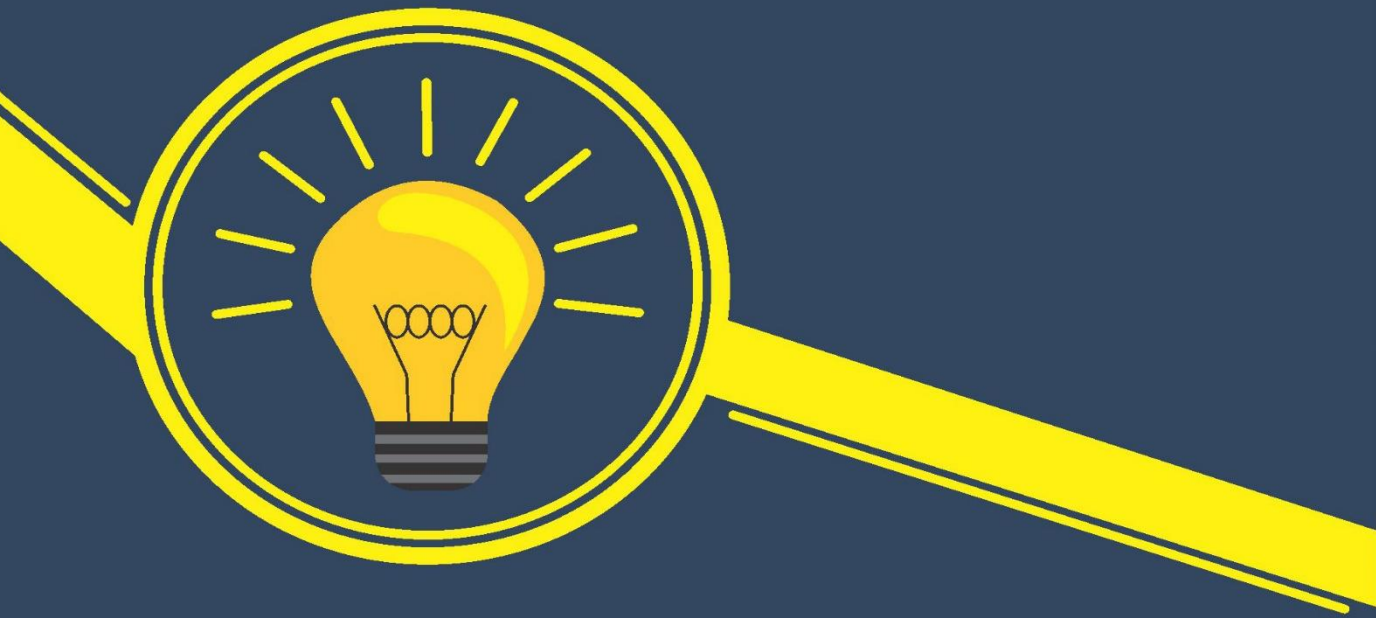


TEORI DAN KONSEP

# KEWIRAUSAHAAN



**Penulis**

Sufyati HS | Hamdan Firmansyah | Nur Ika Effendi | Nurmahadi

Erny Rachmawati | Hendra Galuh Febrianto | Caroline

Riswan Aradea | Yani Sugiyani | Dede Djuniardi

Amalia Indah Fitriana | Fidya Arie Pratama

Septina Dwi Retnandari | Nurhayati

Frans Sudirjo | Udik Jatmiko

**Editor**

Mansur & Srikalimah

TEORI DAN KONSEP

---

# KEWIRAUSAHAAN

---

**Penulis**

Sufyati HS | Hamdan Firmansyah | Nur Ika Effendi | Nurmahadi |  
Erny Rachmawati | Hendra Galuh Febrianto | Caroline |  
Riswan Aradea | Yani Sugiyani | Dede Djuniardi |  
Amalia Indah Fitriana | Fidya Arie Pratama |  
Septina Dwi Retnandari | Nurhayati |  
Frans Sudirjo | Udik Jatmiko

**Editor**

Mansur  
Srikalimah

**Hak Cipta Buku Kemenkum dan HAM Nomor : 000317774**



PENERBIT INSANIA

# TEORI DAN KONSEP KEWIRAUSAHAAN

229 + .; 15,5 x 23 cm

---

**ISBN** : 978-623-5770-18-5  
**Penulis** : Sufyati HS, Hamdan Firmansyah, Nur Ika Effendi, Nurmahadi, Erny Rachmawati, Hendra Galuh Febrianto, Caroline, Riswan Aradea, Yani Sugiyani, Dede Djuniardi, Amalia Indah Fitriana, Fidya Arie Pratama, Septina Dwi Retnandari, Nurhayati, Frans Sudirjo, Udik Jatmiko  
**Editor** : Mansur, Srikalimah  
**Tata Letak** : Insania Team  
**Desain Sampul** : Farhan Saefullah  
**Cetakan 1** : Desember 2021

Copyright ©2021 by Penerbit Insania  
All rights reserved

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang No 19 Tahun 2002.

Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun, baik secara elektris maupun mekanis, termasuk memfotocopy, merekam atau dengan sistem penyimpanan lainnya, tanpa izin tertulis dari Penulis dan Penerbit.

---

## Isi di luar tanggung jawab percetakan

---

Penerbit Insania  
Anggota IKAPI  
Jl. Evakuasi, Gg. Langgar, No. 11, Kalikebat Karyamulya, Kesambi,  
Cirebon Telp. 085724676697  
e-mail: penerbit.insania@gmail.com  
Web : <http://insaniapublishing.com>

## KATA PENGANTAR

Buku ini merupakan simbol semangat intelektual dalam mengkaji ilmu pendidikan yang terbit pada tahun 2021. Kontributor dari buku ini adalah para peneliti dan dosen dari berbagai kampus di Indonesia. Mereka memiliki latar belakang pendidikan yang berbeda. Penulisan buku ini dilandasi atas pentingnya *update* penelitian terbaru tentang kajian ilmu kewirausahaan dengan tema “Teori dan Konsep Kewirausahaan”.

Buku ini terdiri dari 169 artikel yang dimasukkan ke dalam 16 bab di dalam buku ini. Upaya penyusunan buku ini dilakukan untuk mendokumentasikan karya-karya yang dihasilkan para penulis sehinggadapat bermanfaat bagi pembaca secara lebih luas. Penulisan buku juga mengandung konsekuensi untuk membangun budaya perusahaan dan pendidikan Indonesia yang lebih bermartabat dan berintegritas.

Sebagai penutup, tiada gading yang tak retak. Tentunya banyak kekurangan dalam penyusunan buku ini sehingga kritik dan masukan selalu diperlukan bagi pengembangan studi ilmu akuntansi baik secara teori maupun implementasinya. Hal-hal yang besar tentunya berawal dari yang sederhana. Semoga tulisan-tulisan dalam buku ini menjadi ilmu yang bermanfaat bagi pengembangan organisasi hari ini dan esok.

Cirebon,            Desember 2021

**Editor**

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b>	ii
<b>DAFTAR ISI</b>	iii
<b>Bab 1 : RUANG LINGKUP DISIPLIN KEWIRAUSAHAAN</b> <i>Sufyati HS</i>	2
<b>Bab 2 : KONSEP, KONTEKS, DAN HAKIKAT KEWIRAUSAHAAN</b> <i>Hamdan Firmansyah</i>	17
<b>Bab 3 : KARAKTERISTIK DAN NILAI-NILAI KEWIRAUSAHAAN</b> <i>Nur Ika Effendi</i>	39
<b>Bab 4 : JENIS, FUNGSI, DAN PERAN WIRAUSAHAWAN</b> <i>Nurmahadi</i>	57
<b>Bab 5 : KREATIVITAS DAN INOVASI DALAM BERWIRAUSAHA</b> <i>Erny Rachmawati</i>	67
<b>Bab 6 : MODAL DASAR KEWIRAUSAHAAN</b> <i>Hendra Galuh Febrianto</i>	80
<b>Bab 7 : PROSES KEWIRAUSAHAAN</b> <i>Caroline</i>	94
<b>Bab 8 : IDE DAN PELUANG KEWIRAUSAHAAN</b> <i>Riswan Aradea</i>	108
<b>Bab 9 : KEWIRAUSAHAAN DALAM KONTEKS BISNIS</b> <i>Yani Sugiyani</i>	120
<b>Bab 10 : ANALISIS BISNIS DAN STUDI KELAYAKAN BISNIS</b> <i>Dede Djuniardi</i>	131
<b>Bab 11 : PERENCANAAN, PENGELOLAAN, DAN STRATEGI BISNIS</b> <i>Amalia Indah Fitriana</i>	147
<b>Bab 12 : USAHA KECIL MIKRO MENENGAH</b> <i>Fidya Arie Pratama</i>	163
<b>Bab 13 : PROFIL USAHA KECIL DAN PENGEMBANGANNYA</b> <i>Septina Dwi Retnandari</i>	177
<b>Bab 14 : KOMPETENSI INTI DAN STRATEGI BERSAING DALAM KEWIRAUSAHAAN</b>	188

---

<i>Nurhayati</i>	
<b>Bab 15 : ETIKA BISNIS DALAM BERWIRAUSAHA</b>	202
<i>Frans Sudirjo</i>	
<b>Bab 16 : BISNIS STARTUP</b>	213
<i>Udik Jatmiko</i>	

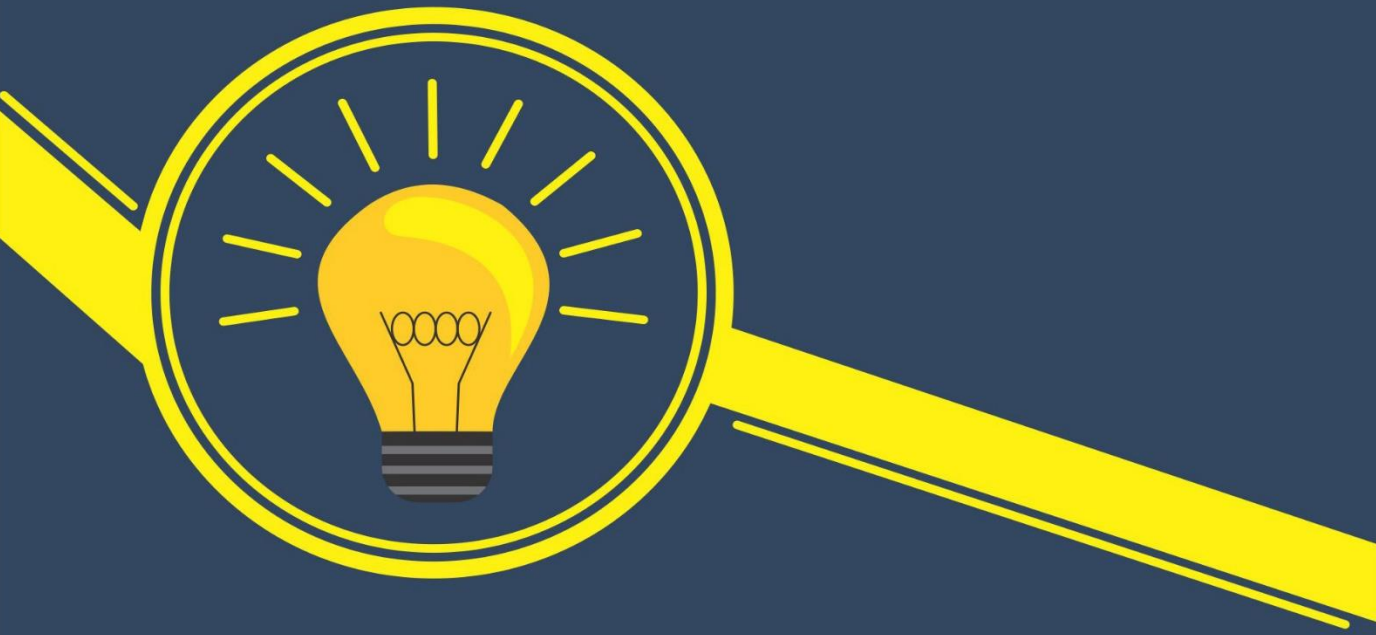
---

---

# **BAB 1**

## **RUANG LINGKUP DISIPLIN KEWIRAUSAHAAN**

---



**Sufyati HS**

## BAB 1

### RUANG LINGKUP DISIPLIN KEWIRAUSAHAAN

#### A. Perkembangan Disiplin Ilmu Kewirausahaan

Pada abad ke-18 lebih tepatnya tahun 1775, kewirausahaan mulai dikenal secara populer yang dikembangkan oleh seorang Irlandia bernama Richard Cantillon yang berdiam di Prancis merupakan orang pertama yang menggunakan istilah *entrepreneur* (wirausaha) dalam buku *Essai sur la Nature du Commerce en Generale* (1755). Dalam buku tersebut ia menjelaskan bahwa wirausaha adalah seseorang yang menanggung resiko dalam perekonomian. Pada periode yang sama di Inggris sedang terjadi Revolusi Industri, di mana peran wirausahawan jelas terlihat sebagai pihak yang harus menanggung risiko dan berperan mengubah berbagai jenis sumber.

Sekarang ini istilah kewirausahaan sering dianggap sama ataupun dianggap berkaitan erat dengan kebebasan berusaha ataupun kapitalisme. Meskipun saat ini banyak ahli yang mengartikan wirausaha dan kewirausahaan secara berbeda-beda. Wirausaha juga pada umumnya dianggap sebagai agen perubahan yang memunculkan gagasan-gagasan kreatif dan inovatif dalam menjalankan usaha, ataupun untuk membantu perkembangan perusahaan sehingga menjadi menguntungkan.

Schumpeter (1912) menyatakan bahwa wirausaha tidaklah selalu kegiatan berdagang, tetapi juga seorang yang memiliki sifat unik yaitu keberanian dalam menghadapi risiko dan mengenalkan hasil usahanya dengan inovasi yang dilakukannya serta dengan menggunakan teknologi baru dalam perekonomian. Sedangkan



Drucker (1994), menyatakan bahwa kewirausahaan sebagai kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Selanjutnya Hisrich (2013), menyatakan bahwa kewirausahaan merupakan proses penciptaan sesuatu yang berbeda untuk menghasilkan nilai dengan mencurahkan waktu, tenaga, modal, risiko yang dihadapi dengan harapan menghasilkan keuntungan, kepuasan dan kebebasan pribadi. Zimmerer (2008) mengungkapkan bahwa kewirausahaan merupakan proses penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan permasalahan dan mencari peluang di pasar.

Menurut Suryana (2012) dilihat dari perkembangannya, sejak awal abad ke-20 kewirausahaan sudah diperkenalkan di beberapa negara. Di Belanda dikenal dengan *ondernemer*, di Jerman dikenal dengan *unternehmer*. Di beberapa negara, kewirausahaan memiliki tugas sangat banyak, antara lain tugas dalam mengambil keputusan yang menyangkut kepemimpinan teknis, kepemimpinan organisatoris dan komersial, penyediaan modal, penerimaan dan penanganan tenaga kerja, pembelian, penjualan, pemasangan iklan .

Pendidikan kewirausahaan di beberapa negara, seperti di Eropa, Amerika, dan Kanada mulai dirintis sejak tahun 1950-an. Bahkan sejak 1970- an banyak universitas yang mengajarkan *entrepreneurship* atau *small business management*. Pada tahun 1980-an, hampir 500 sekolah di Amerika Serikat memberikan pendidikan kewirausahaan.

Di Indonesia, kewirausahaan dipelajari pada mulanya terbatas pada beberapa sekolah atau perguruan tinggi tertentu saja. Kini seiring perkembangan ilmu dan teknologi, kewirausahaan menjadi suatu studi yang wajib diberikan di semua bidang keilmuan. Tujuannya tentu untuk menciptakan manusia yang dapat hidup secara mandiri dan berjiwa *entrepreneurship* yang dapat menciptakan lapangan pekerjaan dan sebagai pilar perekonomian negara.

## **B. Objek Kewirausahaan**

Kewirausahaan mempelajari tentang nilai, kemampuan dan perilaku seseorang dalam berkreasi dan berinovasi. Oleh karena itu objek studi kewirausahaan adalah nilai-nilai dan kemampuan seseorang yang diwujudkan dalam bentuk perilaku.

Menurut Soeparman (1997), bahwa kemampuan seseorang yang menjadi objek kewirausahaan meliputi :

1. Kemampuan merumuskan tujuan hidup/usaha ;
2. Kemampuan memotivasi diri ;
3. Kemampuan untuk berinisiatif ;
4. Kemampuan berinovasi ;
5. Kemampuan untuk membentuk modal uang dan barang modal;
6. Kemampuan mengatur waktu ;
7. Kemampuan mental yang dilandasi agama ;
8. Kemampuan untuk membiasakan diri dalam mengambil hikmah pengalaman baik maupun menyakitkan.

## **C. Nilai Hakiki Kewirausahaan**

Pada umumnya kewirausahaan memiliki nilai dan hakikat yang hampir sama, yaitu merujuk pada ciri dan karakter yang melekat pada diri seseorang yang memiliki kemauan keras untuk mewujudkan ide dan gagasan inovatif dalam dunia usaha yang riil dan dapat mengembangkannya dengan tangguh.

Kewirausahaan pada hakekatnya adalah sifat, ciri dan watak seseorang yang memiliki kemauan dalam mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia nyata secara kreatif. Inti dari kewirausahaan adalah kemampuan menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Esensi dari kewirausahaan adalah menciptakan nilai tambah di pasar

melalui proses pengkombinasian sumber daya dengan cara-cara baru dan berbeda agar dapat bersaing.

Berpikir kreatif dan inovatif merupakan salah satu kunci keberhasilan dan kesuksesan seorang wirausahawan. Menurut Suryana (2012) ada enam hakikat penting dari kewirausahaan, yaitu :

1. Kewirausahaan adalah suatu nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang dijadikan sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, proses dan hasil bisnis ;
2. Kewirausahaan adalah suatu nilai yang dibutuhkan untuk memulai sebuah usaha dan mengembangkan usaha ;
3. Kewirausahaan adalah suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru (kreatif) dan berbeda (inovatif) yang bermanfaat dalam memberikan nilai lebih ;
4. Kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda ;
5. Kewirausahaan adalah suatu proses penerapan kreatifitas dan keinovasian dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan usaha ;
6. Kewirausahaan adalah usaha menciptakan nilai tambah dengan jalan mengkombinasikan sumber-sumber melalui cara-cara baru dan berbeda untuk memenangkan persaingan.

Menurut Hubeis (2021), bahwa nilai kewirausahaan terdiri dari

:

1. Pengembangan kewirausahaan memberikan kontribusi besar bagi perluasan lapangan kerja, sehingga mengurangi angka pengangguran;
2. Berkembangnya kewirausahaan meningkatkan kekuatan ekonomi negara, dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah

(UMKM) dalam mengha-dapi goncangan krisis multidimensional;

3. Banyaknya wirausaha (pribadi unggul, berani, independen, hidup ti-dak merugikan orang lain dan memberi manfaat), termasuk wirausaha dari kalangan mahasiswa dapat menjadi tauladan (semangat) dalam masyarakat, khususnya aktifitas perdagangan/usaha;
4. Berkembangnya kewirausahaan dikalangan masyarakat, khusus-nya mahasiswa dapat menumbuhkan etos kerja dan kehidupan dina-mis, serta semakin banyaknya partisipasi masyarakat terhadap pem-bangunan bangsa.

#### **D. Karakteristik Kewirausahaan**

Karakteristik kewirausahaan yang perlu diketahui, yaitu :

1. Memiliki rasa tanggung jawab atas usaha-usaha yang dilakukannya ;
2. Percaya akan kemampuan dirinya untuk berhasil ;
3. Selalu menghendaki umpan baik yang segera ;
4. Memiliki semangat bekerja keras ;
5. Berorientasi ke masa depan, perspektif, dan berwawasan jauh ke depan ;
6. Memiliki keterampilan dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah ;
7. Lebih menghargai prestasi daripada uang ;
8. Selalu belajar dari kegagalan ;
9. Kemampuan dalam kepemimpinan ;
10. Memiliki dorongan untuk selalu unggul.

Beberapa karakteristik wirausahawan yang berbeda dengan yang disebutkan di atas, di antaranya adalah:

1. Umumnya agresif;
2. Memiliki semangat kompetisi yang tinggi;
3. Perilakunya cenderung mengarah pada sasaran (*goal-oriented*);
4. Percaya dirinya yang besar;
5. Cenderung memanfaatkan peluang (*oportunis*);
6. Tindakan-tindakannya biasanya mengandalkan intuisi;
7. Bertindak sesuai kondisi nyata yang dijumpai di lapangan; mampu belajar dari kesalahan;
8. Mampu memanfaatkan keterampilan membina hubungan sosial; dan sebagainya.

#### **E. Konsep Disiplin Ilmu Kewirausahaan**

Dahulu orang beranggapan bahwa kewirausahaan adalah bakat bawaan sejak lahir (*entrepreneurship are born not made*) dan hanya diperoleh dari hasil praktik di lapangan sehingga kewirausahaan tidak dapat dipelajari dan diajarkan. Namun, sekarang kewirausahaan merupakan suatu disiplin ilmu yang dapat dipelajari dan diajarkan. Artinya kewirausahaan bukan hanya bakat bawaan sejak lahir atau urusan pengalaman lapangan, tetapi juga dapat dipelajari dan diajarkan (*Entrepreneurship are not only born but also made*)

Konsep wirausaha adalah titik awal yang perlu dipertimbangkan oleh seorang wirausahawan agar usaha yang dirintis bisa mengalami kemajuan pesat dan mendatangkan keuntungan besar bagi dirinya sendiri dan orang lain. Dikutip dari berbagai sumber, konsep wirausaha memang terus dianalisis dan dikembangkan oleh para ahli. Pengembangan ini kemudian membuat kewirausahaan memiliki banyak cabang keilmuan dari mulai landasannya, cara pengaplikasiannya dari awal hingga akhir dan lain sebagainya.

Ilmu kewirausahaan adalah disiplin ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan (*ability*), dan perilaku

seseorang dalam menghadapi tantangan hidup untuk memperoleh peluang dengan berbagai resiko yang mungkin dihadapi.

Kewirausahaan muncul apabila seseorang berani mengembangkan usaha-usaha dan ide-ide barunya. Proses kewirausahaan meliputi semua fungsi, aktivitas dan tindakan yang berhubungan dengan perolehan peluang dan penciptaan organisasi usaha. Oleh karena itu, wirausaha adalah orang yang memperoleh peluang dan dan menciptakan organisasi untuk mengejar peluang tersebut (Bygrave, 1996) sedangkan menurut Meredith (1996) menyatakan bahwa berwirausaha berarti memadukan antara watak pribadi, sumber dana dan sumber daya lainnya.

Menurut Prawirokusumo pendidikan kewirausahaan telah diajarkan sebagai ilmu yang independen, karena:

1. Kewirausahaan berisi *body of knowledge* yang utuh dan nyata, yaitu ada teori, konsep dan metode ilmiah,
2. Kewirausahaan memiliki konsep, yaitu posisi *venture start-up dan venture growth*.
3. Kewirausahaan merupakan disiplin ilmu yang memiliki objek tersendiri, yaitu menciptakan sesuatu yg baru dan berbeda.
4. Kewirausahaan merupakan alat untuk menciptakan pemerataan usaha dan pemerataan pendapatan.

Disiplin ilmu kewirausahaan mengalami perkembangan yang pesat bukan hanya pada dunia usaha semata melainkan juga pada berbagai bidang, seperti bidang industri, perdagangan, pendidikan, kesehatan, dan institusi lainnya, seperti pada birokrasi pemerintah, perguruan tinggi, dan lembaga swadaya lainnya.

