha terkait erat dengan kemampuan untuk memuaskan pelanggan. Berfokus pada memberikan nilai dan pengalaman yang unggul kepada pelanggan akan membantu membangun hubungan jangka panjang, mendapatkan rekomendasi, dan memperluas basis pelanggan.

Penerapan Austrian Market Process

Hal-hal teknis dalam Austrian Market Process yang harus dipelajari:

1. Praxeology: Pemahaman tentang praxeology merupakan dasar penting dalam Austrian Market Process. Praxeology adalah studi tentang tindakan manusia sebagai

dasar untuk memahami fenomena ekonomi. Contohnya, dalam menganalisis permintaan konsumen, pemuda dapat menggunakan konsep praxeology untuk memahami alasan di balik keputusan konsumen dalam membeli suatu produk atau layanan.

2. Kalkulasi ekonomi: Kalkulasi ekonomi mengacu pada kemampuan untuk memperhitungkan biaya dan manfaat dalam pengambilan keputusan ekonomi. Pemahaman tentang kalkulasi ekonomi memungkinkan pemuda untuk membuat keputusan yang rasional dan efisien dalam mengelola sumber daya. Contohnya, seorang pemuda yang ingin memulai bisnis produksi perlu melakukan kalkulasi biaya produksi, biaya bahan baku, dan keuntungan potensial untuk menentukan keberlanjutan dan keuntungan bisnis tersebut.
3. Pengetahuan lokal dan terdesentralisasi: Pengetahuan lokal dan terdesentralisasi menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan bisnis. Pemahaman tentang pengetahuan lokal membantu pemuda mengidentifikasi peluang bisnis yang unik dan memahami kebutuhan dan preferensi pasar setempat. Misalnya, seorang pemuda yang ingin membuka restoran dapat menggunakan pengetahuan lokal tentang makanan tradisional dan kebiasaan makan di daerah tersebut untuk menciptakan menu yang menarik bagi konsumen lokal.
4. Proses pasar yang dinamis: Pemahaman tentang proses pasar yang dinamis membantu pemuda mengerti bagaimana perubahan permintaan, penawaran, dan harga mempengaruhi bisnis mereka. Pemahaman ini dapat membantu pemuda mengidentifikasi peluang bisnis baru, menyesuaikan strategi pemasaran, dan mengelola risiko. Contohnya, seorang pemuda yang memiliki bisnis online dapat memantau tren pasar, memahami perubahan preferensi konsumen, dan menyesuaikan produk atau layanan mereka agar tetap relevan dalam lingkungan bisnis yang berubah-ubah.
5. Kewirausahaan: Konsep kewirausahaan sangat penting dalam penerapan Austrian Market Process. Kewirausahaan melibatkan inovasi, pengambilan risiko, dan kemampuan untuk melihat peluang pasar yang belum terpenuhi. Contohnya, seorang pemuda yang melihat kebutuhan akan solusi transportasi berkelanjutan dapat menciptakan bisnis penyewaan sepeda atau mobil listrik sebagai alternatif transportasi yang ramah lingkungan.
6. Siklus bisnis: Pemahaman tentang siklus bisnis membantu pemuda dalam merencanakan strategi bisnis jangka panjang dan mengantisipasi perubahan dalam ekonomi. Pemahaman ini membantu pemuda dalam mengelola risiko dan menyesuaikan rencana bisnis mereka. Misalnya, seorang pemuda yang ingin memulai bisnis properti dapat mempelajari siklus bisnis dalam industri properti. Pemuda tersebut dapat memantau siklus konstruksi, fluktuasi harga properti, dan faktor-faktor ekonomi yang mempengaruhi pasar properti. Dengan pemahaman yang baik tentang siklus bisnis, pemuda dapat mengidentifikasi waktu yang tepat untuk membeli atau menjual properti, mengelola portofolio properti mereka, dan mengoptimalkan keuntungan mereka.

7. Teori harga: Pemahaman tentang teori harga dalam Austrian Market Process penting untuk mengerti bagaimana harga terbentuk di pasar dan bagaimana informasi dipertukarkan melalui harga. Pemahaman ini membantu pemuda dalam menetapkan harga yang tepat untuk produk atau layanan mereka, menyesuaikan harga dengan kondisi pasar, dan mengoptimalkan pendapatan mereka. Misalnya, seorang pemuda yang menjalankan bisnis online dapat mempelajari bagaimana faktor-faktor seperti persaingan, permintaan, dan biaya mempengaruhi penetapan harga produk mereka.
8. Kebebasan ekonomi: Konsep kebebasan ekonomi adalah aspek penting dalam Austrian Market Process. Pemahaman tentang kebebasan ekonomi membantu pemuda mengerti pentingnya kebijakan dan regulasi yang mendukung pasar bebas dan inisiatif bisnis. Pemuda dapat mempelajari bagaimana intervensi pemerintah, seperti peraturan yang berlebihan atau pajak tinggi, dapat mempengaruhi kemampuan mereka untuk berinovasi dan mengembangkan usaha. Contohnya, seorang pemuda yang ingin memulai bisnis teknologi harus memahami dampak kebijakan pemerintah terhadap industri teknologi dan bagaimana memperjuangkan kebebasan ekonomi yang lebih besar.
9. Ekonomi perilaku: Memahami prinsip-prinsip ekonomi perilaku membantu pemuda dalam memahami keputusan ekonomi yang kompleks yang dibuat oleh individu dan kelompok. Pemahaman ini membantu pemuda dalam memprediksi dan memahami pola perilaku konsumen, preferensi, dan faktor-faktor psikologis yang mempengaruhi keputusan ekonomi. Contohnya, seorang pemuda yang menjalankan bisnis e-commerce dapat mempelajari faktor-faktor seperti bias kognitif dan preferensi pengguna untuk mengoptimalkan strategi pemasaran mereka dan meningkatkan tingkat konversi penjualan.

