

MODUL KEWIRAUSAHAAN 1



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SBI
YOGYAKARTA**

LEMBAR PENGESAHAN MODUL AJAR

1. Judul Modul : Kewirausahaan 1
2. Bidang Ilmu : Manajemen dan Akuntansi
3. Penyusun

Nama/Nip : Maria Kumalasanti S.E,M.B.A. /0513108401
Fiki Kartika, B.Com., Mapp. Fin/0504078501

Disetujui untuk digandakan dan digunakan sebagai media pembelajaran di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi SBI Yogyakarta..

Yogyakarta, September 2022
Penulis Modul Ajar



Maria Kumalasanti S.E, M.B.A.
NIDN.0513108401

Menyetujui, Ketua Prodi



Alief Indita Agustiyani, S.E.,MM.
NIDN. 0523086901

Mengetahui, Ketua



Dr. Saifudin Zuhri, S.Ag., M.Si
NIDN. 0529047303

Puket 1



Surawan Setya Budi Sungkono,SE.,MM
NIDN. 0508047001

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat-Nya sehingga Kewirausahaan 1 ini dapat diselesaikan Modul Kewirausahaan 1 ini disusun sebagai rujukan bagi mahasiswa dalam mempelajari Mata Kuliah Kewirausahaan 1 di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Solusi Bisnis Indonesia Yogyakarta.

Disusunnya Modul Kewirausahaan 1 bertujuan untuk meningkatkan kualitas proses pembelajaran bagi mahasiswa, sebagai media penghubung dengan materi kompetensinya. Dosen sebagai orang yang paling bertanggung jawab terhadap keberhasilan proses pembelajaran, dituntut untuk dapat melakukan penyusunan modul materi perkuliahan yang diampu. Dalam panduan ini juga dijelaskan mengenai mekanisme penyusunan, sistematika dan format penulisan yang baik untuk modul ajar.

Kami selaku Tim Penyusun Panduan Penyusunan Modul ini menyadari sepenuhnya bahwa dokumen panduan ini masih belum sempurna. Akan tetapi panduan ini dianggap cukup representatif untuk dapat digunakan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi SBI Yogyakarta karena sudah berupaya melakukan sinkronisasi isi modul ajar dengan Rencana Pembelajaran Semester (RPS). Harapan kami dengan adanya panduan ini diharapkan dapat dihasilkan modul ajar yang komprehensif yang dapat menunjang proses pembelajaran.

Yogyakarta, Februari 2024

Penyusun

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	2
DAFTAR ISI.....	4
...PETUNJUK BAGI PEMBACA.....	5
RENCANA PEMBELAJARAN SATU SEMESTER UNTUK KOMPETENSI:	
KEWIRAUSAHAAN.....	v
BAB 1. RUANG LINGKUP DISIPLIN ILMU KEWIRAUSAHAAN.....	1
A. PENDAHULUAN	1
B. DISIPLIN ILMU KEWIRAUSAHAAN	2
C. OBJEK STUDI KEWIRAUSAHAAN.....	4
D. PERKEMBANGAN DISIPLIN ILMU KEWIRAUSAHAAN.....	4
BAB 2. KONSEP KEWIRAUSAHAAN.....	6
A. PENGERTIAN KEWIRAUSAHAAN.....	6
1. Ruang Lingkup Kewirausahaan.....	11
B. MANFAAT KEWIRAUSAHAAN	11
C. TUJUAN KEWIRAUSAHAAN.....	13
D. KEUNTUNGAN DAN KERUGIAN WIRAUSAHA.....	13
E. CIRI DAN WATAK WIRAUSAHA.....	14
BAB 3. KARAKTERISTIK DAN NILAI-NILAI KEWIRAUSAHAAN.....	17
A. KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN	17
B. NILAI-NILAI HAKIKI KEWIRAUSAHAAN.....	19
C. PROSES KEWIRAUSAHAAN	21
D. FAKTOR-FAKTOR MOTIVASI BERWIRAUSAHA.....	23
BAB 4. KREATIVITAS DAN KEINOVASIAN DALAM KEWIRAUSAHAAN	27
A. BERFIKIR KREATIF DALAM KEWIRAUSAHAAN	27
B. BERINOVASI	30

BAB 5. MODAL DASAR KEWIRAUSAHAAN	33
A. MODAL KEMAUAN, KEMAMPUAN, DAN PENGETAHUAN.....	33
B. MODAL INSANI KEWIRAUSAHAAN.....	34
1. Modal Sosial	34
2. Modal Intelektual.....	35
3. Modal Mental Dan Moral	35
4. Modal Motivasi.....	35
5. Bekal Kompetensi Kewirausahaan	35
BAB 6. PROSES KEWIRAUSAHAAN.....	37
A. FAKTOR-FAKTOR PEMICU KEWIRAUSAHAAN.....	37
B. PROSES KEWIRAUSAHAAN	37
C. PROSES PERTUMBUHAN KEWIRAUSAHAAN.....	39
D. LANGKAH MENUJU KEBERHASILAN WIRAUSAHA.....	39
BAB 7. FAKTOR KEBERHASILAN DAN KEGAGALAN WIRAUSAHA	41
A. FAKTOR PENYEBAB KEBERHASILAN DAN KEGAGALAN WIRAUSAHA.....	41
B. KEUNTUNGAN DAN KERUGIAN BERWIRAUSAHA.....	42
BAB 8. IDE DAN PELUANG KEWIRAUSAHAAN.....	44
A. IDE KEWIRAUSAHAAN	44
B. SUMBER PENEMUAN IDE-IDE BARU.....	44
Penyaringan Ide	45
C. PELUANG.....	45
D. CIRI-CIRI PELUANG.....	46
E. FAKTOR-FAKTOR KEBERHASILAN SEBUAH PELUANG.....	46
F. KEGAGALAN SEBUAH PELUANG.....	47
BAB 9. KEWIRAUSAHAAN DALAM KONTEKS BISNIS.....	48
A. MEMULAI USAHA/BISNIS BARU.....	48

B.	LANGKAH-LANGKAH MEMASUKI BISNIS BARU.....	48
C.	MERINTIS USAHA/BISNIS BARU.....	49
BAB 10. KOMPETENSI INTI DAN STRATEGI BERSAING DALAM		
KEWIRAUSAHAAN.....		
		50
A.	KOMPETENSI INTI KEWIRAUSAHAAN.....	50
B.	STRATEGI BERSAING DALAM KEWIRAUSAHAAN.....	51
BAB 12. ANALISA BISNIS DAN STUDI KELAYAKAN USAHA.....		
		54
A.	PENGERTIAN BISNIS.....	54
B.	PENGERTIAN KELAYAKAN USAHA.....	55
C.	PROSES DAN STUDI KELAYAKAN USAHA.....	56
D.	ANALISIS KELAYAKAN USAHA	57
1.	Analisis Aspek Pemasaran.....	58
2.	Analisis Aspek Produksi atau Operasi.....	59
3.	Analisis Aspek Manajemen	60
4.	Analisis Aspek Keuangan.....	60
BAB 13. STRATEGI PEMASARAN		
		61
A.	DEFINISI PEMASARAN.....	61
B.	STRATEGI PEMASARAN STRATEGI.....	62
C.	UNSUR-UNSUR PEMASARAN	62
BAB 14. MANAJEMEN KEUANGAN.....		
		64
BAB 15. ANALISA PELUANG USAHA		
		68
BAB 16. BUSSINESS PLAN DAN MEMULAI USAHA BARU.....		
		70
DAFTAR PUSTAKA.....		
		73

PETUNJUK BAGI PEMBACA

Petunjuk bagi pembaca adalah hal-hal sebagai berikut :

a. Kriteria Pemakai atau Pembaca

“Modul ajar Kewirausahaan 1 ini dibuat diurutkan khusus bagi mahasiswa program Studi di Manajemen dan Akuntansi yang mengambil matakuliah Kewirausahaan 1 pada semester 2 di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi SBI Yogyakarta”

b. Prasyarat Pemakai Modul

“Untuk dapat memahami isi modul ajar ini maka disyaratkan pembaca telah memiliki pengetahuan dasar Kewirausahaan ”

c. Petunjuk Penggunaan Modul Ajar

“Modul ajar ini tersusun secara sistematis dimana dalam modul ini dibuat sub tema dalam satu kali pertemuan tatap muka di kelas dengan waktu 3 x 50 menit. Dalam setiap modul dilengkapi dengan contoh penggunaan dalam kalimat, contoh percakapan dan soal latihan. Pembaca dituntun untuk dapat mengikuti modul ini mulai dari Unit 1 sampai Unit 12 dan dapat mempraktekkan materi dalam modul ini”

d. Kegunaan Modul Ajar:

“Modul ajar ini dapat digunakan sebagai referensi dan bahan tutorial bagi mahasiswa mengikuti mata kuliah Kewirausahaan 1 di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi SBI Yogyakarta”

MISI VISI INSTITUSI

Korelasi Visi-Misi dengan Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)

Dalam Perguruan Tinggi, Visi, Misi, Tujuan dan Sasaran (VMTS) institusi merupakan acuan untuk penyelenggaraan dan pengembangan program studi serta unit-unit yang ada di dalamnya, selain itu juga sebagai pedoman sivitas akademika dalam menjalankan kegiatan di Lingkungan STIE SBI Yogyakarta. Oleh karena itu segala aktivitas, termasuk pembelajaran harus berorientasi pada perwujudan visi dan misi Perguruan Tinggi. Dalam konteks Buku

Pedoman ini maka diharapkan modul yang akan dibuat oleh mata kuliah masing-masing dikorelasikan dengan perwujudan visi-misi sesuai dengan konteks jenis mata kuliah.

STIE SBI Yogyakarta sebagai bagian dari masyarakat, mempunyai keinginan untuk memberi kontribusi terhadap dinamika masyarakat yang terus berkembang, maka Visi, Misi, Tujuan dan Sasaran STIE SBI Yogyakarta akan selalu mengacu pada kebutuhan internal dan eksternal yang selalu berubah seiring dengan tuntutan perkembangan di segala bidang yang semakin menglobal. Untuk itu proses penyusunan Visi, Misi, Tujuan, dan Sasaran STIE SBI Yogyakarta, melibatkan berbagai pihak dengan mempertimbangkan tuntutan lingkungan internal dan eksternal, sehingga VMTS menjadi lebih jelas, realistik, dan terintegrasi.

Visi STIE SBI Yogyakarta yang telah disahkan melalui Surat Keputusan Yayasan dengan Nomor: 02/YSBI/III/2000 adalah sebagai berikut:

“Menjadi sekolah tinggi ilmu ekonomi terkemuka di Yogyakarta dalam mengembangkan dan menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang akuntansi dan bisnis pada tahun 2026.”

Pernyataan visi STIE SBI Yogyakarta tersebut bertujuan untuk menggambarkan kondisi masa depan yang diharapkan oleh semua pemangku kepentingan. Dalam pernyataan visi STIE SBI terdapat kata “terkemuka”, yang dimaksud pernyataan tersebut adalah terkemuka dalam mengembangkan dan menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi, di bidang akuntansi dan bisnis.

Istilah “terkemuka” mengandung makna sebagai berikut:

1. Dimaknai sebagai salah satu Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi unggulan dalam pelaksanaan Tri darma Perguruan Tinggi di Yogyakarta pada tahun 2026.
2. Terkemuka dalam bidang pelayanan kepada masyarakat dari semua kalangan, tanpa membedakan suku, ras, golongan, agama, dan bangsa, atau anti diskriminasi.
3. Terkemuka dalam mengembangkan dan menerapkan bisnis bermakna bahwa STIE SBI Yogyakarta berorientasi menciptakan mahasiswa dan lulusan yang memiliki jiwa bisnis atau enterpreneur melalui proses pembelajaran yang memadukan ilmu ekonomi dan teknologi informasi.

Sedangkan misi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi SBI Yogyakarta adalah sebagai berikut :

1. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran dengan pemanfaatan teknologi informasi yang memberikan solusi terhadap permasalahan di bidang akuntansi dan bisnis.
2. Menyelenggarakan penelitian di bidang akuntansi dan bisnis yang memberikan kontribusi pada pengembangan dan pemanfaatan ilmu pengetahuan bagi kesejahteraan masyarakat.
3. Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat melalui penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang akuntansi dan bisnis yang berorientasi pada pemberdayaan masyarakat yang mandiri, kreatif, produktif, dan sejahtera.

Untuk Visi Program Studi Manajemen STIE SBI Yogyakarta adalah

“Menjadi Program Studi Manajemen terkemuka di Yogyakarta dalam mengembangkan dan menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang bisnis yang berjiwa kewirausahaan pada tahun 2026.”

Dari pernyataan visi Program Studi Manajemen tersebut menggambarkan kondisi masa depan yang diharapkan oleh semua pemangku kepentingan. Istilah “terkemuka” dalam visi mempunyai makna sebuah harapan menjadi lembaga pendidikan yang unggul dalam mengembangkan dan menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang akuntansi keuangan.

Misi Program Studi Manajemen STIE SBI Yogyakarta adalah sebagai berikut.

1. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran dengan pemanfaatan teknologi informasi yang memberikan solusi terhadap permasalahan di bidang Bisnis yang berjiwa kewirausahaan.
2. Menyelenggarakan penelitian di bidang bisnis yang berjiwa kewirausahaan untuk memberikan kontribusi pada pengembangan dan pemanfaatan ilmu pengetahuan bagi kesejahteraan masyarakat.

3. Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat melalui penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi yang memberi solusi terhadap permasalahan di bidang bisnis yang berjiwa kewirausahaan dan berorientasi pada pemberdayaan masyarakat.

Berdasar paparan tentang visi-misi perguruan tinggi dan program studi maka kontribusi mata kuliah Bahasa Inggris 1 untuk perwujudan visi-misi PT maupun Prodi adalah bisa meningkatkan pengetahuan peserta pembelajar tentang dasar-dasar Bahasa Inggris terutama untuk komunikasi yang berkaitan dengan ekonomi dan bisnis.

Dengan mengetahui, memahami, dan memiliki kemampuan menyelesaikan masalah bidang tersebut maka diharapkan peserta pembelajar bisa mengembangkan dan menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang akuntansi dan bisnis dengan jiwa bisnis atau entrepreneur melalui proses pembelajaran yang memadukan ilmu ekonomi dan teknologi informasi.

DESKRIPSI MATA KULIAH

Identitas Mata Kuliah

Nama mata kuliah	: Kewirausahaan 1
Nomor kode	: MKK
Jumlah SKS	: 3 SKS
Jumlah jam/minggu	:
Semester	: 2
Jumlah pertemuan	: 14
Program studi / program	: Manajemen
Status mata kuliah	: Wajib
Prasyarat	: -
Dosen	: Maria Kumalasanti S,E, M.B.A

a. Deskripsi matakuliah

Matakuliah Bahasa Inggris 2 merupakan mata kuliah Program Studi Manajemen dan Akuntansi yang mempelajari pengetahuan, pengertian serta pemahaman kepada para

mahasiswa agar mampu menguasai bahasa Inggris baik secara lisan maupun tulisan. Bahasa Inggris yang dipelajari khususnya dalam konteks ekonomi bisnis dengan empat keterampilan berbahasa yaitu berbicara (*speaking*), menyimak (*listening*), membaca (*reading*) dan menulis (*writing*). Mata kuliah ini disusun aplikatif agar mahasiswa dapat menerapkannya dalam komunikasi sehari-hari, terutama dalam dunia kerja. Mahasiswa diharapkan memahami topik-topik mengenai bisnis dan manajerial dalam ungkapan bahasa Inggris.

Dalam perkuliahan membahas cara menyampaikan salam, memperkenalkan diri, memperkenalkan orang lain baik secara formal maupun informal, penyebutan angka, waktu dan tanggal baik dalam British English maupun American English, frasa dalam bisnis, menjawab panggilan telepon maupun meninggalkan pesan, menunjukkan arah, kunjungan perusahaan, penggunaan kalimat lampau, meminta dan menawarkan bantuan, menggambarkan seseorang, susunan kalimat, penggunaan kalimat masa yang akan datang, dan bagaimana menyampaikan informasi secara tepat.

Perkuliahan ini juga mengkaji isu-isu dan masalah yang dihadapi ketika berkomunikasi menggunakan Bahasa Inggris. Tahap penguasaan mahasiswa selain evaluasi melalui UTS dan UAS juga evaluasi terhadap tugas, penyajian dan diskusi. Matakuliah ini bersifat wajib pada program studi manajemen di STIE SBI Yogyakarta. Matakuliah ini merupakan kelompok Mata kuliah Keilmuan Dan Keterampilan (MKK). Bobot mata kuliah ini adalah 3 SKS.

Dalam struktur kurikulum strata satu (S1) program studi Manajemen STIE SBI, mata kuliah Bahasa Inggris 2 diletakkan pada semester genap sebagai mata kuliah wajib. Sesuai dengan visi dan misi Program Studi Manajemen yakni: Menjadi Program Studi yang beriputasi baik maka diharapkan kajian mata kuliah Bahasa Inggris 2 ini dapat membekali peserta didik dalam memahami dan mempraktekkan istilah-istilah maupun frase-frase dalam Bahasa Inggris terutama di bidang ekonomi dan bisnis.

c. Capaian Pembelajaran Mata Kuliah

Mahasiswa mampu mengungkapkan ragam ekspresi berbahasa Inggris yang baik dan benar melalui skill *listening*, *speaking*, *reading* dan *writing* dalam topik-topik bisnis dan manajerial terpilih, baik dari segi struktur, *grammar* dan *vocabulary*.

d. Evaluasi Capaian Pembelajaran

- Kehadiran : 20%
- Tugas : 20%
- Quiz/Keaktifan : 20%
- UTS : 20%
- UAS : 20%

e. Matrik Rencana Pembelajaran

Pertemuan Ke-	Kompetensi dasar	Indikator	Pengalaman pembelajaran	Materi Ajar	waktu	Alat/ bahan/sumber belajar	Penilaian
---------------	------------------	-----------	-------------------------	-------------	-------	-------------------------------	-----------

1	Menjelaskan ruang lingkup disiplin ilmu kewirausahaan, konsep, konteks dan hakikat kewirausahaan.	Setelah mengikuti perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat : 1. Menjelaskan latar belakang pentingnya kewirausahaan. 2. Memahami disiplin ilmu kewirausahaan 3. Mengetahui manfaat kewirausahaan	1. Mendiskusikan latar belakang pentingnya kewirausahaan. 2. Mengkaji pengertian kewirausahaan 3. Mendiskusikan manfaat kewirausahaan	1. Latar belakang pentingnya kewirausahaan. 2. Pengertian kewirausahaan 3. Manfaat kewirausahaan	100	LCD, Laptop, Classroom. Suryana, 2013 http://wirausaha.my.bloccspot.com . Modul pembelajaran kewirausahaan	Portofolio tes essay.
2	Menjelaskan ruang lingkup disiplin ilmu kewirausahaan, konsep, konteks dan hakikat kewirausahaan.	Setelah mengikuti perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat : 4. Menumbuhkan mental wirausaha 5. Menjelaskan alasan orang berwirausaha 6. Memahami perkembangan disiplin ilmu kewirausahaan 7. Memahami objek studi kewirausahaan 8. Memahami konsep kewirausahaan 9. Memahami hakikat kewirausahaan	4. Mengkaji mental wirausaha 5. Mengkaji alasan seseorang berwirausaha 6. Mengkaji perkembangan disiplin ilmu kewirausahaan 7. Mengkaji objek studi kewirausahaan. 8. Mengkaji konsep kewirausahaan 9. Mengkaji hakikat kewirausahaan	4. Menumbuhkan mental wirausaha 5. Alasan seseorang berwirausaha 6. Perkembangan disiplin ilmu kewirausahaan 7. Objek studi kewirausahaan.. 8. konsep kewirausahaan 9. Hakikat kewirausahaan	100	LCD, Laptop, Classroom. Suryana, 2013 http://wirausaha.my.bloccspot.com . Modul pembelajaran kewirausahaan	

3	Mentelaah Karakteristik dan Nilai-nilai Kewirausahaan	Setelah mengikuti perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat : 1. Memahami karakteristik kewirausahaan 2. Memahami karakteristik umum wirausahawan yang berhasil	1. Mendiskusikan tentang karakteristik kewirausahaan 2. Mendiskusikan karakteristik umum wirausahawan yang berhasil 3. Mengkaji nilai-nilai hakiki kewirausahaan	1. Karakteristik kewirausahaan 2. Karakteristik umum wirausahawan yang berhasil 3. Nilai-nilai hakiki kewirausahaan	100	LCD, Laptop, Classroom http://wirausaha.my.bloccpot.com .	Portofolio, tes obyektif
---	---	--	--	---	-----	---	--------------------------

		3. Memahami nilai-nilai hakiki kewirausahaan 4. Memahami sikap dan kepribadian wirausahawan 5. Memahami motif berprestasi dalam kewirausahaan	4. Mengkaji sikap dan kepribadian wirausahawan 5. Mendiskusikan motif berprestasi dalam kewirausahaan	4. Sikap dan kepribadian wirausaha 5. Motif berprestasi dalam kewirausahaan			
4	Melakukan telaah tentang Jenis, fungsi, dan peran wirausahawan	Setelah mengikuti perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat : 1. Menggambarkan tentang jenis-jenis wirausahawan 2. Memahami fungsi wirausaha 3. Memahami peran wirausaha	1. Mengkaji dan mendiskusikan jenis-jenis wirausahawan 2. Mendiskusikan tentang fungsi kewirausahaan 3. Mendiskusikan tentang peran wirausaha	1. Jenis-jenis wirausahawan 2. Fungsi wirausahawan 3. Peran wirausahawan	100	LCD, Laptop, Classroom Modul pembelajaran kewirausahaan http://wirausaha.my.bloccpot.com .	Portofolio, tes obyektif

5	Melakukan telaah tentang kreativitas dan keinovasian dalam kewirausahaan	Setelah mengikuti perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat : 1. Memahami cara berpikir kreatif 2. Memahami cara bertindak inovatif 3. Memahami hasil berpikir kreatif dan inovatif.	1. Mendiskusikan dan mengkaji tentang berppikir kreatif 2. Berdiskusi tentang inovatif 3. Mendiskusikan hasil berpikir kreatif dan inovatif.	1. Berpikir kreatif 2. Berinovasi 3. Hasil berpikir kreatif dan inovatif	100	LCD, Laptop, Classroom Modul pembelajaran kewirausahaan http://wirausahaanmy.blogspot.com .	Portofolio, tes obyektif
6	Menjelaskan modal dasar kewirausahaan	Setelah mengikuti perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat : 1. Memahami modal dasar kewirausahaan yang terdiri atas modal kemauan, modal kemampuan, dan modal pengetahuan 2. Memahami modal insani	1. Mengkaji tentang modal kemauan, kemampuan dan pengetahuan 2. Menjelaskan tentang modal insani kewirausahaan 3. Mengkaji bekal kompetensi kewirausahaan.	1. Modal kemauan, kemampuan, dan pengetahuan 2. Modal insani kewirausahaan 3. Bekal kompetensi kewirausahaan	100	LCD, Laptop, Classroom http://wirausahaanmy.blogspot.com .	Portofolio, tes obyektif

		kewirausahaan 3. Memahami bekal kompetensi kewirausahaan					
--	--	---	--	--	--	--	--