Dalam bidang-bidang tertentu, kewirausahaan telah dijadikan sebagai kompetensi inti (*core competency*) dalam menciptakan perubahan, pembaruan, dan kemajuan. Kewirausahaan tidak hanya

dapat digunakan sebagai kiat-kiat bisnis jangka pendek, tetapi juga dapat digunakan sebagai kiat kehidupan secara umum yang berjangka panjang untuk menciptakan peluang. Esensi dari kewirausahaan adalah menciptakan nilai tambah di pasar melalui proses kombinasi antara sumber daya dengan cara-cara baru dan berbeda agar dapat bersaing.

Menurut Thomas W. Zimmerer dan Norman M. Scarborough (2008) “Wirausahawan adalah orang yang menciptakan bisnis baru dengan mengambil resiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang dan menggabungkan sumber daya yang diperlukan untuk mendirikannya”. Peter Drucker berkata bahwa wirausaha tidak mencari resiko, mereka mencari peluang.

Jadi wirausaha itu merupakan **kemampuan seseorang** melihat dan menilai kesempatan-kesempatan bisnis, mengumpulkan sumber daya (visi) yang dibutuhkan untuk mengambil tindakan tepat (risiko) dan keuntungan (nilai tambah) dalam meraih sukses, dengan memiliki sifat dan watak kemauan mewujudkan gagasan **inovatif** (realita) kedalam dunia nyata secara **kreatif** (proses penciptaan).

#### F. Fungsi dan Peran wirausaha

Fungsi pokok wirausaha yaitu:

1. Membuat keputusan-keputusan penting dan mengambil resiko tentang tujuan dan sasaran perusahaan;
2. Memutuskan tujuan dan sasaran perusahaan;
3. Menetapkan bidang usaha dan pasar yang akan dilayani;
4. Menghitung skala usaha yang diinginkannya;
5. Menentukan modal yang diinginkan (modal sendiri atau modal dari luar);

6. Memilih dan menetapkan kriteria pegawai/karyawan dan memotivasinya;
7. Mengendalikan secara efektif dan efisien;
8. Mencari dan menciptakan cara baru;
9. Mencari terobosan baru dalam mendapatkan masukan atau input serta mengelolanya menjadi barang atau jasa yang menarik;
10. Memasarkan barang dan jasa tersebut untuk memuaskan pelanggan dan sekaligus dapat memperoleh dan mempertahankan keuntungan maksimal.

Fungsi tambahan wirausaha, yaitu:

1. Mengenali lingkungan perusahaan dalam rangka mencari dan menciptakan peluang usaha;
2. Mengendalikan lingkungan ke arah yang menguntungkan bagi perusahaan;
3. Menjaga lingkungan usaha agar tidak merugikan masyarakat mau pun merusak lingkungan akibat dari limbah usaha yang mungkin dihasilkannya;
4. Meluangkan dan peduli atas CSR. Setiap pengusaha harus peduli turut serta bertanggung jawab terhadap lingkungan sekitar.

Peran Kewirausahaan:

1. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi;
2. Mengembangkan sumber bahan mentah;
3. Memperluas pasar;
4. Mempertinggi efisiensi produksi suatu barang;
5. Mengadakan inovasi (perubahan) dalam suatu produk.



## G. Proses Kewirausahaan

Dalam melaksanakan wirausaha, tentunya ada tahapan-tahapan yang dihadapi oleh seorang wirausaha. Secara umum tahap-tahap melakukan wirausaha yaitu:

### 1. Tahap Pertama

Merupakan tahap mempersiapkan segala sesuatu yang diperlukan untuk memulai usaha. Diawali dengan melihat peluang dan kesempatan, apakah membuka usaha baru, melakukan akuisisi, atau melakukan *franchising*. Juga memilih jenis usaha yang akan dilakukan apakah di bidang industri manufaktur, usaha perdagangan ataupun jasa.

### 2. Tahap Kedua

Merupakan tahap melaksanakan usaha. Pada tahap ini, seorang wirausahawan mengelola berbagai aspek yang terkait dengan usahanya, mencakup aspek permodalan, pembiayaan, tenaga kerja (SDM), kepemilikan, organisasi, kepemimpinan yang meliputi bagaimana mengambil resiko dan mengambil keputusan, memasarkan, dan melakukan evaluasi.

### 3. Tahap Ketiga

Setelah seorang wirausaha menjalankan usahanya, maka pada tahap ketiga yaitu bagaimana mempertahankan usaha, tahap di mana wirausahawan berdasarkan hasil yang telah dicapai melakukan analisis perkembangan usahanya untuk ditindaklanjuti sesuai dengan kondisi yang dihadapi. Tahap ini merupakan tahap yang paling sulit dihadapi oleh seorang wirausaha, di mana menghadapi persaingan yang semakin ketat dalam dunia usaha.

#### **4. Tahap Ke empat**

Pada tahap ini bagaimana seorang wirausaha dapat melakukan perluasan usahanya (ekspansi), setelah melakukan evaluasi perkembangan dan kinerja usahanya. Keputusan akan diambil bila hasil evaluasi tergolong positif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alam, B. (2016). *Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi*. Bogor: Gahalia Indonesia
- Alma, Buchari (2013) *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta, 2013
- Drucker, Peter F, 1996, *The Executive in Action*, New York: Harper Collins Publisher Inc
- Fahmi, I. (2013). *Kewirausahaan Teori, Kasus, dan Solusi*. Bandung.
- Hisrich, Robert D. et al, 2013, *Entrepreneurship*, New York: McGraw-Hill
- Leonardus, S. (2014). *Kewirausahaan: Teori, Praktik, dan Kasus-kasus*. Jakarta: Salemba Empat
- Meredith, G.G. 1996. *Kewirausahaan Teori dan Praktik*. Jakarta: Pustaka Binaman Presindo
- Schumpeter, J.A., 1934 (2008), dengan judul jurnal "The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle, translated from the German by Redvers Opie, New Brunswick (U.S.A) and London (U.K.): Transaction Publishers" Volume 3, Number 2, Winter 2012
- Soeparman Soemahadimidjaja. 1997. *Kewirausahaan*.
- Suryana, Y., & Bayu, K. (2012). *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses Ed. 2*. Jakarta: Kencana
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Paroses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- William D Bygrave (1996) *The Portable MBA ENTREPRENEURSHIP* Alih Bahasa: Dra. Dyah Ratna Permatasari. Penerbit Binarupa Aksara, Jakarta

Zimmer, Thomas W; Norman M. Scarborough dan Doug Wilson. (2008). *Kewirausahawandan Manajemen Usaha Kecil*. Edisi ke-5. Buku Satu. Jakarta : Salemba Empat

## PROFIL PENULIS



Dr. Sufyati HS, SE., MM., kelahiran tahun 1963, Menyelesaikan Pendidikan akhirnya di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Bidang Ekonomi Islam. Saat ini sebagai dosen tetap Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Selain itu juga menjadi Tutor, pembimbing dan penguji tesis di Pasca Sarjana Universitas Terbuka (UT).

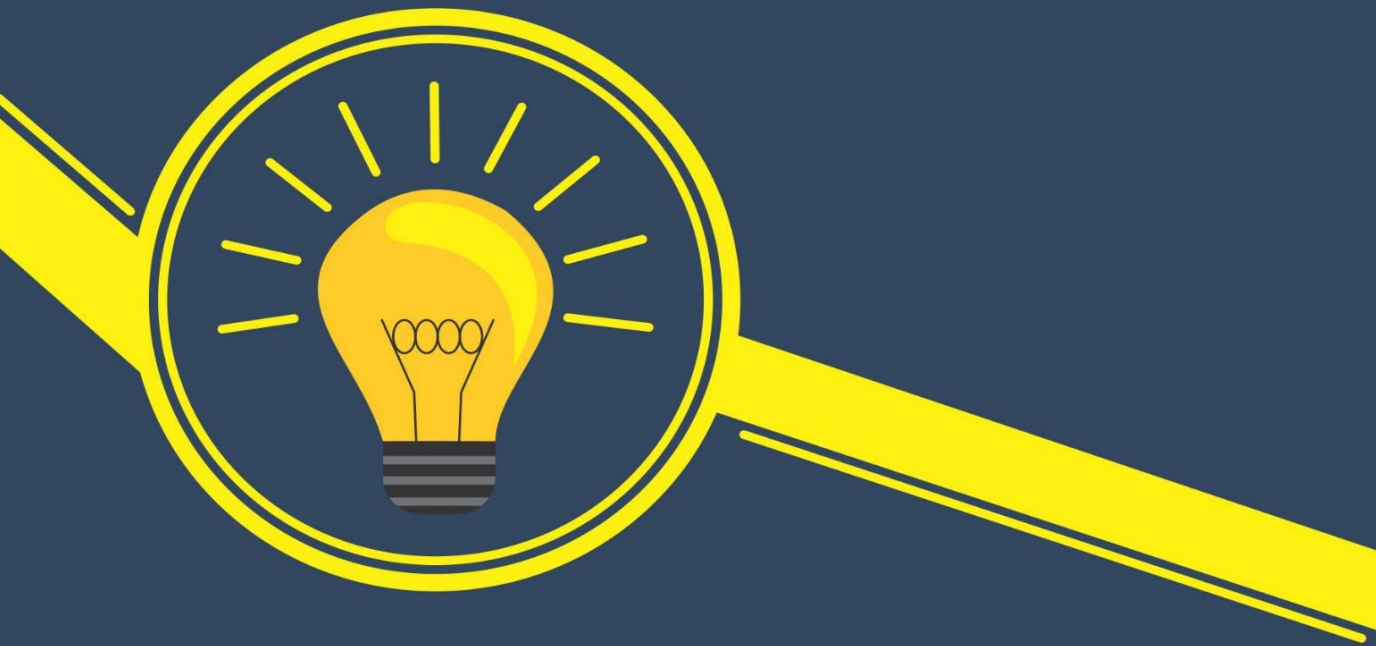
Jabatan Struktural yang pernah diemban yaitu Ketua Prodi Manajemen selama dua periode, Kepala Penelitian dan Pengabdian Masyarakat dan terakhir sebagai Wakil Dekan FEB Universitas Nasional. Sejak masih mahasiswa aktif di organisasi intra dan ekstra kampus, saat ini masih aktif di beberapa organisasi antara lain Masyarakat Ekonomi Syariah (MES), Ikatan Ahli Ekonomi Islam Indonesia (IAEI), Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI), Korp Alumni HMI (Kahmi), Pengurus Assosiasi Masjid Kampus Indonesia (AMKI) DPW DKI Jakarta Bidang Ekonomi dan Pemberdayaan Umat, Pengurus DPP Forum Silaturrami Doktor Indonesia (FORSILADI) Bidang Ekonomi dan Kewirausahaan. Anggota Assosiasi Dosen Indonesia (ADI), Coach UMKM dan Penyuluh Literasi Keuangan Syariah. Scopus ID:57218401783.

---

# **BAB 2**

## **KONSEP, KONTEKS, DAN HAKIKAT KEWIRAUSAHAAN**

---



**Hamdan Firmansyah**

## BAB 2

### KONSEP, KONTEKS DAN HAKIKAT KEWIRAUSAHAAN

#### A. Konsep Kewirausahaan

Kata wirausaha adalah berasal dari kata *wira* dan *usaha*. Wira berarti pejuang, pahlawan, manusia unggul, teladan, berbudi luhur, gagah berani dan berwatak agung. Kata wira juga digunakan dalam kata perwira. Sedangkan usaha berarti perbuatan untuk mencapai sebuah tujuan. Usaha dalam arti lain adalah kegiatan yang dilakukan terus menerus dalam mengelola sumber daya dengan menghasilkan barang atau jasa yang akan dijual untuk mendapatkan keuntungan. Jadi, secara etimologis/harfiah, wirausaha adalah pejuang atau pahlawan yang jadi teladan melakukan perbuatan untuk mencapai sebuah tujuan dalam bidang usaha (Anoraga, 2002). Wirausaha adalah orang-orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menilai kesempatan-kesempatan bisnis dengan mengumpulkan sumber-sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan daripadanya serta mengambil tindakan yang tepat, guna memastikan kesuksesan (Meredith et. al, 1996). Wirausaha merupakan seseorang yang perlu mengambil risiko untuk mengorganisasikan dan mengelola suatu bisnis dan menerima imbalan/balas jasa berupa profit finansial maupun non finansial (Skinner, 1992).

Istilah kewirausahaan merupakan padanan kata dari *entrepreneurship* dalam bahasa Inggris. Kata *entrepreneurship* sendiri sebenarnya berasal dari bahasa Perancis yaitu *entreprende* yang berarti petualang, pencipta dan pengelola usaha. Wirasamita (1994) menyatakan bahwa kewirausahaan dan wirausaha merupakan faktor produksi aktif yang dapat menggerakkan dan memanfaatkan sumber

daya lainnya seperti sumber daya alam, modal dan teknologi, sehingga dapat menciptakan kekayaan dan kemakmuran melalui penciptaan lapangan kerja, penghasilan dan produk yang diperlukan masyarakat (Suryana, Bayu, 2010). Faktor yang mempengaruhi tindakan kewirausahaan yaitu hak milik (*property raight*), kemampuan (*competency*), dan lingkungan eksternal (*environment*). Wirausaha adalah mereka yang dapat menciptakan kerja bagi orang lain dengan berswadaya. Definisi ini mengandung asumsi bahwa setiap orang yang mempunyai kemampuan normal, dapat menjadi wirausaha asal mau dan mempunyai kesempatan untuk belajar dan berusaha.

Secara pengertian umum kewirausahaan adalah suatu disiplin ilmu yang mempelajari tentang suatu nilai-nilai kehidupan untuk mampu menghadapi tantangan zaman dan berani mengambil resiko. Tidak sedikit pengertian mengenai kewirausahaan yang saat ini muncul seiring dengan perkembangan ekonomi dengan semakin meluasnya bidang dan garapan. Menurut Coulter (2000) bahwa kewirausahaan sering dikaitkan dengan proses, pembentukan atau pertumbuhan suatu bisnis baru yang berorientasi pada perolehan keuntungan, penciptaan nilai, dan pembentukan produk atau jasa baru yang unik dan inovatif. Zimmener (1996) mengatakan *entrepreneurship is applying creativity and innovation to solve the problem and to exploit oppoturnities that people face evryday*. Kewirausahaan adalah penerapan kreativitas setiap hari dan inovasi untuk memecahkan suatu masalah dan upaya memanfaatkan peluang yang dihadapi setiap hari. Kreativitas (*creativity*) diartikan oleh zimmener adalah sebagai kemampuan mengembangkan ide-ide dan menemukan cara-cara baru dalam memecahkan problem dan menghadapi peluang. Inovasi (*inovation*) diartikan sebagai kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan



persoalan dan peluang untuk meningkatkan atau memperkaya kehidupan (Melinsoya, 2019).

Kewirausahaan adalah semangat, perilaku dan kemampuan untuk memberikan tanggapan yang positif terhadap peluang memperoleh keuntungan untuk diri sendiri dan atau pelayanan yang lebih baik pada pelanggan/masyarakat, dengan selalu berusaha mencari dan melayani pelanggan lebih banyak dan lebih baik, serta menciptakan dan menyediakan produk yang lebih bermanfaat dan menerapkan cara kerja yang lebih efisien, melalui keberanian mengambil risiko, kreativitas dan inovasi serta kemampuan manajemen (Siagian, 1999). Suryana dan Bayu (2010) mengungkapkan bahwa kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Adapun inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*creat new and different*) melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang.

Menurut Sudomo (1989), kewirausahaan adalah segala sesuatu yang penting mengenai seorang wirausaha dan oleh karena itu dapat diartikan sebagai: sifat-sifat khusus yang dimiliki oleh seorang wirausaha; kemampuan-kemampuan khusus yang dimiliki wirausaha; tindakan atau kegiatan yang dilakukan oleh seorang wirausaha; dan hasil karya atau dampak tindakan yang dilakukan oleh seorang wirausaha. Dari sifat-sifat khusus yang dimiliki oleh seorang wirausaha, biasanya yang ditonjolkan adalah sifat wirausaha untuk bekerja keras dan berkorban, memusatkan segala daya dan berani mengambil risiko untuk mewujudkan gagasannya. Dari segi kemampuan, sering kali dikatakan bahwa seorang wirausaha mampu dan peka melihat peluang bisnis. Sedangkan tindakan yang menonjol dari seorang wirausaha adalah langkah nyata menggabungkan atau

mengkombinasikan sumber daya, baik yang telah dimiliki maupun yang belum dimiliki untuk mewujudkan gagasannya dengan membangun suatu bisnis yang baru. Sedangkan dari hasil karya seorang wirausaha, dapat dilihat dengan munculnya perusahaan-perusahaan baru dengan produk-produk baru, teknologi baru dan membuka lapangan kerja baru (Hasibuan, 2005).

Drucker (1994) mengemukakan perkembangan teori kewirausahaan menjadi tiga tahapan: a. Teori yang mengutamakan peluang usaha, teori ini disebut teori ekonomi, yaitu wirausaha akan muncul dan berkembang apabila ada peluang ekonomi b. Teori yang mengutamakan tanggapan orang terhadap peluang, yakni, teori sosiologi, yang mencoba menerangkan mengapa beberapa kelompok sosial menunjukkan tanggapan yang berbeda terhadap peluang usaha dan teori psikologi yang mencoba menjawab karakteristik perorangan yang membedakan wirausaha dan bukan wirausaha serta karakteristik perorangan yang membedakan wirausaha berhasil dan tidak berhasil dan c. Teori yang mengutamakan hubungan antara perilaku wirausaha dengan hasilnya. Disebut dengan teori perilaku, yaitu yang mencoba memahami pola perilaku wirausaha. Kewirausahaan dapat dipelajari dan dikuasai, karena kewirausahaan bisa merupakan pilihan kerja atau pilihan karir (Purwandari, 2014).

## **B. Konteks Kewirausahaan**

Begitu banyak konsep dan pandangan yang berbeda-beda tentang kewirausahaan. Namun bergantung pada konteks dan pendekatan yang digunakan. Menurut Drucker (1994), kewirausahaan merujuk pada sifat, watak dan ciri-ciri yang melekat pada seseorang yang mempunyai kemauan keras untuk mewujudkan gagasan yang inovatif ke dalam dunia usaha yang nyata dan dapat mengembangkannya. Drucker juga berpendapat bahwa

kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Kewirausahaan identik dengan kemampuan yang dimiliki seseorang yang mempunyai jiwa kreatif, inovatif, berani menanggung resiko serta selalu mencari peluang melalui potensi yang dimilikinya. Secara Konseptual seorang wirausahawan dapat didefinisikan dari beberapa sudut pandang dalam konteks sebagai berikut:

### **1. Pandangan Ahli Ekonomi**

Wirausahawan adalah orang yang mengombinasikan faktor-faktor produksi, contohnya Sumber Daya Alam (SDA), Sumber Daya Manusia (SDM), material, dan peralatan lainnya untuk meningkatkan nilai yang lebih tinggi dari sebelumnya.

### **2. Pandangan Ahli Manajemen**

Wirausahawan merupakan seseorang yang memiliki kemampuan dalam mengoptimalkan dan memadukan sumber daya, contohnya bahan mentah (*materials*), keuangan (*money*), tenaga kerja (*labours*), Keterampilan (*Skill*) dan Informasi (*Information*), untuk menghasilkan produk baru, dengan konsep dan ide usaha yang baru.

### **3. Pandangan Pelaku Bisnis**

Menurut Zimmerer dan Scarborough (1993), kewirausahaan didefinisikan sebagai seseorang yang menciptakan suatu bisnis baru dalam menghadapi resiko dan ketidakpastian untuk maksud memperoleh keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang dan memadukan sumber daya yang dibutuhkan.

#### 4. Pandangan Psikolog

Wirausahawan merupakan jiwa seseorang yang memiliki dorongan kekuatan dari dalam dirinya untuk mencapai suatu tujuan, gemar bereksperimen untuk menampilkan kebebasan dirinya di luar kekuasaan orang lain.

#### 5. Pandangan Pemodal

Wirausahaan (*entrepreneur*) merupakan orang yang menciptakan kesejahteraan untuk orang lain, menemukan ide baru untuk menggunakan sumber daya, mengurangi pemborosan, membuka lapangan kerja dan yang lebih penting yaitu disenangi masyarakat/ lingkungan (Melinsoya, 2019).

Setiap individu pada dasarnya mempunyai jiwa kewirausahaan, tetapi seseorang atau beberapa orang cenderung lebih kreatif, agresif dan lebih mempunyai determinasi dari pada yang lain dengan meramu bermacam-macam sumber daya, berani mengambil risiko membangun usaha adalah benar-benar mereka yang mempunyai jiwa kewirausahaan. Wirausaha dengan jiwa kewirausahaan merupakan modal dasar untuk menghasilkan *output* berupa kinerja atau keberhasilan usaha. Jiwa kewirausahaan sangat diperlukan dalam kehidupan era global yang penuh persaingan yang ketat dan penuh ketidakpastian. Di mana dalam persaingan tersebut diperlukan sikap-sikap ulet dan tangguh, kreatif, inovatif, dinamis, produktif, etos kerja keras, efisien, disiplin, visioner, antisipatif, mampu menciptakan peluang baru, berani mengambil keputusan yang tepat sehingga memperkecil risiko, jujur dan terpercaya.

### C. Hakikat Kewirausahaan

Pada dasarnya hakikat kewirausahaan merujuk pada sifat, watak dan ciri-ciri yang melekat pada seseorang yang mempunyai

kemauan keras untuk mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia usaha yang nyata dan dapat mengembangkannya dengan tangguh. Jadi inti kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Dalam konteks manajemen wirausaha adalah seseorang yang memiliki kemampuan dalam menggunakan sumber daya (*money, materials, man, teknologi /machine*), untuk menghasilkan suatu bisnis baru, produk baru, proses produksi ataupun pengembangan organisasi usaha. Sekaligus mempunyai kombinasi elemen-elemen (unsur-unsur) internal yang mencakup kombinasi visi, motivasi, komunikasi, optimisme, dorongan semangat dan kemampuan untuk memanfaatkan peluang usaha. Menurut Swasono (1978) berkenaan dengan aspek bisnis, wirausaha adalah pengusaha tetapi tidak semua pengusaha adalah wirausaha.

Ada 6 hakikat penting kewirausahaan, yaitu: 1) Kewirausahaan merupakan suatu nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang didasarkan pada sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, proses dan hasil bisnis. 2) Kewirausahaan merupakan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. 3) Merupakan suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan problem dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan (usaha). 4) Merupakan suatu nilai yang diperlukan untuk memulai suatu usaha dan pengembangan usaha 5) Merupakan proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru (kreatif) dan sesuatu yang berbeda (inovatif) yang bermanfaat memberi nilai lebih. 6) Merupakan usaha menciptakan *added value* (nilai tambah) dengan jalan mengombinasikan sumber daya melalui cara-cara baru dan berbeda untuk memenangkan persaingan. *Added value* tersebut dapat diciptakan dengan cara mengembangkan teknologi baru untuk menghasilkan produk baru yang lebih efisien, memperbaiki produk

yang sudah ada, menemukan cara baru untuk memberikan kepuasan pada konsumen (Melinsoya, 2019).