Dalam penerapan Austrian Market Process, mempelajari dan memahami hal-hal teknis ini memberikan landasan yang kuat untuk pemuda dalam berwirausaha dan mengembangkan usaha mereka. Dengan memadukan pemahaman teori dengan praktik bisnis yang konkret, pemuda dapat mengambil keputusan yang lebih baik, mengoptimalkan peluang, dan menghadapi tantangan dalam dunia bisnis dengan lebih efektif.

Penerapan Austrian Market Process untuk pemuda dalam berwirausaha melibatkan langkah-langkah berikut:

1. Mempelajari teori Austrian Market Process: Pemuda perlu memahami konsep dasar teori Austrian Market Process, termasuk pentingnya pengetahuan lokal, pengambilan keputusan terdesentralisasi, dan dinamika pasar. Mempelajari konsep ini akan membantu mereka mengembangkan pemahaman yang kuat tentang bagaimana menerapkan teori tersebut dalam konteks bisnis.
2. Analisis pasar dan identifikasi peluang: Langkah selanjutnya adalah melakukan analisis pasar secara menyeluruh. Pemuda harus mengidentifikasi tren pasar, mengetahui kebutuhan dan preferensi konsumen, serta mencari celah pasar yang belum terpenuhi. Dalam analisis ini, pemuda dapat menggunakan pengetahuan lokal dan pemahaman mendalam tentang lingkungan mereka untuk menemukan peluang bisnis yang menjanjikan.

3. Inovasi dan diferensiasi produk atau layanan: Berdasarkan pemahaman pasar, pemuda perlu fokus pada inovasi dan diferensiasi produk atau layanan mereka. Dalam teori Austrian Market Process, penting untuk menciptakan nilai tambah yang unik dan membedakan diri dari pesaing. Pemuda dapat memanfaatkan keahlian dan minat pribadi mereka untuk menghasilkan ide-ide baru dan mengembangkan produk atau layanan yang memenuhi kebutuhan pasar dengan cara yang lebih baik atau berbeda.
4. Alokasi sumber daya yang efisien: Pemuda perlu mempertimbangkan sumber daya yang mereka miliki atau dapatkan untuk membangun bisnis mereka. Ini termasuk modal finansial, peralatan, bahan baku, serta tenaga kerja yang kompeten. Dalam penerapan Austrian Market Process, pemuda harus memastikan alokasi sumber daya yang efisien untuk mencapai hasil terbaik dengan keterbatasan yang ada.
5. Fleksibilitas dan adaptasi terhadap perubahan pasar: Dinamika pasar terus berubah, dan pemuda perlu bersiap untuk menghadapi perubahan tersebut. Dalam teori Austrian Market Process, respons yang cepat terhadap perubahan pasar menjadi kunci. Pemuda harus menjadi fleksibel dalam rencana bisnis mereka dan siap untuk beradaptasi dengan cepat untuk memenuhi kebutuhan pasar yang berubah.
6. Membangun jaringan dan kolaborasi: Pemuda dapat memanfaatkan jaringan dan kolaborasi dengan pihak lain, seperti mentor, lembaga pendukung pemuda, dan sesama wirausahawan. Ini dapat memberikan akses ke sumber daya tambahan, peluang pembelajaran, serta dukungan dan inspirasi dari mereka yang memiliki pengalaman dan pengetahuan lebih. Serta memanfaatkan kemajuan teknologi, misalnya melalui instagram, facebook, atau platform lainnya dalam hal efektivitas marketing.

Melalui penerapan langkah-langkah ini, pemuda dapat memanfaatkan Teori Austrian Market Process untuk mengembangkan bisnis mereka dengan lebih efektif. Dengan menggabungkan pengetahuan lokal, inovasi, fleksibilitas, dan kolaborasi, mereka dapat memperoleh keunggulan kompetitif dan mencapai keberhasilan jangka panjang dalam dunia wirausaha.