7	Menjelaskan proses kewirausahaan	Setelah mengikuti perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat : 1. Menyebutkan proses awal kewirausahaan 2. Memahami proses perkembangan kewirausahaan 3. Menjelaskan tentang proses pertumbuhan kewirausahaan	1. Mendiskusikan proses awal kewirausahaan 2. Menjelaskan proses perkembangan kewirausahaan 3. Menjelaskan proses pertumbuhan kewirausahaan	1. Proses awal kewirausahaan 2. Proses perkembangan kewirausahaan 3. Proses pertumbuhan kewirausahaan	100	LCD, Laptop, Classroom Modul pembelajaran kewirausahaan	Portofolio, tes obyektif
8			UTS				
9	Memahami faktor pendorong dan penghambat keberhasilan kewirausahaan	Setelah mengikuti perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat : 1. Menjelaskan langkah-langkah menuju keberhasilan kewirausahaan 2. Memahami faktor-faktor pendorong dan penghambat keberhasilan kewirausahaan 3. Memahami faktor-faktor pemicu kewirausahaan 4. Memahami keuntungan dan kerugian kewirausahaan	1. Mendiskusikan langkah-langkah menuju keberhasilan kewirausahaan 2. Menjelaskan faktor-faktor pendorong keberhasilan kewirausahaan 3. Menjelaskan faktor penghambat kewirausahaan 4. Keuntungan dan kerugian kewirausahaan	1. Langkah menuju keberhasilan kewirausahaan 2. Faktor-faktor pendorong keberhasilan kewirausahaan 3. Faktor-faktor penghambat kewirausahaan 4. Keuntungan dan kerugian kewirausahaan	100	http LCD, Laptop, Classroom http://wirausaha.my.bloccspot.com .	Portofolio, tes obyektif

10	Mengkaji ide dan peluang kewirausahaan	Setelah mengikuti perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat : 1. mengetahui asal usul timbulnya ide kewirausahaan 2. mengetahui peluang dalam kewirausahaan	1. Memahami asalusul timbulnya ide kewirausahaan 2. Memahami peluang dalam kewirausahaan 3. Memahami sumber-sumber potensial peluang kewirausahaan	1. Asal-usul timbulnya ide kewirausahaan 2. Peluang dalam kewirausahaan	100	LCD, Laptop, Class room	Portofoli , tes obyektif
----	--	--	--	--	-----	-------------------------	--------------------------

11	Memahami kewirausahaan dalam konteks bisnis	Setelah mengikuti perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat : 1. Memahami bagaimana memulai usaha baru/bisnis baru 2. Memahami langkah-langkah memasuki bisnis baru 3. Memahami caracara merintis usaha/bisnis baru 4. Memahami hambatan dalam memasuki industri 5. Memahami keuntungan dan kerugian membeli usaha yang sudah ada 6. Memahami perusahaan dengan sistem waralaba 7. Memahami bentuk-bentuk perlindungan hukum terhadap perusahaan: paten, merk dagang, dan hak cipta.	1. Menjelaskan bagaimana memulai usaha baru/bisnis baru 2. Mendiskusikan langkah-langkah memasuki bisnis baru 3. Menjelaskan cara-cara merintis usaha/bisnis baru 4. Menjelaskan hambatan dalam memasuki industri 5. Menjelaskan keuntungan dan kerugian membeli usaha yang sudah ada 6. Menjelaskan perusahaan dengan sistem waralaba 7. Menjelaskan bentuk-bentuk perlindungan hukum terhadap perusahaan: paten, merk dagang, dan hak cipta.Mendiskusikan tehnik menjual dan tehnik presentasi	1. Memulai usaha/bisnis baru 2. Langkahlangkah memasuki bisnis baru 3. Merintis usaha/bisnis baru 4. Hambatan dalam memasuki industri 5. Membeli perusahaan yang sudah ada 6. Waralaba 7. Perlindungan hukum terhadap perusahaan: paten, merk dagang, dan hak cipta	100	LCD, Laptop, Class room Modul pembelajaran kewirausahaan	Portofoli , tes essay
12	Mengkaji perencanaan, pengelolaan, dan	Setelah mengikuti perkuliahan mahasiswa diharapkan	1. Mengetahui cara membuat dan merumuskan	1. Perencanaan usaha 2. Pengelolaan	100	LCD, Laptop, Class room	Portofoli , tes essay

	strategi bisnis	<p>dapat :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat dan merumuskan perencanaan usaha 2. Memahami cara mengelola keuangan 3. Memahami teknik dan strategi pemasaran 4. Memahami strategi bauran pemasaran 5. Memahami kiatkiat pemasaran bagi bisnis baru 6. Menggambar teknik pengembangan usaha 7. Melakukan berbagai manajemen dan strategi ke wirausahaan 8. Memelihara semangat (spirit) wirausahawan 	<p>perencanaan usaha</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Menjelaskan cara mengelola keuangan 3. Menjelaskan teknik dan strategi pemasaran 4. Menjelaskan strategi bauran pemasaran 5. Menjelaskan kiatkiat pemasaran bagi bisnis baru 6. Menjelaskan teknik pengembangan usaha 7. Menjelaskan berbagai manajemen dan strategi ke wirausahaan 8. Menjelaskan semangat (spirit) wirausahawan 	<p>keuangan</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Teknik dan strategi pemasaran 4. Bauran pemasaran 5. Kiat-kiat pemasaran bagi bisnis baru 6. Teknik pengembangan usaha 7. Manajemen dan strategi kewirausahaan 8. Memelihara semangat (spirit) wirausahawan 		Modul pembelajaran kewirausahaan	
--	-----------------	--	---	---	--	----------------------------------	--

13	Mengkaji kompetensi inti dan strategi bersaing dalam kewirausahaan	Setelah mengikuti perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat : 1. Memahami kompetensi inti kewirausahaan 2. Menjelaskan bagaimana strategi bersaing dalam kewirausahaan 3. Menjelaskan bagaimana teori strategi generik dan keunggulan bersaing dari michael porter 4. Menjelaskan konsep "the new	1. Menjelaskan kompetensi inti kewirausahaan 2. Menjelaskan bagaimana strategi bersaing dalam kewirausahaan 3. Menjelaskan bagaimana teori strategi generik dan keunggulan bersaing dari michael porter 4. Menjelaskan konsep "the new 7's" dalam memasuki persaingan dari D'Aveni	1. Kompetensi inti kewirausahaan 2. Strategi bersaing dalam kewirausahaan 3. Teori strategi generik dan keunggulan bersaing (Michael Porter) 4. Strategi <i>the new S</i> (D'Aveni).	100	LCD, Laptop, Classroom Modul pembelajaran kewirausahaan	Portofolio, tes essay
----	--	--	---	---	-----	--	-----------------------

		7's" dalam memasuki persaingan dari D'Aveni					
--	--	---	--	--	--	--	--

14	Menjelaskan tentang etika bisnis dan berwirausaha	Setelah mengikuti perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat : 1. Menjelaskan norma dan etika dalam bisnis/berwirausaha 2. Mengidentifikasi prinsip-prinsip etika dan menggambarkan perilaku bisnis/berwirausaha 3. Memahami bagaimana cara mempertahankan standar etika bisnis/berwirausaha 4. Memahami macam-macam tanggung jawab perusahaan terhadap para pemangku kepentingan	1. Menjelaskan norma dan etika dalam bisnis/berwirausaha 2. Menjelaskan tentang prinsip-prinsip etika dan menggambarkan perilaku bisnis/berwirausaha 3. Menjelaskan bagaimana cara mempertahankan standar etika bisnis/berwirausaha 4. Menjelaskan macam-macam tanggung jawab perusahaan terhadap para pemangku kepentingan	1. Norma norma dan etika bisnis/berwirausaha 2. Prinsip-prinsip etika dan perilaku bisnis/berwirausaha 3. Cara-cara mempertahankan standar etika bisnis/berwirausaha 4. Tanggung jawab perusahaan terhadap para pemangku kepentingan	100	LCD, Laptop, Classroom Modul pembelajaran kewirausahaan	Portofolio, tes essay
15	Menjelaskan analisa bisnis dan studi kelayakan usaha	Setelah mengikuti perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat : 1. Memahami pentingnya studi kelayakan usaha 2. Memahami proses dan tahapan studi kelayakan 3. Membuat analisis studi kelayakan bisnis dan mampu merintis usaha baru	1. Memahami pentingnya studi kelayakan usaha 2. Memahami proses dan tahapan studi kelayakan 3. Membuat analisis studi kelayakan bisnis dan mampu merintis usaha baru 4. Memahami dan melakukan proses penyusunan laporan studi kelayakan bisnis	1. Studi kelayakan usaha 2. Proses dan tahapan studi kelayakan 3. Analisa kelayakan bisnis 4. Penyusunan laporan studi kelayakan bisnis 5. Evaluasi dan persiapan bisnis baru			

		4. Memahami dan					
		melakukan proses penyusunan laporan studi kelayakan bisnis	5. Melakukan evaluasi dan persiapan bisnis baru.				
		5. Melakukan evaluasi dan persiapan bisnis baru.					
16	UJIAN AKHIR SEMESTER						

BAB 1 RUANG LINGKUP DISIPLIN ILMU KEWIRAUSAHAAN

A. PENDAHULUAN

Seiring dengan perubahan global yang terjadi dalam hampir seluruh aspek kehidupan, perhatian terhadap pentingnya kewirausahaan hampir dirasakan oleh setiap orang dan setiap bangsa. Hidup di era reformasi, rekonstruksi organisasi, perampingan struktur, dan perkembangan teknologi, telah berdampak pada perubahan cara pandang manajemen dalam mengelola organisasi yang lebih terpusat pada pengimplementasian organisasi yang padat modal. Untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan efektivitas perusahaan, manajemen lebih berfokus pada penerapan teknologi terkini dibandingkan dengan investasi pada tenaga kerja.

Dalam konteks kompetisi industri yang terjadi di negara-negara berkembang, di Indonesia kebijakan dan cara pandang seperti ini, telah menimbulkan kebijakan pemutusan hubungan kerja yang berujung pada bertambahnya jumlah penduduk pengangguran. Jumlah penduduk Indonesia yang sangat besar serta ketersediaan lapangan kerja yang sangat terbatas serta kondisi ekonomi yang belum pulih sebagai dampak krisis mata uang dan krisis ekonomi di penghujung tahun 1997, telah menimbulkan kesengsaraan bangsa yang berlarut-larut .

Kondisi tersebut kini bahkan semakin diperparah oleh serangkaian bencana alam yang melanda sebagian wilayah Indonesia, bencana tanah longsor dan banjir di Pulau Jawa, guncangan gempa dan kekeringan di Nusa Tenggara Timur, tsunami di Aceh, serta gempa tektonik yang melanda Nias, telah menempatkan bangsa Indonesia pada posisi yang semakin terpuruk di tengah-tengah upaya pemulihan ekonomi yang sedang berjalan.

Di negara kita, kewirausahaan itu sendiri mulai dikenal masyarakat secara umum sejak Suparman Sumahamidjaya mempopulerkan istilah wiraswasta. Sejak saat itu mulailah istilah wiraswasta dimuat di berbagai media masa, seperti surat kabar, majalah,

dalam siaran radio, dan televisi, bahkan pada perkembangan selanjutnya berbagai ceramah dan seminar serta kursus-kursus, ceramah dan seminar, serta kursus-kursus diselenggarakan untuk merangsang minat dan perhatian masyarakat terhadap pengembangan kewirausahaan di tanah air.

Banyak tokoh dan pemerhati yang mencoba memberikan pengertian tentang “apa sebenarnya yang dimaksud dengan wiraswasta” Beberapa pemerhati yang mengikuti lokakarya “Sistem Pendidikan dan Pengembangan Kewirausahaan di Indonesia pada tahun

1976, antara lain Suparman, Moh. Said, W.P. Napitupulu, Rusly Syarif, Taufik Rashid dan Bing. P. Lukman, menyebut-nyebut pengertian wiraswasta sebagai kegiatan atau orang yang melakukan kegiatan dengan karakteristik inovatif, produktif, kreatif, tekun, ulet, tidak cepat puas, dan berani mengambil risiko dengan perhitungan terlebih dahulu (Syarif 1976). Apakah ia seorang pedagang, pengusaha, karyawan, prajurit, petani, ilmuwan, pejabat pemerintah, semuanya dapat disebut wiraswastawan apabila memiliki karakteristik wiraswasta. Pendapat yang hampir sama dengan rumusan tersebut dikemukakan oleh Soeharsono Sagir (1975 p.3). Wiraswasta adalah seorang yang modal utamanya adalah ketekunan, keterampilannya yang dilandasi sikap optimis, kreatif, dan melakukan usaha sebagai pendiri pertama disertai pula keberanian menanggung risiko berdasarkan suatu perhitungan dan perencanaan yang tepat.

B. DISIPLIN ILMU KEWIRAUSAHAAN

Kewirausahaan adalah suatu disiplin ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan, dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup untuk memperoleh peluang dengan berbagai resiko yang mungkin dihadapinya. Dalam konteks bisnis menurut Zimmerer (1996) “Kewirausahaan adalah hasil dari suatu usaha disiplin serta proses sistematis serta penerapan kreativitas dan inovasi dalam memenuhi kebutuhan dan peluang di pasar.”

Dulu kewirausahaan dianggap hanya dapat dilakukan melalui pengalaman langsung di lapangan dan merupakan bakat yang dibawa sejak lahir, sehingga wirausaha tidak dapat dipelajari dan diajarkan. Sekarang, kewirausahaan bukan hanya urusan lapangan, tetapi merupakan disiplin ilmu yang dapat diajari dan diajarkan. Seseorang yang memiliki bakat kewirausahaan dapat mengembangkan bakatnya melalui pendidikan. Mereka yang menjadi wirausaha adalah orang-orang yang mengenal potensi dan belajar mengembangkannya untuk menangkap peluang serta mengorganisasi usaha dalam mewujudkan cita-citanya. Oleh sebab itu, untuk menjadi wirausaha yang sukses,

memiliki bakat saja tidak cukup, tetapi juga harus mempunyai pengetahuan tentang segala aspek usaha yang akan ditekuninya.

Dilihat dari awal perkembangannya, sejak awal abad ke-20, kewirausahaan sudah diperkenalkan di beberapa Negara, misalnya di Belanda dikenal sebagai “Ondermener” dan di Jerman dikenal sebagai “Untermehner”. Di beberapa negara, kewirausahaan memiliki

beberapa tanggung jawab, antara lain tanggung jawab dalam mengambil keputusan yang menyangkut kepemimpinan teknis, kepemimpinan organisasi dan komersil, penyediaan modal, penerimaan dan penanganan tenaga kerja, pembelian, penjualan, pemasangan iklan, dan lain-lain.

Kemudian pada tahun 1950-an, pendidikan kewirausahaan mulai dirintis di beberapa Negara seperti di Eropa, Amerika dan Kanada. Bahkan sejak tahun 1970-an, banyak universitas yang mengajarkan kewirausahaan, manajemen usaha kecil, atau manajemen usaha baru. Pada tahun 1980-an, hampir 500 sekolah di AS memberikan pendidikan kewirausahaan. Di Indonesia, pendidikan kewirausahaan masih terbatas pada beberapa sekolah atau perguruan tinggi tertentu.

Menurut Soeharto Prawirokusumo, pendidikan kewirausahaan telah diajarkan sebagai suatu disiplin ilmu tersendiri yang independen, karena :

1. Kewirausahaan berisi bidang pengetahuan yang utuh dan nyata, yaitu terdapat teori, konsep, dan metode ilmiah yang lengkap.
2. Kewirausahaan memiliki 2 konsep, yaitu posisi permulaan dan perkembangan usaha, yang jelas tidak masuk dalam kerangka pendidikan manajemen umum yang memisahkan antara manajemen dan kepemilikan usaha.
3. Kewirausahaan merupakan disiplin ilmu yang memiliki objek tersendiri, yaitu kemampuan menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda.
4. Kewirausahaan merupakan alat untuk menciptakan pemerataan usaha dan pendapatan, atau kesejahteraan rakyat yang adil dan makmur.

Seperti halnya ilmu manajemen yang awalnya berkembang di bidang industry, kemudian berkembang dan diterapkan diberbagai bidang lainnya, maka disiplin ilmu kewirausahaan dalam perkembangannya mengalami evolusi yang pesat. Pada awalnya kewirausahaan berkembang dalam bidang perdagangan, namun kemudian diterapkan di berbagai bidang lain seperti industry, perdagangan, pendidikan, kesehatan dan institusi lain seperti lembaga pemerintah, perguruan tinggi, dan lembaga swadaya lainnya.

Dalam bidang-bidang tertentu, kewirausahaan telah dijadikan kompetensi inti dalam menciptakan perubahan, pembaharuan, dan kemajuan. Kewirausahaan tidak hanya dapat digunakan sebagai kiat-kiat bisnis jangka pendek, tetapi juga sebagai kiat kehidupan secara umum dalam jangka panjang untuk menciptakan peluang.

C. OBJEK STUDI KEWIRAUSAHAAN

Objek studi kewirausahaan adalah nilai-nilai dan kemampuan seseorang yang diwujudkan dalam bentuk perilaku. Menurut Soeparman S., kemampuan seseorang yang menjadi objek kewirausahaan meliputi :

1. Kemampuan merumuskan tujuan hidup/usaha.
Dalam merumuskan tujuan perlu adanya perenungan dan koreksi, yang kemudian dibaca, diamati berulang-ulang sampai dipahami secara mendalam.
2. Kemampuan memotivasi diri.
Yaitu untuk melahirkan suatu tekad keakuan yang besar.
3. Kemampuan berinisiatif.
Kemampuan untuk mengerjakan sesuatu yang baik tanpa menunggu perintah orang lain, yang dilakukan berulang-ulang sehingga kebiasaan tersebut menjadi suatu inisiatif.
4. Kemampuan berinovasi.
5. Kemampuan membentuk modal material, sosial dan intelektual.
6. Kemampuan mengatur waktu dan membiasakan diri.
7. Kemampuan mental yang dilandasi agama.
8. Kemampuan membiasakan diri dalam mengambil hikmah dari pengalaman yang baik maupun menyakitkan.

D. PERKEMBANGAN DISIPLIN ILMU KEWIRAUSAHAAN

Dilihat dari perkembangannya, kewirausahaan dikenal secara populer pada awal abad ke-18.

1755 : Seorang Irlandia bernama Richard cantillon yang berdiam di Prancis merupakan orang pertama yang menggunakan istilah “wirausaha” dalam bukunya Essai sur la

nture du commerce en generale. Dalam buku tersebut, ia menjelaskan bahwa wirausaha adalah seseorang yang mengambil resiko. Pada awalnya, wirausaha merupakan sebutan bagi para pedagang yang membeli barang di daerah dan menjualnya dengan harga yang tidak pasti.

1912 : Schumpeter mengartikan wirausaha yang sampai saat ini masih relevan dan masih diikuti banyak kalangan. Menurutnya wirausaha tidak selalu berarti pedagang atau manajer, tetapi juga seorang yang unik yang memiliki keberanian dalam mengambil resiko dan memperkenalkan produk-produk yang inovatif serta teknologi baru ke dalam perkonomian.

1994 : sejalan dengan perkembangan konsep kewirausahaan, Peter F. Drucker mendefinisikan kewirausahaan sebagai kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda.

1995 : Definisi yang dikemukakan oleh Peter F. Drucker dikemukakan lebih luas lagi oleh Peter Hisrich yang mengatakan bahwa kewirausahaan adalah proses penciptaan sesuatu yang berbeda untuk menghasilkan nilai dengan mencurahkan waktu dan usaha, diikuti dengan penggunaan uang, fisik, resiko, dan kemudian menghasilkan balas jasa berupa uang serta kepuasan dan kebebasan pribadi.

1996 :Definisi diatas tidak jauh berbeda dengan yang dikemukakan oleh Thomas W. Zimmerer yang mengungkapkan bahwa kewirausahaan merupakan proses penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan mencari peluang yang dihadapi orang dalam setiap hari.

BAB 2

KONSEP KEWIRAUSAHAAN

A. PENGERTIAN KEWIRAUSAHAAN

Istilah kewirausahaan (entrepreneur) pertama kali diperkenalkan pada awal abad ke-18 oleh ekonom Perancis, Richard Cantillon. Menurutnya, entrepreneur adalah “agent who buys means of production at certain prices in order to combine them”. Adapun makna secara etimologis wirausaha/wiraswasta berasal dari bahasa Sanskerta, terdiri dari tiga suku kata : “wira“, “swa“, dan “sta“. Wira berarti manusia unggul, teladan, tangguh, berbudi luhur, berjiwa besar, berani, pahlawan, pionir, pendekar/pejuang kemajuan, memiliki keagungan watak. Swa berarti sendiri, dan Sta berarti berdiri. Jadi wirausaha adalah pejuang atau pahlawan yang berbuat sesuatu. Ini baru dari segi etimologi (asal usul kata).

Istilah kewirausahaan, pada dasarnya berasal dari terjemahan entrepreneur, yang dalam bahasa Inggris di kenal dengan *between taker* atau *go between*. Pada abad pertengahan istilah entrepreneur digunakan untuk menggambarkan seseorang actor yang memimpin proyek produksi, Konsep wirausaha secara lengkap dikemukakan oleh Josep Schumpeter, yaitu sebagai orang yang mendobrak sistem ekonomi yang ada dengan memperkenalkan barang dan jasa yang baru, dengan menciptakan bentuk organisasi baru atau mengolah bahan baku baru. Orang tersebut melakukan kegiatannya melalui organisasi bisnis yang baru atau pun yang telah ada.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, wirausaha adalah orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk mengadakan produk baru, mengatur permodalan operasinya serta memasarkannya.

Dalam lampiran Keputusan Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusahaan Kecil Nomor 961/KEP/M/XI/1995, dicantumkan bahwa:

- (a) Wirausaha adalah orang yang mempunyai semangat, sikap, perilaku dan kemampuan kewirausahaan;
- (b) Kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan serta menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi

dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar

Jadi wirausaha itu mengarah kepada orang yang melakukan usaha/kegiatan sendiri dengan segala kemampuan yang dimilikinya. Sedangkan kewirausahaan menunjuk kepada sikap mental yang dimiliki seorang wirausaha dalam melaksanakan usaha/kegiatan.

Kewirausahaan yang sering dikenal dengan sebutan entrepreneurship berasal dari Bahasa Perancis yang diterjemahkan secara harfiah adalah perantara, diartikan sebagai sikap dan perilaku mandiri yang mampu memadukan unsur cipta, rasa dan karsa serta karya atau mampu menggabungkan unsur kreativitas, tantangan, kerja keras dan kepuasan untuk mencapai prestasi maksimal.

Stoner, James: kewirausahaan adalah kemampuan mengambil faktor-faktor produksi lahan kerja, tenaga kerja dan modal-menggunakannya untuk memproduksi barang atau jasa baru. Wirausahawan menyadari peluang yang tidak dilihat atau tidak dipedulikan oleh eksekutif bisnis lain.

Kewirausahaan berbeda dengan manajemen. Paul H. Wilken menjelaskan bahwa kewirausahaan mencakup upaya mengawali perubahan dalam produksi, sedangkan manajemen mencakup koordinasi proses produksi yang sudah berjalan.

Faktor-faktor psikologi pada pertengahan 1980-an Thomas Begley dan David P. Boyd mempelajari literatur psikologi mengenai kewirausahaan. Mereka menemukan 5 dimensi :

1. Kebutuhan untuk berprestasi. Wirausahawan mempunyai kebutuhan untuk berprestasi yang tinggi: Need for achievement sangat tinggi.
2. Letak kendali: individu mengendalikan hidup mereka sendiri- bukan keberuntungan atau nasib.
3. Toleransi terhadap resiko: wirausahawan yang bersedia mengambil resiko memperoleh hasil yang lebih besar daripada orang yang tidak mau ambil resiko.
4. Toleransi terhadap keragu-raguan.
5. Tingkah laku tipe A: ambisius, energik.

Kewirausahaan memiliki 4 manfaat sosial

1. Memperkuat pertumbuhan ekonomi: menyediakan pekerjaan baru dalam ekonomi. Ekonomi saat ini adalah tanah yang subur bagi wirausahawan misalnya: permintaan pelayanan sektor jasa meledak.

2. Meningkatkan produktivitas: kemampuan untuk menghasilkan lebih banyak barang dan jasa dengan TK dan input lain yang lebih sedikit.
3. Menciptakan teknologi, produk dan jasa baru: Komputer digital, mesin fotokopi, laser, power steering.
4. Mengubah dan meremajakan persaingan pasar: pasar internasional menyediakan peluang kewirausahaan.