Seorang wirausaha merupakan individu yang mempunyai ciri dan watak untuk berprestasi lebih tinggi dari kebanyakan individu-individu lainnya, hal ini dapat dilihat dari pendapat McClelland (2009), yang menyatakan ada 9 karakteristik utama yang terdapat dalam diri seorang wirausaha sebagai berikut: 1) Dorongan berprestasi: semua wirausahawan yang berhasil memiliki keinginan besar untuk mencapai suatu prestasi. 2) Bekerja keras: sebagian besar wirausahawan mabuk kerja demi mencapai sasaran yang ingin dicita-citakan. 3) Memperhatikan kualitas: wirausahawan menangani dan mengawasi sendiri bisnisnya sampai mandiri, sebelum ia mulai dengan usaha baru. 4) Sangat bertanggung jawab: wirausahawan sangat bertanggung jawab atas usaha mereka, baik secara moral, legal, maupun mental. 5) Berorientasi pada imbalan: wirausahawan mau berprestasi, kerja keras dan bertanggung jawab serta mereka mengharapkan imbalan yang sepadan dengan usahanya. Imbalan itu tidak hanya berupa uang, tetapi juga pengakuan dan penghormatan. 6) Optimis: wirausahawan hidup dengan doktrin semua waktu baik untuk bisnis dan segala sesuatu mungkin. 7) Berorientasi pada hasil karya yang baik (*excellence oriented*). Seringkali wirausahawan ingin mencapai sukses yang menonjol, dan menuntut segala yang *first class*. 8) Mampu mengorganisasikan: kebanyakan wirausahawan mampu memadukan bagian-bagian dari usahanya dalam upaya mencapai hasil maksimal bagi usahanya. Mereka diakuinya sebagai komandan yang berhasil. 9) Berorientasi pada uang: uang dikejar oleh para wirausahawan tidak semata-mata untuk memenuhi kebutuhan pribadi dan pengembangan usaha saja, tetapi juga dilihat sebagai ukuran prestasi kerja dan keberhasilan (Mudjiarto, Wahid, 2006).

Zimmerer dan Scarborough (2008) mengemukakan delapan karakteristik wirausaha, yang meliputi: 1) *Desire of responsibility*, yaitu memiliki rasa tanggung jawab atas usaha-usaha yang dilakukannya. Seseorang yang memiliki rasa tanggung jawab akan selalu mawas diri. 2) *Preference for moderate risk*, yaitu lebih memilih risiko yang moderat, artinya ia selalu menghindari risiko yang rendah dan menghindari risiko yang tinggi. 3) *Convindence in their ability to success*, yaitu percaya akan kemampuan dirinya untuk berhasil. 4) *Desire for immediate feedback*, yaitu selalu menghendaki umpan balik yang segera. 5) *High level of energy*, yaitu memiliki semangat dan kerja keras untuk mewujudkan keinginannya demi masa depan yang lebih baik. 6) *Future orientation*, yaitu berorientasi ke masa depan, perspektif dan berwawasan jauh ke depan. 7) *Skill at organizing*, yaitu memiliki keterampilan dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah. 8) *Value of achievement over money*, yaitu lebih menghargai prestasi daripada uang (Mudjiarto, Wahid, 2006).

Karakter mengandung pengertian suatu kualitas positif yang dimiliki seseorang, sehingga membuatnya menarik dan atraktif, atau seseorang yang memiliki kepribadian yang eksentrik. Adapun karakteristik yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha menurut Nasution (2007) yaitu: a. *Achievement orientation* yaitu kemampuan menetapkan sasaran kerja dan strategi pencapaiannya. b. *Impact an Influence* yaitu kemampuan menyakinkan orang lain baik secara lisan maupun tulisan. c. *Analytical thinking* yaitu kemampuan mengolah dan mengintrepretasikan data atau informasi. d. *Conceptual thinking* yaitu kemampuan menarik kesimpulan atau Informasi terhadap masalah. e. *Initiative* yaitu kemampuan menghadirkan diri sendiri dalam kegiatan organisasi. f. *Self confidence* yaitu kemampuan meyakinkan diri sendiri atau tekanan lingkungan. g. *Interpersonal understanding* yaitu kemampuan memahami sikap, minat dan perilaku orang lain. h.

*Concern for order* yaitu kemampuan menangkap dan mencari kejelasan informasi tugas. i. *Information seeking* yaitu kemampuan menggali informasi yang dibutuhkan. j. *Team cooperation* yaitu kemampuan bekerja sama dan berperan dalam kelompok. k. *Expertise* yaitu kemampuan menggunakan dan mengembangkan keahlian. l. *Customer service orientation* yaitu kemampuan menemukan dan memenuhi kebutuhan konsumen. m. *Developing others* yaitu kesediaan mengembangkan teman kerja secara sukarela (Suryana, Bayu, 2010).

Secara eksplisit, menurut Steinhoff dan Burgess (1993) beberapa karakteristik yang diperlukan untuk menjadi wirausaha yang berhasil meliputi: 1) Memiliki visi dan tujuan usaha yang jelas. 2) Bersedia menanggung risiko waktu dan uang. 3) Berencana, mengorganisir. 4) Kerja keras sesuai dengan tingkat kepentingannya. 5) Mengembangkan hubungan dengan pelanggan, pemasok, pekerja dan yang lainnya. 6) Bertanggung jawab terhadap keberhasilan dan kegagalan (Suryana, 2003). Dari segi karakteristik perilaku, wirausaha (*entrepreneur*) adalah mereka yang mendirikan, mengelola, mengembangkan, dan melembagakan perusahaan miliknya sendiri. Seseorang wirausaha yang sukses harus mempunyai karakteristik yang baik dan menarik, karakteristik seorang wirausaha akan terlihat dan berkembang melalui ilmu pengetahuan, pengalaman yang diperoleh dari hasil intraksi dengan lingkungannya, jadi karakteristik adalah sesuatu yang berhubungan dengan watak, perilaku, tabiat, sikap orang terhadap perjuangan hidup untuk mencapai kebahagiaan lahir dan batin. Karakteristik seorang wirausaha yang baik, akan membawa ke arah kebenaran dan keselamatan.

Kewirausahaan (*Entrepreneurship*) menurut Instruksi Presiden Republik Indonesia (INPRES) No. 4 Tahun 1995 tentang Gerakan Nasional Memasyarakatkan dan Membudayakan *Entrepreneur* adalah semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam



menangani usaha dan atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar (Winarno, 2011). Kewirausahaan pada hakikatnya adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk menciptakan peluang agar meraih sukses dalam berusaha atau hidup (Suryana, 2003). Kewirausahaan sebagai suatu kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan kiat, dasar, sumber daya, proses, dan perjuangan untuk menciptakan nilai tambah barang dan jasa yang dilakukan dengan keberanian menghadapi risiko dengan terkandung di dalamnya nilai-nilai hakiki kewirausahaan seperti percaya diri, kepemimpinan, berorientasi ke masa depan, berani mengambil resiko, keorisinalitas (kreativitas dan inovasi) dan berorientasi pada tugas dan hasil (Utami, 2016).

#### **D. Ruang Lingkup Kewirausahaan**

Ruang lingkup kewirausahaan sangat luas sekali. Secara umum, ruang lingkup kewirausahaan adalah bergerak dalam bisnis. Jika diuraikan secara rinci ruang lingkup kewirausahaan, bergerak dalam bidang:

##### **1. 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 dapat diperjualbelikan. Atau juga, para pengusaha perkebunan yang menanam berbagai tanaman yang dapat dipanen dan kemudian dapat diperjualbelikan seperti teh, kopi dan kelapa sawit.

## **2. Lapangan Perikanan**

Dalam ruang lingkup perikanan, semua kegiatan kewirausahaan tentu saja berhubungan dengan ikan. Ada usaha pemeliharaan ikan dan penetasan ikan, contohnya budi daya 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.

## **3. 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 jenis binatang menyusui seperti kambing dan sapi.

## **4. Lapangan Perindustrian Dan Kerajinan**

Dalam ruang lingkup yang satu ini, ada empat kategori 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.

## **5. 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.

## 6. 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.

## 7. 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 (Melinsoya, 2019).

Tujuan kewirausahaan dalam rangka: 1) Meningkatkan jumlah wirausaha yang berkualitas. 2) Mewujudkan kemampuan dan kemandirian para wirausaha untuk menghasilkan kemajuan dan kesejahteraan masyarakat. 3) Membudidayakan semangat, sikap, perilaku dan kemampuan kewirausahaan dikalangan masyarakat yang mampu, andal dan unggul. 4) Menumbuhkembangkan kesadaran dan orientasi kewirausahaan yang tangguh dan kuat terhadap masyarakat (Basrowi, 2014). Sasaran kewirausahaan adalah sebagai berikut: a) Para generasi muda pada umumnya, anak-anak sekolah, anak-anak putus sekolah dan para calon wirausaha. b) Para pelaku ekonomi yang terdiri atas para pengusaha kecil dan koperasi. c) Instansi pemerintah yang melakukan kegiatan usaha (BUMN, organisasi profesi dan kelompok-kelompok masyarakat). Asas yang dibangun dalam kewirausahaan yaitu: a) Kemampuan untuk berkarya dalam kebersamaan berlandaskan etika bisnis yang sehat. b) Kemampuan bekerja secara tekun, teliti dan produktif. c) Kemampuan memecahkan

masalah dan mengambil keputusan secara sistematis, termasuk keberanian mengambil resiko bisnis. d) Kemampuan berkarya dengan semangat kemandirian. e) Kemampuan berpikir dan bertindak kreatif dan inovatif (Ihsanudin, 2017).

### **E. Prinsip-Prinsip Kewirausahaan**

Ada beberapa alasan seseorang berwirausaha menurut Wirasasmita (1994) yakni: 1. Alasan keuangan, yaitu untuk mencari nafkah, untuk menjadi kaya, untuk mencari pendapatan tambahan, sebaagai jaminan stabilitas keuangan. 2. Alasan sosial yaitu memperoleh gengsi/status, untuk dapat dikenal dan dihormati, untuk menjadi panutan, agar dapat bertemu dengan orang banyak. 3. Alasan pelayanan, yaitu memberi pekerjaan kepada masyarakat, membantu anak yatim, membahagiakan orang tua, demi masa depan keluarga 4. Alasan memenuhi diri, untuk menjadi atasan/mandiri, untuk mencapai sesuatu yang diinginkan, untuk menghindari ketergantungan pada orang lain, agar lebih produktif dan untuk menggunakan kemampuan pribadi (Esthirahayu, Ekawati L, Haerani, Pima R, 2012).

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 (Anwar H.M, 2014). Prinsip bisnis yang dikemukakan oleh Tao Chu Kung: 1. Rajin dan tekun berusaha, kemalasan akan berakibat petaka 2. Hemat dalam pengeluaran, pemborosan menggorogoti modal 3. Ramah pada setiap orang, ketidaksabaran mendatangkan kerugian 4. Jangan mennyia-nyiakan kesempatan, penundaan menghilangkan peluang 5. Lugas

dalam transaksi, keraguan membawa pertikaian 6. Berhati-hati dalam memberi kredit, kemurahan hati yang berlebihan memboroskan modal 7. Periksa semua *account* dengan cermat, kelalaian menghambat rejeki 8. Bedakan yang baik dari yang jahat, ketidakpedulian melumpuhkan usaha 9. Kendalikan sediaan dengan sistematis, kecerobohan menciptakan kekacauan 10. Adil dan tidak pilih terhadap karyawan, prasangka menimbulkan kemalasan 11. Periksa dengan cermat semua nota pengeluaran dan pemasukan, kealpaan berakibat mahal 12. Periksa dagangan sebelum diterima, kesembarangan mendatangkan kemalangan 13. Kaji dengan teliti setiap perjanjian, ingkar menghancurkan kepercayaan 14. Bijaksana dan jujur dalam usaha, manajemen yang buruk membuka peluang korupsi. 15. Tunjukkan rasa tanggung jawab, sikap tak bertanggung jawab mengundang kesulitan 16. Bersikap tenang dan penuh percaya diri, sikap nekat menghambat perkembangan (Tarmudji, 1996).

Merideth (1996) mengemukakan keuntungan dan kerugian berwirausaha sebagai berikut: a. Keuntungan: 1) Memberi kesempatan kepada tiap pribadi untuk mengontrol jalan hidup sendiri dengan imbalan kepemilikan yang diperoleh dari kemerdekaan untuk mengambil keputusan dan risiko. 2) Kesempatan menggunakan kemampuan dan potensi pribadi secara penuh dan aktualitas diri untuk mencapai cita-cita. 3) Kesempatan untuk meraih keuntungan tak terhingga dan masa depan yang lebih baik dengan waktu yang relatif lebih singkat. 4) Kesempatan untuk memberikan sumbangan kepada masyarakat dengan lapangan kerja dan pengabdian serta memperoleh pengakuan. b. Kerugian: 1) Kepastian pendapatan membuka dan menjalankan usaha tidak menjamin akan memperoleh uang yang cukup untuk hidup. Tidak adanya keteraturan pendapatan jika mempekerjakan orang lain, pemilik usaha dibayar paling akhir. 2) Risiko hilangnya modal/aset/investasi. 3) Kualitas hidup sebelum

bisnis mapan, kerja 12-6 jam sehari. Individu-individu yang ingin menjadi wirausaha jelas akan mempertimbangkan matang-matang manfaat dan pengorbanannya atas pilihan tersebut. Berbagai macam analisa bisnis pasti menyertai dalam pertimbangannya, serta faktor risiko, kebebasan, pendapatan individu dan yang tidak kalah penting dukungan keluarga akan menjadi faktor penentu (Mudjiarto, Wahid, 2006).

Faktor penyebab keberhasilan wirausaha menurut Hendro (2011) adalah faktor peluang, SDM, keuangan, organisasional, perencanaan, pengelolaan usaha, pemasaran dan penjualan, administrasi, peraturan pemerintah, politik, sosial dan budaya lokal dan catatan bisnis. Adapun menurut Zimmerer (1996) faktor yang menyebabkan wirausaha gagal dalam menjalankan usahanya yaitu tidak kompeten dalam manajerial, kurang berpengalaman dalam kemampuan, kurang dapat mengendalikan keuangan, gagal dalam perencanaan, lokasi yang kurang memadai, kurangnya pengawasan peralatan, sikap yang kurang sungguh-sungguh dalam berusaha dan ketidakmampuan dalam melakukan peralihan/transisi kewirausahaan. Wirausaha yang kurang siap menghadapi dan melaksanakan perubahan, tidak akan menjadi wirausaha yang berhasil. Keberhasilan dalam berwirausaha hanya bisa diperoleh apabila berani mengadakan perubahan dan mampu membuat peralihan setiap waktu (Suryana, 2003).

## DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, Pandji; Sudantoko, Djoko (2002) *Koperasi, Kewirausahaan, dan Usaha Kecil*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Anwar H.M, Muhammad (2014) *Pengantar Kewirausahaan: Teori dan Praktek*. Jakarta: Prenadamedia
- Basrowi (2014) *Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Drucker, Peter F (1994) *Innovation and Entrepreneurship*. Jakarta: Erlangga
- Esthirahayu, Dwi Putri; Ekawati L, Shella; Haerani, Rizkya; Pima R, Nela (2012) *Konsep Dasar Kewirausahaan dan Proses Kewirausahaan*. Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya
- Hasibuan, Umarhot Tarmiji (2015) *Implikasi Pengelolaan Usaha Dagang Pondok Pesantren Terhadap Jiwa Kewirausahaan Alumni Santri Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Pondok Modern Al-Kautsar Jl. Hangtuh Ujung KM 6,5 Sail Tenayan Raya Pekanbaru)*. Pekanbaru: Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim
- Hendro (2011) *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga
- Ihsanudin, Ahmad Tri (2017) *Pelaksanaan Program Kewirausahaan di SMK N 5 Palembang*. Palembang: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Raden Fatah
- Melinsoya (2019) *Konsep, Konteks dan Hakikat Kewirausahaan*. Dari <https://simmygroup2.blogspot.com/2019/02/konsepkonteks-dan-hakikat-kewirausahaan.html>

- Meredith, Geoffrey G et. al (1996) *Kewirausahaan Teori dan Praktek*. Jakarta: PT. Pustaka Binaman Presindo
- Mudjiarto; Wahid, Aliaras (2006) *Membangun Karakter dan Kepribadian Kewirausahaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Nasution, Arman Hakim (2007) *Entrepreneurship Membangun Spirit Teknopreneurship*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Purwandari, Suci (2014) *Studi Kajian Faktor Pendorong Minat Mahasiswa Program Studi Teknik Mesin Otomotif Politeknik Indonesia Surakarta Untuk Berwirausaha*. Surakarta: Jurnal Sainstech Politeknik Indonusa No 2 Vol 1
- Tarmudji, Tarsisi (1996) *Prinsip-Prinsip Wirausaha*. Yogyakarta: Liberty
- Siagian, Salim (1999) *Peranan Kewirausahaan dalam Pengembangan Koperasi*. Majalah Usahawan No. 07 Th. XXVIII Jakarta: Lembaga Manajemen FE-UI
- Steinhoff, Dun; Burgess, John F (1993) *Small Business Management Fundamentals*. 6th ed. New York: Mcgraw Hill, Inc
- Suryana (2003) *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat
- Suryana, Yuyus; Bayu, Kartib (2010) *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*. Jakarta: Kencana
- Swasono, Sri Edi (1978) *Peran Kewiraswastaan*. Jakarta: Pustaka. No. 8 Th. II
- Utami, Siti (2016) *Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Berwirausaha (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang)*. Semarang: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo
- Winarno (2011) *Pengembangan Sikap Entrepreneurship dan Intrapreneurship*. Jakarta: PT Indeks
- Wirasasmita, Yuyun (1994) *Kewirausahaan*. Buku Pegangan. Jatinangor: UPT-Penerbitan IKOPIN



Zimmerer, Thomas W (1996). *Entrepreneurship and The New Venture Formation*. New Jersey: Prentice Hall International, Inc.

Zimmerer, Thomas W; Scarborough, Norman M (2008) *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. New Jersey: Pearson Education International

## PROFIL PENULIS



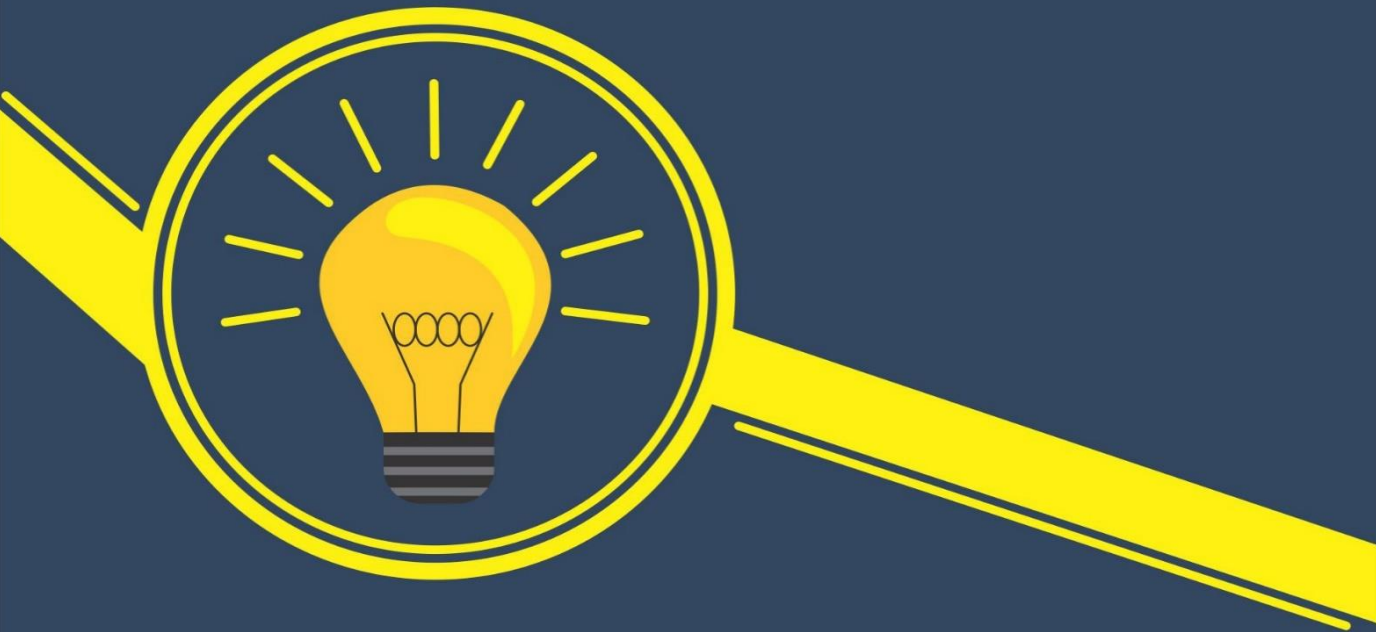
Dr. Hamdan Firmansyah, SHI, SH, MMPd, MH. Lahir di Sukabumi tanggal 02 Agustus 1981 dari pasangan Ibu Suaebah seorang pendidik dan Bapak Fajar Hidayat seorang jurnalis. Penulis menikahi wanita yang lahir dari pasangan Ibu Emi Ratnawati dan Bapak Mardjuki bernama Putri Ema Swandayani, S.Kep dan Alhamdulillah baru dikaruniai lima orang anak: Hizqil Hilqiya, Yusya Alyasa, Asmatuha Fariha Yaumia, Muhammad Arasya Muntaha dan Muhammad Irsyad Rasyid. Sekarang penulis bersama keluarga merintis Lembaga Pendidikan dan Dakwah Pesantren Cendekia di Kota Sukabumi. Pendidikan yang ditempuh adalah Madrasah Ibtidaiyah (1993), Madrasah Diniyah Awwaliyah (1994), Taman Pendidikan Al-Quran (1995), Sekolah Menengah Pertama (1996) di kota Sukabumi, Pada pertengahan tahun 1996 Masuk Pondok Modern Gontor kemudian ditempatkan di Kulliyatu-l-Mu'alimin Al-Islamiyah Pondok Modern Arrisalah (1999/2000) di Ponorogo, penulis melanjutkan ke Institut Studi Islam Darussalam Pondok Modern Gontor Jurusan Manajemen Lembaga Keuangan Islam tamat tahun 2004, Institut Agama Islam Riyadlotul Mujahidin Pondok Pesantren Wali Songo Ponorogo Jurusan Mu'amalat (Hukum Ekonomi Syariah) tamat tahun 2004 dan Program Akta IV Tarbiyah Jurusan Pendidikan Agama Islam di tempat yang sama. Pada tahun 2005-2006 mendapat beasiswa dari Zakariyya Islamic University Lenasia South Africa untuk Program Studi Islam. Pada tahun 2006, penulis melanjutkan studi di Program Pascasarjana

Magister Manajemen Pendidikan Sekolah Tinggi Manajemen IMNI Jakarta hingga selesai tahun 2007. Kemudian melanjutkan studi pada Program Pascasarjana Magister Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung dengan berhasil meraih predikat Cum Laude. Dan saat ini telah menyelesaikan Program Pascasarjana Doktor Hukum Islam Konsentrasi Hukum Ekonomi Syariah di almamater yang sama yaitu Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung dengan meraih predikat Cum Laude. Pengalaman penulis selain aktif sebagai peneliti sekaligus penulis baik berupa buku maupun berupa jurnal nasional dan internasional juga sebagai nara sumber pada seminar dan loka karya, tutor pada pelatihan dan sebagai tenaga edukatif dimulai sejak tahun 1998 sampai sekarang yaitu menjadi Guru TPA, RA/TK, MI/SD, MTs/SMP, MA/SMA, KMI, dan Dosen perguruan tinggi dari Program Diploma, Sarjana hingga Pascasarjana. Penulis pernah mendapat kehormatan menjadi Guru Agama Masyarakat Indonesia atas permintaan Kedutaan Besar Republik Indonesia dan Guru Agama Masyarakat Malaysia atas permintaan Suruhanjaya Tinggi Malaysia di Republik Afrika Selatan.