SIMPULAN

Austrian Market Process (AMP) adalah model yang dipengaruhi oleh fokus pada tindakan manusia dalam konteks ekonomi pengetahuan. Konsep ini menggambarkan kewirausahaan sebagai pendorong utama dalam sistem berbasis pasar. Dengan kata lain, peran penting suatu perusahaan adalah menciptakan sesuatu yang baru yang memicu proses yang berperan sebagai penggerak ekonomi pasar. Teori Austrian Market Process berfokus pada aktivitas manusia dan menyediakan kerangka konseptual yang lebih komprehensif untuk kewirausahaan. Fokus utamanya adalah bagaimana mengembangkan pengetahuan yang diperlukan untuk menemukan peluang dan membuat keputusan berdasarkan informasi. Penerapan Austrian Market Process untuk pemuda dalam berwirausaha melibatkan langkah-langkah berikut, mempelajari teori Austrian Market Process, analisis pasar dan identifikasi peluang, inovasi dan diferensiasi produk atau

layanan, alokasi sumber daya yang efisien, fleksibilitas dan adaptasi terhadap perubahan pasar, membangun jaringan dan kolaborasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alnedral. 2015. Sport Entrepreneurship: Konsep, Teori Dan Praktik. Padang: Fik-Unp Press
- Ananda, Rusydi & Tien Rafida, 2016. Pengantar Kewirausahaan. Medan: Perdana Publishing
- Andrianis, R., Anwar, M., & Zulwisli, Z. (2018). Metode Penelitian. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. *Voteteknika (Vocational Teknik Elektronika Dan Informatika)*, 6(1), 38–50.
- Aplikasi, T. D. A. N., Faisal, A., & Ak, M. (N.D.). *Akuntansi Manajemen (Teori Dan Aplikasi)*. Bengkaliskab.bps.go.id/indicator/154/53/1/distribusi-pdrb-kabupaten-bengkalis-atas-dasar-harga-berlaku-menurut-pengeluaran.html
- Firmansyah, Anang Dan Anita Roosmawarni. 2020. Kewirausahaan (Dasar Dan. Konsep). Jawa Timur: Cv. Penerbit Qiara Media
- Hayek, F. A. 2014. The Road To Serfdom. University Of Chicago Press.
- Kirzner, Israel M. 2011. Competition And Entrepreneurship. Chicago: University Of Chicago Press
- Kondisi, M., Antariksa, C., Budhi, G. S., Adipranata, R., Eng, M., Setiahad, B., Sc, D., Pengesahan, H., & Penelitian, L. (2012). *Model Bisnis Menurut Mcquillan*. 2010, 5–26.
- Kurniati, E. D. (2015). Kewirausahaan Industri. In *Books.Google.Com*.
- Manajemen -Chapter, A., & Biaya, P. (2019). *Akuntansi Manajemen-Perilaku Biaya (Cost Behavior)*. September.
- Marfuah, M. (2021). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan , Motivasi Berwirausaha Dan Menanamkan Jiwa Leadership Terhadap Minat Berwirausaha. *Sinau : Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Humaniora*, 7(1), 1–12. <https://doi.org/10.37842/Sinau.V7i1.56>
- Mulyana, Deddy. 2014. Komunikasi Lintas Budaya. Bandung: Rosda Karya
- Ngatno. (2015). *Buku Ajar Metodologi Penelitian.Pdf* (Hal. 151).
- Purwa Aji, S. (2018). Keterampilan Wirausaha Untuk Keberhasilan Usaha. *Business Management Education*, 6(1), 1–8.
- Parry, J., & Campbell, H. 2019. Youth And Society. Palgrave: Macmillan.
- Putra, G. L. P. (2015). Faktor Internal Dan Eksternal Terhadap Minat Pemuda Untuk Berwirausaha Di Desa Ngadi Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri. *Jurnal Vokasi Kesehatan*, 1(1), 18–22. <https://core.ac.uk/download/pdf/230754354.pdf>
- Radjab, Enny, Dan Andi Jam'an. 2017. Metodologi Penelitian Bisnis. Makassar: Lembaga Perpustakaan Dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah
- Rajab, S. (2022). Pengaruh Kepercayaan Diri Mahasiswa Terhadap Dorongan Berwirausaha. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 1(2), 213–218. <https://doi.org/10.35446/Bisniskompetif.V1i2.1109>
- Republik Indonesia. (2019). Uu No. 23 Tahun 2019 Tentang Pengelolaan Sumber Daya Nasional Untuk Pertahanan Negara. *Sekretariat Negara*. Jakarta, 009207.
- Respati, H. (2000). Sejarah Konsepsi Pemikiran Kewirausahaan. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 211–223.

- Suroto. (2015). Konsep Masyarakat Madani Di Indonesia Dalam Masa Postmodern (Sebuah Analitis Kritis). *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan*, 5(9), 664–671. [Https://Media.Neliti.Com](https://Media.Neliti.Com)
- Sussan, F., & Acs, Z. 2017. The Digital Entrepreneurial Ecosystem. *Small Business Economics*, 49(1), 55-73.
- Suyadi, & Syahdanur. (2018). Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Bengkalis Riau. *Jurnal Ekonomi Kiat*, 29(1), 1–10
- Von Mises, L. 2019. *Human Action: A Treatise On Economics*. Yale University Press.