Kewirausahaan pertama kali muncul pada abad 18 diawali dengan penemuan-penemuan baru seperti mesin uap, mesin pemintal, dll. Tujuan utama mereka adalah per tumbuhan dan perluasan organisasi melalui inovasi dan kreativitas. Keuntungan dan kekayaan bukan tujuan utama.

Secara sederhana arti wirausahawan (*entrepreneur*) adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Berjiwa berani mengambil resiko artinya bermental mandiri dan berani memulai usaha, tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti. (Kasmir, 2007 : 18). Pengertian kewirausahaan relatif berbeda-beda antar para ahli/sumber acuan dengan titik berat perhatian atau penekanan yang berbeda-

beda, diantaranya adalah penciptaan organisasi baru (Gartner, 1988), menjalankan kombinasi (kegiatan) yang baru

(Schumpeter, 1934), eksplorasi berbagai peluang (Kirzner, 1973), menghadapi

ketidakpastian (Knight, 1921), dan mendapatkan secara bersama faktor-faktor produksi (Say, 1803).

Beberapa definisi tentang kewirausahaan tersebut diantaranya adalah sebagai berikut: Richard Cantillon (1775)

Kewirausahaan didefinisikan sebagai bekerja sendiri (*self-employment*). Seorang wirausahawan membeli barang saat ini pada harga tertentu dan menjualnya pada masa yang akan datang dengan harga tidak menentu. Jadi definisi ini lebih menekankan pada bagaimana seseorang menghadapi resiko atau ketidakpastian

Jean Baptista Say (1816)

Seorang wirausahawan adalah agen yang menyatukan berbagai alat-alat produksi dan menemukan nilai dari produksinya. Frank Knight (1921)

Wirausahawan mencoba untuk memprediksi dan menyikapi perubahan pasar.

Definisi ini menekankan pada peranan wirausahawan dalam menghadapi

ketidakpastian pada dinamika pasar. Seorang wirausahawan disyaratkan untuk

melaksanakan fungsi-fungsi manajerial mendasar seperti pengarahan dan pengawasan

Joseph

Schumpeter

(1934)

Wirausahawan adalah seorang inovator yang mengimplementasikan perubahan

perubahan di dalam pasar melalui kombinasi-kombinasi baru. Kombinasi baru tersebut bisa dalam bentuk (1) memperkenalkan produk baru atau dengan kualitas baru, (2) memperkenalkan metoda produksi baru, (3) membuka pasar yang baru (new market), (4) Memperoleh sumber pasokan baru dari bahan atau komponen baru, atau (5) menjalankan organisasi baru pada suatu industri. Schumpeter mengkaitkan wirausaha dengan konsep inovasi yang diterapkan dalam konteks bisnis serta mengkaitkannya dengan kombinasi sumber daya.

Penrose (1963) Kegiatan kewirausahaan mencakup indentifikasi peluang-peluang di dalam sistem

ekonomi. Kapasitas atau kemampuan manajerial berbeda dengan kapasitas kewirausahaan. Harvey Leibenstein (1968, 1979) Kewirausahaan mencakup kegiatan-kegiatan yang dibutuhkan untuk menciptakan

atau melaksanakan perusahaan pada saat semua pasar belum terbentuk atau belum teridentifikasi dengan jelas, atau komponen fungsi produksinya belum diketahui sepenuhnya.

Israel Kirzner (1979) Wirausahawan mengenali dan bertindak terhadap peluang pasar. *Entrepreneurship Center at Miami University of Ohio*; Kewirausahaan sebagai proses mengidentifikasi, mengembangkan, dan membawa visi ke dalam kehidupan. Visi tersebut bisa berupa ide inovatif, peluang, cara yang

lebih baik dalam menjalankan sesuatu. Hasil akhir dari proses tersebut adalah penciptaan usaha baru yang dibentuk pada kondisi resiko atau ketidakpastian.

Peter F. Drucker Kewirausahaan merupakan kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Pengertian ini mengandung maksud bahwa seorang wirausahaan adalah orang yang memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, berbeda dari yang lain. Atau mampu menciptakan sesuatu yang berbeda dengan yang sudah ada sebelumnya. Menurut Zimmerer;

Kewirausahaan sebagai suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan (usaha).

Salah satu kesimpulan yang bisa ditarik dari berbagai pengertian tersebut adalah bahwa kewirausahaan dipandang sebagai fungsi yang mencakup eksploitasi peluang-peluang yang muncul di pasar. Eksploitasi tersebut sebagian besar berhubungan

dengan pengarahan dan atau kombinasi input yang produktif. Seorang wirausahawan selalu diharuskan menghadapi resiko atau peluang yang muncul, serta sering dikaitkan dengan tindakan yang kreatif dan inovatif. Wirausahawan adalah orang yang merubah nilai sumber daya, tenaga kerja, bahan dan faktor produksi lainnya menjadi lebih besar dari pada sebelumnya dan juga orang yang melakukan perubahan, inovasi dan cara-cara baru.

Selain itu, seorang wirausahawan menjalankan peranan manajerial dalam kegiatannya, tetapi manajemen rutin pada operasi yang sedang berjalan tidak digolongkan sebagai kewirausahaan. Seorang individu mungkin menunjukkan fungsi kewirausahaan ketika membentuk sebuah organisasi, tetapi selanjutnya menjalankan fungsi manajerial tanpa menjalankan fungsi kewirausahaannya. Jadi kewirausahaan bisa bersifat sementara atau kondisional.

Kesimpulan lain dari kewirausahaan adalah proses penciptaan sesuatu yang berbeda nilainya dengan menggunakan usaha dan waktu yang diperlukan, memikul resiko finansial, psikologi dan sosial yang menyertainya, serta menerima balas jasa moneter dan kepuasan pribadi.

Istilah wirausaha muncul kemudian setelah dan sebagai padanan wiraswasta yang sejak awal sebagian orang masih kurang sreg dengan kata swasta. Persepsi tentang wirausaha sama dengan wiraswasta sebagai padanan entrepreneur. Perbedaannya adalah pada penekanan pada kemandirian (swasta) pada wiraswasta dan pada usaha (bisnis) pada wirausaha. Istilah wirausaha kini makin banyak digunakan orang terutama karena memang penekanan pada segi bisnisnya. Walaupun demikian mengingat tantangan yang dihadapi oleh generasi muda pada saat ini banyak pada bidang lapangan kerja, maka pendidikan wiraswasta mengarah untuk survival dan kemandirian seharusnya lebih ditonjolkan.

Sedikit perbedaan persepsi wirausaha dan wiraswasta harus dipahami, terutama oleh para pengajar agar arah dan tujuan pendidikan yang diberikan tidak salah. Jika yang diharapkan dari pendidikan yang diberikan adalah sosok atau individu yang lebih bermental baja atau dengan kata lain lebih memiliki kecerdasan emosional (EQ) dan kecerdasan advirsity (AQ) yang berperan untuk hidup (menghadapi tantangan hidup dan kehidupan) maka pendidikan wiraswasta yang lebih tepat. Sebaliknya jika arah dan tujuan pendidikan adalah untuk menghasilkan sosok individu yang lebih lihai dalam bisnis atau uang, atau agar lebih memiliki kecerdasan finansial (FQ) maka yang lebih tepat adalah pendidikan wirausaha. Karena kedua aspek itu sama pentingnya, maka pendidikan yang diberikan sekarang lebih cenderung kedua aspek itu dengan

menggunakan kata wirausaha. Persepsi wirausaha kini mencakup baik aspek finansial maupun personal, sosial, dan profesional (Soesarsono, 2002 : 48)

1. Ruang Lingkup Kewirausahaan

- Lapangan agraris

Ruang lingkup yang pertama ini mencakup berbagai kegiatan kewirausahaan yang ada pada sektor pertanian, perkebunan dan kehutanan. Misalnya yaitu para petani yang menanam padi sehingga padi tersebut diperjualbelikan. Atau juga, para pengusaha perkebunan yang menanam berbagai tanaman yang dapat dipanen dan kemudian dapat diperjualbelikan seperti teh, kopi dan kelapa sawit.

- Lapangan perikanan

Dalam ruang lingkup perikanan, semua kegiatan kewirausahaan tentu saja berhubungan dengan ikan. Ada usaha pemeliharaan ikan dan penetasan ikan, contohnya budidaya lele atau ikan hias. Ada pula usaha makanan ikan yaitu pembuatan pakan ikan seperti pelet. Kemudian usaha pengangkutan ikan pun tercakup dalam ruang lingkup ini.

- Lapangan peternakan

Seperti namanya, ruang lingkup kewirausahaan ini mencakup semua usaha dalam sektor peternakan. Misalnya saja usaha pengembangbiakkan burung atau unggas, dan ada juga usaha peternakan bangsa binatang menyusui seperti kambing dan sapi.

- Lapangan perindustrian dan kerajinan

Dalam ruang lingkup yang satu ini ada empat kategori yang berbeda yang bisa disebutkan. Pertama, yaitu industri besar, dan kedua ada industri menengah yang diikuti oleh industri kecil. Kemudian untuk kategori terakhir, pengrajin, dibagi menjadi beberapa usaha yaitu pengolahan hasil pertanian seperti beras, perkebunan seperti teh, perikanan seperti ikan, peternakan seperti ayam dan kehutanan seperti pembuatan mebel.

- Lapangan pertambangan dan energi

Pada ruang lingkup ini, semua kegiatan kewirausahaan dilakukan dalam sektor pertambangan dan energi. Sebagai contohnya yaitu pengusaha yang beroperasi dalam tambang batu bara, minyak bumi, dan masih banyak contoh yang lainnya.

- Lapangan perdagangan

Dalam kewirausahaan, lapangan perdagangan dibagi menjadi tiga kategori yaitu sebagai pedagang besar, sebagai pedagang menengah, dan sebagai pedagang kecil seperti pengusaha toko kelontong atau lainnya.

- Lapangan pemberi jasa

Dalam ruang lingkup yang terakhir ini, ada beberapa kategori yang tercakup. Ada pedagang perantara, koperasi, pengusaha angkutan, pemberi kredit atau perbankan, pengusaha biro jasa travel pariwisata, pengusaha hotel dan restoran, pengusaha asuransi, perbengkelan, tata busana, pergudangan, dan lain sebagainya.

B. MANFAAT KEWIRAUSAHAAN

Dari beberapa penelitian mengidentifikasi bahwa pemilik bisnis mikro, kecil percaya bahwa mereka cenderung bekerja lebih keras, menghasilkan lebih banyak uang, dan lebih membanggakan daripada bekerja disuatu perusahaan besar. Sebelum mendirikan usaha, setiap calon wirausaha sebaiknya mempertimbangkan manfaat kepemilikan bisnis mikro, kecil atau menengah.

Thomas W. Zimmerer et al. (2005) merumuskan manfaat kewirausahaan adalah sebagai berikut:

- a. Memberi peluang dan kebebasan untuk mengendalikan nasib sendiri. Memiliki usaha sendiri akan memberikan kebebasan dan peluang bagi pebisnis untuk mencapai tujuan hidupnya. Pebisnis akan mencoba memenangkan hidup mereka dan memungkinkan mereka untuk memanfaatkan bisnisnya guna untuk mewujudkan cita-citanya.
- b. Memberi peluang melakukan perubahan. Semakin banyak bisnis yang memulai usahanya karena mereka dapat menangkap peluang untuk melakukan berbagai perubahan yang menurut mereka sangat penting. Mungkin berupa penyediaan perumahan sederhana yang sehat dan layak pakai, dan mendirikan daur ulang limbah untuk melestarikan sumber daya alam yang terbatas, pebisnis kini menemukan cara untuk melestarikan sumber daya alam yang terbatas, pebisnis kini menemukan cara untuk mengkombinasikan wujud kepedulian mereka terhadap berbagai masalah ekonomi dengan sosial dengan harapan untuk menjalani hidup yang lebih baik.
- c. Memberi peluang untuk mencapai potensi diri sepenuhnya. Banyak orang menyadari bahwa kerja di suatu perusahaan seringkali membosankan, kurang menantang, dan tidak

ada daya tarik. Hal ini tentu tidak berlaku bagi seorang wirausahawan, bagi mereka tidak banyak perbedaan antara bekerja atau menyalurkan hobi atau bermain, keduanya sama saja. Bisnis-bisnis yang dimiliki oleh wirausahawan merupakan alat untuk menyatakan aktualisasi diri. Keberhasilan mereka adalah suatu hal yang ditentukan oleh kreativitas, antusias, inovasi, dan visi mereka sendiri. Memiliki usaha atau perusahaan sendiri memberikan kekuasaan kepada mereka, kebangkitan spritual dan mampu mengikuti minat atau hobinya sendiri.

- d. Memiliki peluang untuk meraih keuntungan. Walaupun pada tahap awal uang bukan daya tarik utama bagi wirausahawan, keuntungan berwirausahawan merupakan faktor motivasi yang penting untuk mendirikan usaha sendiri, kebanyakan pebisnis tidak ingin menjadi kaya raya, tetapi kebanyakan diantara mereka yang berhasil menjadi berkecukupan. Hampir 75% yang termasuk dalam daftar orang kaya (Majalah *Forbes*) merupakan wirausahawan generasi pertama. Menurut hasil penelitian, Thomas Stanley dan William Danko, pemilik perusahaan sendiri mencapai 2/3 dari jutawan Amerika Serikat. “Orang-orang yang bekerja memiliki perusahaan sendiri empat kali lebih besar berpeluang untuk menjadi jutawan dari pada orang-orang yang bekerja untuk orang lain.
- e. Memiliki peluang untuk berperan aktif dalam masyarakat dan mendapatkan pengakuan atas usahanya. Pengusaha atau pemilik usaha kecil seringkali merupakan warga masyarakat yang paling dihormati dan dipercaya. Kesepakatan bisnis berdasarkan kepercayaan dan saling menghormati adalah ciri pengusaha kecil. Pemilik menyukai kepercayaan dan pengakuan yang diterima dari pelanggan yang telah dilayani dengan setia selama bertahun-tahun. Peran penting yang dimainkan dalam sistem bisnis dilingkungan setempat serta kesadaran bahwa kerja memiliki dampak nyata dalam melancarkan fungsi sosial dan ekonomi nasional adalah merupakan imbalan bagi manajer perusahaan kecil.
- f. Memiliki peluang untuk melakukan sesuatu yang disukai dan menumbuhkan rasa senang dalam bekerja. Hal yang didasarkan oleh pengusaha kecil atau pemilik perusahaan kecil adalah bahwa kegiatan usaha mereka sesungguhnya bukan bekerja. Kebanyakan kewirausahawan yang berhasil memilih masuk dalam bisnis tertentu, sebab mereka tertarik dan menyukai pekerjaan tersebut. Mereka menyalurkan hobi atau kegemaran mereka menjadi pekerjaan mereka dan mereka senang bahwa mereka

melakukannya. Wirausahawan harus mengikuti nasihat Harvey McKey. Menurut McKey: “Carilah dan dirikan usaha yang anda sukai dan anda tidak akan pernah terpaksa harus bekerja sehari pun dalam hidup anda”. Hal ini yang menjadi penghargaan terbesar bagi

pebisnis/wirausahawan bukan tujuannya, melainkan lebih kepada proses atau perjalanannya.

Dengan beberapa manfaat berkewirausahaan tersebut diatas jelas bahwa menjadi usahawan lebih memiliki berbagai kebebasan yang tidak mungkin diperoleh jika seseorang menjadi karyawan atau menjadi orang gajian atau menjadi pekerja bagi para pemilik perusahaan.

C. TUJUAN KEWIRAUSAHAAN

Tujuan dari kewirausahaan, sebagai berikut:

- Meningkatkan jumlah wirausahawan yang berkualitas.
- Mewujudkan kemampuan dan kemandirian para wirausaha untuk menghasilkan kemajuan dan kesejahteraan masyarakat.
- Membudayakan semangat sikap, perilaku, dan kemampuan kewirausahaan dikalangan masyarakat yang mampu, handal, dan unggul.
- Menumbuhkembangkan kesadaran dan orientasi kewirausahaan yang tangguh dan kuat terhadap masyarakat.

D. KEUNTUNGAN DAN KERUGIAN WIRAUSAHA

Menurut Ilik (2010), terdapat keuntungan dan kerugian ketika seseorang mengambil pilihan menjadi seorang wirausahawa di antaranya :

NO.	KEUNTUNGAN	KERUGIAN
1	Otonomi	Pengorbanan personal
2	Tantangan	Beban tanggung jawab
3	Kontrol finansial (Pengawasan keuangan)	Kecilnya margin keuntungan dan kemungkinan gagal

4	Memiliki legitimasi moral yang kuat	
---	-------------------------------------	--

Keuntungan :

1. Otonomi. Pengelolaan yang bebas dan tidak terikat membuat wirausaha memposisikan seseorang menjadi “bos” yang memiliki kehendak terhadap kontrol bisnisnya. Hal ini juga

didukung dengan pendapat Robert T. Kiyosaki yang menyatakan bahwa pada dasarnya perspektif menjadi seorang wirausaha adalah pilihan karena mencari sebuah kebebasan.

2. Tantangan awal dan perasaan motif berprestasi Peluang untuk mengembangkan konsep usaha yang dapat menghasilkan keuntungan sangat memotivasi wirausaha.
3. Kontrol finansial (Pengawasan keuangan). Bebas dalam mengelola keuangan, dan merasa kekayaan sebagai milik sendiri.
4. memiliki legitimasi moral yang kuat untuk mewujudkan kesejahteraan dan menciptakan kesempatan kerja. Hal ini dikarenakan target entrepreneur adalah masyarakat kelas menengah dan bawah, maka entrepreneur memiliki peran penting dalam proses trickling down effect.

Kerugian Kewirausahaan :

1. Pengorbanan personal. Pada awalnya, wirausaha harus bekerja dengan waktu yang lama dan sibuk. Sedikit sekali waktu untuk kepentingan keluarga, rekreasi. Hampir semua waktu dihabiskan untuk kegiatan bisnis.
2. Beban tanggung jawab. Wirausaha harus mengelola semua fungsi bisnis, baik pemasaran, keuangan, personil maupun pengadaan dan pelatihan.
3. Kecilnya marjin keuntungan dan kemungkinan gagal.

Karena wirausaha menggunakan keuntungan yang kecil dan keuangan milik sendiri, maka marjin laba/keuntungan yang diperoleh akan relatif kecil dan kemungkinan gagal juga ada.

E. CIRI DAN WATAK WIRAUSAHA

NO	Ciri	Watak
1	Percaya diri	Keyakinan, ketidaktergantungan, individualistis, dan optimisme
2	Berorientasi pada tugas dan hasil	Kebutuhan untuk berprestasi, berorientasi laba, ketekunan dan ketabahan, tekad kerja keras, mempunyai dorongan kuat, energetik dan inisiatif
3	Pengambilan resiko	Kemampuan untuk mengambil resiko yang wajar dan suka tantangan
4	Kepemimpinan	Perilaku sebagai pemimpin, bergaul dengan orang lain, menanggapi saran-saran dan kritik
5	Keorisinilan	Inovatif dan kreatif serta fleksibel
6	Berorientasi ke masa depan	Pandangan ke depan, perspektif

Sumber : dari Meredith, et.a., dalam Suryana, 2001 : 8.

Dalam konteks bisnis, seorang *entrepreneur* membuka usaha baru (*new ventures*) yang menyebabkan munculnya produk baru atau ide tentang penyelenggaraan jasa-jasa.

BAB 3

KARAKTERISTIK DAN NILAI-NILAI KEWIRAUSAHAAN

A. KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN

Para ahli mengemukakan karakteristik kewirausahaan dengan konsep yang berbedabeda. Karakteristik tipikal *entrepreneur* (Schermerhorn Jr, 1999):

- (1) fokus pengendalian internal;
- (2) tingkat energi tinggi;
- (3) kebutuhan tinggi akan prestasi;
- (4) toleransi terhadap ambiguitas ;
- (5) kepercayaan diri;
- (6) berorientasi pada action

Karakteristik Wirausahawan (Masykur W):

- (1) keinginan untuk berprestasi;
- (2) keinginan untuk bertanggung jawab;
- (4) referensi kepada resiko menengah; (4) persepsi kepada kemungkinan berhasil;
- (5) sikap terhadap uang.

Menurut William D. Bygrave, karakteristik kewirausahaan adalah sebagai berikut:

1. Dreams (mimpi), visi masa depan serta kemampuan untuk mengimplementasikan mimpi tersebut.
2. Decisiveness (Ketegasan), tidak mengulur-ulur waktu dalam mengambil keputusan, kecepatan dianggap sebagai kunci kesuksesan.
3. Doers (Pelaku), menentukan suatu tindakan dan melakukannya secara cepat dan tepat.
4. Determination (Ketetapan Hati), mengimplementasikan usaha dengan komitmen total, tidak menyerah saat mengalami kesulitan.

5. Dedication (Berdedikasi), memiliki dedikasi total terhadap usahanya. Bila dianggap perlu akan mengesampingkan hubungan dengan keluarga dan temannya. Kerja keras tidak kenal lelah.
6. Devotion (Kesetiaan), mencintai usaha mereka sehingga efektif dalam menjual produk bagi kemajuan usahanya.
7. Details (Terperinci), Bersifat kritis dan melakukan perincian dalam berbagai hal yang menyangkut usahanya.
8. Destiny (Nasib), bertanggung jawab atas nasib dirinya dan tidak tergantung kepada orang lain.
9. Dollars (Uang), menjadikan uang sebagai salah satu ukuran kesuksesan.
10. Distribute (Distribusi), mendistribusikan atau mendelegasikan sebagian dari tugas, wewenang, dan tanggung jawab kepada orang lain.

Wirausahawan yang berhasil mempunyai standar prestasi tinggi. Potensi kewirausahaan tersebut dapat dilihat sebagai berikut (Masykur, Winardi) :

- (1) kemampuan inovatif;
- (2) toleransi terhadap kemenduaan (*ambiguity*);
- (3) keinginan untuk berprestasi;
- (4) kemampuan perencanaan realistis;
- (5) kepemimpinan berorientasi pada tujuan;
- (6) obyektivitas;
- (7) tanggung jawab pribadi;
- (8) kemampuan beradaptasi (*Flexibility*);
- (9) kemampuan sebagai pengorganisasor dan administrator;
- (10) tingkat komitmen tinggi (*survival*) Jenis Kewirausahaan (Williamson, 1961) a.

Innovating Entrepreneurship

Bereksperimentasi secara agresif, trampil mempraktekkan transformasi transformasi atraktif

b. *Imitative Entrepreneurship*

Meniru inovasi yang berhasil dari para Innovating Entrepreneur

c. *Fabian Entrepreneurship*

Sikap yang teramat berhati-hati dan sikap skeptikal tetapi yang segera melaksanakan peniruan-peniruan menjadi jelas sekali, apabila mereka tidak melakukan hal tersebut, mereka akan kehilangan posisi relatif pada industri yang bersangkutan.

d. *Drone Entrepreneurship*

Drone = malas. Penolakan untuk memanfaatkan peluang-peluang untuk melaksanakan perubahan-

perubahan dalam rumus produksi sekalipun hal tersebut akan mengakibatkan mereka merugi dibandingkan dengan produsen lain.

Di banyak negara berkembang masih terdapat jenis *entrepreneurship* yang lain yang disebut sebagai *Parasitic Entrepreneurship*, dalam konteks ilmu ekonomi disebut sebagai Rent-seekers (pemburu rente). (Winardi, 1977)

B. NILAI-NILAI HAKIKI KEWIRAUSAHAAN

Nilai-nilai kewirausahaan di atas identic dengan system nilai yang melekat pada system nilai manajer. Seperti dikemukakan oleh Andreas A. Danandjaja (1986), dan Sidharta Poespadibrata (1993), dalam system nilai manajer terdapat dua kelompok nilai, yaitu: 1) sistem nilai pribadi 2) system nilai kelompok atau organisais. Dalam system nilai pribadi terdapat empat jenis system nilai, yaitu (1) nilai primer pragmatic, (2) nilai primer moralistic,

(3) Nilai primer efektif dan (4) nilai baruan. Dalam system nilai primer Pragmatik terkandung beberapa unsur diantaranya perencanaan, prestasi, produktivitas, kemampuan kecakapan, kreativitas, kerja sama, dan kesempatan. Sedangkan dalam nilai moralistic terkandung unsur-unsur keyakinan, jaminan, martabat, pribadi, kehormatan, dan ketaatan.