---

**BAB 3**  
**KARAKTERISTIK DAN NILAI-NILAI**  
**KEWIRAUSAHAAN**

---



**Nur Ika Effendi**

## **BAB 3**

### **KARAKTERISTIK DAN NILAI-NILAI KEWIRAUSAHAAN**

Saat ini kita sudah tidak asing lagi istilah “*foodpreneur, sociopreneur, technopreneur, ecopreneur*, seniman *entrepreneur* bahkan ada juga istilah *mompreneur*. Pertanyaannya, mengapa mereka disebut demikian? Karakteristik atau hal apa yang menjadi alasan kelompok tersebut dikaitkan dengan dengan *entrepreneur* atau wirausaha. Menurut Alma, (2008) kemampuan mengembangkan usaha banyak ragam faktor yang perlu diperhatikan. Mulai dari *personal attributes* hingga *personal environment*. *Personal attributes* biasanya menyangkut aspek-aspek kepribadian seseorang, sedangkan *personal environment* menyangkut hubungan calon *entrepreneur* dengan lingkungan.

Banyak penelitian khusus meneliti kajian kewirausahaan ini, tetapi pembuktian khusus seperti karakter *entrepreneur* yang efektif berpengaruh terhadap kesuksesan kinerja wirausaha belum konsisten ditemukan. Untuk itu, bab ini berusaha memberi pengetahuan yang jelas karakteristik dan nilai-nilai apa saja yang harus disiapkan oleh seorang *entrepreneur*, serta pola pikir yang bagaimana perlu dipersiapkan sebelum membangun karakter kewirausahaan bagi bangsa kita tercinta ini, Indonesia.

#### **A. Pengertian Karakteristik dan Nilai-nilai Kewirausahaan**

Sebelum kita bercerita mengenai karakter atau nilai-nilai wirausaha, ada baiknya kita berbicara mengenai istilah wirausaha. Persepsi setiap orang terkadang tidak sama tentang istilah wirausaha.

Etimologi kata wirausaha berasal dari kata “wira” dan “usaha”. Kata “wira” mempunyai arti pejuang, pahlawan, manusia unggul, teladan, berbudi luhur, gagah berani dan berwatak agung. Kata “wira” juga digunakan dalam kata “perwira”, sedangkan “usaha” berarti “perbuatan untuk mencapai sebuah tujuan”. Jadi, secara etimologi, wirausaha adalah pejuang atau pahlawan yang melakukan perbuatan untuk mencapai sebuah tujuan, (Ridwan, Dewi, Mulyani, Pratiwi, & Rani, 2020). Wirausaha terkadang diartikan sehari-hari dengan istilah “*entrepreneur*” dan sering disamakan dengan para pengusaha, pedagang, saudagar, ataupun dengan istilah wiraswastawan, atau wirausahawan, (Tawardi, 1999). Istilah Wirausaha juga sering disebut dengan “*entrepreneur*” yang disadur dari bahasa Perancis “*entreprende*” yang berarti orang bertanggungjawab.

Gambaran pengertian wirausaha menurut bahasa yang dijelaskan sebelumnya memberikan pemahaman bahwa seorang wirausaha memiliki karakteristik sebagai seorang perwira. Sifat dasar dari seorang perwira adalah pejuang yang artinya memiliki ketangguhan dan keberanian dalam melakukan suatu tindakan. Oleh karena itu sesuai dengan pengertian bahasa maka seorang wirausaha memiliki keistimewaan dari karakteristik pemberani dan memiliki tanggungjawab dalam kegiatan usaha. Watak utama keberanian dan rasa tanggungjawab ini menjadi penting dimiliki oleh seorang wirausaha karena kegiatan berwirausaha bukanlah suatu perkara yang mudah untuk dilakukan, namun memiliki banyak tantangan dan membutuhkan keberanian dalam berjuang agar keinginan dan cita-cita dapat dicapai.

Setelah kita melihat definisi wirausaha menurut asal kata dan bahasa, selanjutnya kita dapat melihat pengertian wirausaha secara luas dari kacamata para ahli. Beberapa definisi yang populer terkait definisi wirausaha dapat dilihat sebagai berikut:

1. Djatmiko (2011) mengatakan bahwa wirausaha atau saudagar itu merupakan istilah yang melekat pada diri seseorang yang mampu berdiri sendiri karena keunggulan yang dimiliki dalam suatu bidang usaha.
2. Kamus Besar Bahasa Indonesia (2007), mendefinisikan seorang wirausaha diidentikkan dengan wiraswasta, sehingga dapat dikatakan bahwa wirausaha adalah orang yang pandai atau berbakat mengenalkan produk baru dengan ide kreativitas dan keunggulan, menentukan cara produksi baru, dan menyusun pedoman operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya.
3. Kasmir (2011), menyatakan bahwa wirausahawan (*entrepreneur*) adalah orang yang memiliki jiwa berani dalam mengambil risiko membuka usaha dalam berbagai kesempatan.
4. Menurut Sunarya, dkk (2011), ciri dan sikap dasar dari seorang wirausaha adalah kreatif, inovatif, memiliki keberanian mengambil resiko, mampu bekerja keras membuat usaha baru dan mampu mengembangkan usahanya.

Berdasarkan pandangan ahli yang dikemukakan di atas dapat disimpulkan bahwa seorang wirausaha (*entrepreneur*) adalah suatu ciri-ciri, sifat, dan watak yang ada didalam diri seseorang yang memiliki kemampuan mewujudkan gagasan kreatif dan inovatif, mampu menilai sebuah peluang yang ada, melakukan penemuan baru, mampu mengubah sesuatu yang lama dengan cara yang baru dengan bakat jiwa atau seni didalam dirinya, berorientasi kepada tindakan, dan bermotivasi tinggi dan mengambil risiko dalam mengejar tujuannya. Pertanyaannya, karakter apa saja yang dapat membentuk wirausaha. Apakah wirausaha dari dari anak seorang wirausaha? Atau karakter seorang wirausaha itu memang dapat

dipupuk atau dikembangkan dari keluarga yang bukan seorang wirausaha. Untuk itu, langkah selanjutnya adalah kita melihat apa saja karakter yang dapat membentuk wirausaha.

Menurut para ahli karakter wirausaha adalah kemampuannya menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (Pakpahan 2010). Adanya kemampuan berwirausaha dapat mendorong minat untuk mendirikan dan mengelola usaha secara professional dan menjadi berkembang. Dalam bidang psikologi wirausaha, terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi kemampuan berwirausaha yang berfokus pada karakteristik (ciri-ciri) kepribadian individu seperti: *Locus of control*, pengambilan risiko, motivasi akan prestasi, gaya penyelesaian masalah, keinovatifan, persepsi, dan nilai kerja, Zimmerer dalam (Kasmir 2006).

Karakteristik seorang wirausaha tidak hanya mendirikan, mengelola, mengembangkan dan melembagakan usaha yang dimilikinya, tetapi juga melakukan usaha dengan penuh kreatif, inovatif, mempertimbangkan kemampuan diri (swakendali), mampu mengambil risiko, mampu melihat ke depan, mampu memanfaatkan peluang, mampu bergaul, suka bekerja keras, penuh keyakinan dan bersikap mandiri (Tawardi 1999). Selanjutnya ada "10 D" karakteristik wirausahawan yang berhasil menurut dari Bygrave, (1994) dan Azzahra, (2009):

1. *Dream*. Visi Seorang wirausaha adalah bagaimana keinginannya terhadap masa depan pribadi dan bisnisnya, serta hal yang paling penting untuk mewujudkan impiannya tersebut.
2. *Decisiveness*. Seorang wirausaha adalah orang yang tidak bekerja lambat, membuat keputusan secara tepat dengan penuh perhitungan, kecepatan dan ketepatan dalam mengambil keputusan adalah merupakan faktor kunci (*key factor*) dalam kesuksesan bisnisnya.



3. *Doers*. Seorang wirausaha saat membuat keputusan maka dia langsung menindaklanjutinya, melaksanakan secepat mungkin yang dia sanggup, tidak menunda-nunda kesempatan.
4. *Determination*. Seorang wirausaha harus melaksanakan kegiatannya dengan penuh perhatian, rasa tanggung jawabnya tinggi dan tidak mau menyerah, walaupun dihadapkan pada halangan atau rintangan yang tidak mungkin diatasi.
5. *Dedication*. Dedikasi wirausaha terhadap bisnisnya sangat tinggi, kadang harus mengorbankan hubungan kekeluargaan, melupakan sementara hubungan keluarganya, 12 jam sehari atau tujuh hari seminggu semua perhatian dan kegiatannya dipusatkan semata-mata untuk kegiatan bisnisnya.
6. *Devotion*. *Devotion* berarti kegemaran atau kegila-gilaan artinya seorang wirausaha mencintai pekerjaan dan produk yang dihasilkannya. Hal inilah yang mendorongnya mencapai keberhasilan yang sangat efektif.
7. *Details*. Seorang wirausaha sangat memperhatikan faktor-faktor kritis secara rinci, dan tidak mau mengabaikan faktor-faktor kecil tertentu yang dapat menghambat kegiatan usahanya.
8. *Destiny*. Seorang wirausaha dapat bertanggung jawab terhadap nasib dan tujuan yang hendak dicapainya, bebas dan tidak mau tergantung dengan orang lain.
9. *Dollars*. Wirausahawan tidak selalu mengutamakan pencapaian kekayaan. Motivasinya bukan hanya memperoleh uang, akan tetapi uang dianggap sebagai ukuran kesuksesan bisnisnya. Mereka berasumsi jika mereka sukses berbisnis maka mereka pantas mendapat laba, bonus atau hadiah.
10. *Distribute*. Seorang wirausaha bersedia mendistribusikan kepemilikan bisnisnya terhadap orang-orang kepercayaan.

Orang-orang kepercayaan ini adalah orang-orang yang kritis dan mau diajak untuk mencapai sukses dalam bidang bisnis.

Karakteristik wirausaha lainnya dapat juga dilihat dari pendapat Longenecker et all dalam (Satya 2010), yaitu:

1. Keinginan untuk mengambil risiko. Risiko usaha biasanya berbeda-beda, ada yang tinggi, rendah bahkan hanya sedang saja. Misalnya dengan menginvestasikan uang miliknya, mereka mendapat risiko keuangan, jika meninggalkan pekerjaannya, mempertaruhkan kariernya, juga aka nada resiko bahkan risiko juga bagi keluarganya.
2. Percaya diri. J.B Rotter mengemukakan bahwa kesuksesan wirausaha tergantung pada usaha mereka sendiri yang mempunyai pengendalian yang disebut *Internal Locus of Control*. Sebaliknya wirausaha yang merasa bahwa hidupnya dikendalikan oleh besarnya keberuntungan atau nasib mempunyai pengendalian yang disebut *Eksternal Locus of Control*.
3. Kebutuhan akan keberhasilan. Ilmu Psikologi mengakui bahwa karakter tiap orang berbeda dalam tingkat kebutuhan akan keberhasilannya. Orang yang mempunyai tingkat kebutuhan keberhasilan menurun, terlihat puas dengan status yang dimiliki saat ini, sedangkan orang dengan tingkat kebutuhan keberhasilan meningkat senang bersaing dengan standar keunggulan dan memilih untuk bertanggung jawab secara pribadi atas tugas yang dibebankan kepadanya, dalam David Mc Cleland (1961).
4. Kepemimpinan, memiliki watak mampu memimpin, dapat bergaul dengan orang lain, menanggapi saran dan kritik.

5. Keorisinilan, artinya wirausaha memiliki watak inovatif, kreatif, fleksibel, banyak sumber, serba bisa, dan memiliki banyak pengetahuan. Pada umumnya para wirausaha yang berhasil banyak memiliki cara yang sama, antara lain penuh energi, inovatif, berani mengambil risiko serta keinginan untuk berprestasi, selain itu juga sifat optimis dan percaya akan masa depan (Tawardi 1999).

Lain lagi karakteristik menurut Krech, dkk, mengatakan bahwa sikap ataupun nilai-nilai adalah sistem atau organisasi yang bersifat menetap dari keterkaitan antara ketiga komponen koqnsi, efeksi dan konasi. *Koqnsi* berupa sesuatu yang dipercayai oleh subyek pemilik sikap (keyakinan), *Afektif* merupakan komponen perasaan yang menyangkut aspek emosional, dan *Konatif* merupakan aspek kecenderungan berperilaku sesuai dengan sikap yang dimiliki oleh subyek (Tawardi 1999).

Berdasarkan pengertian beberapa ahli sebelumnya, dapat kita lihat bahwa ciri-ciri atau karakter wirausahawan yang dikatakan berhasil, yaitu 1. Memiliki visi dan tujuan yang jelas, 2. Inisiatif dan selalu proaktif, 3. Berorientasi pada prestasi, 4. Berani mengambil risiko, 5. Kerja keras, 6. Bertanggung jawab terhadap segala aktivitas yang dijalankannya, baik sekarang maupun yang akan datang, 7. Komitmen pada berbagai pihak merupakan ciri yang harus dipegang teguh dan harus ditepati dan 8. Mengembangkan dan memelihara hubungan baik dengan berbagai pihak, baik yang berhubungan langsung dengan usaha yang dijalankannya ataupun diluar usaha.

Selanjutnya kita berbicara mengenai nilai-nilai kewirausahaan. Nilai-nilai kewirausahaan menurut Boohene, Sheridan, & Kotey (2008), terdiri atas kreativitas, pengambilan risiko, inovasi, berorientasi prestasi, ambisi, dan kemerdekaan dan mampu menciptakan perilaku

kewirausahaan yang kuat. Nilai-nilai kewirausahaan merupakan prasyarat yang berhubungan dengan perilaku kewirausahaan, (Frederick et al., 2006; Kickul & Gundry, 2002; Schein 2001). Nilai-nilai tersebut terdiri atas kreativitas, pengambilan risiko, inovasi, berorientasi prestasi, ambisi, dan kemerdekaan Boohene et al. (2008). Nilai menjadi dasar memahami sikap dan motivasi serta nilai yang mempengaruhi persepsi perilaku dalam menjalankan bisnis, oleh karena itu nilai sangat penting untuk dipelajari dalam mengelola perilaku organisasi (Robbins 2007).

Pilihan strategi dapat diimplementasikan berdasarkan tujuan dan keinginan pemilik yang didasarkan pada nilai-nilai pribadi pengelola usaha (Boohene, Sheridan, & Kotey 2008). Nilai-nilai pribadi yang terkait dengan strategi yang proaktif, sering disebut sebagai nilai-nilai kewirausahaan, meliputi kreativitas, pengambilan risiko, inovasi, berorientasi prestasi, ambisi, dan kemerdekaan (Hodgetts & Kuratko 2001; Kickul & Gundry 2002; Boohene et al., 2008). Selain itu nilai-nilai kesetaraan, perlindungan sosial dan kasih sayang digambarkan sebagai strategi konservatif dan dikaitkan dengan tipe yang reaktif (Kotey & Meredith 1997; Boohene et al., 2008).

Berdasarkan pendapat para ahli dapat disimpulkan bahwa nilai kewirausahaan adalah kreativitas, pengambilan risiko, inovasi, berorientasi prestasi, ambisi, dan kemerdekaan dasar dalam memahami sikap dan motivasi serta mampu mempengaruhi persepsi perilaku wirausaha dalam menjalankan bisnis dengan kreativitas yang dimilikinya, pengambilan risiko, inovasi, berorientasi prestasi, ambisi, dan kemerdekaan untuk bertindak.

## **B. Karakter dan Pola Pikir (*Mind Set*) Awal Kewirausahaan**

Sejarah menemukan bahwa kewirausahaan mempunyai karakteristik yang umum serta berasal dari kelas yang sama, (Tawardi

1999). Tetapi, apakah definisi ini terus sejalan dengan keadaan saat ini. Dari para penelitipun sering mengkaji bidang kewirausahaan ini serta bagaimana proses pembentukannya. Sehingga lahir beberapa teori yang berkenaan dengan hal tersebut seperti *life path change*, *goal directed behavior*, pengambilan keputusan, dan *outcome expectancy* (Lupiyoadi, 2007).

Menurut teori *life path change* disebutkan bahwa tidak semua wirausaha lahir dan berkembang mengikuti jalur yang sistematis dan terencana. Bahkan banyak orang yang menjadi wirausaha justru tidak melalui proses yang direncanakan. *Teori goal directed behavior* menggambarkan bagaimana seseorang tergerak menjadi wirausaha, motivasinya dapat terltingkah lakunya dalam mencapai tujuan. Seseorang terjun dalam dunia usahadiawali dengan adanya kebutuhan-kebutuhan, ini mendorong kegiatankegiatan tertentu yang ditujukan pada pencapaian tujuan.

Teori *pengambilan keputusan* disebutkan bahwa seseorang sebelum mengambil keputusan terjun dalam dunia wirausaha terlebih dahulu melakukan pertimbangan-pertimbangan yang semuanya tidaklah selalu mudah, bahkan dapat menimbulkan konflik dengan dirinya sendiri, atau orang lain, dengan keluarga.

Terakhir teori *outcome* yang dihat dari *expectancy* menyebutkan bahwa bukan suatu perilaku tetapi keyakinan tentang konsekuensi yang diterima setelah seseorang melakukan suatu tindakan tertentu. *Outcome expectancy* dapat diartikan sebagai keyakinan seseorang mengenai hasil yang akan diperolehnya jika ia melaksanakan perilaku tertentu, yaitu perilaku yang menunjukkan keberhasilan. Lupiyoadi (2007) menjelaskan bahwa pada dasarnya setiap orang dapat menjadi usahawan jika ia mau dan tekun. Ini membuktikan tidak ada hambatan yang sifatnya genetic (keturunan) bagi seseorang untuk menjadi wirausaha. Bahkan

McClelland (1966) mengatakan bahwa sifat wirausaha bukanlah terbentuk dari keturunan, namun karena lingkungannya ia dapat menjadi seorang wirausaha.

Penelitian yang dilakukan oleh Gray (2002), justru menemukan bahwa perilaku kewirausahaan dimulai dari belajar yang didapat melalui pengalaman usaha. Ketidakpastian membuat seorang wirausaha harus selalu memperhitungkan risiko untuk kegiatannya. Setiap orang berpeluang menjadi seorang wirausaha, namun jika dilakukan, kesuksesan yang akan diraih tidak akan sama. Langkah awal yang dilakukan untuk menjadi seorang wirausaha ialah dengan upaya merubah *mindset* (cara pandang) seperti halnya memandang ketidakpastian masa depan dan risiko yang selalu melekat dengan dunia wirausaha.

Masalah *mindset* kewirausahaan oleh McGrath & MacMillan (2000) mengatakan dengan istilah *entrepreneurial mindset* adalah sangat penting dalam membentuk seorang wirausaha. Ada beberapa keuntungan yang akan diperoleh dari merubah *entrepreneurial mindset* seseorang, antara lain:

1. Keberhasilan seorang wirausaha karena *action oriented* dimana wirausaha berorientasi pada tindakan dimana ide-ide yang muncul segera diterapkan walaupun dalam situasi yang tidak menentu,
2. Konsep ini mampu menumbuhkan sikap percaya diri,
3. Konsep ini dimaksudkan untuk tumbuh bersama mulai dari yang sederhana seiring dengan petualangan seorang wirausaha.

1. Selanjutnya disebutkan juga bahwa karakteristik *mindset* yang dimiliki oleh wirausaha pada umumnya, yaitu:

1. Sangat bersemangat melihat/mencari peluang-peluang baru,
2. Mengejar peluang dengan disiplin yang ketat,

3. Hanya mengejar peluang yang sangat baik dan menghindari mengejar peluang lain yang melelahkan dirinya dan organisasi
4. Fokus pada pelaksanaan khusus yang bersifat adaptif.
5. Mengikutsertakan energi setiap orang yang berada dalam jangkauan mereka.

Sedangkan menurut Mulyanto (2012) konsep *mindset* wirausaha antara lain:

1. *Action oriented*;
2. Berpikir simpel;
3. Selalu mencari peluang baru;
4. Mengejar peluang dengan disiplin tinggi;
5. Hanya mengambil peluang terbaik;
6. Fokus pada eksekusi;
7. Memfokuskan energi setiap orang dalam bisnis.

Selanjutnya, untuk menumbuhkan jiwa wirausaha dapat melalui komitmen diri sendiri, lingkungan pergaulan yang kondusif, keadaan terpaksa, dan proses berkelanjutan. Kewirausahaan merupakan proses dalam menciptakan sesuatu yang berbeda dan bernilai. Pola pikir kewirausahaan menggambarkan cara berpikir inovatif dan energik yang memanfaatkan peluang dan bertindak cepat dan proaktif untuk mewujudkan peluang tersebut.

### **C. Keuntungan Mengubah *Mind Set* Menjadi Karakter Atau Nilai-Nilai Kewirausahaan**

Perilaku atau karakter seorang wirausaha memperlihatkan kemampuan untuk melihat ke depan, berfikir dengan penuh perhitungan, mencari pilihan dari berbagai alternatif masalah, Suseno (2008). Pengetahuan dalam wirausaha, motif berprestasi, kemandirian pribadi mempunyai daya dukung secara signifikan terhadap

kemandirian usaha (Qamariyah & Dalimunthe 2012). Karakter merupakan suatu kepribadian yang mampu memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kemandirian usaha bagi pelaku usaha kecil (Astuti & Sukardi 2013). Sifat atau karakter kepribadian seorang wirausaha mempunyai pengaruh positif terhadap prestasi dan variasi prestasi perusahaan, sebaliknya seseorang yang tidak mempunyai nilai kewirausahaan terdapat pengaruh negatif terhadap kinerja usaha. Pengawasan internal yang tinggi, kesediaan menanggung risiko yang tinggi, keperluan berprestasi yang tinggi, selalu berusaha untuk memperbaiki diri ke arah yang lebih baik dengan merubah tata cara mengelola usaha. Prestasi usaha yang dikelola oleh wirausaha yang memiliki sifat wirausaha tinggi akan lebih baik dibandingkan dengan usaha yang dikelola oleh wirausaha yang memiliki sifat kepribadian wirausaha rendah (Alma 2001).

Terwujudnya sebuah usaha didasari karakter kewirausahaan yang merupakan kepribadian dan telah terinternalisasi melalui nilai-nilai kewirausahaan. kepribadian yang memiliki tindakan kreatif sebagai nilai, gemar berusaha, tegar dalam berbagai tantangan, percaya diri, memiliki *self determination* atau *locus of control*, berkemampuan mengelola risiko, perubahan dipandang sebagai peluang, toleransi terhadap banyaknya pilihan, inisiatif dan memiliki *need for achievement*, perfeksionis, berpandangan luas, menganggap waktu sangat berharga serta memiliki motivasi yang kuat, dan karakter itu telah menginternalisasi sebagai nilai-nilai yang diyakini benar. Bagi wirausaha yang semua *mind set* menjadi karakter atau nilai nilai yang sudah terinternalisasi, niscaya kemandirian usaha jelas didepan matanya, (Kuratko 2003).



#### **D. Membangun Karakter Kewirausahaan Bagi Bangsa Indonesia**

Bidang kewirausahaan saat ini sudah mendapat perhatian yang cukup besar dari setiap Negara, baik negara maju hingga negara berkembang. Tidak disangsikan lagi betapa besar kontribusinya terhadap perkembangan ekonomi suatu Negara. Meski berwirausaha tidak selalu memberikan hasil yang sesuai dengan harapan dan keinginan pengusaha. Tidak sedikit wirausaha yang mengalami kerugian dan akhirnya bangkrut. Namun, banyak juga wirausahawan yang berhasil untuk beberapa generasi. Bahkan banyak pengusaha yang semula hidup sederhana menjadi sukses dengan ketekunannya, Kasmir (2006).