Dalam kewirausahaan, system nilai primer pragmatic tersebut dapat dilihat dari watak, jiwa, dan perilaku, misalnya selalu bekerja keras, tegas, mengutamakan prestasi, keberanian mengambil resiko, produktivitas, kreativitas, inovatif, kualitas kerja, komitmen dan kemampuan mencari peluang, selanjutnya nilai moralistic meliputi keyakinan atau percaya diri, kehormatan, kepercayaan, kerja sama, kejujuran, keteladanan dan keutamaan.

Sujuti Jahya (1997), membagi nilai-nilai kewirausahaan tersebut dalam dua dimensi nilai berpasangan, yaitu:

- Pasangan system nilai kewirausahaan yang berorientasi materi dan nonmateri.
- Nilai-nilai yang berorientasi pada kemajuan dan nilai-nilai kebiasaan.

Penerapan masing-masing nilai sangat bergantung pada focus dan tujuan masing-masing wirausaha. Dari beberapa ciri di atas, terdapat beberapa nilai hakiki yang penting dari kewirausahaan, yaitu:

- Percaya Diri.

Kepercayaan diri merupakan suatu paduan sikap dan keyakinan seseorang dalam menghadapi tugas atau pekerjaan (Soesarsono Wijandi 1988 :33). Dalam praktik, sikap dan kepercayaan ini merupakan sikap dan keyakinan untuk memulai, melakukan, dan menyelesaikan tugas atau pekerjaan yang dihadapi. Oleh sebab itu, kepercayaan diri memiliki nilai keyakinan, optimisme, individualisme, dan ketidaktergantungan. Seseorang yang memiliki kepercayaan diri cenderung memiliki keyakinan akan kemampuannya untuk mencapai keberhasilan (Zimmerer, 1996:7).

Kepercayaan diri ini bersifat internal, sangat relative, dinamis dan banyak ditentukan oleh kemampuan untuk memulai, melaksanakan, dan menyelesaikan suatu pekerjaan. Orang yang percaya diri memiliki kemampuan untuk menyelesaikan pekerjaan dengan sistematis, berencana, efektif, dan efisien. Kepercayaan diri juga selalu ditunjukkan oleh ketenangan, ketekunan, kegairahan, dan kemantapan dalam melakukan pekerjaan.

- Berorientasi pada Tugas dan Hasil

Seseorang yang selalu mengutamakan tugas dan hasil adalah orang yang selalu mengutamakan nilai-nilai motif berprestasi, berorientasi pada laba, ketekunan dan ketabahan, tekad kerja keras, mempunyai dorongan kuat, energik, dan berinisiatif. Berinisiatif artinya selalu ingin mencari dan memulai sesuatu. Untuk memulai diperlukan adanya niat dan tekad yang kuat serta karsa yang besar. Sekali sukses atau berprestasi. Maka sukses berikutnya akan menyusul, sehingga usahanya akan semakin maju dan berkembang. Dalam kewirausahaan, peluang hanya diperoleh apabila terdapat inisiatif. Perilaku inisiatif ini biasanya diperoleh melalui pelatihan dan pengalaman selama bertahun-tahun dan pengembangannya diperoleh dengan cara disiplin diri, berpikir kritis, dan semangat berprestasi.

- Keberanian Mengambil Risiko

Kemauan dan kemampuan untuk mengambil risiko merupakan salah satu nilai utama dalam kewirausahaan. Wirausaha yang tidak mau mengambil risiko akan sukar memulai atau berinisiatif. Menurut Angelita S. Bajaro, seorang wirausaha yang

berani menanggung risiko adalah orang yang selalu ingin menjadi pemenang dan memenangkan dengan cara yang baik (Yuyun Wirasasmita 1994: 2). Wirausaha adalah orang yang lebih menyukai usaha-usaha yang lebih menantang untuk mencapai kesuksesan atau kegagalan daripada usaha yang kurang menantang. Oleh sebab itu wirausaha kurang menyukai risiko yang terlalu rendah atau terlalu tinggi. Risiko yang terlalu rendah akan memperoleh sukses yang relatif rendah. Sebaliknya, risiko yang tinggikemungkinan

memperoleh sukses yang tinggi, tetpi dengan kegagalan yang sangat tinggi. Oleh sebab itu, ia akan lebih menyukai risiko yang seimbang (moderat). Dengan demikian keberanian untuk menanggung risiko yang menjadi nilai kewirausahaan adalah pengambilan risiko yang penuh dengan perhitungan dan realistis. Kepuasan yang besar diperoleh apabila berhasil dalam melaksanakan tugas-tugasnya secara realistis.

- **Kepemimpinan**

Seorang wirausaha yang berhasil selalu memiliki sifat kepemimpinan, kepeloporan, dan keteladanan. Ia selalu ingin tampil berbeda, menjadi yang pertama, dan lebih menonjol. Dengan menggunakan kemampuan kreativitas dan inovasi, ia selalu menampilkan barang dan jasa-jasa yang di hasilkannya dengan lebih cepat, lebih dulu, dan segera berada dipasar. Ia selalu menampilkan produk dan jasa-jasa baru dan berbeda sehingga menjadi pelopor dalam proses produksi mauoun pemasaran. Ia selalu memanfaatkan perbedaan sebagai sutau yag menambah nilai. Karena itu, perbedaan bagi seseorang yang memiliki jiwa kewirausahaan merupakan sumber pembaruan untuk menciptakan nilai. Ia selalu ingin bergaul untuk mencari peuang dan terbuka terhadap kritik serta saran yang kemudian dijadikan peluang. Dalam karya dan karsa yang berbeda akan dipandang sebagai suatu yang baru dan dijadikan peluang. Banyak hasil karya wirausaha yang berbeda dan dipandang baru, seperti computer, mobil, minuman, dan produk makanan lainnya.

- **Berorientasi ke Masa Depan**

Orang yang berorientasi ke masa depan adalah orang yang memiliki perspektif dan pandangan ke masa depan. Karena memiliki pandangan yang jauh ke masa depan, maka ia selalu berusaha untuk berkarsa dan berkarya. Kuncinya adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang yang baru dan berbeda dengan yang sudah ada saat ini. Meskipun terdapat risiko yang mungkin terjadi, ia tetap tabah untuk mencari peluang dan tantangan demi pembaruan masa depan. Pandangan yang jauh ke depan membuat wirausaha tidak cept puas dengan karsa dan karya yang sudah ada saat ini. Oleh sebab itu, ia selalu mempersiapkannya dengan mencari suatu peluang.

- **Keorisinilan: kreativitas dan Inovasi**

Nilai inovtif, kreatif, dan fleksibilitas merupakan unsur-unsur keorisinilan seseorang. Wirausaha yang inovatif adalah orang yang kreatif dan yakin dengan

adanya cara-cara baru yang lebih baik (Yuyun Wirasmita, 1994: 7) dengan ciri-ciri:

1. Tidak pernah puas dengan cara-cara yang dilakukan saat ini, meskipun cara tersebut cukup baik.
2. Selalu menuangkan imajinasi dalam pekerjaannya.
Selalu ingin tampil beda atau memanfaatkan perbedaan.

Harvard's Theodore Levitt mengemukakan definisi inovasi dan kreativitas lebih mengarah pada konsep berpikir dan bertindak yang baru. Kreativitas adalah kemampuan menciptakan gagasan dan menemukan cara baru dalam melihat permasalahan dan peluang yang ada. Sedangkan inovasi adalah kemampuan mengaplikasikan solusi yang kreatif terhadap permasalahan dan peluang yang ada untuk lebih memakmurkan kehidupan masyarakat. Jadi kreativitas adalah kemampuan menciptakan gagasan baru, sedangkan inovasi adalah melakukan sesuatu yang baru. Oleh karena itu, menurut Levitt, kewirausahaan adalah berpikir dan bertindak sesuatu yang baru atau pendapat Soeparman Soemahamidjaja (1997:10), bahwa kewirausahaan adalah kemampuan menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda.

C. PROSES KEWIRAUSAHAAN

Tahap-tahap Kewirausahaan

Secara umum tahap-tahap melakukan wirausaha :

- 1) Tahap memulai, tahap di mana seseorang yang berniat untuk melakukan usaha mempersiapkan segala sesuatu yang diperlukan, diawali dengan melihat peluang usaha baru yang mungkin apakah membuka usaha baru, melakukan akuisisi, atau melakukan franchising. Juga memilih jenis usaha yang akan dilakukan apakah di bidang pertanian, industri / manufaktur / produksi atau jasa.
- 2) Tahap melaksanakan usaha atau diringkas dengan tahap "jalan", tahap ini seorang wirausahawan mengelola berbagai aspek yang terkait dengan usahanya, mencakup aspek-aspek : pembiayaan, SDM, kepemilikan, organisasi, kepemimpinan yang meliputi bagaimana mengambil resiko dan mengambil keputusan, pemasaran, dan melakukan evaluasi.
- 3) Mempertahankan usaha, tahap di mana wirausahawan berdasarkan hasil yang telah dicapai melakukan analisis perkembangan yang dicapai untuk ditindaklanjuti sesuai dengan kondisi yang dihadapi

- 4) Mengembangkan usaha, tahap di mana jika hasil yang diperoleh tergolong positif atau mengalami perkembangan atau dapat bertahan maka perluasan usaha menjadi salah satu pilihan yang mungkin diambil.

Menurut Carol Noore yang dikutip oleh Bygrave (1996 : 3), proses kewirausahaan diawali dengan adanya inovasi. Inovasi tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor baik yang berasal dari pribadi maupun di luar pribadi, seperti pendidikan, sosiologi, organisasi, kebudayaan dan lingkungan. Faktor-faktor tersebut membentuk locus of control, kreativitas, keinovasian, implementasi, dan pertumbuhan proses inovasi, proses pemicu, proses pelaksanaan, proses pertumbuhan yang kemudian berkembang menjadi wirausaha yang besar.

Secara internal, keinovasian dipengaruhi oleh faktor yang berasal dari individu, seperti locus of control, toleransi, nilai-nilai, pendidikan, pengalaman. Sedangkan faktor yang berasal dari lingkungan yang mempengaruhi diantaranya model peran, aktivitas, dan peluang. Oleh karena itu, inovasi berkembang menjadi kewirausahaan melalui proses yang dipengaruhi lingkungan, organisasi dan keluarga (Suryana, 2001 : 34).

Secara ringkas, model proses kewirausahaan mencakup tahap-tahap berikut (Alma, 2007 : 10 – 12).

Berdasarkan analisis pustaka terkait kewirausahaan, diketahui bahwa aspek-aspek yang perlu diperhatikan dalam melakukan wirausaha adalah :

- a. Mencari peluang usaha baru : lama usaha dilakukan, dan jenis usaha yang pernah dilakukan
- b. Pembiayaan : pendanaan – jumlah dan sumber-sumber dana
- c. SDM : tenaga kerja yang dipergunakan
- d. Kepemilikan : peran-peran dalam pelaksanaan usaha
- e. Organisasi : pembagian kerja diantara tenaga kerja yang dimiliki
- f. Kepemimpinan : kejujuran, agama, tujuan jangka panjang, proses manajerial (POAC)
- g. Pemasaran : lokasi dan tempat usaha

D. FAKTOR-FAKTOR MOTIVASI BERWIRAUSAHA

Ciri-ciri wirausaha yang berhasil (Kasmir, 27 – 28)

1. Memiliki visi dan tujuan yang jelas. Hal ini berfungsi untuk menebak ke mana langkah dan arah yang dituju sehingga dapat diketahui langkah yang harus dilakukan oleh pengusaha tersebut
2. Inisiatif dan selalu proaktif. Ini merupakan ciri mendasar di mana pengusaha tidak hanya menunggu sesuatu terjadi, tetapi terlebih dahulu memulai dan mencari peluang sebagai pelopor dalam berbagai kegiatan.
3. Berorientasi pada prestasi. Pengusaha yang sukses selalu mengejar prestasi yang lebih baik daripada prestasi sebelumnya. Mutu produk, pelayanan yang diberikan, serta kepuasan pelanggan menjadi perhatian utama. Setiap waktu segala aktifitas usaha yang dijalankan selalu dievaluasi dan harus lebih baik dibanding sebelumnya.
4. Berani mengambil risiko. Hal ini merupakan sifat yang harus dimiliki seorang pengusaha kapanpun dan dimanapun, baik dalam bentuk uang maupun waktu.
5. Kerja keras. Jam kerja pengusaha tidak terbatas pada waktu, di mana ada peluang di situ dia datang. Kadang-kadang seorang pengusaha sulit untuk mengatur waktu kerjanya. Benaknya selalu memikirkan kemajuan usahanya. Ide-ide baru selalu mendorongnya untuk bekerja keras merealisasikannya. Tidak ada kata sulit dan tidak ada masalah yang tidak dapat diselesaikan.
6. Bertanggungjawab terhadap segala aktifitas yang dijalankannya, baik sekarang maupun yang akan datang. Tanggungjawab seorang pengusaha tidak hanya pada segi material, tetapi juga moral kepada berbagai pihak.
7. Komitmen pada berbagai pihak merupakan ciri yang harus dipegang teguh dan harus ditepati. Komitmen untuk melakukan sesuatu memang merupakan kewajiban untuk segera ditepati dan direalisasikan.
8. Mengembangkan dan memelihara hubungan baik dengan berbagai pihak, baik yang berhubungan langsung dengan usaha yang dijalankan maupun tidak. Hubungan baik yang perlu dijalin, antara lain kepada para pelanggan, pemerintah, pemasok, serta masyarakat luas.

Dari analisis pengalaman di lapangan, ciri-ciri wirausaha yang pokok untuk dapat berhasil dapat dirangkum dalam tiga sikap, yaitu :

1. Jujur, dalam arti berani untuk mengemukakan kondisi sebenarnya dari usaha yang dijalankan, dan mau melaksanakan kegiatan usahanya sesuai dengan kemampuannya.

Hal ini diperlukan karena dengan sikap tersebut cenderung akan membuat pembeli mempunyai kepercayaan yang tinggi kepada pengusaha sehingga mau dengan rela untuk menjadi pelanggan dalam jangka waktu panjang ke depan

2. Mempunyai tujuan jangka panjang, dalam arti mempunyai gambaran yang jelas mengenai perkembangan akhir dari usaha yang dilaksanakan. Hal ini untuk dapat memberikan motivasi yang besar kepada pelaku wirausaha untuk dapat melakukan kerja walaupun pada saat yang bersamaan hasil yang diharapkan masih juga belum dapat diperoleh.
3. Selalu taat berdoa, yang merupakan penyerahan diri kepada Tuhan untuk meminta apa yang diinginkan dan menerima apapun hasil yang diperoleh. Dalam bahasa lain, dapat dikemukakan bahwa "manusia yang berusaha, tetapi Tuhan-lah yang menentukan !" dengan demikian berdoa merupakan salah satu terapi bagi pemeliharaan usaha untuk mencapai cita-cita.

Kompetensi perlu dimiliki oleh wirausahawan seperti halnya profesi lain dalam kehidupan, kompetensi ini mendukungnya ke arah kesuksesan. Dan & Bradstreet business Credit Service (1993 : 1) mengemukakan 10 kompetensi yang harus dimiliki, yaitu :

1. *Knowing your business*, yaitu mengetahui usaha apa yang akan dilakukan. Dengan kata lain, seorang wirausahawan harus mengetahui segala sesuatu yang ada hubungannya dengan usaha atau bisnis yang akan dilakukan.
2. *Knowing the basic business management*, yaitu mengetahui dasar-dasar pengelolaan bisnis, misalnya cara merancang usaha, mengorganisasi dan mengenalkan perusahaan, termasuk dapat memperhitungkan, memprediksi, mengadministrasikan, dan membukukan kegiatan-kegiatan usaha. Mengetahui manajemen bisnis berarti memahami kiat, cara, proses dan pengelolaan semua sumberdaya perusahaan secara efektif dan efisien.

3. *Having the proper attitude*, yaitu memiliki sikap yang sempurna terhadap usaha yang dilakukannya. Dia harus bersikap seperti pedagang, industriawan, pengusaha, eksekutif yang sungguh-sungguh dan tidak setengah hati.
4. *Having adequate capital*, yaitu memiliki modal yang cukup. Modal tidak hanya bentuk materi tetapi juga rohani. Kepercayaan dan keteguhan hati merupakan modal utama dalam usaha. Oleh karena itu, harus cukup waktu, cukup uang, cukup tenaga, tempat dan mental.
5. *Managing finances effectively*, yaitu memiliki kemampuan / mengelola keuangan, secara efektif dan efisien, mencari sumber dana dan menggunakannya secara tepat, dan mengendalikannya secara akurat.
6. *Managing time efficiently*, yaitu kemampuan mengatur waktu seefisien mungkin. Mengatur, menghitung, dan menepati waktu sesuai dengan kebutuhannya.
7. *Managing people*, yaitu kemampuan merencanakan, mengatur, mengarahkan/ memotivasi, dan mengendalikan orang-orang dalam menjalankan perusahaan.
8. *Satisfying customer by providing high quality product*, yaitu memberi kepuasan kepada pelanggan dengan cara menyediakan barang dan jasa bermutu, yang bermanfaat dan memuaskan.
9. *Knowing Hozu to Compete*, yaitu mengetahui strategi/cara bersaing. Wirausaha harus dapat mengungkap kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*), dirinya dan pesaing. Dia harus menggunakan analisis SWOT sebaik terhadap dirinya dan terhadap pesaing.
10. *Copying with regulation and paper work*, yaitu membuat aturan / pedoman yang jelas tersurat, tidak tersirat. (Triton, 2007 :137 – 139)
 Delapan anak tangga menuju puncak karir berwirausaha (Alma, 106 – 109), terdiri atas :
 1. Mau kerja keras (capacity for hard work)
 2. Bekerjasama dengan orang lain (getting things done with and through people)

3. Penampilan yang baik (good appearance)
4. Yakin (self confidence)
5. Pandai membuat keputusan (making sound decision)
6. Mau menambah ilmu pengetahuan (college education)
7. Ambisi untuk maju (ambition drive)
8. Pandai berkomunikasi (ability to communicate)

BAB 4 KREATIVITAS DAN KEINOVASIAN DALAM KEWIRAUSAHAAN

A. BERFIKIR KREATIF DALAM KEWIRAUSAHAAN

Arti dari kata “kreatif” sendiri adalah menciptakan sesuatu yang berbeda dari yang lain, atau menghubungkan hal-hal yang tadinya tidak berhubungan. Sedangkan arti dari kata “inovatif” adalah menciptakan sesuatu yang belum pernah ada menjadi ada atau menciptakan sesuatu yang sama sekali berbeda. Hal-hal itulah yang sejatinya diperlukan para wirausahawan. Yang dimaksud dengan wirausahawan adalah pengusaha, tetapi tidak semua pengusaha adalah wirausahawan. Wirausahawan adalah pionir dalam bisnis, *innovator*, penanggung resiko yang mempunyai penglihatan visi ke depan dan memiliki keunggulan dalam berprestasi di bidang usaha. Fungsi kreativitas dalam proses inovasi merupakan pembangkitan ide yang menghasilkan penyempurnaan efektivitas dan efisiensi pada suatu sistem.

Orang kreatif adalah orang yang selalu berpikir tentang kebaruan (*novelty*), perbedaan (*different*), kegunaan (*utility*), dan dapat dimengerti (*understable*). Untuk menghasilkan kebaruan, perbedaan, kegunaan dan kemudahan, wirausahawan selalu berpikir, merenung, menghayal (*dreams*) sehingga melahirkan ide-ide dan gagasan-gagasan baru, misalnya ideide bagaimana membuat barang baru dan berbeda, bagaimana menambah kegunaan suatu barang dan jasa baru, bagaimana menambah manfaat terhadap suatu barang dan jasa baru, bagaimana menambah kemudahan-kemudahan baru terhadap barang dan jasa yang sudah ada sehingga menambah kegunaan, kemudahan dan kebaruan tersebut untuk memunculkan nilai tambah baru. Bagi wirausahawan, ide,

mimpi-mimpi, dan gagasan saja tidak cukup tetapi harus ada tindak lanjut atau usaha untuk menambah nilai-nilai tambah baru. Jadi seorang wirausaha tidak hanya berpikir, tetapi juga bertindak.

Dengan menggunakan otak sebelah kiri, menurut Zimmerer (1996: 76), ada tujuh langkah proses kreatif:

- Tahap 1: Persiapan

Persiapan menyangkut kesiapan untuk berpikir kreatif, dilakukan dalam bentuk pendidikan formal, pengalaman, magang, dan pengalaman belajar lainnya.

- Tahap 2: Penyelidikan

Dalam penyelidikan diperlukan individu yang dapat mengembangkan pemahaman mendalam tentang masalah atau keputusan. Seseorang dapat mengembangkan pemahaman tentang masalah atau keputusan melalui penyelidikan.

- Tahap 3: Transformasi

Tahap transformasi menyangkut persamaan dan perbedaan pandangan diantara informasi yang terkumpul. transformasi adalah mengidentifikasi persamaan dan perbedaan yang ada tentang informasi yang terkumpul. Dalam tahap ini diperlukan dua tipe berpikir, yaitu berpikir konvergen dan divergen. Berpikir konvergen adalah kemampuan untuk melihat persamaan dan hubungan diantara beragam data dan kejadian. Sedangkan berpikir divergen adalah kemampuan melihat perbedaan antara data dan kejadian yang beranekaragam.

- Tahap 4: Penetasan

Penetasan merupakan penyiapan pikiran bawah sadar untuk merenungkan informasi yang terkumpul. Pikiran bawah sadar memerlukan waktu untuk merefleksikan informasi.

- Tahap 5: Penerangan

Penerangan akan muncul pada tahap penetasan yaitu ketika terdapat pemecahan spontan yang menyebabkan adanya titik terang. Pada tahap ini, semua tahap sebelumnya muncul secara bersama dan menghasilkan ide-ide kreatif serta inovatif.

- Tahap 6: Pengujian

Pengujian menyangkut validasi keakuratan dan manfaat ide-ide yang muncul yang dapat dilakukan pada masa percobaan, proses simulasi, tes pemasaran, pembangunan proyek percobaan, pembangunan prototype, dan aktivitas lain yang dirancang untuk membuktikan ide-ide baru yang akan diimplementasikan.

- Tahap 7: Implementasi

Implementasi adalah transformasi ide kedalam praktik bisnis yang:

1. Searching for the “right”
2. Focusing on “being logical”
3. Blindly following the rules
4. Constantly being practical
5. Viewing play as frivolous
6. Becoming everly specialized

7. Avoiding ambiguity
8. Fearing looking foolish
9. Fearing mistakes and failure
10. Believing that “I’m not creative”

Zimerer mengemukakan beberapa kidah atau kebiasaan , kewirausahaan yaitu:

1. Create, innovate, and activate (ciptakan, temukan, dan aktifkan)
2. Always be on the look out for new opportunities (selalu mencari peluang baru)
3. Keep it simple (berfikir sederhana)
4. Try it, fix it, do it (selalu mencoba, memperbaiki dan melakukannya)
5. Shoot for the top (selalu mengejar yang terbaik, terunggul, dan ingin sepat mencapai sasaran)
6. Don’t be ashamed to smart small (jangan malu untuk memulai dari hal-hal kecil)
7. Don’t fear failure : learn form it (jangan takut gagal, belajarlh dari kegagalan)
8. Never give up (tidak pernah menyerah atau berhenti karena wirausaha bukan orang yang mudah menyerah)
9. Go for it (berusaha untuk terus mengejar apa yang diinginkan)

Gary K. Himes (1992) mengemukakan bahwa pekerjaan yang berbeda diberbagai tingkatan memerlukan jenis kreativitas yang berbeda. Ada 4 metode kreatif yang utama, yaitu:

- Duplikasi. Kemajuan yang dicapai oleh para pemimpin adalah dengan menyaring metode/prosedur kerja, gagasan yang pantas, untuk diubah atau dimodifikasi berdasarkan kepada keperluan.
- Perluasan. Suatu inovasi dasar diperlukan, kemudian manfaatnya ditingkatkan dengan memperluas penerapannya.
- Inovasi. Sesuatu yang baru dihasilkan. Seseorang yang menghasilkan gagasan untuk mengubah praktik-praktik yang masih tradisional, walaupun perubahan ini mendapat kesulitan untuk diterima.
- Sintetis. Gunakan gagasan dari berbagai sumber. Konsep-konsep yang tampaknya tidak berhubungan digabungkan menjadi suatu produk atau jasa yang berharga.