Ketidakmampuan dalam persaingan serta rendahnya tingkat pengelolaan perilaku kewirausahaan merupakan tantangan bagi pelaku usaha untuk mampu tumbuh dan berkembang menuju kemandirian usaha. Pada sisi lain diperlukan adanya pertumbuhan usaha kecil yang didasari pada nilai-nilai kewirausahaan dengan harapan mampu membentuk perilaku usaha dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional. Oleh karena itu perlu adanya strategi pemberdayaan usaha menuju kemandirian usaha dengan pendekatan nilai kewirausahaan dan perilaku kewirausahaan. Wirausaha bukanlah sekedar pengetahuan praktis, tetapi lebih cenderung pada suatu gaya hidup dan prinsip yang akan mempengaruhi kinerja usaha. Apabila karakter tersebut dimiliki oleh wirausaha kecil dengan kualitas yang tinggi, maka kesejahteraan wirausaha dan tenaga kerja serta keluarga yang menggantungkan hidup pada usaha tersebut kondisi keuangan akan baik dan memadai, tidak miskin dan kaya, (Dirlanudin, 2010). Wirausahawan tidak membentuk suatu kelas sosial tetapi berasal dari semua kelas sosial (Tawardi 1999).

Sesungguhnya pengembangan kewirausahaan ini tidak hanya tanggung jawab pemerintah semata, namun diperlukan sinergi antara masyarakat, kaum intelektual dan pihak pemerintah. Pihak pemerintah dalam hal ini adalah sebagai aktor utama dengan melibatkan dari kaum intelektual yang diharapkan dapat memberikan ide/gagasan. Sedangkan objeknya tidak lain adalah masyarakat dengan aktifitas usaha (*business*). Aktifitas bisnis yang dilakukan masyarakat tentunya akan berdampak terhadap perekonomian secara keseluruhan, membuka lapangan kerja baru, meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat Indonesia pada umumnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Azzahra, Rifzashani. 2009. Perilaku Wirausaha Mahasiswa Institut Pertanian Bogor Peserta Program Kreativitas Mahasiswa Kewirausahaan (PKMK) dan Program Pengembangan Kewirausahaan Mahasiswa (PPKM). [Skripsi]. Bogor. Institut Pertanian Bogor.
- Boohene, R., Sheridan, A. and Kotey, B. (2008). Gender, personal values, strategies and small business performance: A Ghanaian case study. *Equal Opportunities International*, 27(3): 237-257
- Bygrave, William, D. (1994). *The Portable MBA in Entrepreneurship*, John Wiley, and SonInc, New Jersey.
- Daryanto. (2012). Pendidikan Kewirausahaan. Gava Media. Yogyakarta.
- Djarmiko, B., Junaedi, H. (2011). *Manajemen MUTU ISO 9001*. Bandung: STEMBI
- Gray, Collin. (2002). "Entrepreneurship Resistance to Changes and Growth in Small Firms", *Emeral Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 9, No. 1, 2002.
- Kasmir*. (2011). Kewirausahaan - Edisi Revisi. Jakarta: PT. Raja Grafindo. Persada.
- Kotey, B and Meredith, G.G. (1997). Relationship among owner/manager personal values and perceptions, business strategies, and enterprise performance, *Journal of Small Business Management*, 35(2): 37-64
- Kotey, B., & Meredith, G. G. (1997). Relationships among owner/manager personal values, business strategies, and entrepreneurship.. *Journal of Small Business Management*,

- 35(April), 37-64. Retrieved from <https://pdfs.semanticscholar.org/209e/14af0f1f0fb1ddd4705e535bf5c70cdfef80.pdf>
- Lambing, Peggy & Charles R. Kuehl. 2000. *Entrepreneurship*. New Jersey: Prentice Hall Inc
- Lupiyoadi, Rambat. (2007). *Entrepreneurship (From Mindset to Strategy)*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- McClelland, D. C. (1961). *The Achieving Society*. In Princeton, N.J., Van Nostrand.
- Mulyono, Heru. (2012). *Membangun Jiwa Wirausaha*. Disampaikan pada seminar kewirausahaan di STIE Tunas Nusantara Jakarta 15 Desember 2012.
- Pakpahan, Maruji. (2013). *Materi Kuliah Kewirausahaan*. Universitas Budi Luhur. Jakarta. Diakses dari: <https://www.academia.edu/36281295/Diktatkewirausahaan>
- Ridwan, M., Dewi, M., Mulyani, S. R., Pratiwi, H., & Rani, L. N. (2020). *Kewirausahaan (1st ed.; M. Dewi, ed.)*. Padang: CV. Muharika Rumah Ilmiah.
- Tawardi, B. (1999). *Sikap Kewirausahaan Anggota Kelompok Belajar Usaha dan Beberapa Faktor yang Mempengaruhinya (Kasus di Kecamatan Bayat Kabupaten Klaten Jawa Tengah)*. Retrieved from <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/4260>
- Sunarya, Abas, Sudaryono dan Asep Saefullah (2011). *Kewirausahaan*. Yogyakarta: Penerbit CV Andi Offset
- Zimmerer, T.W. & Scarborough, N. M. (2008). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management, International Edition: 5th Ed.* New York: Pearson Higher Education.

## PROFIL PENULIS



Nur Ika Effendi, lahir di Padang, 07 November 1980. Gelar sarjana diraihnya pada tahun 2002, di Fakultas Ekonomi Universitas Andalas. Gelar Magister manajemen dalam Ilmu Pemasaran, diraih pada tahun 2014 juga di Fakultas Ekonomi Universitas Andalas dengan konsentrasi pemasaran. Saat ini penulis sedang menyelesaikan gelar Doktoratnya di Universitas Andalas dengan mengambil bidang penelitian *Entrepreneurship, economic human resources, dan strategic management*. Penulis sejak tahun 2008 hingga saat ini bertugas sebagai tenaga pengajar di Universitas Muara Bungo, Jambi. Penulis aktif juga aktif meneliti kajian gender dalam bidang kewirausahaan. Penulis juga aktif sebagai narasumber pada level regional dan nasional bidang penelitian, dan kewirausahaan. Penulis saat ini juga bertugas sebagai Chief Editor di beberapa jurnal nasional dan beberapa kali menerima penghargaan *best paper* dan *best presenter* di beberapa *conference*.

---

# **BAB 4**

## **JENIS, FUNGSI, DAN PERAN WIRAUSAHAWAN**

---



**Nurmahadi**

## **BAB 4**

### **JENIS, FUNGSI DAN PERAN WIRAUSAHAWAN**

Wirausahawan atau *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).

Wirausaha adalah pionir dalam bisnis, innovator, penanggung resiko, yang mempunyai penglihatan/visi ke depan, dan memiliki keunggulan berprestasi di bidang usaha. Begitupun wirausahawan adalah sebagai penggerak roda perekonomian suatu negara yang mampu menciptakan banyak lapangan pekerjaan sehingga dapat membantu upaya pemerintah mengurangi masalah pengangguran dan kemiskinan.

Beberapa ahli mengemukakan profil kewirausahaan dengan pengelompokan yang berbeda-beda. Roopke (1995) mengelompokan kewirausahaan berdasarkan pada perannya menjadi tiga kelompok, antara lain :

#### **1. Wirausahawan Rutin**

Wirausahawan yang dalam melakukan kegiatan sehari-harinya cenderung berfokus pada pemecahan masalah dan perbaikan standar prestasi tradisional. Fungsi wirausahawan rutin adalah mengadakan perbaikan terhadap standar tradisional, bukan penyusunan dan pengalokasian sumber-sumber.

## 2. Wirausahawan *Arbitrase*

Wirausahawan yang selalu mencari peluang melalui kegiatan penemuan dan pemanfaatan. Misalnya, bila tidak terjadi ekuilibrium dalam penawaran dan permintaan pasar, ia akan membeli dengan murah dan menjualnya dengan mahal.

## 3. Wirausahawan *Inovatif*

Wirausahawan dinamis yang menghasilkan ide dan kreasi baru yang berbeda. Ia merupakan promotor, tidak saja dalam memperkenalkan teknik dan produk baru, tetapi juga dalam pasar dan sumber pengadaan, peningkatan teknik manajemen, dan metode distribusi baru.

Sementara itu, Thomas Zimmerer (1996) mengelompokkan wirausahawan berdasarkan pada profilnya menjadi empat kelompok antara lain :

1. *Part-time entrepreneurship*, yaitu wirausahawan yang hanya setengah waktu melakukan usaha, biasanya sebagai hobi. Kegiatannya hanya bersifat sampingan.
2. *Home-based new ventures*, yaitu usaha yang dirintis dari rumah/tempat tinggal.
3. *Family owned-business*, yaitu usaha yang dirintis dari rumah/dimiliki oleh anggota keluarga secara turun-temurun.
4. *Copreneurs*, yaitu usaha yang dilakukan oleh dua orang wirausahawan yang bekerja sama sebagai pemilik dan menjalankan usahannya bersama-sama.

Menurut Suryana (2011) terdapat fungsi dan peran wirausaha dapat dilihat melalui dua pendekatan yaitu secara mikro dan makro.



### 1. Secara Mikro

Wirausaha memiliki dua peran yaitu sebagai penemu (*innovator*) dan perencana (*planner*). Sebagai penemu wirausaha menemukan dan menciptakan sesuatu yang baru, seperti produk, teknologi, cara, ide, organisasi, dan sebagainya. Sedangkan sebagai perencana wirausaha berperan merancang tindakan dan usaha baru merencanakan strategi usaha baru, merencanakan ide-ide dan peluang dalam meraih sukses, menciptakan organisasi perusahaan yang baru dan lain-lain.

### 2. Secara Makro

Peran wirausaha adalah menciptakan kemakmuran, pemerataan kekayaan, dan kesempatan kerja yang berfungsi sebagai mesin pertumbuhan perekonomian suatu negara. Betapa pentingnya peranan wirausaha bagi kehidupan bermasyarakat, tentunya untuk mencapai keberhasilan tersebut terdapat beberapa kerugian dan keuntungan.

Menurut Alma (2009) terdapat beberapa keuntungan yang diterima, tetapi dibalik itu semua terdapat kerugian yang menjadi faktor penghambat dalam melakukan wirausaha. Adapun keuntungan dan kerugian wirausaha adalah sebagai berikut:

#### 1. Keuntungan Berwirausaha

- a. Terbuka peluang untuk mencapai tujuan yang dikehendaki sendiri,
- b. Terbuka peluang untuk mendemonstrasikan kemampuan serta potensi seseorang secara penuh,
- c. Terbuka peluang untuk memperoleh manfaat dan keuntungan secara maksimal,

- d. Terbuka peluang untuk membantu masyarakat dengan usaha-usaha konkrit,
- e. Terbuka kesempatan untuk menjadi Bos.

## **2. Kerugian Berwirausaha**

- a. Memperoleh pendapatan yang tidak pasti, dan memikul berbagai risiko, jika risiko ini telah diantisipasi secara baik, maka berarti wirausaha telah menggeser risiko tersebut,
- b. Bekerja keras dan waktu/jam kerjanya panjang,
- c. Kualitas kehidupannya masih rendah samapi usahanya berhasil, sebab dia harus berhemat,
- d. Tanggung jawabnya sangat besar, banyak keputusan yang harus dia buat walaupun dia kurang menguasai permasalahan yang dihadapinya.

Dalam berwirausaha kerugian/kegagalan bukanlah menjadi penghalang yang berarti. Menurut Suryana (2011) terdapat faktor penyebab seseorang berhasil dan gagal dalam berwirausaha. Faktor pertama adalah adanya kemampuan dan kemauan, seseorang yang mempunyai kemampuan tetapi tidak mempunyai kemauan untuk berwirausaha maka hal ini akan sia-sia kemampuannya tersebut tidak diinterprestasikan pada kehidupan sehari-hari karena tidak mempunyai kemauan. Sebaliknya seseorang mempunyai kemauan tetapi tidak mempunyai kemampuan sebagai modal awal untuk berwirausaha. Faktor yang kedua adalah tekad yang kuat dan kerja keras contoh seseorang yang memiliki tekad yang kuat untuk mengembangkan usahanya tetapi karena hasilnya gagal maka ia berhenti sampai disitu saja tidak mau bekerja keras lagi untuk mencapai hasil yang ia harapkan. Faktor yang ketiga adalah seseorang wirausaha yang inovatif adalah mengenang peluang yang ada dengan

memanfaatkan kesempatan yang tidak datang dua kali. Selain keberhasilan, seorang wirausaha juga selalu dibayangi oleh potensi kegagalan yang akan memberikan lebih banyak pelajaran.

Menurut Zimmerer dalam Suryana (2011) mengemukakan beberapa faktor yang menyebabkan wirausaha gagal dalam menjalankan usaha barunya yaitu:

### **1. Tidak Kompeten dalam Hal Manajerial**

Tidak kompeten atau tidak memiliki kemampuan dan pengetahuan mengelola usaha merupakan faktor penyebab utama yang membuat perusahaan kurang berhasil.

### **2. Kurang Berpengalaman**

Baik dalam kemampuan teknik, memvisualisasikan usaha, mengoordinasikan, mengelola sumber daya manusia, dan mengintegrasikan operasi perusahaan.

### **3. Kurang dapat Mengendalikan Keuangan**

Agar perusahaan dapat berhasil dengan baik, faktor yang paling utama dalam keuangan adalah memelihara aliran kas, mengatur pengeluaran dan penerimaan secara cermat, kekeliruan dalam pemeliharaan 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. Kurangnya Pengawasan Peralatan**

Pengawasan erat kaitannya dengan efisiensi dan efektivitas. Kurangnya pengawasan dapat mengakibatkan penggunaan peralatan (fasilitas) perusahaan secara 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 terjadinya gagal menjadi lebih besar.

### **8. Ketidakmampuan dalam Melakukan Peralihan/Transisi Kewirausahaan**

Wirasahawan yang kurang siap menghadapi dan melakukan perubahan tidak akan menjadi wirasaha yang berhasil. Keberhasilan dalam berwirausaha hanya bisa diperoleh apabila berani mengadakan perubahan dan mampu membuat peralihan setiap waktu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Buchari Alma. 2009. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Kasmir. 2007. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Roopke . 1995. *Entrepreneurship*. New York: McGraw Hill.
- Suryana. 2011. *Kewirausahaan*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Zimmerer. W Thomas, Norman M. Scarborough. 1996. *Entrepreneurship and New Jersey*: Prentice Hall International Inc.

## PROFIL PENULIS



Nurmahadi, M. Ak. menyelesaikan pendidikan strata 1 pada tahun 2011, Di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syari'ah Bengkulu, pada program studi akuntansi syari'ah, kemudian melanjutkan pendidikan magister akuntansi di Universitas Jenderal Soedirman (UNSOED) Purwokerto, dari tahun 2016 sampai tahun 2018. Pengalaman bekerja dibidang akuntansi dan keuangan diawali dari tahun 2011, sebagai chief accounting dan finance di Prioritas Group Cabang Bengkulu. Pengalaman mengajar sebagai dosen, diawali dari tahun 2013, sebagai dosen tetap di Akademi Komunitas Negeri Bengkulu. Dan sampai sekarang juga sebagai dosen di STIE Syari'ah Bengkulu dan Politeknik Negeri Bengkulu.

---

**BAB 5**  
**KREATIVITAS DAN INOVASI DALAM**  
**BERWIRAUSAHA**

---



**Erny Rachmawati**

## **BAB 5**

### **KREATIVITAS DAN INOVASI DALAM BERWIRAUSAHA**

#### **A. Pendahuluan**

Ketika sedang berdiri, suatu perusahaan tentu memiliki cita-cita bahwa usahanya akan maju dan berkembang. Pada masa-masa awal, suatu perusahaan masih memiliki motivasi yang kuat dalam menjalankan usahanya. Pada masa-masa ini perusahaan rela berkorban demi mendapatkan simpati agar masyarakat bisa menerima kehadirannya dengan menjual produk andalan. Pengorbanan perusahaan untuk memperkenalkan produknya tentu membutuhkan biaya yang cukup besar, karena perusahaan melakukan promosi gencar. Promosi yang dilakukan antara lain adalah melalui berbagai iklan, face to face berhadapan dengan calon konsumen, hingga memberikan hadiah berupa bonus jika membeli produknya.

Pada tahap pengenalan, perusahaan memiliki tujuan utama yaitu produknya dapat diterima masyarakat. Selanjutnya ketika produk dapat diterima oleh masyarakat dengan bertambahnya pembelian maka perusahaan mengalami masa pertumbuhan. Pada masa pertumbuhan ini tentusaja konsumen bertambah banyak dan para pesaing juga bermunculan. Jika perusahaan mampu melewati masa pertumbuhan ini maka perusahaan mulai mengalami masa dewasa sebagai puncak kejayaan yang ditandai dengan tingginya penjualan. Pada masa kejayaan ini perusahaan tentu saja menghadapi ujian yang lebih berat yaitu berusaha mempertahankan posisi kejayaan di tengah semakin banyaknya persaingan yang otomatis



produk sejenis bertambah banyak. Hal itu berarti konsumen semakin mudah memilih produk sejenis dengan merek lain. Jika perusahaan tidak mampu menghadapi persaingan tersebut maka akan menghadapi penjualan produk yang semakin menurun. Jika perusahaan mulai menghadapi masa penurunan seharusnya perusahaan segera mengantisipasi untuk mendongkrak penjualan. Cara yang bisa ditempuh adalah dengan mengeluarkan produk baru atau memperbaiki produk lama dari sisi tampilan, kualitas dan manfaat, atau dapat dikatakan sebagai memperbaiki produk dengan cara inovasi melalui kreatifitas. Namun tidak sembarang orang memiliki sisi mampu menciptakan kreativitas dan inovasi produk.

### **B. Pengertian Wirausaha**

Seperti halnya dengan perusahaan tersebut di atas, seseorang yang ingin berwirausaha tentu harus memiliki tekad yang kuat untuk berwirausaha. Seorang wirausaha sejati akan lebih banyak berbuat daripada berbicara. Seorang wirausahawan selalu memiliki ide-ide baru yang memunculkan kreatifitas tertentu dalam menciptakan produknya sebagai bagian dari hasil inovasi.

Menurut Fahmi (2013), wirausahawan adalah mereka yang menghubungkan gagasan kreatif dengan tindakan dan struktur bisnis tertentu. Seorang wirausahawan berfikir untuk mengambil keputusan dan mengambil keputusan dengan berfikir. Seorang wirausahawan adalah mereka yang mengambil tindakan. Setiap pemikiran yang dibangun menempatkan sisi keunikan, sesuatu yang dianggap oleh orang lain itu sederhana maka di mata seorang wirausahawan itu menjadi sesuatu yang luar biasa.

Bagi seorang wirausahawan sejati, membangun usaha bukan sekedar bertujuan untuk meraih keuntungan finansial saja namun lebih dari itu. Membangun dan mengembangkan bisnis adalah sebuah

prestasi yang membanggakan dan itu lebih daripada uang. Yang membuat wirausahawan bergerak maju adalah hal-hal yang lebih kompleks, dan lebih luhur daripada sekedar uang. Kewirausahaan lebih mengenai menjalankan sendiri apa yang diinginkan, yaitu tentang sesuatu yang tampaknya tidak mungkin.

Menurut Alma (2001), ciri-ciri dan sifat yang perlu dimiliki wirausaha:

1. Percaya diri. Rasa percaya diri ini menunjukkan bahwa seseorang tidak bergantung pada orang lain. Seorang wirausaha memiliki emosional yang stabil, tidak gampang tersinggung atau naik pitam. Selain itu tingkat sosialnya tinggi, suka menolong orang lain, dan dekat dengan sang Khalik.
2. Berorientasi tugas dan hasil. Seorang wirausaha membuktikan pada hasil bukan mengedepankan prestis diri, Karena prestise akan mengikuti setelah keberhasilan.
3. Pengambil resiko. Seorang wirausaha mampu menghadapi segala tantangan seperti persaingan, naik turunnya harga, barang tidak laku, dsb.
4. Kepemimpinan. Seorang wirausahawan memiliki jiwa sebagai pemimpin yang baik dan harus mau menerima kritik dari bawahan, serta harus bersifat responsif.
5. Keorisinalan. Sifat keorisinilan ini maksudnya adalah tidak mengekor pada orang laian tapi memiliki pendapatnya sendiri, memiliki ide sendiri, da nada kemampuan melaksanakan sesuatu.
6. Berorientasi masa depan. Seorang wirausahawan haruslah perspektif, mempunyai visi ke depan, apa yang hendak dilakukannya, apa yang ingin dicapai.

Fadel Muhammad menyatakan bahwa terdapat tujuh ciri yang merupakan identitas yang melekat pada diri seorang

wirausahawan, yaitu kepemimpinan, inovasi, cara mengambil keputusan, sikap tanggap terhadap perubahan, bekerja secara ekonomis dan efisien, visi masa depan, sikap terhadap resiko.

7. Kreativitas. Sifat keorisinalan seorang wirausaha menuntut adanya kreativitas dalam pelaksanaan tugasnya.

### C. Pengertian Kreativitas

Menurut Fahmi (2013), William Plomer menyatakan bahwa, Kreativitas adalah kekuatan untuk menghubungkan sesuatu yang tampaknya tidak berhubungan. Kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan gagasan-gagasan baru untuk menemukan cara-cara baru dalam melihat masalah dan peluang. 'Think to do something different', artinya seorang wirausahawan memiliki pemikiran berbeda. Karena berbeda maka ada sesuatu yang tidak ada pada orang kebanyakan. Ada sisi keunikan yang dirasa dapat dijual. Sebuah produk akan dibeli jika mengandung nilai keunikan, dan keunikan itu akan diperoleh dengan membangun kreativitas.

Schumpeter mengatakan bahwa membangun sifat dan sikap kreatif sangat baik dan begitu bernilai positif bagi suatu negara. Seperti halnya di Cina yang menerapkan warganya agar bekerja, tidak ada yang tidak bekerja, sehingga masyarakat Cina sangat kreatif dalam berusaha dan menciptakan berbagai kreativitas. Namun prinsip Cina berbeda dengan di Indonesia sehingga tanggung jawab kita bersama untuk perlahan-lahan mengubah dan mewujudkan teori Schumpeter tersebut. Oleh karena itu optimism harus dibangun apalagi jika seluruh penduduk Indonesia memiliki optimoptimism begitu tinggi dalam membangun dan berkarya untuk kemajuan negara.

Dalam menjalankan bisnis memang dibutuhkan kreativitas termasuk yang mengedepankan efisiensi, dan salah satu cara menerapkan efisiensi dalam berbisnis di tahap awal dapat memulai

bisnis dari rumah (home-base business). Beberapa factor yang menyebabkan banyak wirausahawan memilih rumah sebagai lokasi pilihan dalam berwirausaha adalah:

1. Menjalankan bisnis dari rumah meminimalkan biaya awal dan operasi
2. Perusahaan bisnis dari rumah memungkinkan pemiliknya dapat mempertahankan gaya hidup dan gaya kerja fleksibel. Banyak wirausahawan bisnis di rumah menikmati menjadi bagian dari 'angkatan kerja berkerah terbuka'.
3. Teknologi, yang mengubah banyak rumah-rumah biasa menjadi 'vila elektronik' memungkinkan wirausahawan dapat menjalankan berbagai macam bisnis dari rumahnya.

Menurut Alma (2001), sifat keorisinalan seorang wirausaha menuntut adanya kreativitas dalam pelaksanaan tugasnya. Kreativitas adalah menghadirkan suatu gagasan baru. Sedangkan menurut pendapat dari Semiawan (1984), kreativitas diartikan sebagai kemampuan untuk menciptakan suatu produk baru. Produk baru artinya tidak seluruhnya baru tapi dapat merupakan bagian-bagian produk saja. Kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru atau melihat hubungan-hubungan baru antara unsur, data, variable yang sudah ada sebelumnya.

Berdasar itu semua, definisi kreativitas dapat dibedakan berdasar person, proses, produk, dan press. Definisi berdasar person menyatakan bahwa '*Creativity refers to the abilities that are characteristic of creative people*'. (Guilford, 1950). Definisi berdasar proses menyatakan bahwa '*Creativity is a process that manifest itself in fluency, in flexibility as well in originality of thinking*'. (Munanadar, 1987). Definisi yang menekankan pada produk menyatakan bahwa '*The ability to bring something new into existence*'. (Baron, 1983). Definisi yang

menekankan pada press menyatakan bahwa '*Creativity can be regarded as the quality of products or responses judged to be creative by appropriate observers*'. (Amabile, 1983).