Orang kreatif biasanya memiliki pola pikir sintesis dan kreatif dalam mengkombinasikan input, proses, metode dan produk. Orang kreatif memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

Ciri-Ciri Orang Kreatif	Indikator
-------------------------	-----------

1	Tertantang terhadap keadaan yang sudah ada (<i>challenges status quo</i>).	Tidak merasa puas dengan keadaan yang ada/prestasi yang telah dicapai, selalu membuat perubahan, perbaikan, dan pengembangan.
2.	Selalu ingin tahu	Selalu ingin tahu dan selalu mengeksplorasi lingkungan dan menginvestigasi kemungkinan-kemungkinan baru.
3.	Memiliki motivasi diri yang tinggi (<i>self motivated</i>).	Tanggapan terhadap kebutuhan dari dalam, selalu proaktif dan menghargai setiap usaha.
4.	Memiliki visi kedepan (<i>visionary</i>).	Memiliki imajinasi yang tinggi dan memiliki pandangan jauh kedepan.
5.	Penghibur, menyenangkan orang lain (<i>entertains the fantastic</i>).	Memunculkan ide-ide gila, memandang sesuatu yang tidak mungkin menjadi mungkin, memimpikan dan mengkhayalkan sesuatu yang besar.
6.	Berani menghadapi risiko (<i>takes risks</i>).	Berani mencoba dan menanggung kegagalan.
7.	Suka berkeliling/berkelana (<i>peripatetic</i>).	Selalu mengubah lingkungan dan melakukan perjalanan untuk memperoleh inspirasi yang segar.
8.	Orang yang suka humor (<i>playful/humorous</i>).	Memiliki ketertarikan kepada yang mengagumkan.

Sumber: Suryana, Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang, 2013

B. BERINOVASI

Keinovasian menurut Zimmerer adalah kemampuan menerapkan pemecahan-pemecahan persoalan secara kreatif dan menciptakan peluang untuk meningkatkan atau

memperkaya kehidupan manusia. Berinovasi bagi seorang wirausaha merupakan kunci sukses.

Faktor personal yang mendorong inovasi dalam mengembangkan semangat wirausaha, yaitu keinginan berprestasi, sifat penafsiran, siap atau berani menanggung risiko, pendidikan dan pengalaman dalam usaha atau bisnis. Sebenarnya inovasi itu apa? Inovasi bahasa Inggrisnya *innovation* yang artinya segala hal yang baru atau pembaruan. Inovator adalah orang atau sesuatu yang mendatangkan hal-hal baru. Wirausaha yang sukses selalu menggunakan inovasi dalam pembuatan produknya dan pelayanan yang unik sehingga tidak memandang usaha yang lain sebagai pesaing.

Wirausaha yang inovatif akan mampu menyesuaikan diri dengan situasi dan kondisi usaha atau bisnisnya pada zaman sekarang. Adanya inovasi akan membawa perkembangan dan perubahan ekonomi, serta mempengaruhi semangat kerja para wirausaha. Inovasi adalah suatu temuan yang luar biasa tetapi suatu temuan yang menyebabkan berdayagunanya sumber ekonomi ke arah yang lebih produktif. Adanya inovasi dari seorang wirausaha akan mendorong semangat kerja didalam usahanya atau bisnisnya. Adapun faktor-faktor yang mendorong inovasi yaitu adanya peluang usaha, pengalaman dan kreativitas wirausaha.

Pada umumnya faktor-faktor inovasi yang dapat mempengaruhi semangat kerja wirausaha yaitu:

- a. Kesempatan untuk memperoleh keuntungan
- b. Minat dan keinginan wirausaha sendiri untuk berwirausaha
- c. Kesempatan untuk menjadi bos
- d. Kebebasan didalam manajemen usaha

Seperti kita ketahui ada beberapa faktor dalam peningkatan inovasi para wirausaha, yaitu keinginan berprestasi, pemasaran, risiko, pendidikan, pengalaman dan sebagainya. Kemampuan wirausaha dalam berinovasi merupakan proses mengubah peluang suatu gagasan dan ide-ide yang dapat di jual. Oleh karena itu jika wirausaha ingin sukses didalam usahanya maka ia harus membuat produknya dengan inovasi-inovasi produk yang baru. Apa sebabnya? Sebab, didalam dunia usaha atau bisnis pada zaman sekarang, produk-

produk pelayanan tanpa adanya inovasi tidak akan berkembang, bahkan tidak akan sukses didalam berwirausaha.

Disini ada 5 mitos utama dalam meningkatkan kemampuan wirausaha daam mengembangkan inovasi yaitu sebagai berikut:

- a. Inovasi itu harus direncanakan terlebih dahulu dan dapat diperkirakan
- b. Teknologi merupakan kekuatan pendorong terhadap inovasi
- c. Spesifikasi teknis sebaiknya dipersilakann secara lengkap
- d. Adanya kreativitas yang tergantung pada mimpi-mimpi dan gagasan yang mengawangawang
- e. Proyek usaha yang besar akan lebih mengembangkan masalah inovasi daripada proyek usaha kecil

Didalam prosesnya penerapan kemampuan didalam berinovatif, menurut kuratko (1995) ada 4 jenis inovatif yaitu :

- a. Invensi (penemuan)
- b. Ekstensi (pengembangan)
- c. Duplikasi (penggandaan)
- d. Sintesis

BAB 5

MODAL DASAR KEWIRAUSAHAAN

A. MODAL KEMAUAN, KEMAMPUAN, DAN PENGETAHUAN.

Seorang yang berhasil menjadi wirausaha disebabkan memiliki kemauan, kemampuan, dan pengetahuan. Ada kemauan tetapi tidak memiliki kemampuan, maka sulit berkembang dan berhasil. Sebaliknya, memiliki pengetahuan dan kemampuan, tetapi tidak disertai dengan kemauan, maka tidak akan terwujud menjadi wirausahawan. Kemauan adalah tekad atau niat yang kuat dan motivasi yang tinggi. Dengan tekad, niat dan motivasi yang tinggi, seorang akan melakukan sesuatu yang diinginkan. Untuk menjadi wirausahawan, harus ada tekad yang kuat, dorongan yang tinggi untuk berusaha melakukannya. Tekad, niat dan motivasi atau disebut kemauan merupakan modal utama yang harus ada pertama kali.

Kemauan dan tekad saja tidak cukup, tetapi juga harus dilengkapi dengan kemampuan (ketrampilan), sebab yang dihadapi adalah tantangan dan resiko. Bila modalnya hanya nekat atau spekulatif tanpa memiliki keterampilan untuk memperhitungkan resiko, maka yang dihadapi adalah kegagalan. Oleh sebab itu, ada beberapa keterampilan berwirausaha yang harus dimiliki, diantaranya adalah sebagai berikut :

1. keterampilan konseptual dan mengatur strategi dan memperhitungkan resiko.
2. keterampilan kreatif dalam menciptakan nilai tambah.
3. keterampilan dalam memimpin dan mengelola.
4. Keterampilan berkomunikasi dan berintraksi.
5. keterampilan teknik usaha yang akan dilakukan.

Keterampilan untuk mengonsepadalah keterampilan merumuskan sesuatu yang belum ada atau sesuatu yang sudah ada menjadi suatu yang baru dan berbeda, mengonsep nilai tambah, mengonsep kebaruan, kegunaan, keunggulan dan mengonsep apa yang dapat dipersaingkan. Keterampilan mengonsep pada hakikatnya meliputi hal-hal berikut.

1. bagaimana mengonsep suatu agar menjadi baru dan beda.
2. bagaimana mengonsep nilai tambah baru.
3. bagaimana mengonsep kebaruan barang dan jasa.
4. Bagaimana mengonsep kegunaan baru.
5. bagaimana mengonsep keunggulan baru.

6. bagaimana mengonsep keunggulan baru.
7. bagaimana mengonsep cara-cara, metode, proses, dan srategi-strategi baru.

Ketrampilan kreatif adalah keterampilan berfikir untuk menghasilkan ide-ide baru, khayalan-khayalan baru, dan gagasan-gagasan baru untuk menghassilkan nilai tambah. Keterampilan memimpin dan mengelola adalah keterampilan untuk membuat perubahan-perubahan secara dinamis agar lebih unggul dan terdepan. Keterampilan berkomunikasi dan berinteraksi merupakan keterampilan personal untuk bekerjasama dan membuat jejaring untuk mengomunikasikan hasil berpikir kreatif.

Keterampilan teknik usaha merupakan keterampilan khusus untuk menjalankan usaha, seperti keterampilan untuk mengombinasikan sumber daya, keterampilan untuk menghasilkan produk baru, keterampilan untuk memasarkan, keterampilan untuk menghitung resiko, keterampilan untuk membukukan, mengadministrasikan, dan keterampilan spesifik lainnya.

B. MODAL INSANI KEWIRAUSAHAAN

Dalam kewirausahaan, modal tidak selalu identik dengan modal material yang berwujud, seperti: uang, dan peralatan, tetapi juga menyangkut modal yang tak berwujud, seperti: modal insani, terdiri atas hal-hal sebagai berikut :

1. modal sosial
2. modal intelektual
3. modal mental dan moral
4. modal motivasi

1. Modal Sosial

Modal sosial merupakan modal insani utama yang harus dimiliki seseorang sebelum modal-modallainnya. Modal sosial terdiri atas kejujuran, kepercayaan, dan komitmen merupakan modal utama yang dapat meningkatkan citra. Seseorang yang memiliki modal sosial yang tinggi biasanya memiliki ketika berwira usaha yang cukup yang mencakup hal-hal sebagai berikut :

1. jujur.
2. memiliki integritas.

3. menepati janji.
4. kesetiaan.
5. kewajaran.

6. suka membantu orang lain
7. menghormati orang lain.
8. warga negara yang baik dan taat hukum
9. mengejar keunggulan
10. bertanggung jawab

Kejujuran, integritas, dan ketepatan janji merupakan modal sosial yang dapat menumbuhkan kepercayaan diri waktu kewaktu, dan dapat melahirkan serta menambah modal material.

2. Modal Intelektual

Modal insan kedua adalah modal intelektual. Menurut Stewart T.A(1977) modal intelektual terdiri dari atas kompetensi, komitmen, kemampuan, tanggung jawab, pengetahuan, dan keterampilan.

3. Modal Mental Dan Moral

Modal mental dan moral adalah modal keberanian yang dilandasi agama. Modal mental merupakan kekuatan tekad dan keberanian dalam melakukan sesuatu secara bertanggung jawab, seperti hal-hal berikut :

1. keberanian untuk menghadapi resiko.
2. keberanian untuk menghadapi tantangan.

4. Modal Motivasi

Modal motivasi merupakan dorongan atau semangat untuk maju. Motivasi merupakan modal insani bagi setiap orang untuk terus hidup dan maju. Keberhasilan atau kegagalan berwirausaha sangat bergantung kepada tinggi atau rendahnya motivasi wirausahawan. Usaha yang kurang semangat atau penuh dengan keraguan akan membuat kegagalan.

5. Bekal Kompetensi Kewirausahaan

Wirausaha yang sukses pada umumnya adalah mereka yang memiliki kompetensi yaitu : seseorang yang memiliki ilmu pengetahuan, keterampilan dan kualitas individu yang meliputi sikap, motivasi, nilai serta tingkah laku yang diperlukan untuk melaksanakan pekerjaan/kegiatan. Keterampilan yang harus dimiliki:

- a. Managerial skill
- b. Conceptual skill
- c. Human skill (keterampilan menumuskan masalah dan mengambil keputusan)
- d. Decision making skill (keterampilan merumuskan masalah dan mengambil keputusan)
- e. Time managerial skill (keterampilan mengatur dan menggunakan waktu)

Kompetensi diartikan sebagai pengetahuan, keterampilan dan kemampuan individu yang langsung berpengaruh pada kinerja, Kinerja bagi wirausaha merupakan tujuan yang ingin dicapai.

BAB 7 PROSES KEWIRAUSAHAAN

A. FAKTOR-FAKTOR PEMICU KEWIRAUSAAN

David C. McClelland (1961:207), mengemukakan bahwa kewirausahaan (entrepreneurship) ditentukan oleh motif berprestasi (achievement), optimisme (optimism), sikap-sikap nilai (value attitude) dan status kewirausahaan (entrepreneurial status) atau keberhasilan. Sedangkan menurut Ibnu Soedjono dan Roopke, proses kewirausahaan atau tindakan kewirausahaan (entrepreneurial action) merupakan fungsi dari property right (PR), competency/ability(C), incentive(I), dan external environment (E).

Perilaku kewirausahaan dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor-faktor itu adalah hak kepemilikan (property right, PR), kemampuan/kompetensi (competency/ability, C), dan insentif (incentive), sedangkan faktor eksternalnya meliputi lingkungan (environment, E).

Kemampuan berwirausaha (entrepreneurial) merupakan fungsi dari perilaku kewirausahaan dalam mengkombinasikan kreativitas, inovasi, kerja keras, keberanian menghadapi risiko untuk memperoleh peluang. Kewirausahaan, Suryana (2000: 34).

B. PROSES KEWIRAUSAHAAN

Tahap-tahap Kewirausahaan.

Secara umum tahap-tahap melakukan wirausaha :

1. Tahap memulai, tahap di mana seseorang yang berniat untuk melakukan usaha mempersiapkan segala sesuatu yang diperlukan, diawali dengan melihat peluang usaha baru yang mungkin apakah membuka usaha baru, melakukan akuisisi, atau melakukan franchising. Juga memilih jenis usaha yang akan dilakukan apakah di bidang pertanian, industri / manufaktur / produksi atau jasa.
2. Tahap melaksanakan usaha atau diringkas dengan tahap "jalan", tahap ini seorang wirausahawan mengelola berbagai aspek yang terkait dengan usahanya, mencakup

aspek-aspek : pembiayaan, SDM, kepemilikan, organisasi, kepemimpinan yang meliputi

bagaimana mengambil resiko dan mengambil keputusan, pemasaran, dan melakukan evaluasi.

3. Mempertahankan usaha, tahap di mana wirausahawan berdasarkan hasil yang telah dicapai melakukan analisis perkembangan yang dicapai untuk ditindaklanjuti sesuai dengan kondisi yang dihadapi
4. Mengembangkan usaha, tahap di mana jika hasil yang diperoleh tergolong positif atau mengalami perkembangan atau dapat bertahan maka perluasan usaha menjadi salah satu pilihan yang mungkin diambil.

Menurut Carol Noore yang dikutip oleh Bygrave (1996 : 3), proses kewirausahaan diawali dengan adanya inovasi. Inovasi tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor baik yang berasal dari pribadi maupun di luar pribadi, seperti pendidikan, sosiologi, organisasi, kebudayaan dan lingkungan. Faktor-faktor tersebut membentuk locus of control, kreativitas, keinovasian, implementasi, dan pertumbuhan yang kemudian berkembang menjadi wirausaha yang besar. Secara internal, keinovasian dipengaruhi oleh faktor yang berasal dari individu, seperti locus of control, toleransi, nilai-nilai, pendidikan, pengalaman. Sedangkan faktor yang berasal dari lingkungan yang mempengaruhi diantaranya model peran, aktivitas, dan peluang. Oleh karena itu, inovasi berkembang menjadi kewirausahaan melalui proses yang dipengaruhi lingkungan, organisasi dan keluarga (Suryana, 2001 : 34).

Secara ringkas, model proses kewirausahaan mencakup tahap-tahap berikut (Alma, 2007 :

10 – 12) :

1. proses inovasi
2. proses pemicu
3. proses pelaksanaan
4. proses pertumbuhan

Aspek-aspek yang perlu diperhatikan dalam melakukan wirausaha adalah :

- **mencari peluang usaha baru** : lama usaha dilakukan, dan jenis usaha yang pernah dilakukan
- **pembiayaan** : pendanaan – jumlah dan sumber-sumber dana
- **SDM** : tenaga kerja yang dipergunakan
- **kepemilikan** : peran-peran dalam pelaksanaan usaha

- **organisasi** : pembagian kerja diantara tenaga kerja yang dimiliki
- **kepemimpinan** : kejujuran, agama, tujuan jangka panjang, proses manajerial (POAC)
- **pemasaran** : lokasi dan tempat usaha

C. PROSES PERTUMBUHAN KEWIRAUSAHAAN

Pada umumnya proses pertumbuhan kewirausahaan berkembang melalui tiga proses, yaitu:

1. Proses imitasi dan duplikasi (imitating and duplicating). Pada tahap ini, wirausaha mulai meniru ide-ide orang lain, misalnya: memulai usaha barunya diawali dengan meniru usaha orang lain, dalam menciptakan jenis barang yang dihasilkan meniru yang sudah ada.
2. Proses duplikasi dan pengembangan (duplicating and development). Pada tahap ini, wirausaha mulai mengembangkan ide barunya. Dalam tahap duplikasi produksi, wirausaha mulai mengembangkan produksinya melalui deversifikasi dan diferensiasi dengan model sendiri.

D. LANGKAH MENUJU KEBERHASILAN WIRAUSAHA

Untuk menjadi wirausaha yang sukses, pertama-tama harus memiliki ide atau visi bisnis (business vision) yang jelas, kemudian ada kemauan dan keberanian untuk menghadapi risiko baik waktu maupun uang. Apabila ada kesiapan dalam menghadapi risiko, langkah berikutnya adalah membuat perencanaan usaha, mengorganisasikan dan menjalankannya. Agar usaha berhasil, selain harus kerja keras sesuai urgensinya,

wirausaha harus mampu mengembangkan hubungan, baik dengan mitrausaha maupun dengan semua pihak yang terkait dengan kepentingan perusahaan.

Dalam mengidentifikasi jiwa wirausaha ada beberapa aspek yang mempengaruhi yaitu:

- a) Lebih suka risiko yang moderet
- b) Menyenangi pekerjaan yang berkaitan dengan proses mental dengan tujuan utama adalah pencapaian prestasi
- c) Locus of control internal. Individu yang memiliki locus of control internal adalah individu yang memiliki inisiatif tinggi, suka bekerja, berusaha mengatasi masalah dengan mencari akar

penyebabnya secara efektif

- d) Kemampuan inovasi dan kreatifitas. Kreatifitas lebih mengacu kepada idea origination, sedangkan inovasi lebih kepada idea implementation. Sebagai inovator, seorang wirausaha tdk harus memakai ide sendiri, tetapi dengan kepekaan yang tinggi dan kemampuan analisis yang baik mampu menggabungkan dan memakai ide yang telah menjadi sesuatu yang bermanfaat.
- e) Cenderung berpikir panjang, memiliki potensi melakukan visi yang jauh ke depan. Wirausahawan harus bersifat impulsif, bukan atas dorongan sesaat dan keberhasilan hanya pada jangka pendek. Akan tetapi, wirausaha memiliki perencanaan yang seksama serta kendali diri yang fleksibilitas terhadap perubahan lingkungan.
- f) Kemandirian. Wirausaha adalah seorang yang merdeka lahir batin, lebih suka bekerja ataskemampuan sendiri. Kemandirian ini didukung dengan kepedulian pada orang lain yang berara pada lingkungan, menerima kritik dn saran dari orang lain.

Faktor-faktor yang mempengaruhi jiwa kewirausahaan adalah:

- 1) Intelegensi. Yaitu kemampuan individu secara sadar untuk menyesuaikan pemikirannya terhadap tuntutan baru, yaitu penyesuaian mental terhadap masalah dan keadaan baru. Intelegensia terkait dengan pemecahan masalah perencanaan, pengejaran prestasi yang sangat berarti membuka jiwa wirausaha.

- 2) Latar belakang budaya. Manusia tidak lepas dari lingkungan sekitar, sehingga mereka secara tidak langsung dibatasi oleh norma/nilai budaya setempat. Kebudayaan adalah cara manusia membentuk dan menentukan perilaku manusia.
- 3) Jenis kelamin. Pria dilambangkan agresif, independensi, ambisius, sedangkan wanita dilambangkan sensitif, kooperatif, dan intuitif.
- 4) Tingkat pendidikan
- 5) Usia
- 6) Pola asuh keluarga

BAB 8

FAKTOR KEBERHASILAN DAN KEGAGALAN WIRAUSAHA

A. FAKTOR PENYEBAB KEBERHASILAN DAN KEGAGALAN WIRAUSAHA

Seperti telah dikemukakan sebelumnya, keberhasilan dan kegagalan wirausaha sangat tergantung pada kemampuan pribadi wirausaha. Zimmerer (1996: 14-15) mengemukakan beberapa faktor-faktor yang menyebabkan wirausaha gagal dalam menjalankan usaha barunya:

- (1) Tidak kompeten dalam manajerial. Tidak kompeten atau tidak memiliki kemampuan manajerial dan pengetahuan mengelola usaha merupakan faktor penyebab utama membuat perusahaan kurang berhasil.
- (2) Kurang berpengalaman baik dalam kemampuan teknik, kemampuan memvisualisasikan usaha, kemampuan mengkoordinasikan, keterampilan mengelola

sumber-sumber daya manusia, maupun kemampuan mengintegrasikan operasi perusahaan.

(3) Kurang dapat mengendalikan keuangan. Yaitu dengan memelihara aliran kas , mengatur pengeluaran dan penerimaan secara cermat. Kekeliruan dalam memelihara aliran kas akan menghambat operasional perusahaan dan mengakibatkan perusahaan tidak lancar. (4) Gagal dalam perencanaan. Perencanaan merupakan titik awal dari suatu kegiatan, sekali gagal dalam perencanaan maka akan mengalami kesulitan dalam pelaksanaan. (5) Lokasi yang kurang memadai. Lokasi usaha yang strategis merupakan faktor yang menentukan keberhasilan usaha. Lokasi yang tidak strategis dapat mengakibatkan perusahaan sukar beroperasi karena kurang efisien.

(6) Kurang pengawasan peralatan. Pengawasan erat kaitannya dengan efisiensi dan efektivitas. Kurang pengawasan dapat mengakibatkan penggunaan alat yang tidak efisien dan tidak efektif.

(7) Sikap yang kurang sungguh-sungguh dalam berusaha. Sikap yang setengah-setengah terhadap usaha akan mengakibatkan usaha yang dilakukan menjadi labil dan gagal. Dengan sikap setengah hati, kemungkinan gagal adalah besar.

(8) Ketidakmampuan dalam melakukan peralihan/transisi kewirausahaan. Wirausaha yang kurang siap menghadapi dan melakukan perubahan, maka ia tidak akan menjadi wirausaha yang berhasil. Keberhasilan dalam berwirausaha hanya bisa diperoleh apabila berani mengadakan perubahan dan mampu membuat peralihan setiap waktu.

Selain faktor-faktor yang membuat kegagalan kewirausahaan, Zimmerer (1996: 17) mengemukakan beberapa potensi yang membuat seseorang mundur dari kewirausahaan, yaitu:

(1) Pendapatan yang tidak menentu. Baik pada tahap awal maupun tahap pertumbuhan, dalam bisnis tidak ada jaminan untuk terus memperoleh pendapatan yang berkesinambungan. Dalam kewirausahaan, sewaktu-waktu adalah rugi dan sewaktu-waktu juga ada untungnya. Kondisi seperti inilah yang membuat seseorang mundur dari kegiatan berwirausaha. (2) Kerugian akibat hilangnya modal investasi. Tingkat kegagalan bagi usaha baru sangatlah tinggi. Kegagalan investasi mengakibatkan seorang mundur dari kegiatan wirausaha. Bagi seorang wirausaha sebaiknya dipandang sebagai pelajaran berharga.

(3) Perlu kerja keras dan waktu yang lama. Wirausaha biasanya bekerja sendiri dari mulai pembelian, pengolahan, penjualan, dan pembukuan. Waktu yang lama dan keharusan bekerja keras dalam berwirausaha mengakibatkan orang yang ingin jadi wirausaha menjadi mundur. Ia kurang terbiasa menghadapi tantangan. Wirausaha yang berhasil pada umumnya menjadikan tantangan sebagai peluang yang harus dihadapi dan ditekuni. (4) Kualitas kehidupan yang tetap rendah meskipun usahanya mantap. Kualitas kehidupan yang tidak segera meningkat dalam usaha, akan mengakibatkan seseorang mundur dari kegiatan berwirausaha.

B. KEUNTUNGAN DAN KERUGIAN BERWIRAUSAHA

Adapun keuntungan dalam berwirausaha adalah:

(1) Imbalan berupa laba. Bebas dari batasan gaji standar untuk pekerjaan distandardisasikan. Wirausaha mengharap hasil yang tidak hanya mengganti kerugian waktu dan uang yang mereka investasikan, tapi juga memberikan imbalan yang pantas bagi risiko dan inisiatif yang mereka ambil dalam mengoperasikan bisnis mereka sendiri. Tidaklah mengejutkan imbalan berupa laba adalah motivasi yang lebih kuat dari wirausaha tertentu. (2) Imbalan berupa kebebasan. Bebas dari pengawasan dan aturan birokrasi organisasi, Kebebasan untuk menjalankan secara bebas perusahaannya merupakan imbalan lain dari seorang wirausaha. Kenyataannya banyak wirausaha tidak mengutamakan fleksibilitas di satu sisi saja. Akan tetapi, wirausaha pada umumnya menghargai kebebasan yang ada dalam karir kewirausahaan. Mereka dapat mengerjakan urusan mereka dengan cara sendiri.

(3) Imbalan berupa kebebasan menjalani hidup. Bebas dari rutinitas, kebosana dan pekerjaan

yang tidak menantang. Wirausaha sering kali menyatakan kepuasan yang mereka dapatkan dalam menjalankan bisnisnya sendiri. Kenikmatan yang mereka dapatkan mungkin berasal dari kebebasan mereka, tapi pada kenikmatan tersebut merefleksikan pemenuhan kerja pribadi pemilik pada barang dan jasa perusahaan. (Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil:

Justin, Carlos & J. William, 2001:7-9).

Kerugian dalam berwirausaha adalah:

(1) Pengorbanan personal. Pada awalnya wirausaha harus bekerja pada waktu yang lam dansibuk. Sedikit sekali waktu untuk kepentingan keluarga, rekreasi. Hampir semua waktu dihabiskan untuk kegiatan bisnis.

- (2) Beban tanggung jawab. Wirausaha harus mengelola semua fungsi bisnis, baik pemasaran, keuangan, personil maupun pengadaan dan pelatihan.
- (3) Kecilnya margin keuntungan dan kemungkinan gagal. Karena wirausaha menggunakan keuangan yng kecil dan keuangan milik sendiri, maka margin laba/keuntungan yang diperoleh akan relatif kecil dan kemungkinan gagal juga ada.

BAB 9

IDE DAN PELUANG KEWIRAUSAHAAN

A. IDE KEWIRAUSAHAAN

Terwujudnya suatu ide agar terealisasi dibutuhkan suatu rencana. Karena dalam teorinya, bisnis sekecil apapun tetap memerlukan perencanaan untuk dapat merealisasikan ide bisnis yang lebih matang. Dalam perspektif Philip Kotler, ada beberapa prosedur standar untuk dapat merealisasikan ide bisnis yang benar dalam bentuk rencana bisnis yaitu:

1. Pembangkitan gagasan
2. Penyaringan
3. Pengembangan dan pengujian konsep
4. Strategi pemasaran
5. Analisis bisnis atau usaha
6. Pengembangan produk
7. Pegujian pasar
8. Komersialisasi

Bagaimana ide dapat menjadi peluang, ada beberapa cara untuk melakukannya yaitu:

1. Ide dapat digerakkan secara internal melalui perubahan cara-cara/metoda yang lebih baik untuk dapat memenuhi kepuasan pelanggan
2. Ide dapat dihasilkan dalam bentuk produk dan jasa baru
3. Ide dapat dihasilkan dalam bentuk modifikasi, bagaimana pekerjaan dilakukan atau dimodifikasi cara melakukan suatu pekerjaan

B. SUMBER PENEMUAN IDE-IDE BARU

Sumber ide biasanya berkaitan dengan hal-hal atau kegiatan yang menyangkut organisasi atau lembaga yang ada hubungannya dengan bisnis, seperti :

1. Konsumen
2. Perusahaan yang sudah ada
3. Saluran Distribusi
4. Pemerintah
5. Penelitian dan Pengembangan

Penyaringan Ide

Ada berbagai cara untuk melakukan pemilihan ide produk, dimana salah satu cara adalah dengan melakukan proses tahapan sebagai berikut dibawah ini :

1. Macro Screening

Dari ratusan ide yang mungkin didapat, pilihlah sekitar 20 ide yang mempunyai potensi bisnis. Disini kriteria yang digunakan untuk memilih masih umum sekali, yaitu yang mempunyai potensi bisnis.

2. Micro Screening

Dari 20 ide produk yang ada, kemudian dipilih lagi menjadi 5 ide dengan menggunakan kriteria tertentu. Dengan adanya pemilihan bertahap tersebut, diharapkan kita dapat mempunyai alternatif beberapa ide produk yang akan dikembangkan lebih lanjut.

C. PELUANG

1. Sumber Peluang

Dari 20 ide produk yang ada, kemudian dipilih lagi menjadi 5 ide dengan menggunakan kriteria tertentu. Dengan adanya pemilihan bertahap tersebut, diharapkan kita dapat mempunyai alternatif beberapa ide produk yang akan dikembangkan lebih lanjut. a. Diri sendiri

Beberapa sumber peluang yang muncul dari diri anda sendiri seperti:

Hobi

Keahlian

Peluang dari Pengetahuan dan Latar Belakang Pendidikan

Lingkungan

- b. Konsumen. Suara konsumen itu penting karena sering menciptakan gagasan baru dalam memperbaiki produk yang ada dan peluang bagi yang akan mendirikan usaha baru.
- c. Gagasan Orang Lain. Seperti halnya suara dari konsumen, gagasan dari orang lain (mungkin karena keluhan-keluhan terhadap suatu produk atau layanan yang disampaikan teman anda ke anda), dapat memberi ide yang membuka peluang bagi anda dalam membuat suatu bisnis.

- d. Informasi yang Diperoleh. Dalam perjumpaan dengan orang lain terkadang kita mendapatkan informasi baru. Bagi orang yang mendengarnya, informasi baru itu bisa berguna untuk dijadikan sebagai peluang bisnis karena informasi tersebut memiliki hubungan dengan pengetahuan dan pengalaman yang dia miliki. Namun bagi orang-

orang tertentu informasi baru itu tidak bermanfaat karena informasi tersebut tidak memiliki hubungan dengan pengetahuan dan pengalaman yang mereka miliki. Hal ini yang bisa membedakan mengapa ada orang yang merasa tidak memiliki peluang dibanding orang yang memiliki peluang.

D. CIRI-CIRI PELUANG YANG MEMILIKI POTENSI UNTUK DIKATEGORIKAN SEBAGAI PELUANG BISNIS YANG BAIK DAN MASUK

Bisnis yang dibangun adalah bisnis yang potensial atau memiliki nilai jual yang tinggi

Tidak menjadikan bisnis itu hanya sebagai ambisi pribadi semata tetapi sifatnya nyata

Bisnis itu mempunyai waktu bertahan yang lama dipasar

Tidak menghabiskan modal (uang) Anda karena investasi yang terlalu besar

Tidak bersifat momentum (kejadian sesaat) atau bersifat musiman

Bisa ditingkatkan skalanya menjadi skala industry

Karena sebab itu, bila ingin memiliki bisnis yang potensial, perlu mengetahui ciri-ciri sebuah peluang yang mendasari sebuah Bisnis yang baik, ciri-ciri peluang bisnis yang baik adalah:

Peluang itu orisinil dan bukan tiruan

Peluang itu harus bisa mengantisipasi perubahan persaingan dan kebutuhan pasar dimasa yang akan datang.

Benar-benar sesuai dengan 'minat' atau ada 'link' dengan pengetahuan, keahlian dan sifat agar peluang itu dapat bertahan lebih lama.

Tingkat visibilitas (kelayakan usaha) benar-benar teruji

Bersifat ide yang kreatif dan inovatif bukan tiruan dari ide orang lain
Yakin bisa mewujudkannya dan sukses untuk menjalaninya.

Senang menjalankannya dan benar-benar suka bisnis tersebut.

E. FAKTOR-FAKTOR KEBERHASILAN SEBUAH PELUANG

Peluang itu memenuhi ciri-ciri peluang bisnis yang baik, bukan tiruan.

Berawal dari uji test pasar dan uji coba (trial)

Mengikuti dan memenuhi kebutuhan konsumen

Mengikuti trend (kecenderungan) perubahan pasar

Bisa terus menerus diinovasi dan di tingkatkan kualitasnya

Resiko kegagalannya tidak besar saat pertama kali dimulai

Merupakan alternative terbaik dari peluang-peluang yang ada

F. KEGAGALAN SEBUAH PELUANG

Faktor Kegagalan Sebuah Peluang Usaha yang Gagal Dijadikan Bisnis, adalah sebagai berikut:

Kebutuhan pasarnya tidak bersifat monoton dan musiman sehingga tidak hanya bersifat jangka pendek

Peluang itu sudah “kadaluarsa” atau telah banyak ada orang yang memulai bisnis tersebut

Tidak segera mengambil keputusan untuk memulainya sehingga peluang itu lewat begitu saja

Waktunya sudah lewat, terjadi perubahan kebutuhan atau muncul teknologi baru yang telah membuat peluang produk atau jasa itu out of date

Survey pasar tidak akurat, artinya hal itu hanya sekedar persepsi yang menyatakan bahwa peluang itu sangat potensial lalu segera dilaksanakan begitu saja menyebabkan produk itu tidak laku dipasar

Mudah ditiru atau di buat oleh orang lain

Daya beli rendah

Kebutuhan tidak kontinyu

Tingkat kebutuhan kecil

Pemilihan alternative ide-ide bisnisnya salah

BAB 10 KEWIRAUSAHAAN DALAM KONTEKS BISNIS

A. MEMULAI USAHA/BISNIS BARU

Menurut Peggy Lambing dan Charles R. Kuehl (2000:14) ada tiga tipe aktivitas kewirausahaan, yakni:

1. Dengan konsep baru dan bisnis baru, yaitu dengan mengembangkan produk baru atau ide baru, dan mengembangkan bisnis dengan konsep baru. Seperti Bill Gates dengan Microsoft.
2. Konsep yang sudah ada, tetapi dengan bisnis baru, yakni orang yang memulai bisnis baru berdasar pada konsep lama dengan menyediakan sesuatu yang baru atau lebih baik.
3. Dengan konsep yang sudah ada dan bisnis yang sudah ada, yakni orang yang membeli perusahaan yang sudah ada tanpa perencanaan untuk mengubah operasi perusahaan.

B. LANGKAH-LANGKAH MEMASUKI BISNIS BARU

1. Merintis usaha baru.

Perusahaan milik sendiri/perorangan (*sole proprietorship*), yakni bentuk usaha yang dimiliki dan dikelola sendiri oleh seseorang.

Persekutuan (*partnership*), yakni kerja sama (asosiasi) antara dua orang atau lebih.

Perusahaan berbadan hukum (*corporation*), yakni perusahaan yang didirikan atas dasar badan hukum dengan modal berupa saham.

2. Membeli perusahaan orang lain (*buying*).

Membeli perusahaan yang telah dirintis dan diorganisasikan oleh orang lain dengan nama (*goodwill*) dan organisasi usaha yang sudah ada.

3. Kerja sama manajemen (*franchising*).

Kerja sama antara terwaralaba (*franchisee*) dengan pewaralaba (*franchisor/parent company*) dalam mengadakan persetujuan jual-beli hak monopoli untuk menyelenggarakan usaha (*waralaba*).

C. MERINTIS USAHA/BISNIS BARU

Pada bab sebelumnya telah dikemukakan bahwa untuk memasuki dunia usaha seseorang harus memiliki jiwa kewirausahaan, karena wirausahawan adalah orang yang mengorganisasikan, mengelola dan memiliki keberanian menghadapi resiko. Menurut Lambing (2000: 91-92), ada dua pendekatan utama yang digunakan wirausahawan untuk mencari peluang dengan mendirikan usaha yang baru, yakni :

1. Pendekatan '*Inside-out*' atau '*Idea generation*', yakni pendekatan yang berdasarkan pada gagasan sebagai kunci yang menentukan keberhasilan usaha. Mereka melihat keterampilan sendiri, kemampuan, latar belakang, dan sebagainya yang menentukan jenis usaha yang akan dirintis.
2. Pendekatan '*The out-side in*' atau '*Opportunity recognition*', yakni pendekatan yang menekankan pada basis ide merespons kebutuhan pasar sebagai kunci keberhasilan. Yang tak lain sebagai pengamatan lingkungan, yakni alat pengembangan yang akan ditransfer menjadi peluang ekonomi.

Dalam memasuki arena bisnis, seseorang dituntut tidak hanya memiliki kemampuan, tetapi juga ide dan kemauan serta harus diwujudkan dalam bentuk barang dan jasa yang laku di pasar.

BAB 11

KOMPETENSI INTI DAN STRATEGI BERSAING DALAM KEWIRAUSAHAAN

A. KOMPETENSI INTI KEWIRAUSAHAAN

Meskipun dalam manajemen perusahaan modern seperti sekarang ini telah terjadi pergeseran strategi, yaitu dari strategi memaksimalkan keuntungan pemegang saham (mencari laba perusahaan) menjadi memaksimalkan keuntungan bagi semua yang berkepentingan dalam perusahaan (*stakeholder*), akan tetapi konsep laba tidak bisa dikesampingkan karena merupakan alat yang penting bagi perusahaan untuk menciptakan manfaat bagi para pemilik kepentingan. Salah satu tugas manajemen strategis adalah menciptakan laba yang bisa dipergunakan sebagai sumber dana untuk investasi dan meningkatkan manfaat bagi pemilik kepentingan.

Menurut Albert Widjaja (1993), laba perusahaan masih merupakan tujuan yang kritis bagi perusahaan dan menjadi ukuran keberhasilan, tetapi bukan tujuan akhir dari suatu perusahaan. Perusahaan bisa memperoleh keuntungan bila :

Memiliki keunggulan yang unik

Tercipta dari penemuan yang dilakukan para wirausaha

Dihasilkan dari proses kreatif yang dinamis

Menciptakan daya saing khusus

Menurut teori strategi dinamis dari Porter (1991), suatu perusahaan dapat mencapai keberhasilan bila tiga kondisi dipenuhi, yaitu:

1. Tujuan perusahaan dan kebijakan fungsi-fungsi manajemen (seperti produksi dan pemasaran) harus secara kolektif memperlihatkan posisi terkuat di pasar.
2. Tujuan dan kebijakan tersebut ditumbuhkan berdasarkan kekuatan perusahaan, serta diperbaharui terus (dinamis) sesuai dengan perubahan peluang dan ancaman lingkungan eksternal.

Perusahaan harus memiliki dan menggali kompetensi khusus sebagai pendorong untuk menjalankan perusahaan, misalnya dengan reputasi merek dan biaya produksi yang rendah. Bila kompetensi khusus ini tidak diubah, maka tingkat keuntungan perusahaan bisa menurun.

Oleh sebab itu, menurut Mintzberg (1990) dalam teori *design school*, perusahaan harus mendesain strategi perusahaan yang cocok antara peluang dan ancaman eksternal dengan kemampuan internal yang memadai dan berpedoman pada pilihan alternatif dari strategi besar (*grand strategy*), kemudian didukung dengan menumbuhkan kapabilitas inti yang merupakan kompetensi khusus dari pengelolaan sumber daya perusahaan.

Gery Hamel dan C.K. Prahalad dalam karyanya *Competing for The Future* (1994), mengemukakan beberapa definisi kompetensi inti (*core competency*) sebagai berikut:

1. Kompetensi inti menggambarkan kemampuan kepemimpinan dalam serangkaian produk atau jasa.
2. Kompetensi adalah sekumpulan keterampilan dan teknologi yang dimiliki perusahaan untuk dapat bersaing.
3. Kompetensi inti adalah keterampilan yang memungkinkan perusahaan memberikan manfaat fundamental kepada pelanggan.

Sumber-sumber kompetensi secara kompetitif merupakan suatu keunikan bersaing dan memberikan kontribusi terhadap nilai dan biaya konsumen. Menurut Mahoney dan Pandian (1992), untuk menghadapi persaingan yang semakin kompleks dan krisis eksternal, perusahaan kecil dapat menggunakan teori 'strategi berbasis sumber daya' (*resource-based strategy*). Teori ini mengutamakan pengembangan kapabilitas internal yang unggul, tidak transparan, sukar ditiru oleh pesaing, memberi daya saing jangka panjang yang melebihi tuntutan pasar saat ini, dan kebal terhadap resesi. Menurut teori ini, perusahaan dapat meraih keuntungan melalui penggunaan sumber daya yang lebih baik, yaitu dengan: Pola organisasi dan administrasi yang baik.

Perpaduan aset fisik berwujud seperti sumber daya manusia dan alam, serta aset tidak berwujud seperti kebiasaan berfikir kreatif (Penrose, 1995) dan keterampilan manajerial.

Budaya perusahaan.

Proses kerja dan penyesuaian yang cepat atas tuntutan baru. Baik teori strategi dinamis maupun strategi berbasis sumber daya kelihatannya sangat relevan bila diterapkan dalam pembangunan dan pengembangan perusahaan kecil di Indonesia yang dihadapkan pada persaingan bebas dan krisis ekonomi yang berkepanjangan seperti saat ini.

Mengidentifikasi dan mengevaluasi kemampuan atau kapabilitas. Kapabilitas diartikan sebagai apa yang dapat dilakukan oleh perusahaan melalui kerja sama tim (bukan

perorangan) untuk mengembangkan berbagai sumber daya yang dimiliki perusahaan. Kapabilitas tersebut mengintegrasikan ide baru, keterampilan, dan pengetahuan lain yang menjadi kunci berpikir kreatif.

Menyortir dan mengembangkan kapabilitas untuk diterapkan di pasar guna mencapai keuntungan tinggi secara berkesinambungan yang sulit ditiru atau disaingi. Pada tahap ini, kapabilitas harus dipelihara dalam hal:

- a. Daya tahan, yaitu perlu untuk terus diperbarui atau dimodifikasi dengan mencari pengetahuan dan ide-ide baru.
- b. Tidak boleh transparan, yaitu dengan mengembangkan kapabilitas yang beragam dan tidak menggantungkan salah satu sumber kapabilitas sehingga sulit diamati atau direkonstruksi oleh orang lain.

Memformulasikan strategi pengembangan sumber daya inti dan kapabilitas seefektif mungkin pada semua kegiatan manajemen.

B. STRATEGI BERSAING DALAM KEWIRAUSAHAAN

1. *Pengertian Strategi*

Menurut Oxford Pocket Dictionary, strategi merupakan seni perang, khususnya perencanaan gerakan pasukan, kapal dan sebagainya menuju posisi yang layak, rencana tindakan atau kebijakan dalam bisnis atau politik dan sebagainya.

Menurut Alfred Chandler (1962), strategi merupakan penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan, dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan itu.

Menurut Robert D Buzzell & Bradley T Gale (1987), strategi adalah kebijakan dan keputusan kunci yang digunakan oleh manajemen yang mempunyai dampak yang besar pada kinerja keuangan. Kebijakan dan keputusan ini biasanya melibatkan komitmen sumber daya yang penting dan tidak dapat diganti dengan mudah.

Menurut Kenneth Andrew (1971), strategi adalah pola sasaran, maksud atau tujuan dan kebijakan serta rencana-rencana penting untuk mencapai tujuan itu, yang dinyatakan dengan cara seperti menetapkan bisnis yang di anut atau yang akan di anut oleh perusahaan, dan jenis atau akan menjadi apa perusahaan ini.

Dalam manajemen strategi yang baru, Mintzberg mengemukakan 5P yang sama artinya dengan strategi, yaitu:

1. Strategi adalah Perencanaan (*Plan*)

Konsep strategi tidak lepas dari aspek perencanaan, arahan atau acuan gerak langkah perusahaan untuk mencapai suatu tujuan di masa depan. Akan tetapi, tidak selamanya strategi adalah perencanaan ke masa depan yang belum dilaksanakan. Strategi juga menyangkut segala sesuatu yang telah dilakukan sebelumnya. Sebagai contoh, McDonald's yang selama bertahun-tahun memegang teguh dan melaksanakan secara konsisten prinsip kualitas, pelayanan, dan kebersihan. Inilah yang menjadi strategi perusahaan McDonald's.

2. Strategi adalah Pola (*Patern*)

Menurut Mintzberg, strategi adalah pola (*strategy is patern*), yang selanjutnya disebut sebagai *intended strategy*, karena belum terlaksana dan berorientasi ke masa depan. Atau disebut juga sebagai *realized strategy* karena telah dilakukan oleh perusahaan.

3. Strategi adalah Posisi (*Position*)

Yaitu memposisikan produk tertentu ke pasar tertentu yang dituju. Strategi sebagai posisi menurut Mintzberg cenderung melihat ke bawah, yaitu ke suatu titik bidik di mana produk tertentu bertemu dengan pelanggan, dan melihat ke luar yaitu meninjau berbagai aspek lingkungan eksternal. Sebagai contoh, perusahaan rokok Marlboro dan Sampoerna Mild merupakan perusahaan yang paling serius mempromosikan produknya di Indonesia. Masing-masing mempunyai strategi posisi berbeda di pasar. Marlboro mempromosikan diri sebagai rokok kaum pria sejati yang menyukai tantangan alam seperti digambarkan melalui iklan-iklannya. Sedangkan Sampoerna Mild lebih ditujukan kepada generasi muda yang memiliki rokok berkadar tar dan nikotin ringan.

4. Strategi adalah Perspektif (*Perspektif*)

Jika dalam arti Pola dan Posisi cenderung melihat ke bawah dan ke luar, maka sebaliknya dalam Perspektif cenderung lebih melihat ke dalam yaitu ke dalam organisasi, dan ke atas yaitu melihat grand vision dari perusahaan.

5. Strategi adalah Permainan (*Play*)

Dalam arti ini, strategi adalah suatu manuver tertentu untuk memperdaya lawan atau pesaing. Suatu merek misalnya meluncurkan merek kedua agar posisinya tetap kukuh dan tidak tersentuh, karena merek-merek pesaing akan sibuk berperang melawan merek kedua tadi.

BAB 12

ANALISA BISNIS DAN STUDI KELAYAKAN USAHA

A. PENGERTIAN BISNIS

Pada saat mendengar kata “bisnis”, ingatan kita sejenak akan membayangkan berbagai aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan besar seperti PT Unilever Indonesia, PT

Indofood Sukses Makmur, maupun berbagai perusahaan kecil yang melakukan kegiatan perdagangan dan produksi. Lalu apa yang dimaksud dengan “bisnis” itu sendiri? Menurut

Steinholff (1979: 5), “*Business is all those activities involved in providing the goods and services needed or desired by people.*”

Dalam pengertian ini, kegiatan bisnis sebagai aktivitas yang menyediakan barang dan jasa yang diperlukan atau diinginkan oleh konsumen, dapat dilakukan oleh organisasi perusahaan yang memiliki badan hukum, perusahaan yang memiliki badan usaha, maupun perorangan yang tidak memiliki badan hukum maupun badan usaha seperti pedagang kaki lima, warung yang tidak memiliki Surat Izin Tempat Usaha (SITU) dan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), serta usaha informal lainnya.