Selanjutnya, Guilford menyatakan bahwa ada lima ciri kemampuan berfikir kreatif, yaitu kelancaran (*fluency*), keluwesan (*flexibility*), keaslian (*originality*), penguraian (*elaboration*), dan permumusan kembali (*redefinition*). Kelancaran adalah kemampuan untuk menghasilkan banyak gagasan. Keluwesan adalah kemampuan untuk mengemukakan bermacam-macam pemecahan masalah atau pendekatan terhadap masalah. Orisinalitas adalah kemampuan untuk mencetuskan gagasan dengan cara-cara yang asli, tidak klise. Elaborasi adalah kemampuan untuk menguraikan sesuatu secara terinci. Redefinisi adalah kemampuan untuk meninjau suatu persoalan berdasarkan perspektif yang berbeda dengan apa yang sudah diketahui oleh banyak orang.

Intisari dari beberapa definisi kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata, yang relative berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya. (Supriadi, 1994).

Suryana & Bayu (2010) menjelaskan bahwa Roger Von Oech dalam bukunya '*Whack on the side of the Hend*', mengidentifikasi sepuluh kunci mental dari kreativitas atau '*Mental tock of creativity*', atau disebut sebagai hambatan-hambatan kreativitas, yaitu:

1. *Searching for the one 'right' answer*, yaitu berusaha untuk menemukan suatu asumsi hanya satu jawaban yang benar atau satu pemecahan yang benar dalam memecahkan suatu masalah. Ia tidak terbiasa dengan beberapa jawaban atau pandangan yang berbeda.
2. *Focusing on 'being logical'*, yaitu terfokus pada berpikir logika tidak bebas menggunakan berpikir non logika khususnya dalam

berimajinasi berpikir kreatif, padahal dalam berkreasi (intuisi dari Von Oech) kita dapat berpikir bebas tentang segala sesuatu yang berbeda dan bebas pula menggunakan berpikir non logika khususnya dalam fase berpikir kreatif (*to think something different and to freely use no logical thinking, especially in the imaginative phase of the creative process*).

3. *Blindly following the rules*, yaitu berlandung pada atauran yang berlaku (kaku). Kreativitas sangat tergantung pada kemampuan untuk selalu tidak kaku pada aturan, sehingga dapat melihat cara-cara baru untuk mengerjakan sesuatu (*new ways of doing things*).
4. *Cosntantly being practical*, yaitu terikat pada kehidupan praktis semata yang membatasi ide-ide kreatif.
5. *Viewing play as frivolous*. Memandang bermain sebagai sesuatu yang tidak karuan. Anak-anak dapat belajar dari bermain, yaitu dengan cara menciptakan cara-cara baru dalam memandang sesuatu yang lama dan belajar tentang apa yang boleh dilakukan dan apa yang tidak boleh dilakukan. (*create new ways of looking at old things and learn what works and what doesn't*). Wirausaha dapat belajar dengan mencoba pendekatan baru dan penemuan baru. Kreativitas dapat diciptakan apabila wirausaha mau belajar dari bermain. Seseorang yang memandang permainan sebagai hal yang sia-sia cenderung membatasi berpikir kreatif.
6. *Becoming early specialized*, yaitu terlalu spesialisasi. Spesialisasi membatasi kemampuan untuk melihat masalah lain. Adapun orang yang berpikir kreatif cenderung bersifat eksploratif dan selalu mencari ide-ide di luar bidang spesialisasi.
7. *Avoiding ambiguity*. Menghindari pengulangan merupakan hambatan untuk berpikir kreatif. Padahal kemenduaan (*ambiguity*) dapat menjadi kekuatan yang mendorong kreativitas,

dan mendorong berpikir sesuatu yang berbeda (*to think something different*). Karena itu, menghindari kenetralan merupakan hambatan berpikir kreatif.

8. *Fearing looking foolish*. Berpikir kreatif bukan tempatnya bagi orang kompromistis (berpikir kompromi). Ide-ide baru jarang muncul dalam lingkungan yang kompromistis. Orang yang cenderung kompromistis tidak senang melihat orang yang nekad (*foolish*). Takut untuk berbuat nekad merupakan hambatan untuk berpikir kreatif.
9. *Fearing mistakes and failure* (takut salah dan gagal). Orang kreatif menyadari bahwamencoba sesuatu yang baru pasti membawa kegagalan. Kegagalan merupakan pengalamanbelajar bagaimana cara untuk meraih sukses.
10. *Believing that 'I'm not creative'*. Setiap orang berpotensi untuk kreatif. Takut pada ketidakmampuan untuk berbuat kreatif merupakan hambatan berpikir kreatif.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin kompleks dan ekonomi global, menurut Zimmerer, kreativitas tidak hanya penting untuk menciptakan keunggulan kompetitif, akan tetapi juga sangat penting bagi kesinambungan perusahaan (*survive*). Artinya, bahwa dalam menghadapi tantangan global, diperlukan sumber daya manusia kreatif dan inovatif atau berjiwa kewirausahaan. Wirausahalah yang dapat menciptakan nilai tambah dan keunggulan. Nilai tambah ini diciptakan melalui kreativitas dan keinovasian, atau *thinking new thing and doing new thing or create the new and different*.

Zimmerer mengemukakan beberapa kaidah atau kebiasaan kewirausahaan (*enterepreneur 'rules to live by*), yaitu:

1. *Create, innovate, and activate*, yaitu ciptakan, temukan dan aktifkan. Wirausaha selalu memimpikan ide baru, dan selalu

bertanya 'apa mungkin' atau 'mengapa tidak' dan menggunakan inovasinya ke dalam kegiatan praktis.

2. *Always be on the lookout for new opportunities*, yaitu selalu mencari peluang baru. Wirausaha harus selalu mencari peluang baru atau menemukan cara baru untuk menciptakan peluang.
3. *Keep it simple*, yaitu berpikir sederhana. Wirausaha selalu mengharapkan umpan balik sesegera mungkin, dan berusaha dengan cara yang tidak rumit.
4. *Try it, fix it, do it*, yaitu selalu mencoba, memperbaiki, dan melakukannya. Wirausaha berorientasi pada tindakan. Bila ada ide, wirausaha akan segera mengerjakannya.
5. *Shoot for the top*, yaitu selalu mengejar yang terbaik, terunggul, dan ingin cepat mencapai sasaran. Wirausaha tidak pernah segan, mereka selalu bermimpi besar. Meskipun tidak selalu benar, mimpi besar merupakan sumber penting untuk inovasi dan visi.
6. *Don't be ashamed to start small*, yaitu jangan malu untuk memulai dari hal yang kecil. Banyak perusahaan besar yang berhasil karena dimulai dari usaha kecil.
7. *Don't fear failure learn form it*, yaitu jangan takut gagal, belajarlah dari kegagalan. Wirausaha harus tahu bahwa inovasi yang terbesar berasal dari kegagalan.
8. *Never give up*, yaitu tidak pernah menyerah atau berhenti karena wirausaha bukan orang yang gampang menyerah.
9. *Go for it*, yaitu untuk terus mengejar apa yang diinginkannya. Karena pantang menyerah, maka ia selalu mengejar apa yang belum dicapainya. Sebelum tujuannya tercapai maka ia akan mengejarnya.



#### D. Pengertian Inovasi

Menurut Alma (2001), inovasi adalah penerapan secara praktis gagasan yang kreatif. Sedangkan menurut Fahmi (2013), inovasi produk adalah sesuatu yang mutlak harus dilakukan. Meskipun produknya sama namun tetap ada bagian yang berbeda dengan kebanyakan produk lainnya. Karena seorang wirausahawan hidupnya dengan inovasi (penemuan baru). Setiap ide dan pemikiran baru pasti sering mengalami kegagalan, namun seorang wirausahawan sejati diajarkan untuk melihat semua ini sebagai bagian dari proses.

Jika saat menjalani proses inovasi menemui kegagalan maka kegagalan adalah awal dari kesuksesan. Kegagalan yang diterimanya merupakan pelajaran untuk mengetahui dimana kelemahan atau kesalahan yang telah dilakukan. Artinya memiliki kesempatan untuk memperbaiki kesalahan sebagai penyempurnaan. Salah satu dampak positif dari kegagalan adalah dapat dijelaskan kepada calon wirausahawan muda lainnya bagaimana membangun produk agar terhindar dari kesalahan, sebab salah satu sifat bijak seorang inovator adalah mampu menginovasi orang lain untuk berbuat inovasi juga. Konsep inovasi memilih yang terbaik dari berbagai ide tersebut. Sifat selektif diperlukan apalagi jika menyangkut dengan pemilihan bentuk bisnis yang nantinya akan diikuti dengan implikasi dari bisnis yang dipilih tersebut seperti untung dan rugi.

Ada adegium yang berlaku di dunia inovasi bahwa sesuatu yang disebut hari ini sebagai barang baru maka esok hari itu disebut sebagai barang lama. Artinya inovasi tidak berhenti sebatas hari ini saja tapi harus terus berkarya dalam menemukan hal baru.

Suryana & Bayu (2010) menyatakan bahwa inovasi adalah menjadi sesuatu yang dapat diimplementasikan dan memberikan nilai tambah atas sumber daya yang kita miliki. Untuk senantiasa dapat berinovasi maka memerlukan kecerdasan kreatif (*creative intelligence*).

Caranya, dengan berlatih untuk senantiasa menurunkan gelombang otak sedemikian rupa sehingga kita dapat mencapai hati nurani sebagai sumber kreativitas dan intuisi bisnis kita.

Penemuan hal baru atau inovasi tersebut dipadukan dengan banyak bergaul pada setiap lapisan/kalangan, seseorang akan kaya berbagai cara yang dilakukannya orang yang telah berhasil dalam usahanya, sehingga melalui peniruan berbagai hal dari relasi, mitra atau kolega usahanya (imitasi). Dengan memadukan inovasi dan imitasi akan memperoleh keinginan tanpa banyak memerlukan pengorbanan yang berarti.

Semangat berinovasi seseorang akan dapat diamati pada saat ia bekerja dalam kegiatan yang menyangkut inovasi. Semangat bekerja inovatif individu sangat penting karena dalam melakukan pekerjaan inovatif terdapat resiko yang besar disbanding pekerjaan rutin. Ada bebarap ciri intrinsic individu yang memiliki semangat bekerja inovatif, yaitu:

1. Ketertarikan akan pekerjaan inovatif itu sendiri;
2. Antusiasme dan perasaan optimis dalam melakukan pekerjaan inovatif;
3. Ketertarikan akan tantangan yang dihadapi pada saat memecahkan masalah;
4. Keyakinan yang kuat pada idenya;
5. Keinginan untuk mengambil resiko.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari (2001). *Kewirausahaan*. Alfabeta, Bandung
- Fahmi, Irham. (2013). *Kewirausahaan, Teori, Kasus Dan Solusi*. Alfabeta, Bandung.
- Semiawan, Conny (1984). *Memupuk Bakat dan Kreativitas Siswa Sekolah Menengah*. Gramedia, Jakarta.
- Supriadi, Dedi. (1994). *Kreativitas Kebudayaan dan Perkembangan IPTEK*. Alfabeta, Bandung.
- Suryana, Yuyus & Bayu, Kartib. (2010). *Kewirausahaan, Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*. Prenadamedia group, Jakarta.

## PROFIL PENULIS



Dr. Erny Rachmawati, SE., MM adalah salah satu dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Penulis lahir di Yogyakarta tahun 1967 dan tinggal di Purwokerto sejak tahun 1995. Pengalaman pendidikannya adalah S1 Akuntansi & S2 (MM) di UII Yogyakarta. S1 lulus tahun 1994, dan S2 lulus tahun 2000. Sedangkan S3nya adalah lulusan Program Doktor Ilmu Manajemen Unsoed, tahun 2021. Beliau memiliki karya ilmiah berupa hasil-hasil pengabdian masyarakat dan beberapa hasil penelitian serta aktif dalam menulis book chapter. Beberapa karya ilmiahnya tersebut telah dipublikasikan. Karya ilmiah hasil-hasil penelitiannya dapat ditelusuri melalui Google Scholar. Saat ini beliau adalah anggota organisasi Forsiladi Jawa Tengah. Penulis dapat dihubungi via email [ernyrachmawati67@gmail.com](mailto:ernyrachmawati67@gmail.com).

---

**BAB 6**  
**MODAL DASAR KEWIRAUSAHAAN**

---



**Hendra Galuh Febrianto**

## **BAB 6**

### **MODAL DASAR KEWIRAUSAHAAN**

#### **A. Pendahuluan**

Setiap orang memiliki kesempatan dan peluang untuk menjadi wirausahawan. Untuk memperoleh kesempatan dan peluang tersebut, seseorang yang ingin menjadi wirausahawan harus memiliki kemauan, kemampuan dan pengetahuan (intelektual). Dalam berwirausaha, seorang wirausaha tidak akan berhasil jika ia tidak memiliki kemauan, kemampuan, dan pengetahuan. Ada atau memiliki kemauan tetapi tidak memiliki kemampuan dan pengetahuan, tidak akan menjadi wirausaha sukses. Begitu pula sebaliknya, memiliki kemampuan dan pengetahuan tetapi tidak memiliki kemauan juga tidak akan berhasil di dalam berwirausaha. Oleh karena itu, untuk menjadi wirausahawan yang sukses, hal pertama kali yang harus dilakukan adalah mengetahui apa saja yang menjadi modal dasar berwirausaha agar kelak dapat mencapai kesuksesan yang diinginkan.

#### **B. Definisi Modal Dasar Kewirausahaan**

Berikut dijelaskan beberapa pengertian modal menurut beberapa ahli :

Alam S., modal adalah segala sumber daya hasil produksi yang tahan lama dan dapat digunakan sebagai input produktif dalam proses produksi berikutnya. Menurut Ivan Lestari, modal adalah tiap-tiap hasil (produk) yang digunakan untuk menghasilkan produk selanjutnya. Menurut Sugiarto, modal adalah seluruh aktiva perusahaan yang digunakan untuk mendapatkan penghasilan.

### C. Bentuk Modal Kewirausahaan

Berikut bentuk modal-modal kewirausahaan yang telah digolongkan berdasar wujud dan kebutuhan.

#### 1. Berdasarkan Wujudnya

Dalam kewirausahaan, modal tidak selalui dentik dengan modal yang berwujud (*tangible*) seperti uang dan barang, tetapi juga modal yang tidak berwujud (*intangible*) seperti modal intelektual, modal sosial, modal moral dan modal mental yang dilandasi agama. Secara garis besar, modal kewirausahaan dapat dibagi ke dalam tiga jenis, yaitu: modal kemauan, kemampuan, dan pengetahuan; modal insani kewirausahaan; dan modal motivasi.

##### a. Modal Kemauan, Kemampuan, dan Pengetahuan

###### 1) Modal Kemauan

Kemauan adalah tekad atau niat yang kuat dan motivasi yang tinggi. Tekad, niat dan motivasi atau disebut kemauan adalah modal utama yang harus ada pertama kali. Karena dengan tekad, niat dan kemauan serta motivasi yang kuat akan membuat seseorang tersebut bersungguh-sungguh untuk mencapai sesuatu yang diinginkan. Dengan modal kemauan yang keras ini diharapkan adanya komitmen yang tinggi dalam diri seorang sehingga tidak akan pernah menyerah sebelum berhasil khususnya dalam menjalankan sebuah usaha atau menjadi wirausaha.

###### 2) Modal Kemampuan

Kemauan dan tekad saja tidak cukup apabila digunakan sebagai modal untuk berwirausaha. Untuk memperoleh peluang berwirausaha diperlukan modal kemampuan (keterampilan). Kemampuan harus dimiliki sebab yang dihadapi seorang wirausaha adalah resiko dan tantangan. Bila hanya bermodal nekat dan tanpa memiliki keterampilan untuuk memperhitungkan risikonya maka

yang dihadapi adalah sebuah kegagalan. Oleh sebab itu, kemampuan atau keterampilan yang harus dimiliki dalam berwirausaha diantaranya:

- a) Keterampilan konseptual, merupakan keterampilan merumuskan sesuatu yang belum ada atau sesuatu yang sudah ada menjadi sesuatu yang baru dan berbeda, mengonsep nilai tambah baru, mengonsep kebaruan barang dan jasa, mengonsep kegunaan baru, mengonsep kemudahan baru, mengonsep keunggulan baru.
- b) Keterampilan kreatif, untuk menghasilkan ide-ide baru, khayalan-khayalan baru dan gagasan-gagasan baru untuk menghasilkan nilai tambah.
- c) Keterampilan dalam memimpin dan mengelola, untuk membuat perubahan-perubahan secara dinamis agar lebih unggul terdepan.
- d) Keterampilan berkomunikasi dan berinteraksi, merupakan keterampilan untuk bekerja untuk bekerja sama membuat jejaring (*network*) untuk mengomunikasikan hasil berfikir kreatif.
- e) Keterampilan teknik usaha, merupakan keterampilan khusus untuk menjalankan usaha seperti keterampilan untuk mengkombinasikan sumber daya, keterampilan untuk menghasilkan produk baru, keterampilan untuk memasarkan, keterampilan untuk menghitung resiko, keterampilan untuk membukukan, mengadministrasikan, dan keterampilan-keterampilan lainnya.

### 3) Modal Pengetahuan (Intelektual)

Banyak penelitian yang mencoba untuk menjelaskan atau mengkasifikasikan apa yang dimaksud dengan modal intelektual.



Modal yang pertama dikembangkan oleh Petrash dalam Bambang Setiarso di sebut value platform. Modal yang dikembangkan tersebut biasa disebut dengan model klasifikasi. Petrash mencoba menjelaskan bahwa modal intelektual adalah modal manusia, modal organisasional dan modal pelanggan. Model yang dikembangkan oleh Lowendahl dalam Hong mengembangkan model yang sebelumnya dengan beberapa modifikasi dan membagi kategori kompetensi dan hubungan menjadi dua sub kelompok yaitu individual dan kolektif.

Model yang dikembangkan Stewart membagi dan mengelompokkan modal intelektual menjadi tiga bentuk dasar yaitu : modal manusia, modal structural, dan modal pelanggan. Menurut Hong mengungkapkan The Danish Confederation of Trade Unions (1999) yang melakukan pengelompokan modal intelektual menjadi sumber daya oaring, sistem dan pasar.

Modal intelektual secara ringkas digambarkan sebagai berikut :

a) Human Capital

Menurut Ross karyawan atau anggota menghasilkan intellectual capital melalui kompetensi mereka, sikap mereka di perusahaan dan kelincahan dan kreatifitas intelektual mereka. Kompetensi meliputi kemampuan keterampilan dan tingkat pendidikan, sementara sikap meliputi komponen perilaku keseharian dan kerja karyawan. Kelincahan intelektual membuat seseorang untuk mengubah praktik dan memikirkan solusi inovatif untuk masalah.

b) Struktur Modal

Modal structural mencakup semua non manusia gudang pengetahuan dalam organisasi yang meliputi database, bagan organisasi, proses manual, strategi, rutinitas dan segala hal yang nilainya bagi perusahaan lebih besar dari nilai materinya.

Menurut Bontis apabila suatu organisasi memiliki sistem miskin dan prosedur dimana untuk melacak tindakannya. Modal intelektual secara keseluruhan tidak akan mencapai potensi sepenuhnya. Organisasi dengan modal struktural yang kuat akan memiliki budaya yang mendukung yang memungkinkan individu untuk mencoba hal baru, belajar, dan gagal. Modal structural adalah link penting yang memungkinkan modal intelektual untuk diukur pada tingkat analisis organisasi.

c) Modal Pelanggan

Tema utama dari modal pelanggan adalah pengetahuan tertanam dalam saluran pemasaran dan hubungan pelanggan bahwa organisasi berkembang melalui perjalanan melalui bisnis. Hubert Saint Onge mendefinisikan yang lebih baru telah memperluas kategori untuk mencakup modal rasional yang berlaku meliputi pengetahuan tertanam dalam semua hubungan organisasi berkembang baik itu dari pelanggan, competitor, pemasok, asosiasi perdagangan atau Pemerintah.

b. Modal Insani Kewirausahaan

1) Modal Sosial

Teori modal sosial pertama kali diperkenalkan secara sistematis oleh Bourdieu pada tahun 1972 dan Coleman pada tahun 1988. Definisi mendasar yang diperkenalkan adalah modal sosial merupakan sumber daya yang melekat dalam hubungan sosial. Definisi tentang modal sosial telah dipaparkan oleh para ahli sebagai berikut:

- a) Menurut Putnam, modal sosial adalah karakteristik organisasi sosial, seperti jaringan, norma-norma dan kepercayaan sosial, yang memudahkan koordinasi dan kerjasama untuk manfaat bersama.

- b) Menurut Fujiwara dan Kawachi, modal sosial adalah sumber-sumber daya yang diakses oleh individu-individu dan kelompok-kelompok dalam sebuah struktur sosial, yang memudahkan kerjasama, tindakan kolektif, dan terpeliharanya norma-norma.
- c) Fukuyama memberikan definisi modal sosial: "social capital can be defined simply as an instantiated set of informal values or norms shared among members of a group that permits them to cooperate with one another". Modal sosial secara sederhana didefinisikan sebagai kumpulan nilai-nilai atau norma-norma informal secara spontan yang terbagi di antara para anggota suatu kelompok yang memungkinkan terjalinnya kerjasama di antara mereka.

Jadi, modal sosial adalah investasi sosial yang meliputi sumber daya sosial seperti jaringan, kepercayaan, nilai dan norma serta kekuatan menggerakkan dalam struktur hubungan sosial untuk mencapai tujuan individual atau kelompok secara efektif dan efisien.

Menurut Jousari Hasbullah, unsur-unsur pokok dalam modal sosial adalah sebagai berikut:

- a) Partisipasi dalam suatu jaringan

Kelompok yang dibangun atas dasar kesamaan orientasi dan tujuan dengan ciri pengelolaan organisasi yang lebih modern akan memiliki tingkat partisipasi anggota yang lebih baik dan rentang jaringan yang lebih luas.

- b) *Reciprocity*

Kecenderungan saling tukar kebaikan antar individu dalam suatu kelompok selalu mewarnai modal sosial. Seseorang atau banyak orang dari suatu kelompok memiliki semangat membantu yang lain tanpa mengharapkan imbalan seketika. Hal ini didasari oleh nuansa

altruism (semangat untuk membantu dan mementingkan kepentingan orang lain).

c) *Trust*

*Trust* atau rasa percaya merupakan bentuk keinginan untuk mengambil risiko dalam hubungan sosial yang didasari perasaan yakin bahwa yang lain akan melakukan sesuatu seperti yang diharapkan dan akan bertindak dalam suatu pola tindakan yang saling mendukung dan tidak merugikan diri dan kelompoknya.

d) Norma Sosial

Norma sosial merupakan sekumpulan aturan yang diharapkan dipatuhi dan diikuti oleh anggota masyarakat pada suatu entitas sosial tertentu. Contoh norma sosial: bagaimana cara menghormati pendapat orang lain, norma untuk hidup sehat, norma untuk tidak mencurangi orang lain.

e) Nilai-nilai

Nilai adalah sesuatu ide yang telah turun temurun dianggap benar dan penting oleh anggota kelompok masyarakat, misalnya: nilai prestasi, kerja keras, kompetisi dan nilai harmoni.

f) Tindakan Proaktif

Tindakan Proaktif adalah keinginan yang kuat dari anggota kelompok untuk tidak saja berpartisipasi tetapi senantiasa mencari jalan bagi keterlibatan mereka dalam suatu kegiatan masyarakat seperti misalnya: membersihkan lingkungan tempat tinggal, berinisiatif menjaga keamanan bersama.