Produk yang dihasilkan dan diperdagangkan oleh kegiatan bisnis mencakup keseluruhan *tangible goods* maupun *intangible goods (jasa)*. Yang dimaksud dengan *tangible goods* adalah barang-barang yang dapat diindra oleh pancaindra manusia, seperti mobil, rumah, kursi, pulpen, mi instan, sabun cuci, dan lain-lain.

Sedangkan **jasa** adalah produk yang tidak dapat dilihat secara kasat mata, tetapi dapat dirasakan manfaatnya setelah konsumen mengkonsumsi jasa tersebut. Sebagai contoh, keandalan seorang pengacara dalam memberikan jasanya tidak dapat diukur dari keberadaan fisik maupun asal suku bangsa pengacara tersebut.

Pengertian bisnis lainnya diberikan oleh Griffin dan Ebert (1996), “Business is an organization that provides goods or services in order to earn profit.” Sejalan dengan definisi tersebut, aktivitas bisnis melalui penyediaan barang dan jasa bertujuan untuk menghasilkan profit.

B. PENGERTIAN KELAYAKAN USAHA

Usaha yang akan dijalankan diharapkan dapat memberikan penghasilan sesuai dengan target yang telah ditetapkan. Pencapaian tujuan usaha harus memenuhi beberapa kriteria kelayakan usaha. Artinya, jika dilihat dari segi bisnis, suatu usaha sebelum

dijalankan harus dinilai pantas atau tidak untuk dijalankan. Pantas artinya layak atau akan memberikan keuntungan dan manfaat yang maksimal.

Agar tujuan perusahaan dapat tercapai sesuai dengan keinginan, apapun tujuan perusahaan (baik profile, social maupun gabungan dari keduanya), apabila ingin melakukan investasi, terlebih dahulu hendaknya dilakukan suatu studi. Tujuannya adalah untuk menilai apakah investasi yang akan ditanamkan layak atau tidak untuk dijalankan (dalam arti sesuai dengan tujuan perusahaan) atau dengan kata lain jika usaha tersebut dijalankan, akan memberikan manfaat atau tidak.

Suatu kegiatan dapat dikatakan layak apabila dapat memenuhi persyaratan tertentu. Untuk menentukan layak atau tidaknya suatu usaha diperlukan perhitungan dan asumsiasumsi sehingga ditarik kesimpulan bahwa dari segi keuangan perusahaan ini layak untuk dijalankan.

Studi kelayakan usaha dilakukan untuk mengidentifikasi masalah di masa yang akan datang, sehingga dapat meminimalkan kemungkinan melesetnya hasil yang diinginkan dalam suatu investasi. Studi kelayakan usaha memperhitungkan hambatan atau peluang dari investasi yang akan dijalankan. Jadi, studi kelayakan usaha dapat memberikan pedoman atau arahan pada usaha yang akan dijalankan.

Dapat disimpulkan bahwa pengertian studi kelayakan usaha adalah:

Sutau kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu kegiatan, usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan.

Kelayakan artinya penelitian yang dilakukan secara mendalam bertujuan untuk menentukan apakah usaha yang dijalankan akan memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang akan dikeluarkan. Dengan kata lain, kelayakan dapat berarti bahwa usaha yang dijalankan akan memberikan keuntungan finansial dan nonfinansial sesuai dengan tujuan yang mereka inginkan. Layak juga berarti dapat memberikan keuntungan yang tidak hanya bagi perusahaan yang menjalankannya, tetapi juga bagi investor, kreditor, pemerintah dan masyarakat luas.

C. PROSES DAN STUDI KELAYAKAN USAHA

Studi kelayakan usaha dapat dilakukan melalui tahap-tahap sebagai berikut:

1. Tahap penemuan idea tau perumusan gagasan. Tahap penemuan ide adalah tahap di mana wirausaha mendapatkan ide untuk merintis usaha baru. Ide tersebut kemudian dirumuskan dan diidentifikasi, misalnya kemungkinan-kemungkinan bisnis yang paling member peluang untuk dilakukan dan menguntungkan dalam jangka waktu

panjang. Banyak kemungkinan, misalnya bisnis industry, perakitan, perdagangan, usaha jasa, atau jenis usaha lain yang dianggap layak.

2. Tahap formulasi tujuan. Tahap ini merupakan tahap perumusan visi dan misi bisnis, seperti visi dan misi bisnis yang hendak diemban setelah bisnis tersebut diidentifikasi; apakah misalnya untuk menciptakan barang dan jasa yang diperlukan masyarakat sepanjang waktu atautkah untuk menciptakan keuntungan yang langgeng; atau apakah visi dan misi bisnis yang akan dikembangkan tersebut benar-benar menjadi kenyataan atau tidak? Semuanya dirumuskan dalam bentuk tujuan.
3. Tahap analisis. Tahap penelitian, yaitu proses sistematis yang dilakukan untuk membuat suatu keputusan apakah bisnis tersebut layak dilaksanakan atau tidak. Tahap ini dilakukan seperti prosedur proses penelitian ilmiah yang lain, yaitu dimulai dengan mengumpulkan data, mengolah, menganalisis, dan menarik kesimpulan. Kesimpulan dalam studi kelayakan usaha hanya ada dua, yaitu dilaksanakan atau tidak dilaksanakan. Adapun aspek-aspek yang harus diamati dan dicermati dalam tahap analisis tersebut, meliputi:
 - a. Aspek pasar, mencakup produk yang akan dipasarkan, peluang, permintaan dan penawaran, harga, segmentasi, pasar sasaran, ukuran, perkembangan, dan struktur pasar serta strategi pesaing.
 - b. Aspek teknik produksi atau operasi, meliputi lokasi, gedung bangunan, mesin dan peralatan, bahan baku dan bahan penolong, tenaga kerja, metode produksi, lokasi dan tata letak pabrik atau tempat usaha.
 - c. Aspek manajemen atau pengelolaan, meliputi organisasi, aspek pengelolaan tenaga kerja, kepemilikan, yuridis, lingkungan, dan sebagainya. Aspek yuridis dan lingkungan perlu dianalisis sebab perusahaan harus mendapat pengakuan dari berbagai pihak dan harus ramah lingkungan.
 - d. Aspek financial atau keuangan, meliputi sumber dana atau penggunaannya, proyeksi biaya, pendapatan, keuntungan, dan arus kas.

4. Tahap keputusan. Setelah dievaluasi, dipelajari, dianalisis, dan hasilnya meyakinkan, langkah berikutnya adalah tahap pengambilan keputusan, apakah bisnis tersebut layak dilaksanakan atau tidak. Karena menyangkut keperluan investasi yang mengandung risiko maka keputusan bisnis biasanya didasarkan pada beberapa criteria, seperti Periode Pembayaran Kembali (Pay Back Period, PBP), Nilai Sekarang Bersih (Net Present Value, NPV), Tingkat Pengembalian Internal (Internal Rate of Return, IRR), dan sebagainya.

Untuk menganalisis suatu keputusan bisnis dilakukan pengkajian terhadap hal-hal berikut:

- a. Aset dan kewajiban. Perlu diketahui daftar atau data secara akurat tentang setiap harta dan semua kewajiban (liabilitas) yang akan diambil alih. Keakuratan data tersebut, jika memungkinkan, sebaiknya dinyatakan oleh akuntan public yang bersertifikat.
- b. Piutang usaha. Sebelum membeli suatu bisnis, mintalah daftar umur piutang usaha. Jika mungkin termasuk masalah penagihan yang dihadapi oleh perusahaan selama ini. Mintalah juga bukti mengenai beberapa persen bisnis itu mampu ditagih dalam kurun waktu tertentu dan apakah piutang dapat tertagih sesuai nilai ekonomisnya.
- c. Lokasi usaha. Apakah lokasi usaha yang akan dibeli cukup strategis. Jika tidak strategis, berapa besar biaya yang harus dikeluarkan untuk memindahkannya ke lokasi lain yang lebih strategis, terutama dari sudut pasar, bahan baku, dan tenaga kerja.
- d. Persyaratan istimewa. Apakah ada persyaratan istimewa, misalnya lisensi, izin khusus, dan persyaratan hukum yang lain untuk bisnis tersebut. Apakah persyaratan istimewa tersebut juga termasuk dalam pembelian bisnis. Dengan kata lain, apakah persyaratan istimewa tersebut juga dialihkan kepada pemilik baru.
- e. Kontrak. Apakah bisnis tersebut terikat dengan kontrak-kontrak yang akan dialihkan keada pemilik baru. Semua isi kontrak tersebut (secara legal dan

praktis) yang akan diwarisi harus dipahami. Dapatkah semua kontrak itu dipindahtangankan kepada pemilik, terutama kontrak yang belum jatuh tempo.

D. ANALISIS KELAYAKAN USAHA

Bahwa untuk mengetahui layak tidaknya suatu bisnis untuk dilakukan, harus dianalisis berbagai aspeknya. Bagaimana cara mengetahui bahwa aspek-aspek tersebut layak atau tidak? Berikut ini akan dibahas beberapa criteria yang dapat dijadikan aspek penilaian (Abas Sunarya, Sudaryono, Asep Saefullah, Kewirausahaan, PT. C.V ANDI OFFESET, Yogyakarta, 2011).

1. Analisis Aspek Pemasaran

Untuk menganalisis aspek pemasaran, wirausaha terlebih dahulu harus melakukan penelitian pemasaran dengan menggunakan system informasi pemasaran yang memadai berdasarkan analisis dan prediksi apakah bisnis yang akan dirintis atau dikembangkan memiliki peluang pasar yang memadai atautakah tidak. Dalam analisis pasar biasanya terdapat beberapa komponen yang harus dianalisis dan dicermati, diantaranya:

- a. Kebutuhan dan keinginan konsumen. Barang dan jasa apa yang banyak dibutuhkan dan diinginkan konsumen? Berapa banyak yang mereka butuhkan? Bagaimana daya beli mereka? Kapan mereka membutuhkan? Jika kebutuhan dan keinginan mereka teridentifikasi dan memungkinkan untuk dipenuhi berarti peluang pasar bisnis kita terbuka dan layak bila dilihat dari kebutuhan/keinginan konsumen.
- b. Segmentasi pasar. Pelanggan dikelompokkan dan diidentifikasi, misalnya berdasarkan geografi, demografi, dan social budaya. Jika segmentasi pasar teridentifikasi maka pasar sasaran akan dapat terwujud dan tercapai.
- c. Target. Target pasar menyangkut banyaknya konsumen yang dapat diraih. Berapa target yang ingin dicapai? Apakah konsumen loyal terhadap bisnis? Apakah produk yang ditawarkan dapat member kepuasan atau tidak? Jika konsumen loyal, maka potensi pasar tinggi.
- d. Nilai tambah. Wirausaha harus mengetahui nilai tambah produk dan jasa pada setiap rantai pemasaran, mulai dari pemasok, agen, hingga konsumen akhir. Nilai tambah

barang dan jasa biasanya diukur dengan harga, misalnya berapa harga dari pabrik pemasok, harga setelah di agen, dan harga setelah ke konsumen.

- e. Masa hidup produk. Harus dianalisis apakah masa hidup produk dan jasa bertahan lama atau tidak. Apakah ukuran lama masa produk lebih dari waktu yang dibutuhkan untuk menghasilkan laba sampai modal kembali atau tidak. Jika masa produk lebih lama, berarti potensi pasar tinggi. Harus dianalisis juga apakah produk industry baru atau industry lama sudah mapan atau produk industry justru sedang menurun. Jika produk industry sedang bertumbuh, maka potensi pasar tinggi.
- f. Struktur pasar. Harus dianalisis apakah barang dan jasa akan dipasarkan pada pasar persaingan tidak sempurna (seperti monopoli, oligopoly dan monopolistic), atau pasar persaingan sempurna. Jika barang dan jasa masuk dalam pasar persaingan tidak sempurna, berarti potensi pasar tinggi dibanding bila produk termasuk pasar persaingan sempurna.
- g. Persaingan dan strategi pesaing. Harus dianalisis apakah tingkat persaingan tinggi atau rendah. Jika persaingan tinggi, berarti peluang pasar rendah. Wirausaha harus

membandingkan keunggulan pesaing dilihat dari strategi produk, harga, jaringan industry, promosi, dan tingkat penggunaan teknologi.

- h. Ukuran pasar. Ukuran pasar dapat dianalisis dari volume penjualan. Jika volume penjualan tinggi, berarti pasar potensial. Misalnya, dengan volume penjualan usaha skala kecil sebesar Rp 5 milyar pertahun atau sebesar Rp 10 juta perhari, berarti ukuran pasar cukup besar.
- i. Pertumbuhan pasar. Pertumbuhan pasar dapat dianalisis dari pertumbuhan volume penjualan. Jika pertumbuhan pasar tinggi (misalnya lebih dari 20%), berarti potensi pasar tinggi.
- j. Laba kotor. Apakah perkiraan margin laba kotor tinggi atau rendah. Jika profit margin kotor lebih dari 20%, berarti pasar potensial.
- k. Pangsa pasar. Pangsa pasar bisa dianalisis dari selisih jumlah barang dan jasa yang diminta dengan jumlah barang dan jasa yang ditawarkan. Jika pangsa pasar menurut proyeksi meningkat, bahkan setelah lima tahun mencapai 40%, berarti bisnis yang akan dilakukan atau dikembangkan memiliki pangsa pasar yang tinggi.

2. *Analisis Aspek Produksi atau Operasi*

Beberapa unsur dari aspek produksi atau operasi yang harus dianalisis adalah:

- a. Lokasi operasi. Untuk bisnis hendaknya dipilih lokasi yang strategis dan efisien, baik bagi perusahaan maupun bagi pelanggan, misalnya dekat ke pemasok, ke konsumen, ke alat transportasi, atau diantara ketiganya. Di samping itu, lokasi bisnis harus menarik agar konsumen tetap loyal.
- b. Volume operasi. Volume operasi harus relevan dengan potensi pasar dan prediksi permintaan sehingga tidak terjadi kelebihan atau kekurangan kapasitas. Volume operasi yang berlebihan akan menimbulkan masalah baru dalam penyimpanan/penggudangan yang pada akhirnya akan memengaruhi harga pokok penjualan.
- c. Mesin dan peralatan. Mesin dan peralatan harus sesuai dengan perkembangan teknologi masa kini dan yang akan datang serta harus disesuaikan dengan luas produksi agar tidak terjadi kelebihan kapasitas.
- d. Bahan baku dan bahan penolong. Bahan baku dan bahan penolong serta sumber daya yang diperlukan harus cukup tersedia. Persediaan tersebut harus sesuai dengan kebutuhan sehingga biaya bahan baku menjadi efisien.
- e. Tenaga kerja. Berapa jumlah tenaga kerja yang diperlukan dan bagaimana kualifikasinya. Jumlah dan kualifikasi karyawan harus sesuai dengan keperluan jam kerja dan kualifikasi pekerjaan untuk menyelesaikannya.

3. *Analisis Aspek Manajemen*

Dalam menganalisis aspek-aspek manajemen terdapat beberapa unsur yang harus dianalisis, seperti:

- a. Kepemilikan. Apakah unit bisnis yang akan didirikan merupakan milik pribadi atau milik bersama. Apa saja keuntungan dan kerugian dari unit bisnis yang dipilih tersebut? Hendaknya dipilih yang tidak berisiko terlalu tinggi dan menguntungkan.

- b. Organisasi. Jenis organisasi apa yang diperlukan? Apakah organisasi lini, staf, lini dan staf, atau bentuk lainnya. Tentukan jenis yang paling tepat dan efisien.
- c. Tim manajemen. Apakah bisnis akan dikelola sendiri atau melibatkan orang lain secara profesional. Hal ini bergantung skala usaha dan kemampuan yang dimiliki wirausaha.
- d. Karyawan. Karyawan harus disesuaikan, baik dalam jumlah maupun kualifikasinya.

4. *Analisis Aspek Keuangan*

Aspek analisis keuangan meliputi komponen-komponen sebagai berikut:

- a. Kebutuhan dana, yaitu kebutuhan dana untuk operasional perusahaan, misalnya besarnya dana untuk aktiva tetap, modal kerja, dan pembiayaan awal.
- b. Sumber dana. Ada beberapa sumber dana yang layak digali, yaitu sumber dana internal (misalnya modal disetor dan laba ditahan) dan modal eksternal (misalnya penerbitan obligasi dan pinjaman).
- c. Proyeksi neraca. Sangat penting untuk mengetahui kekayaan perusahaan serta kondisi keuangannya, misalnya saldo lancar, aktiva tetap, kewajiban jangka pendek, kewajiban jangka panjang dan kekayaan bersih.
- d. Proyeksi laba rugi. Proyeksi laba atau rugi di masa yang akan datang. Komponennya meliputi proyeksi penjualan, biaya dan laba rugi bersih.
- e. Proyeksi arus kas. Dari arus kas dapat dilihat kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban-kewajiban keuangannya. Ada tiga jenis arus kas, yaitu:
 1. Arus kas masuk, merupakan penerimaan berupa hasil penjualan atau pendaftaran.
 2. Arus kas keluar, merupakan biaya-biaya, termasuk pembayaran bunga dan pajak.
 3. Arus kas masuk bersih, merupakan selisih dari arus kas masuk dan arus kas keluar ditambah penyusutan dan perhitungan bunga setelah pajak.

BAB 13 STRATEGI PEMASARAN

Pemasaran merupakan salah satu aspek penting dalam kewirausahaan. Tetapi aspek ini sering kurang diperhatikan oleh para wirausahawan muda. Ketika seseorang

akan memulai usaha, perhatian lebih sering difokuskan pada produksi barang dan segala fasilitas untuk produksi. Permasalahan baru muncul ketika produk telah jadi, tetapi tidak tahu akan dijual kemana dan kepada siapa. Artinya, tidak diketahui siapa konsumennya dan daerah pemasarannya. Akhirnya usaha menemui kendala karena produk tidak segera terjual. Oleh karena itu, sekarang cara berpikir berwirausaha mulai dibalik, dari orientasi produk menjadi orientasi pasar. Sehingga sebelum memulai usaha, yang harus diketahui adalah siapa calon konsumen, atau siapakah segmen pasarnya terlebih dahulu.

A. DEFINISI PEMASARAN.

Sebagian besar orang berpendapat bahwa yang dimaksud dengan pemasaran atau memasarkan barang adalah menjual barang atau memasang iklan terhadap barang tersebut agar laku dijual. Pada kenyataannya, menjual ataupun memasang iklan terhadap barang hanyalah merupakan salah satu atau sebagian kecil dari kegiatan pemasaran. The American Marketing Association, mendefinisikan pemasaran sebagai proses perencanaan, dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi, dan distribusi gagasan, barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan sasaran perseorangan dan organisasi.

Kotler dan Lane (2007) menyatakan pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya terdapat individu dan kelompok yang mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Sedangkan menurut Indriyo Gitosudarmo (1992) pemasaran meliputi perumusan jenis produk yang diinginkan konsumen, perhitungan berapa banyak kebutuhan akan produk itu, bagaimana cara menyalurkan produk tersebut kepada konsumen, seberapa tinggi harga yang seharusnya ditetapkan terhadap produk tersebut yang cocok dengan kondisi konsumennya, bagaimana cara promosi untuk mengkomunikasikan produk tersebut kepada konsumen, serta bagaimana mengatasi kondisi persaingan yang dihadapi oleh perusahaan, dsb.

Dari berbagai definisi tersebut, berarti pemasaran meliputi aspek perencanaan dan pelaksanaan. Selain itu, pemasaran diterapkan tidak hanya pada barang, tetapi juga jasa, dan

bahkan gagasan atau ide. Pemasaran barang misalnya menjual bahan bangunan kepada konsumen. Pemasaran jasa misalnya transportasi, perawatan tubuh, dll. Dan pemasaran gagasan misalnya gagasan politik, gagasan bahaya merokok, dll.

B. STRATEGI PEMASARAN STRATEGI.

Merupakan pedoman yang harus ada dalam pikiran dan landasan berpijak sebuah usaha. Strategi adalah cara untuk mencapai tujuan. Strategi sangat membantu seorang wirausahawan untuk mencapai tujuan lebih efektif, yang didasarkan atas kajian dan pemikiran yang matang. Ada beberapa strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk mencapai Keunggulan bersaing, antara lain:

- a. Strategi penetrasi pasar Strategi penetrasi pasar adalah usaha meningkatkan penjualan dari produk yang sama dan dalam pasar yang sekarang melalui peningkatan usaha penjualan dan periklanan.
- b. Strategi pengembangan pasar Strategi pengembangan pasar adalah usaha meningkatkan penjualan dengan memperkenalkan produk atau jasa yang sama kepada segmen atau pasar yang baru.
- c. Strategi pengembangan produk Strategi pengembangan produk adalah usaha meningkatkan penjualan dengan menambahkan produk dan jasa baru pada pasar yang sekarang.
- d. Segmentasi pasar Segmentasi pasar adalah sebuah strategi untuk memilah pasar yang massal dengan membagi ke dalam kelompok-kelompok yang lebih homogen. Segmentasi juga berarti membagi pasar ke dalam beberapa kategori dengan menyatukan perilaku yang serupa ke dalam sebuah segmen. Misalnya: segmen pria dewasa yang bekerja di perkantoran, segmen wanita karir yang berpenghasilan di atas 5 juta/bulan, dll.

C. Unsur-Unsur Pemasaran

Ada empat unsur yang harus diperhatikan dalam pemasaran, yaitu product, price, place, dan promotion.

- a. Product Menyangkut pemilihan barang yang ditawarkan secara tepat kepada konsumen.

Hal-hal yang terkait dengan produk :

- 1) Pemilihan produk : barang lama atau barang baru
- 2) Pembungkusan produk: - bungkus yang indah akan menambah hasrat - bungkus yang khusus akan mempermudah pembeli mengingat barang - bungkus yang baik akan menjada mutu, mempermudah pengangkutan, penyimpanan, penyusunan di rak took.
- 3) Merk barang
- 4) Ragam barang (satu macam, segolongan barang sejenis, banyak ragam)

- b. Price Menyangkut penetapan harga jual barang sesuai kualitas, dan yang dapat dijangkau konsumen. Dasar penetapan harga:
- 1) Biaya
 - 2) Barang substitusi
 - 3) Konsumen
 - 4) Peraturan pemerintah
 - 5) Persaingan
- c. Place/penempatan produk/distribusi Menyangkut pemilihan cara pendistribusian barang yang memenuhi kebutuhan konsumen. d. Promotion Menyangkut pemilihan kebijaksanaan promosi yang tepat. Alat untuk promosi:
- 1) Iklan
 - 2) Selebaran
 - 3) Salesman (mempunyai pengetahuan luas, tidak memaksa, memberikan kesan baik).
 - 4) Berbagai cara lain: discount, kredit, pameran, pemberian contoh barang, undian, sponsor kegiatan.

BAB 14 MANAJEMEN KEUANGAN

Salah satu kunci sukses wirausaha adalah perencanaan dan pengendalian keuangan. Perencanaan dan pengendalian keuangan sangat menentukan bagi masa depan bisnis, sehingga wirausahawan harus selalu memperbaiki posisi keuangan bisnisnya. Strategi keuangan yang efektif meliputi pengelolaan dan pengawasan catatan-catatan keuangan, perencanaan, dan pengelolaan anggaran dalam rangka mencapai tujuan memaksimalkan keuntungan pemilik modal. Efektivitas pengelolaan keuangan akan sangat ditentukan oleh tujuan bisnis yang dimiliki oleh wirausaha.