2) Modal Mental dan Moral

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

- a) Keberanian untuk menghadapi resiko;
- b) Keberanian untuk menghadapi tantangan.;
- c) Keberanian untuk melakukan perubahan;
- d) Keberanian untuk mengadakan pembaharuan;
- e) Keberanian untuk menjadi lebih unggul.

Modal mental diwujudkan dengan bentuk keberanian untuk menghadapi resiko dan tantangan, keberanian melakukan perubahan dan mengadakan pembaharuan, serta berani menjadi yang lebih unggul. Dengan mental yang unggul wirausahawan tidak akan memiliki pemikiran asal-asalan, seperti asal ada, asal jadi, asal terjual, asal dapat uang dan seterusnya. Akan tetapi wirausahawan yang memiliki mental unggul akan berfikir untuk mengembangkan usahanya agar lebih baik, lebih bernilai, lebih berguna dan seterusnya.

Sedangkan modal moral adalah keyakinan dan kepercayaan bahwa Tuhan Yang Mahakuasa sudah menjamin semua umat manusia dengan menciptakan segala ciptaannya dan untuk menggali ciptaannya, manusia dilengkapi dengan akal dan pikiran. Dengan dilengkapi akal dan pikiran serta kelengkapan dan kesempurnaan yang dimiliki, manusia bisa memanfaatkan dan mengembangkan segala yang diciptakan-Nya untuk digunakan dalam berusaha. Karena modal moral ini digunakan untuk menyeimbangkan dengan modal mental dan keberanian.

Modal moral akhir-akhir ini banyak dibicarakan oleh para pakar. Salah satu buku yang membicarakan aspek modal ini adalah *Moral Intelligence: Enhancing Business Performance and Leadership Success* yang ditulis oleh Doug Lennick & Fred Kiel (2005). Kedua pakar ini menyusun alat pengukur Moral Competency Inventory (Inventori untuk mengukur kompetensi moral). Ada empat komponen modal moral yang membuat seseorang memiliki

kecerdasan moral yang tinggi yakni Integritas (*integrity*), Tanggung-jawab (*responsibility*), Penyayang (*compassionate*), dan Pemaaf (*forgiveness*).

c. 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 rendahnya motivasi wirausahawan. Apabila usaha yang dilakukan kurang dan penuh keraguan maka usaha yang dihasilkan akan kurang maksimal dan berakibat kegagalan.

## 2. Berdasarkan Kebutuhan

Di dalam menjalankan sebuah usaha, ada tiga jenis modal usaha yaitu :

- a. Modal Investasi Awal, modal investasi awal adalah jenis modal yang harus dikeluarkan pada awal memulai usaha, dan biasanya dipakai untuk jangka panjang. Contoh modal usaha ini adalah bangunan, peralatan seperti komputer, kendaraan, perabotan kantor dan barang-barang lain yang dipakai untuk jangka panjang. Macam-macam Investasi, sebagai berikut:
  - 1) Investasi Baru, artinya pembelian berbagai barang modal untuk jangka waktu tertentu sebagai tambahan persediaan barang-barang modal yang telah ada.
  - 2) Investasi Ulang, artinya nilai dari barang-barang modal yang dipergunakan untuk mengganti barang modal yang telah tua.
  - 3) Investasi tidak langsung adalah investasi yang terjadi secara tidak langsung sebagai akibat tambahan permintaan yang mula-mula ditujukan pada barang konsumsi.

- 4) Investasi bebas, artinya investasi yang tidak tergantung pada besarnya pendapatan.

- b. Modal Kerja

Modal kerja adalah modal yang harus dikeluarkan untuk membeli atau membuat barang dagangan Anda. Modal kerja ini bisa dikeluarkan setiap bulan, atau setiap datang order.

Prinsipnya, tanpa modal kerja, Anda tidak akan bisa menyelesaikan order Anda atau tidak memiliki barang dagangan. Nanti, bisa-bisa Anda malah tidak akan dapat pembeli karena barangnya saja tidak ada. Itulah pentingnya modal kerja.

- c. Modal Operasional

Modal operasional adalah modal yang harus Anda keluarkan untuk membayar biaya operasi bulanan dari bisnis Anda. Contohnya pembayaran gaji pegawai, pulsa telepon bulanan, PLN, air, bahkan retribusi.

## D. Kesimpulan

Modal dasar kewirausahaan adalah segala sumber daya hasil produksi maupun seluruh aktiva perusahaan yang digunakan dalam memulai wirausaha.

Untuk menjadi wirausahawan, terdapat dua (2) bentuk modal dasar kewirausahaan sebagai berikut:

1. Berdasarkan Wujud
  - a. Modal Kemauan, Kemampuan, dan Pengetahuan
  - b. Modal Insani Kewirausahaan
    - 1) Modal Sosial
    - 2) Modal Mental dan Moral
  - c. Modal Motivasi
2. Berdasarkan Kebutuhan

- a. Modal Investasi awal
- b. Modal Kerja
- c. Modal Operasional



## DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, D. (2018). Pengaruh Modal Usaha, Orientasi Pasar, Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Ukm Kota Makassar. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspi*
- El Hasanah, L. L. N. (2018). Pengembangan Wirausaha Muda Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Studi Pemuda*, 4(2), 268.  
<https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.36812>
- Fahmi, I. (2013). *Kewirausahaan: Teori, Kasus, dan Solusi*. Bandung: Alfabeta
- Sumarso, H. (2013). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensi Wirausaha Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo. 11, 62-88.
- Wibowo, A. (2011). *Pendidikan Kewirausahaan (Konsep dan strategi)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

## PROFIL PENULIS



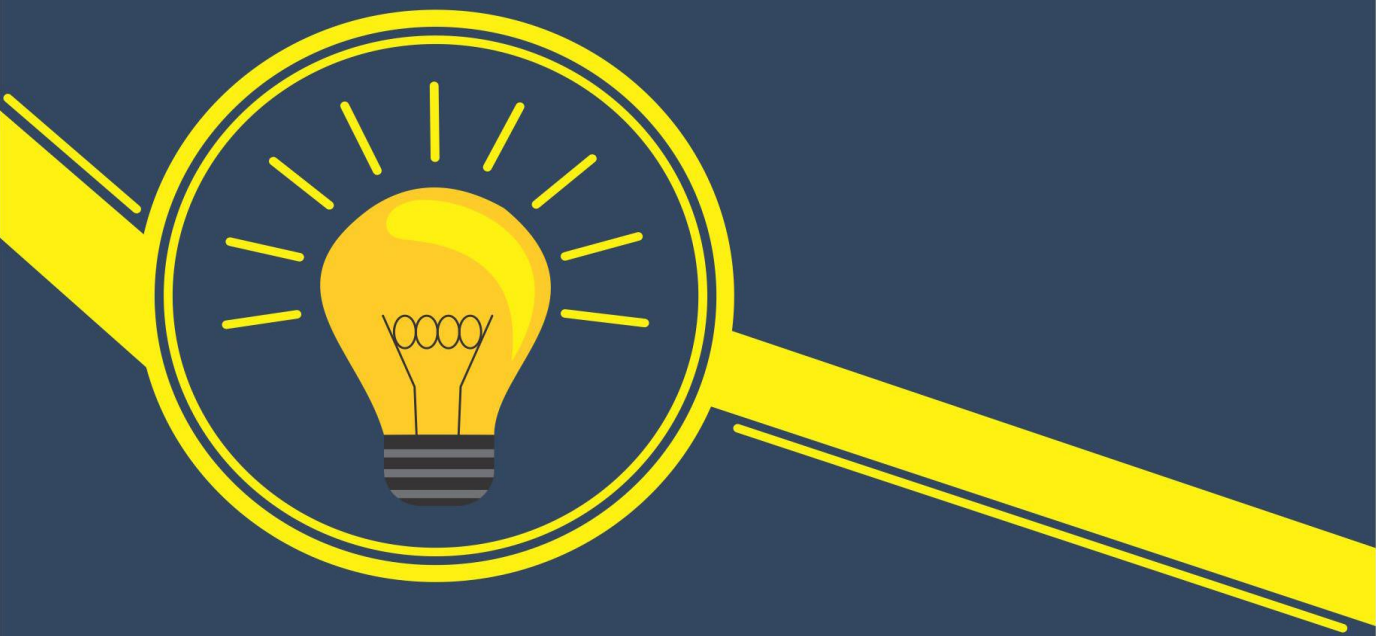
Hendra Galuh Febrianto, S.E.I., M.Akun, lahir di Jakarta. Lulus program Sarjana Strata 1 (S1) Ekonomi Islam di Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta (2008). Lulus Magister Akuntansi (S2) Konsentrasi Akuntansi Bisnis di Universitas Muhammadiyah Jakarta (2015). Saat ini penulis merupakan dosen tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis program studi S1 Manajeme di Universitas Muhammadiyah Tangerang (2016 s.d sekarang).

---

# BAB 7

## PROSES KEWIRAUSAHAAN

---



**Caroline**

## BAB 7

### PROSES KEWIRAUSAHAAN

#### A. Proses Kewirausahaan

Langkah pertama yang harus dilakukan oleh kewirausahaan atau *start up* adalah

1. Mencari peluang barang yang dibutuhkan oleh masyarakat pada saat pandemi
2. Menentukan *branding* usaha

Hal-hal yang harus dilakukan dalam *branding* usaha antara lain adalah :

- a. Buat Akun khusus untuk usaha Anda;
  - b. Gunakan Akun bisnis;
  - c. Maksimalkan tampilan profil Akun bisnis Anda;
  - d. Upload foto produk jualan dengan keterangan lengkap, menarik, perhatikan jam *upload*;
  - e. Gunakan hastag yang sesuai;
  - f. Unggah testimony dari pelanggan;
  - g. Buat konten yang sesuai dengan segmen pasar Anda;
  - h. *Give away* dan diskon.
3. Bidik pangsa pasar yang dituju sesuai dengan data base konsumen

Proses yang harus dilakukan oleh *Start up* adalah :

- a. Segmen

*Start up* membidik segmen pasar adalah apakah generasi milenial, apakah produk kecantikan untuk perempuan, produk untuk pria, atau produk untuk balita.

b. Target

Target yang harus dicapai *start up* apa.

c. Posisi

Posisi *start up* bagaimana apakah pemain pemula, ataukah sudah mengembangkan usaha di beberapa cabang.

Penentuan segmen, target dan posisi sesuaikan dengan geografis, demografis, sikografis, dan kebiasaan.

4. Kelola arus kas dengan tepat;

5. Siapkan dana cadangan;

6. Bergabung dengan Komunitas Kewirausahaan yang mendukung pengembangan usaha dalam bentuk : mengembangkan jaringan usaha, belajar dari *expert* (orang yang berpengalaman), saling *support*, jalin relasi bisnis.

Jalin relasi bisnis melalui : *promotion*, *partership* dan *relation*.

## B. Kriteria Wirausaha yang *smart*

Wirausaha yang *smart* (cerdas) harus memiliki kriteria sebagai berikut :

### 1. Memiliki Semangat Berprestasi

Wirausaha Selalu ingin lebih unggul dan dalam mengerjakan segala sesuatu melebihi standar yang ada.

### 2. Memiliki Pandangan Perspektif Kedepan

Wirausaha harus memiliki pandangan perspektif kedepan dan optimis akan usaha yang dilakukan berhasil sukses.

### **3. Memiliki Kreatifitas Tinggi**

Wirausaha harus memiliki ide-ide kreatif yang belum ditemukan oleh orang lain sehingga ide tersebut bisa menjadi peluang baru usaha.

### **4. Memiliki Komitmen Terhadap Pekerjaan**

Wirausaha harus memiliki komitmen yang tinggi dalam menjalankan usahanya, karena jika tidak akan berakibat fatal terhadap segala sesuatu yang telah dirintisnya.

### **5. Memiliki Kemandirian**

Wirausaha yang mandiri adalah orang yang tidak suka mengandalkan orang lain namun justru mengoptimalkan segala daya dan upaya yang dimilikinya sendiri. Intinya wirausaha adalah pandai dalam memanfaatkan potensi diri tanpa harus diatur oleh orang lain.

### **6. Memiliki Keberanian Menghadapi Risiko**

Wirausaha berani menghadapi risiko yang telah diperhitungkan sebelumnya merupakan kunci awal dalam dunia usaha.

### **7. Wirausaha Harus Jeli Dalam Mencari Peluang**

Semakin tinggi kemampuan seorang wirausaha dalam mengerjakan berbagai tugas sekaligus, semakin besar pula kemungkinan untuk mengolah peluang menjadi sumber daya produktif.

### **8. Memiliki Jiwa Kepemimpinan**

Wirausaha harus memiliki jiwa kepemimpinan yang akan mempengaruhi kinerja orang lain, memberikan sinergi yang kuat demi tercapainya suatu tujuan.

### **9. Wirausaha Harus Memiliki Kemampuan Manajerial**

Wirausaha harus memiliki kemampuan manajerial seseorang dapat dilihat dari 3 kemampuan, yaitu :

- a. Kemampuan teknik.
- b. Kemampuan personal.
- c. Kemampuan emosional.

Seorang wirausaha yang cerdas harus mampu menggunakan tenaga dan waktu orang lain untuk mencapai impiannya.

### **10. Wirausaha Harus Memiliki Kemampuan Memiliki Kemampuan Memecahkan Masalah**

Seorang wirausaha memiliki kemampuan Memiliki kemampuan memecahkan masalah dengan bijaksana.

## **C. Kewajiban Pelaku Usaha**

Kewajiban pelaku usaha adalah :

1. Memberikan informasi secara benar, jelas dan jujur.
2. Memisahkan lokasi, tempat dan alat penyembelihan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan dan penyajian antara produk halal dan tidak halal.
3. Menyediakan penyelia halal yang memenuhi persyaratan sesuai ketentuan perundang-undangan.
4. Melaporkan perubahan komposisi bahan yang digunakan.

#### D. Perbedaan Jualan Online atau Off Line

Wirausaha harus berpikir membaca peluang yang ada menjual produk barangnya apakah melalui market place secara on line atau penjualan secara of line. Penjualan secara on line di *market place* menjadi solusi penjualan di masa pandemi covid-19. Pembeli dan penjual melakukan transaksi pembelian dan penjualan secara on line. Jangkauan penjualan lebih luas. Pembeli tidak usah pergi jauh untuk membeli barang, pembeli cukup melihat kebutuhan barang yang ada di market place melakukan pembayaran dengan mentransfer sejumlah uang plus ongkos kirim dari barang yang akan dibeli oleh pembeli. Tabel 1 menampakkan adanya penjualan via on line dan penjualan via *on line*. Harga barang yang dijual secara on line pada market place lebih murah karena adanya program platform “bakar uang” seperti tokopedia, shopee, Lazada yang memberikan diskon besar-besaran dan gratis ongkos kirim.

**Tabel 7.1**  
**Perbedaan Jualan *On line* dan *Off line***

	Jualan On line	Jualan Off line
Modal	Modal kecil	Modal lebihbesar
Jasa Kuri pengiriman	jasa pengiriman	Tidak memerlukan waktu pengiriman
Jangkauan	Jangkauan pasar luas	Jangkauan pasar terbatas
Persaingan	Persaingan semu karena tergantung minat pembeli, harga yang dijual, dan pelayanan penjual, kecepatan pengiriman barang	Persaingan tinggi



Produk barang	Melihat barang hanya via foto	barang secara langsung bisa dilihat, dicek kualitasnya
Harga	Harga lebih murah	Harga standar
Waktu	Waktu penjualan fleksible	Waktu penjualan terbatas

Sumber : beberapa artikel, dan pustaka (Caroline, 2021)

### E. Penyediaan Sistem Pembayaran (*Payment*)

Penjual bisa menyediakan fitur *Payment*, kamu dapat menyediakan berbagai metode pembayaran sesuai kenyamanan pelanggan dalam bertransaksi non-tunai melalui scan QR Code yang sudah terintegrasi dengan QRIS (*Quick Response Indonesian Standard*) dari Bank Indonesia.



**Gambar 7.1**  
Fitur Pembayaran dengan *Bar Code*

## F. Pasar Digital

Pasar Digital (PaDi) UMKM adalah platform yang diinisiasi oleh Kementerian BUMN sinergi bersama UMKM dalam menghubungkan transaksi pengadaan antara UMKM dan BUMN, dan sekaligus untuk memonitor kontribusi BUMN terhadap UMKM di seluruh Indonesia.

## G. Alur Proses Sertifikasi Halal

Alur proses produk barang atau jasa memperoleh sertifikasi halal adalah sebagai berikut :

1. Pasal 79 PP 39 tahun 2021

Kriteria usaha :

- a. Produk tidak beresiko;
- b. Bahan sudah pasti kehalalannya;
- c. Proses produksi yang dipastikan kehalalannya dan sederhana;

2. Pasal 80 PP 39 Tahun 2021

Start up menerima pembinaan yang berasal dari ormas Islam/Lembaga keagamaan Islam berbadan hukum/perguruan tinggi atau instansi pemerintah atau badan usaha sepanjang bermitra dengan ormas Islam atau lembaga keagamaan Islam yang berbadan hukum

3. Menerima pembinaan dari PPH

Akad/Ikrar Halal Pelaku Usaha setelah lolos verifikasi oleh Pendamping PPH.

Pendampingan PPH adalah kegiatan mendampingi Pelaku Usaha mikro dan kecil dalam memenuhi persyaratan pernyataan kehalalan Produk.

4. BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) menerima dokumen permohonan sertifikat halal.
5. Sidang Fatwa Halal (MUI).

6. BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) mengeluarkan sertifikat halal.

#### **H. Kriteria sistim jaminan produk halal**

Pelaku usaha harus memiliki sistim jaminan produk halal dengan kriteria sebagai berikut :

1. Komitmen dan tanggung jawab;
2. Bahan;
3. Proses produk halal;
4. Produk;
5. Pemantauan dan evaluasi.

#### **I. Prinsip Sertifikasi Halal**

Prinsip sertifikasi halal pada produk antara lain adalah :

1. Memastikan produk yang dihasilkan sesuai ketentuan halal dan menjamin kehalalan produk di seluruh rangkaian Proses Produk Halal (PPH);
2. Memastikan tidak terjadi kontaminasi bahan haram, baik fasilitas/ peralatan, pekerja, maupun lingkungan;
3. Menjaga kesinambungan proses produksi halal.

#### **J. Program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI)**

Program calon penerima fasilitas sertifikasi halal gratis (sehati) untuk pelaku Usaha Mikro, Kecil dengan persyaratan sebagai berikut:

##### **1. Persyaratan Umum**

- a. Pelaku usaha belum pernah atau dalam proses fasilitas mendapatkan sertifikasi halal;
- b. Memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB);
- c. Pelaku usaha melakukan usaha terus menerus selama 3 tahun.

## 2. Persyaratan Khusus

- a. Pelaku usaha memiliki outlet minimal 1;
- b. Bersedia memberikan foto terbaru saat proses produksi;
- c. Pelaku usaha bersedia membayar biaya kehalalan produk di laboratorium secara mandiri.

## K. Proses alur daftar Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI)

Pelaku usaha harus mengikuti beberapa tahapan untuk mengurus SEHATI, yaitu :

1. Membuat akun pada *ptsp.halal.go.id* kemudian aktifisasi akun
2. Login dengan username dan password yang didaftarkan;
3. Lengkapi data pelaku usaha;
4. Membuat pengajuan pendaftaran;
5. Pilih jenis pendaftaran melalui fasilitas dan kode;
6. Lengkapi dokumen;
7. Pengajuan;
8. Pelaku usaha mendapatkan Surat Tanda Terima Dokumen (STTD) setelah lolos verifikasi;
9. Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) melakukan pemeriksaan produk;
10. Majelis Ulama Indonesia (MUI) menetapkan kehalalan produk.



Sumber : Kementerian Agama RI, 2021.

**Gambar 7.2**  
**Alur Daftar SEHATI**

## DAFTAR PUSTAKA

- <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/161927/pp-no-39-tahun-2021>
- <https://sehati.halal.go.id/>
- <https://markey.id/blog/bisnis/perbedaan-bisnis-online-dan-offline>
- <https://bbs.binus.ac.id/business-creation/2019/04/be-a-smart-entrepreneur/>
- <https://binus.ac.id/entrepreneur/2019/07/04/proses-kewirausahaan/>
- <https://bpkn.go.id/uploads/document/41b64ac58b0ad0d025f7911dc4d1839d6492214a.pdf>

## PROFIL PENULIS



Caroline lulus Sarjana Ekonomi dari IESP Undip 1999, lulus Magister dari MIESP Undip 2004, dan lulus Doktor Ilmu Ekonomi Undip 2018. Beberapa buku best seller yang dihasilkan antara lain : Buku Kajian dan Kebijakan Migrasi tenaga Kerja Propinsi Jawa Tengah terbit tahun 2019, Buku Aplikasi Data Spasial Spillover Tenaga Kerja dengan Software GeoDa 14.1. terbit April 2020, dan Buku dengan judul Aplikasi Ekonometrika Spasial dengan Software Stata “Kajian Tenaga Kerja Propinsi Jawa Tengah” terbit Juni 2020. Aktif dalam beberapa organisasi antara lain : Pengurus Himpenindo, Pengurus IPADI, Pengurus ISEI Cab. Semarang, Pengurus Forum Dosen Indonesia (FDI) Jawa Tengah, Pengurus Forum Dosen Semeste Indonesia, Perkumpulan Ahli Geospasial Indonesia (PAGI).

Penulis beberapa book chapter antara lain : Bunga Rampai Dinamika Pembangunan Berkelanjutan Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19, Buku Jelajah Masjid Saka Demak, Bonus Demografi sebagai Peluang Indonesia dalam Percepatan Pembangunan Ekonomi. Beberapa artikel telah dipublikasi dalam jurnal terakreditasi nasional dan jurnal internasional dengan fokus penelitian tentang Human Capital Spillover, Tenaga Kerja, Spatial Economy Growth. Pengalaman lain : Dewan Editor di Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi (KOMPAK) mulai edisi Vol 13 No 1 Edisi Juli Tahun 2020 Sampai Vol 17 No 2 Edisi Desember Tahun 2024. Mitra Bestari Jurnal Litbang

Bappeda Pati : Media Informasi Penelitian, Pengembangan IPTEK; Juri Lomba Kreativitas dan Inovasi (Krenova) Kabupaten Demak Tahun 2020, dan 2021; Kerjasama dengan LIPI dalam Webinar, Book Chapter, Diskusi Ilmiah. Email penulis : [carolinesoekarno2018@gmail.com](mailto:carolinesoekarno2018@gmail.com).