Jika tujuan bisnis adalah membangun skala usaha yang luas, meningkatkan market share dan jumlah konsumen, maka strategi keuangan yang cocok diterapkan adalah membuat margin keuntungan yang tidak terlalu besar sehingga harga cukup kompetitif, menggunakan utang sebagai modal, dan menggunakan aset tetap melalui fasilitas sewa, dan bukannya milik sendiri sehingga modal kerja dapat diminimalkan.

1. Pengelolaan Keuangan Secara Efektif.

Pelaksanaan pengelolaan keuangan secara efektif, dapat digunakan neraca (balance sheet) laporan laba rugi, dan laporan aliran kas. Neraca adalah laporan yang menjelaskan nilai semua aset yang dimiliki (sisi aktiva) dan nilai semua kewajiban yang dimiliki dan besarnya modal sendiri (sisi pasiva). Dari neraca dapat terlihat besar nilai yang berhasil ditambahkan dari modal yang disetor. Contoh laporan neraca sebagai berikut:

Neraca perusahaan ABC
Per 31 Desember 20.. AKTIVA PASIVA

AKTIVA		PASIVA	
Kas	Rp. 10.000	Utang dagang	Rp. 70.000
Piutang	Rp. 25.000	Utang lembaga keuangan	Rp. 30.000
Persediaan	Rp. 65.000	Modal sendiri	Rp.400.000
Peralatan	Rp.100.000		
Kendaraan	Rp.300.000		
Total aktiva	Rp.500.000	Total aktiva	Rp.500.000

Laporan laba rugi adalah laporan yang menunjukkan kinerja pengakumulasian laba dalam kurun waktu tertentu. Nilai laba diperoleh dari pengurangan jumlah pendapatan yang dihasilkan dengan biaya-biaya yang dibutuhkan. Laporan aliran kas adalah laporan yang merangkum kondisi kas, baik aliran kas masuk maupun aliran kas keluar pada suatu rentang waktu tertentu. Laporan aliran kas memberikan informasi terkait dengan perilaku penerimaan dan pengeluaran usaha.

2. Mengukur Kelayakan Usaha.

Dalam konteks keuangan sederhana, kelayakan suatu usaha adalah ketika terjadi kondisi dimana hasil yang diperoleh lebih besar dari dana yang diinvestasikan. Semakin besar kelebihan dana yang diinvestasikan, akan semakin menguntungkan investasi dalam usaha tersebut. Rumus teori tersebut adalah:

Pendapatan diperoleh dari perkalian antara jumlah barang yang terjual dengan harga per unit/satuan barang tersebut. Sedangkan total biaya dapat dibagi menjadi dua, yaitu biaya tetap dan biaya tidak tetap. Biaya tetap adalah komponen biaya yang harus ditanggung oleh pelaku usaha yang nilainya tidak dipengaruhi oleh aktivitas bisnis. Artinya, banyak atau sedikitnya barang yang dihasilkan tidak akan menentukan besarnya biaya tetap tersebut. Contoh biaya tetap adalah pajak tanah, pemeliharaan bangunan, biaya administrasi per bulan, biaya sewa toko per bulan, dan biaya pemasaran. Sedangkan biaya tidak tetap adalah komponen biaya yang harus ditanggung oleh pelaku usaha yang nilainya dipengaruhi oleh aktivitas bisnis. Contoh biaya tidak tetap adalah biaya bahan habis pakai, biaya listrik dan air, biaya pembungkusan produk, dll.

3. Analisis Break Event Point Keuntungan.

Merupakan hal yang diharapkan dari setiap usaha. Oleh karena itu setiap pengusaha menginginkan untuk mengetahui berapa keuntungan yang mungkin diperoleh dan dalam kondisi seperti apa usahanya mencapai break event point atau titik impas. Menurut Masykur Wiratmo (1996), analisa pulang pokok atau titik impas akan sangat membantu wiraswastawan untuk mengetahui kapan keuntungan akan tercapai. Hal ini akan membantu mengetahui potensi finansial bagi usaha pemula. Break event point atau titik

impas adalah kondisi dimana nilai keuntungan bernilai nol. Yaitu ketika nilai pendapatan sama besar dengan nilai biaya. Maka pada titik impas ini seorang pengusaha tidak mengalami kerugian maupun keuntungan. $\text{Keuntungan} = \text{pendapatan} - \text{biaya}$, jika nilai keuntungan adalah nol, maka $\text{Pendapatan} = \text{total biaya}$ ($\text{Harga} \times \text{Kualitas}$) = biaya tetap + (biaya tidak tetap per unit x jumlah unit) $\text{Kuantitas impas} = \text{biaya tetap} / (\text{harga} - \text{biaya tidak tetap per unit})$

4. Manajemen Utang Setiap usaha.

Mebutuhkan modal yang akan digunakan untuk membiayai kegiatannya. Pada dasarnya modal usaha dapat berasal dari dua sumber, yaitu sumber pribadi/sendiri dan sumber dari masyarakat atau investor. Sebagian besar permodalan sering bermula dari sumber daya pribadi, yaitu dari tabungan pribadi pemilik usaha. Tetapi seiring berkembangnya usaha, modal pribadi sering tidak lagi cukup sehingga dibutuhkan sumber dana lain, dalam hal ini melalui sistem utang. Utang menjadi solusi pendanaan alternatif, karena biaya utang cenderung lebih murah dibandingkan biaya modal sendiri. Tetapi sebelum mengajukan utang, harus diperhitungkan terlebih dahulu mengenai kemampuan membayar. Artinya, keuntungan usaha harus mampu untuk membayar cicilan utang. Apabila tidak, maka modal awal usaha justru akan berkurang sehingga akan mengganggu kondisi usaha. Terdapat beberapa jenis utang, antara lain:

- a. Berdasarkan periode utang:
 - 1) Utang jangka pendek (kurang dari satu tahun)
 - 2) Utang jangka menengah (1-5 tahun)
 - 3) Utang jangka panjang (lebih dari 5 tahun)
- b. Berdasarkan penggunaan utang
 - 1) Utang untuk kepemilikan perumahan, toko, dll
 - 2) Utang untuk keperluan pribadi dan konsumsi
 - 3) Utang lainnya
- c. Berdasarkan ada tidaknya jaminan
 - 1) Utang yang mensyaratkan adanya jaminan tertentu
 - 2) Utang tanpa mensyaratkan jaminan tertentu
- d. Berdasarkan tingkat suku bunga
 - 1) Utang dengan suku bunga tetap
 - 2) Utang dengan suku bunga berubah-ubah
- e. Berdasarkan tipe pembayaran
 - 1) Utang dengan pembayaran satu kali
 - 2) Utang dengan model maksimal plafon pinjaman
 - 3) Utang dengan pembayaran bunga lebih besar pada awal periode dan semakin lama semakin menurun
 - 4) Utang dengan fleksibilitas pembayaran semakin besar pada akhir periode

5. Sumber-Sumber Pendanaan

Pada dasarnya sumber pendanaan dapat berasal dari dana pribadi maupun dana masyarakat. Secara lebih spesifik, sumber-sumber pendanaan dapat berasal dari:

- a. Individual deposits and savings Yaitu simpanan yang dimiliki setiap wirausahawan.
- b. Loan Yaitu utang yang disediakan oleh pihak-pihak tertentu, misalnya keluarga, partner bisnis, lembaga perbankan, pegadaian, dan leasing.
- c. Suppliers Yaitu fasilitas kredit yang disediakan oleh suppliers untuk mengurangi kebutuhan pendanaan usaha.
- d. Customers Yaitu upaya menggunakan dana yang dimiliki oleh konsumen untuk pembiayaan usaha, seperti pembayaran di muka.

BAB 15 ANALISIS PELUANG USAHA

Seorang pengusaha harus mengenal potensi bisnis dan peluang usaha dengan baik agar dapat melayani masyarakat. Oleh karena itu langkah awal dalam menjalankan bisnis adalah melakukan analisis terhadap potensi bisnis dan peluang usaha baru, yaitu usaha yang akan dijalankan. Kegiatan ini dilakukan terus menerus, baik sebelum, selama, maupun sesudah terjadi proses transaksi bisnis.

1. Tujuan Identifikasi Pasar Analisis pasar merupakan upaya untuk menentukan siapa yang menjadi konsumen, dan seberapa besar permintaan terhadap suatu produk yang ditawarkan. Identifikasi ini berpangkal dari kebutuhan konsumen. Adapun tujuan identifikasi pasar, menurut Indriyo Gitosudarmo (2003), antara lain:

- Menentukan pasar /peluang usaha apa yang sedang atau akan dilayani.
- Menentukan di mana lokasi tempat tinggal dari orang atau organisasi yang membutuhkan produk yang dipasarkan.
- Seberapa luas jumlah potensi pasar serta estimasi pasar yang dapat dilayani.
- Menentukan sifat-sifat dan karakteristik dari pasar, termasuk selera, kesenangan, kebiasaan, sikap, perilaku, gaya hidup, dan kebudayaan yang dimiliki konsumen.

2. Orientasi Mencari Peluang Usaha Baru Wirausahawan adalah seseorang yang melihat peluang yang tersembunyi dengan gagasan baru, kemudian bekerja keras, mengubah peluang menjadi kenyataan. Menurut Masykur Wiratmo (1996), ada dua keadaan yang memaksa seseorang mencari peluang usaha baru, yaitu orientasi eksternal dan orientasi internal. Orientasi eksternal merupakan keinginan dan minat pada apa yang terjadi di dunia.

Sumber gagasan eksternal meliputi:

- a. Konsumen Konsumen merupakan orang-orang yang mengkonsumsi/membeli produk yang dibuat. Oleh karena itu wirausahawan harus selalu memperhatikan apa yang menjadi keinginan konsumen atau memberi kesempatan pada konsumen untuk mengungkapkan keinginannya.

- b. Perusahaan yang sudah ada Wirausahawan harus memperhatikan dan mengevaluasi produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan yang sudah ada dan kemudian mencari cara untuk memperbaiki penawaran yang sudah ada.
 - c. Saluran distribusi Saluran distribusi harus diperhatikan karena merupakan sumber gagasan baru. Hal ini karena saluran distribusi ini sangat dekat atau berhubungan langsung dengan kebutuhan pasar
 - d. Pemerintah Pemerintah merupakan sumber pengembangan gagasan baru dengan dua cara, yaitu melalui dokumen hak paten yang memungkinkan pengembangan produk baru, dan melalui pengaturan pemerintah terhadap dunia bisnis yang juga memungkinkan munculnya gagasan produk baru.
 - e. Penelitian dan pengembangan Penelitian dan pengembangan menjadi salah satu sumber gagasan produk baru atau perbaikan produk yang telah ada. Sedangkan orientasi internal merangsang penggunaan sumber daya sumber daya pribadi untuk mengidentifikasi peluang usaha baru.
3. Sumber Gagasan untuk Produk dan Jasa Baru Terdapat beberapa sumber yang dapat menghasilkan gagasan baru untuk memproduksi barang dan jasa. Sumber-sumber tersebut antara lain:
- a. Adanya inovasi atau penemuan baru
 - b. Hobi pribadi
 - c. Mengamati kecenderungan
 - d. Munculnya pertanyaan “mengapa tidak terdapat ...?”
 - e. Kegunaan lain dari barang-barang biasa
 - f. Pemanfaatan produk dari perusahaan lain
4. Proses Perencanaan Dan Pengembangan Produk Ketika sebuah gagasan muncul, maka gagasan tersebut perlu dikembangkan dan dimatangkan lebih lanjut ke dalam produk atau jasa yang kemudian ditawarkan kepada konsumen. Proses perencanaan dan pengembangan produk terbagi menjadi lima tahap, yaitu:

- a. Tahap gagasan Yaitu tahap ketika saran dan ide-ide mengenai produk diperoleh dan kemudian dilakukan pemilihan mengenai produk yang cukup baik untuk dilayani.
- b. Tahap konsep Yaitu tahap di mana gagasan dikembangkan ke dalam konsep yang lebih seksama dengan mempertimbangkan kebutuhan konsumen potensial.
- c. Tahap pengembangan produk Yaitu tahap lanjutan dari konsep. Dalam tahap ini aspek teknik dan ekonomi dari produk baru dinilai dengan memberikan spesifikasi pada anggota penelitian dan pengembangan.
- d. Tahap uji pemasaran
- e. Tahap komersialisasi

BAB 16 BUSSINESS PLAN DAN MEMULAI USAHA BARU

1. Business Plan/Rencana Bisnis Bagian akhir dari persiapan memulai usaha, adalah membuat business plan atau rencana bisnis untuk kegiatan usaha. Semakin besar tingkat kerumitan dan resiko dari bisnis yang akan dijalankan, maka pembuatan rencana bisnisnya juga semakin rumit. Rencana bisnis dibuat dengan tujuan membantu mensistemasi bisnis yang akan dijalankan, sehingga rencana bisnis dapat dijadikan pedoman pelaksanaan bisnis. Sebuah rencana bisnis merupakan tempat terkumpulnya ide-ide dalam menjalankan bisnis. Dengan membuat rencana bisnis, akan memudahkan untuk melihat dan meninjau kembali ide-ide tersebut. Secara garis besar, rencana bisnis bentuknya sederhana, dan disusun sebelum bisnis dilaksanakan. Rencana bisnis memfokuskan pada tiga hal, yaitu ide-ide bisnis, pemasaran, dan keuangan atau sumber modal. Jangka waktu dari rencana bisnis adalah jangka pendek yaitu 3-7 tahun. Adapun beberapa tips menyusun rencana bisnis adalah:
 - a. Singkat dan padat
 - b. Terorganisasi rapi dengan penampilan menarik
 - c. Rencana yang menjanjikan

- d. Hindari untuk melebih-lebihkan proyeksi
 - e. Kemukakan resiko-resiko yang signifikan
 - f. Tim yang terpercaya dan efektif
 - g. Fokus
 - h. Tentukan target pasar
 - i. Realistis
 - j. Spesifik
2. Hal-hal yang tercantum dalam Rencana Bisnis Rencana bisnis pada dasarnya adalah sebuah gambaran rinci mengenai usulan bisnis. Maka, hal-hal yang harus tercantum dalam sebuah rencana bisnis, antara lain:
- a. Uraian ide bisnis yang ingin dijalankan.
 - b. Alasan bahwa ide rencana bisnis tersebut merupakan sebuah jawaban atas kebutuhan.
 - c. Alasan bahwa Anda adalah orang yang paling tepat untuk menjalankan bisnis ini.
 - d. Penjelasan mengenai cara mengembangkan bisnis dan bagaimana menghasilkan uang atau memberi keuntungan.
 - e. Penjelasan mengenai sasaran pasar, yaitu siapa konsumen dan bagaimana sistem/cara penjualan.
 - f. Rincian mengenai dana yang dibutuhkan untuk memulai bisnis tersebut.
3. Bagian Utama Rencana Bisnis Ada tiga bagian utama dari rencana bisnis, yaitu:
- a. Konsep bisnis Pada bagian ini menjelaskan secara rinci mengenai industri yang ditekuni, struktur bisnis, produk dan jasa yang ditawarkan, dan bagaimana mensukseskan bisnis.
 - b. Pasar Pada bagian ini membahas dan menganalisis konsumen potensial, yaitu siapa dan dimana konsumen berada, kemudian alasan konsumen mau membeli

produk, dan menjelaskan persaingan yang akan dihadapi dan bagaimana cara memenangkan persaingan.

- c. Rencana keuangan Pada bagian ini menjelaskan estimasi pendapatan dan analisis BEP.

Ketiga bagian tersebut dapat dibagi menjadi 7 komponen, yaitu:

- Ringkasan
- Deskripsi bisnis
- Strategi pasar
- Analisis kompetisi
- Rencana desain dan pengembangan
- Rencana operasi dan manajemen
- Analisis rencana keuangan

4. Memulai Usaha Baru Setelah business Plan atau rencana bisnis dibuat, makawirausahawan dapat memulai usaha baru. Proses memulai usaha baru, mengacu pada rencana bisnis yang telah dibuat sebelumnya. Untuk memulai usaha baru, beberapa hal yang harus dilakukan, antara lain:

- a. Memilih nama dan membuat logo Memilih nama yang mudah diingat dan sesuai untuk jenis usaha.
- b. Memilih tempat usaha Pemilihan tempat usaha disesuaikan dengan anggaran, dan jenis usaha.

- c. Membeli perlengkapan Membeli perlengkapan juga disesuaikan dengan anggaran. Perlengkapan yang dibeli tidak harus baru, dan pemilihan disesuaikan dengan penggunaan perlengkapan tersebut.

- d. Mengadakan mesin dan alat produksi Mengadakan mesin dan alat produksi membutuhkan biaya yang sangat tinggi. Oleh karena itu perlu dipertimbangkan

- mengenai pembelian mesin. Solusinya adalah melalui sistem sewa atau outsourcing.
- e. Merekrut pegawai Merekrut pegawai memerlukan beberapa pertimbangan, terutama berkaitan dengan kemampuan atau keahlian calon karyawan. Selain itu juga perlu dipertimbangkan mengenai loyalitas dan sistem kompensasi kepada pegawai.
 - f. Melakukan training persiapan dan uji coba Melakukan uji coba sangat penting untuk meminimalkan kesalahan dan mencapai kepuasan pelanggan. Apabila memiliki pegawai, maka perlu dilakukan pelatihan bagi pegawai, sehingga mereka lebih siap bekerja.
 - g. Memproduksi alat promosi Promosi sangat penting sebagai alat informasi mengenai produk kepada pelanggan. Maka promosi harus dapat memuat pesan yang benar dan efektif. Alat promosi dapat berupa brosur, stempel, iklan, kemasan, dll.
 - h. Menentukan legalitas usaha Usaha yang akan dijalankan dapat bersifat formal dan nonformal. Pemilihan legalitas usaha berkaitan dengan pengeluaran anggaran, besar kecilnya usaha, jumlah pelanggan, dll.
 - i. Peresmian Peresmian tidak harus mewah dan mahal. Yang penting peresmian merupakan salah satu cara memasarkan atau memperkenalkan produk.
 - j. Proses tambahan Tambahan-tambahan yang perlu diperhatikan misalnya pembuatan seragam, maupun pembuatan website.
 - k. Belajar dari kesalahan umum Yaitu belajar dari kesalahan-kesalahan yang telah dilakukan banyak orang/usaha, misalnya: tidak melakukan riset pasar, membayar upah tenaga kerja yang lebih mahal daripada pesaing, menghabiskan dana untuk membeli peralatan, dll.

DAFTAR PUSTAKA

- Adair, John, *Kepemimpinan yang Memotivasi*, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama, 2008
- Cocheu Ted, *Making Quality Happen: How Trainig Can Turn Strategy into Real Improvement*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers. 1993.
- Daniels, Aubrey C. 2005. *Maximum Performance: Sistem Motivasi Terbaik bagi Kinerja Karyawan*. Jakarta; Bhuna Ilmu Populer.
- Djokosantoso Moeljono, *Beyond Leadership, 12 Konsep Kepemimpinan*, Jakarta, Elex Media Komputindo, 2004.
- Domingo, Rene T, *Quality means Survival: Caveat Vendidor Let The Seller Beware*. Singapore:Prentice Hall. 1997.
- Froggatt, Wayne. 2004. *Choose to be Happy: Panduan Membentuk Sikap Rasional dan Realistik*. Jakarta: Bhuna Ilmu Populer.
- Griffin W. Ricky dan Ebert J. Ronald, *Business*, edisi-5. New Jersey: Prentice Hall International Inc. 1999.
- Heller, R. 2003. *Selling Successfully*. Jakarta: Dian Rakyat.
- Hughes Richard L., Ginnett Robert C., dan Curphy Gordon J., *Leadership*, third edition. Singapore: Irwin/McGraw-Hill. 1999.
- Kusnadi, *Masalah, Kerjasama, Konflik, dan Kinerja (Kontemporer & Islam)*. Malang: Taroda. 2002.
- Lesmana, R. dan Rudy Surjanto. 2003. *Financial Perforance Analyzing Pedoman Menilai Kinerja Keuangan Untuk Perusahaan Tbk., Yayasan, BUMN, BUMD, dan Organisasi Lainnya*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Lindsay M. William dan Petrick A. Joseph, *Total Quality and Organization Development*. Florida: St. Lucie Press. 1997.
- Meredith, G.G. 1996. *Kewirausahaan Teori dan Praktik*. Jakarta: Pustaka Binaman Presindo. Maslow Abraham, 1970, *Motivation and Personality*, New York: Harper & Row.

- Merrill, Mike. 2005. *Dare to Lead: Strategi Kreatif 50 Top CEO untuk Meraih Kesuksesan*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Nierenberg, Gerald I. & Hendry H. Calero. 2008. *Membaca Pikiran Orang Seperti Membaca Buku*. Jogjakarta: Think.
- ohn E. Barbuto dan Lance L. Brown, *Motivating Your Employees*. <http://www.ianr.unl.edu/pubs /consumered/g1397.htm>. Percy, Ian. 2003. *Going Deep*:
- Peters, T. 2001. *The Brand You 50 (50 Cara Mengubah Merek Diri Anda)*. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Peterson W. Marvin, at. all, *Planning and Management for a Changing Environment*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers. 1997.
- Porter, Michael E. 1992. *Competitive Strategy*. New York: The Free Press.
- Priest, S. dan Karl Rohnke. 2000. *101 of The Best Corporate Team-Building Activities We Know!*. Lakebay: Kendall.
- Richard M. Steers dan Lyman W. Porter, *Motivation And Work Behavior*. New York: McGraw-Hill International Edition. 1991.
- Robbins, Stephen P. and Nancy Langton. 2001. *Organization Behavior*. 2nd ed.. Canada: Pearson Education.
- Rukka, Muhammad Rusli. 2011. *Buku Ajar Kewirusahaan -1..* Makassar :Lembaga Kajian dan Pengembangan Pendidikan Universitas Hasanuddin.
- Saaty, T. L. 2006. *Creative Thinking, Problem Solving and Decision Making*. Pittsburgh: RWS Publications.
- Snow, H. 1997. *Indooor/Outdoor Team-Building Games for Trainers*. New York: McGrawHill.
- Soekamto, Toeti dan Drs. Udin Saripudin Winataputra, MA. *Teori Belajar dan Model-Model Pembelajaran - Bahan Ajar Program pengembangan Keterampilan Dasar Teknik Instruksional (Pekerti) Untuk Dosen Muda*. Jakarta: Pusat Antar Universitas untuk Peningkatan dan Pengembangan Aktivitas Instruksional Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 1994.
- Steers, Richard M. 1980. *Effectivitas Organisasi*. terjemahan. Jakarta: Erlangga.
- Sutermester, Robert A. 1976. *People and Productivity*. Third Edition. New York: McGraw- Hill Book Co. 1976.

- Suryana. 2004.:Modul Kewirausahaan SMK.. Jakarta, Direktorat Pendidikan Menengah Kejuruan, Departemen Pendidikan Nasional.
- Sweeney, Paul D.. & Dean B. McFarlin. 2002. *Organizational Behavior: Solution for Management*. International Edition. Boston: McGraw-Hill Higher Education.
- Thomas, Alan J. 1985. *The Productive School: a System Analisis Approach to Educational Administration*. Chicago: University Press.
- Timpe, 1991c. *Memotivasi Pegawai*. Seri Ilmu dan Seni Manajemen Bisnis. Edisi Bahasa Indonesia Jakarta: Gramedia.
- Turner, Suzanne. 2005. *Tools for Success: Acuan Konsep Manajemen bagi Manajer dan Praktisi Lainnya*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer. West A. Michael, *Developing Creativity in Organizations*, terjemah Bambang Shakuntala. Yogyakarta: Penerbit Kanisius. 2000.
- Winardi, *Asas-asas Manajemen*. Bandung: Penerbit Mandar Maju. 2000.
- Yager, Jan. 2005. *Creative Time Management*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Zohar, Danah & Ian Marshal. 2006. *Spiritual Capital: Memberdayakan SQ di Dunia Bisnis*. Bandung: Mizan.