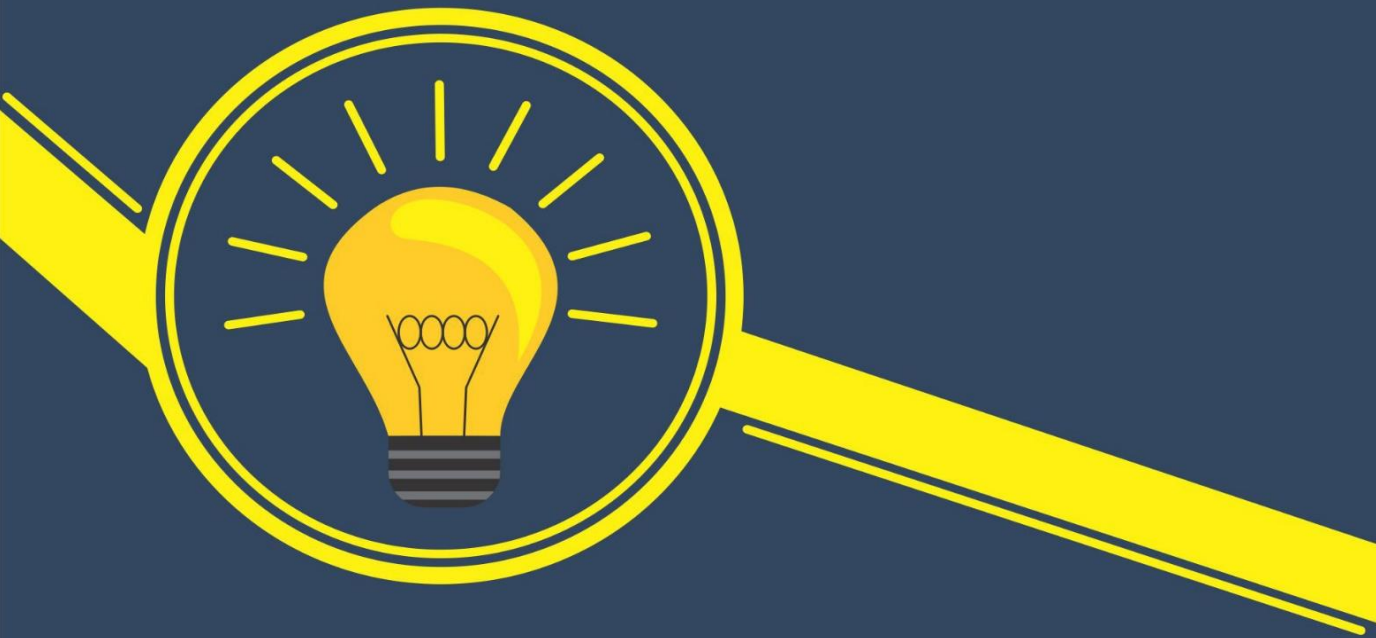


---

# **BAB 8**

## **IDE DAN PELUANG KEWIRAUSAHAAN**

---



**Riswan Aradea**

## **BAB 8**

### **IDE DAN PELUANG KEWIRAUSAHAAN**

#### **A. Ide Kewirausahaan**

Wirausaha dapat menambah nilai suatu barang atau jasa melalui inovasi. Keberhasilan wirausaha dapat dicapai apabila wirausaha menggunakan produk, proses dan jasa-jasa inovasi sebagai alat untuk mengali perubahan. Oleh sebab itu, inovasi merupakan instrumet penting untuk memberdayakan sumber-sumber agar menghasilkan hal yang baru dan menciptakan nilai (Suryana, 2001).

Menurut Zimmerer (2003), ide-ide yang berasal dari wirausaha dapat menciptakan peluang untuk memenuhi kebutuhan riil pasar. Ide-ide itu menciptakan nilai potensial di pasar sekaligus menjadi peluang pasar. Dalam mengevaluasi ide untuk menciptakan nilai potensial (peluang usaha), wirausaha perlu mengidentifikasi dan mengevaluasi semua resiko yang mungkin terjadi dengan cara:

1. Kemungkinan banyaknya resiko yang dapat diminimalisir melalui strategi yang proaktif;
2. Penyebaran resiko pada aspek yang paling mungkin;
3. Mengelola resiko yang mendatangkan nilai dan manfaat.

Ada tiga bentuk resiko yang dapat dievaluasi:

1. Resiko pasar atau resiko persaingan;
2. Resiko finansial;
3. Resiko teknik.

Resiko pasar terjadi akibat terjadinya ketidakpastian pasar. Resiko finansial terjadi akibat terjadinya rendah penjualan dan

tingginya biaya. Resiko teknik terjadi akibat adanya kegagalan teknik. Pada hakekatnya ketidakpastian pasar terjadi akibat dari berbagai faktor seperti lingkungan ekonomi, teknologi, demografi dan sosial politik. Lebih lanjut Zimmerer (2003) mengatakan bahwa kreativitas sering kali muncul dalam bentuk-bentuk ide untuk menghasilkan barang dan jasa-jasa barang. Ide itu sendiri bukan peluang dan tidak akan muncul bila wirausaha tidak mengadakan evaluasi dan pengamatan secara terus menerus. Banyak ide-ide yang betul asli, akan tetapi sebagian besar peluang tercipta ketika wirausaha memiliki cara pandang baru terhadap ide yang lama. Untuk menjadikan ide bisa menjadi peluang, ada beberapa cara:

1. Ide dapat digerakkan secara internal melalui perubahan cara-cara atau metode yang lebih baik untuk melayani dan memuaskan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya;
2. Ide dapat dihasilkan dalam bentuk produk dan jasa;
3. Ide dapat dihasilkan dalam bentuk modifikasi bagaimana pekerjaan dilakukan atau modifikasi cara melakukan suatu pekerjaan.

Hasil dari ide-ide tersebut secara keseluruhan adalah perubahan dalam bentuk arahan atau petunjuk bagi perusahaan atau kreasi baru tentang barang yang dihasilkan perusahaan. Banyak wirausaha yang berhasil bukan ata ide sendiri tetapi hasil pengamatan dan penerapan ide-ide orang lain dan bisa menjadi peluang.

### **B. Sumber-sumber Potensi Peluang**

Ada ide-ide yang masih potensial menjadi peluang bisnis yang riil, maka wirausaha harus bersedia melakukan evaluasi terhadap peluang secara terus-menerus. Proses penjarangan ide (*skrining*) merupakan suatu cara terbaik untuk menuangkan ide potensial

menjadi produk jasa riil. Adapun langkah-langkah dalam penjaringan ide dapat dilakukan sebagai berikut:

### **1. Menciptakan Produk Baru dan Berbeda**

Ketika ide dimunculkan secara riil atau nyata, misal dalam bentuk barang dan jasa baru, maka produk baru tersebut harus berbeda dengan produk dan jasa yang ada di pasar. Selain itu, produk dan jasa tersebut harus menciptakan nilai bagi pembeli dan pengunanya. Agar berguna tentu saja barang dan jasa itu bernilai bagi konsumen pelanggan maupun konsumen potensial lainnya. Oleh sebab itu, wirausaha harus mengetahui betul perilaku konsumen di pasar dengan memperhatikan atau mengamati dua unsur pasar yaitu;

- a. Permintaan terhadap barang dan jasa yang dihasilkan;
- b. Waktu penyerahan dan waktu permintaan barang dan jasa.

Selain itu, masalah segmentasi pasar merupakan hal penting yang perlu diperhatikan. Karena secara spesifik peluang itu amat tergantung pada perilaku segmen pasar. Yang akan dianalisis dari pasar adalah kemampuan untuk menganalisis demografi pasar, kemampuan untuk menganalisis sifat serta tingkah laku pesaing, kemampuan untuk menganalisis keunggulan bersaing pesaing dan kefakuman pesaing yang dianggap dapat menciptakan peluang.

### **2. Mengamati Pintu Peluang**

Wirausaha harus pandai mengamati potensi-potensi yang dimiliki pesaing. Kemampuan pesaing untuk mempertahankan posisi pasar dapat dievaluasi dengan mengamati kelemahan dan resiko pesaing dalam menanamkan modal baru. Untuk mengetahui kelemahan dan kekuatan dan peluang yang dimiliki pesaing yang dapat kita peroleh, ada beberapa pertanyaan penting.

- a. Pertanyaan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan pesaing dalam mengembangkan produk;
- b. Pertanyaan untuk mengetahui kelemahan dan kekuatan pesaing tentang kapabilitas dan sumber-sumber yang dimiliki;
- c. Pertanyaan untuk menentukan apakah pintu peluang ada atau tidak.

### **3. Analisis Produk dan proses Produksi Secara Mendalam**

Analisis ini sangat penting untuk menjamin apakah jumlah dan kualitas produk yang dihasilkan memadai atau tidak. Berapa biaya yang dikeluarkan untuk membuat produk tersebut. Apakah biaya yang dikeluarkan lebih efisien daripada biaya yang dikeluarkan pesaing.

### **4. Menaksir Biaya Awal**

Menaksir biaya awal yaitu beberapa biaya awal yang diperlukan oleh usaha baru. Darimana sumbernya dan untuk apa digunakan. Berapa yang diperlukan untuk operasi, untuk perluasan dan untuk biaya lainnya.

### **5. Mempertimbangkan Resiko yang Mungkin Terjadi**

Resiko yang dimaksud adalah resiko teknik, finansial dan resiko pesaing. Resiko pesaing adalah kemampuan dan kesediaan pesaing untuk mempertahankan posisinya di pasar. Resiko teknik adalah berhubungan dengan proses pengembangan produk yang cocok dengan yang diharapkan atau menyangkut suatu objek penentu apakah ide secara aktual dapat ditransformasikan menjadi produk yang siap di pasarkan dengan kapabilitas dan karakteristiknya. Sedangkan resiko finansial merupakan resiko yang muncul sebagai akibat ketidakcukupan finansial baik dalam fase pengembangan

produk baru maupun dalam menciptakan dan mempertahankan perusahaan dalam memberikan dukungan biaya produk. Analisis kelemahan, kekuatan, peluang dan ancaman atau analisis SWOT sangat penting dalam menciptakan keberhasilan perusahaan baru.

## 6. Bakal Pengetahuan dan Kompetensi Kewirausahaan

Untuk menjadi wirausaha yang berhasil, maka watak dan jiwa kewirausahaan harus dan mutlak untuk dimiliki. Jiwa dan watak itu dipengaruhi oleh keterampilan, kemampuan dan kompetensi. Kompetensi itu sendiri ditentukan oleh pengetahuan dan pengalaman usaha. Kemampuan yang harus dimiliki adalah:

- a. *Self knowledge* memiliki pengetahuan tentang usaha yang dilanjutkan dan dijalani;
- b. *Imagination*, yaitu memiliki imajinasi, ide dan persepektif serta tidak mengandalkan pada sukses di masa lalu;
- c. *Practical Knowledge*, memiliki pengetahuan praktis misalnya pengetahuan teknik desain, prosesing, pembukuan, administrasi dan pemasaran;
- d. *Serach Skill* kemampuan untuk meneukan, berkreasi dan berimajinasi;
- e. *Foreight* berpandangan jauh kedepan;
- f. *Komputation skill*, kemampuan untuk berhitung dan kemampuan memprediksi keadaan masa yang akan datang;
- g. *Communication skill*, kemampuan untuk berkomunikasi, bergaul dan berhubungan denga orang lain.

Menurut Dan dan Bradstreet Bussiness Credit Service ada 10 kompetensi yang harus dimiliki wirausaha; yaitu;

- a. *Knowing Your Business*, harus mengetahui usaha apa yang akan dilakukan;

- b. *Knowing The Basic Business Management* mengetahui dasardasar pengelolaan bisnis. Mengetahui manajemen bisniss berarti memahami kiat, cara, proses dan pengelolaan semua sumber daya perusahaan secara efektif dan efesien;
- c. *Having The Proper Attitude*, meiliki sikap yang sempurna terhadap usaha yang dilakukan. Ia harus bersikap sebagai pedagang, industriawan, pengusaha, eksekutif yang sungguh-sungguh dan tidak setengah hati;
- d. *Having Adequate Capital*, memiliki modal yang cukup. Modal tidak hanya dalam bentuk materi tapi juga rohani. Kepercayaan dan ketukan hati merupakan modal yang utama dalam berusaha;
- e. *Managing finace effectifly*, memiliki kemampuan mengatur keuangan seefesien mungkin. Mengatur, menghitung dan menepati keuangan dengan kebutuhan;
- f. *Managing Time effectifly*, memiliki kemampuan mengatur waktu sefesien mungkin;
- g. *Managing people*, kemapuan merencanakan mengatur, mengarahkan menggerakkan dan mengedalikan orang-orang dalam menjalankan perusahaan;
- h. *Satisfying Customer by Providing High Quality Product*, memberi kepuasan kepada pelanggan dengan menyediakan barang dan jasa yang bermutu, bermanfaat dan memuaskan;
- i. *Knowing How To Kompete*, mengetahui strategi/cara bersaing;
- j. *Copying with regulation and paperwork*, membuat aturan dan pedoman yang jelas tersurat dan tidak tersirat.

Dalam lingkungan usaha yang semakin kompetitif, pengetahuan, keahlian dalam bidang usaha yang dilakukan mutlak diperlukan bagi seorang wirausaha. Pengetahuan yang dimaksud

adalah pengetahuan tentang pasar, strategi pemasaran, pengetahuan tentang konsumen, tentang pesaing baik baru maupun lama, tentang pemasok, distribusi dan jasa yang dihasilkan. Kecuali itu, pengetahuan pembukuan, prinsip-prinsip akuntansi dan jadwal produksi, manajemen personalia, manajemen keuangan, pemasaran dan perencanaan.

Bekal pengetahuan belumlah cukup, harus dilengkapi dengan keterampilan. Beberapa keterampilan yang perlu untuk dimiliki adalah:

- a. Keterampilan konseptual dalam mengatur strategi dan memperhitungkan resiko;
- b. Keterampilan kreatif dalam menciptakan nilai tambah;
- c. Keterampilan dalam memimpin dalam mengelola;
- d. Keterampilan berkomunikasi dan berinteraksi;
- e. Keterampilan teknik dalam bidang usaha.

Menurut Norman M Scarborough (2008), kompetensi kewirausahaan yang diperlukan sebagai syarat-syarat bisnis adalah:

- a. Proaktif, selalu ada inisiatif dan tegas dalam melaksanakan tugas,
- b. Berorientasi pada prestasi atau kemajuan,
  - 1) Selalu mencari peluang;
  - 2) Berorientasi pada efisien;
  - 3) Konsen untuk bekerja keras;
  - 4) Perencanaan yang sistematis;
  - 5) Selalu memonitor.
- c. Komitmen pada perusahaan atau orang lain, cirinya:
  - 1) Selalu penuh komitmen dalam mengadakan kontrak kerja;
  - 2) Mengenal tentang penting hubungan bisnis.



Pada umumnya, wirausaha yang memiliki kompetensi-kompetensi tersebut, cenderung berhasil dalam berusaha. Oleh karenanya, bekal kewirausahaan yang berupa pengetahuan dan bekal keterampilan kewirausahaan perlu dimiliki. Beberapa bekal pengetahuan yang perlu dimiliki, misalnya:

- a. Bekal pengetahuan bidang usaha yang dimasuki dan lingkungan usaha yang ada disekitarnya;
- b. Bekal pengetahuan tentang kepribadian dan kemampuan diri pengetahuan tentang manajemen dan organisasi.

Dalam lingkungan usaha yang semakin kompetitif, pengetahuan keahlian dalam bidang perusahaan yang dilakukan mutlak diperlukan bagi seorang wirausaha. Kecuali itu, pengetahuan spesifik seperti pengetahuan tentang prinsip-prinsip akuntansi dan pembukuan, jadwal produksi, manajemen personalia, manajemen keuangan, pemasaran dan perencanaan. Seorang wirausaha perlu memiliki keterampilan:

- a. Keterampilan konseptual dalam mengatur dan memperhitungan resiko;
- b. Keterampilan kreatif dalam menciptakan nilai tambah;
- c. Keterampilan berkomunikasi dan berinteraksi;
- d. Keterampilan teknik dalam bidang usaha yang dilakukan.

Keterampilan dasar manajemen merupakan keterampilan lainnya yang mesti dimiliki:

- a. *Teknikal skill*, keterampilan yang diperlukan untuk melakukan tugas-tugas khusus, seperti; sekretaris, akuntan dll;
- b. *Human Relations Skill*, keterampilan untuk memahami, mengerti, berkomunikasi dan berelasi dengan orang lain dan organisasi;

- c. *Conceptual skill*, kemampuan personal untuk berfikir abstrak untuk mendiagnosa dan untuk menganalisis situasi yang berbeda-beda;
- d. *Decision making skill*, keterampilan untuk merumuskan masalah dan memilih cara bertindak yang terbaik untuk memecahkan masalah;
- e. *Time management skill*, keterampilan dalam menggunakan dan mengatur waktu seproduktif mungkin.

Kemampuan menguasai persaingan, merupakan hal yang tidak langka pentingnya dalam bisnis. Wirausaha harus mengetahui kelemahan dan kekuatan, kelemahan yang dimiliki pesaing. Dengan pertimbangan tersebut maka kita dapat membuat program tentang keunggulan dari jasa dan produk yang ditawarkan di pasar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Nur., 2015, *Kewirausahaan: Suatu Alternatif Lain Menuju Kesuksesan*, Surakarta: BPK FEB UMS.
- Dan & Bradstreet and Business Credit Service, 1993, *Strategy Plan and Business Plan*, New York: Prentice Hall, Inc.
- Daryanto, 2002, *Menggeluti Dunia Wirausaha*, Yogyakarta: Gava Media.
- Fadianti, Ari., 2011. *Menjadi Wirausaha Sukses*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kasmir, 2013, *Kewirausahaan*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Scarborough, Norman., Wilson, Doug., Zimmerer, Thomas. 2008. *Kewirausahaan. Dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba empat.
- Suryana, 2001, *Kewirausahaan*, Jakarta: Salemba Empat.
- Zimmerer, W. Thomas M.Scarborough, 2003, *Entrepreneurship*, Jakarta: Kencana.

## PROFIL PENULIS



Riswan Aradea. Lulus S1 di Universitas Bengkulu Tahun 1995. Lulus S2 di Program Magister Manajemen Universitas Tridinanti Palembang. Saat ini adalah Dosen Tetap Yayasan pada Program Studi Pendidikan Akuntansi FKIP Universitas PGRI Palembang. Sejak tahun 2010 mendalami dan mengajar mata kuliah Kewirausahaan hingga sekarang. Pernah mendapat hibah multiyears Program Wirausaha Mahasiswa (PWM) tahun 2018-2020 dari Kementerian Riset dan Teknologi Pendidikan Tinggi.

---

**BAB 9**  
**KEWIRAUSAHAAN**  
**DALAM KONTEKS BISNIS**

---



**Yani Sugiyani**

## **BAB 9**

### **KEWIRAUSAHAAN DALAM KONTEKS BISNIS**

#### **A. Bisnis dan Kewirausahaan**

Jika kita berbicara tentang bisnis, maka secara langsung atau tidak langsung, kita akan membicarakan tentang kegiatan penciptaan barang atau jasa, pembelian dan penjualan serta segala aktivitas yang akan melibatkan orang secara personal, maupun dalam bentuk organisasi. Kegiatan bisnis pada dasarnya memiliki tujuan sebagai pemenuhan kebutuhan dasar dari manusia, yaitu memperoleh laba, yang akan digunakan oleh pebisnis untuk bertahan hidup, meningkatkan jenjang strata di masyarakat, mengembangkan bisnisnya, serta menghidupi team atau anggota yang ikut berkolaborasi didalam bisnisnya.

Untuk memperoleh laba yang diharapkan oleh pebisnis, pebisnis tidak hanya bekerja sama dengan teamnya. Pebisnis akan melakukan kerjasama dengan lingkungannya. Hal ini akan membentuk sebuah komunitas lingkungan bisnis yang akan selalu bekerjasama saling membutuhkan satu sama lain. Lingkungan bisnis yang terbentuk adalah pelanggan, pemasok, pemodal, pemerintah, kompetitor dan tenaga kerja.

Sebelum kita membahas lebih lanjut tentang Bisnis, Kita akan bahas dulu tentang kewirausahaan. Jika bisnis lebih mengedepankan pada proses memperoleh laba dalam kegiatannya, berbeda dengan kewirausahaan. Kewirausahaan lebih melihat kepada individu yang melakukan usaha - usaha dalam memperoleh laba atau pemenuhan kebutuhan. Jika dilihat dari Bahasa Sanskerta, *Wira* adalah manusia unggul, teladan, berbudi luhur, berjiwa besar, berani

pahlawan/pendekar kemajuan dan memiliki keagungan watak. (Rusdiana, 2018).

Artinya seorang wirausaha dalam menjalankan usahanya akan memenuhi kriteria berikut :

### **1. Memimpin Usaha, Baik Secara Teknis Maupun Ekonomis**

Dalam kewirausahaan, seorang wirausaha akan memiliki sikap dan jiwa kepemimpinan yang akan menjadi panutan dan pedoman para pelaksana usaha. Kapasitas seorang wirausaha tidak hanya dalam hal kepemilikan dan pemberi modal usaha, juga sebagai penanggung jawab yang akan menghadapi tantangan atas ketidak pastian resiko ekonomi baik secara kuantitatif maupun kualitatif.

### **2. Memburu Keuntungan dan Manfaat Secara Maksimal**

Wirausahawan akan berinovasi untuk selalu memperoleh keuntungan dan manfaat secara maksimal dalam menjalankan usahanya. Segala tindakan dan keputusan yang diambil, atas dasar pertimbangan untuk memperoleh keuntungan dan manfaat secara maksimal.

### **3. Membawa Usaha Ke Arah Kemajuan, Perluasan, Perkembangan, Melalui Jalan Kepemimpinan Ekonomi**

Seorang wirausahawan, secara psikologis akan meningkatkan kontinuitas dari usahanya. Sehingga akan menaikkan prestise dari usahanya tersebut. Dengan meningkatnya kontinuitas dan prestise dari usaha yang dijalankan, secara otomatis akan membawa kebebasan, kekuasaan dan kehormatan dalam usahanya, baik secara finansial maupun secara sosial.

Dengan memahami makna dari bisnis dan kewirausahaan, kegiatan bisnis tidak akan lepas dari karakteristik kewirausahaan.

Bagaimana bisnis itu berjalan, akan dipengaruhi oleh gaya dari pelaku bisnis tersebut.

## **B. Kewirausahaan dalam Bisnis**

Untuk melihat bagaimana kewirausahaan dapat dibangun dalam kegiatan bisnis, disini akan dibahas model kegiatan bisnis dan bagaimana kewirausahaan dapat dibangun didalamnya. Tipe - tipe kegiatan bisnis :

### **1. *Government to Business (G2B)***

Dalam menjalankan Keegiatannya, pebisnis tidak akan lepas dari peraturan hukum yang berlaku di negara tempat bisnis tersebut dijalankan. Bagaimana pemerintah mengatur bisnis, membuka peluang, menyelesaikan masalah yang muncul dalam bisnis dan mengawasi kegiatan bisnis, akan mempengaruhi model kewirausahaan di negara tersebut.

Dalam buku “Kewirausahaan Teori dan Praktek” disebutkan ada 30 prinsip wirausahawan dan orang - orang sukses. Salah satu prinsipnya adalah *Winner transcend environment; losers are being controlled by environment* yang artinya Orang - orang sukses mengendalikan lingkungannya; orang - orang yang gagal dibatasi oleh lingkungannya. Segala peraturan yang dibuat oleh pemerintah, akan menjadi kesempatan bagi wirausahawan untuk mengembangkan usahanya. Dengan mengikuti peraturan yang ada, artinya semua kegiatan bisnis yang dilakukan, tidak menyalahi aturan. Sehingga bisnis bisa berjalan tanpa dihantui rasa bersalah karena dijalankan tidak sesuai peraturan yang berlaku.

### **2. *Business to Business (B2B)***

*Business to Business* adalah tipe bisnis yang meliputi transaksi antarorganisasi. Pada tipe ini pebisnis akan berkolaborasi dengan



sesama pebisnis. Hal ini dilakukan sebagai kegiatan pemenuhan kebutuhan dalam mempertahankan kegiatan bisnisnya atau sebagai pemenuhan bahan baku. Pada tipe bisnis ini, seorang wirausahawan dituntut rasa kepercayaan (trust) dalam menjalankan bisnisnya. Pertukaran data yang berlangsung berulang - ulang dan dilakukan secara berkala akan mengakibatkan ketergantungan antara satu dengan yang lainnya.

Kembali mengutip dari prinsip wirausahaan yang mengatakan *Winner are positive* yang berarti Orang - orang sukses berfikir positif dan *Winner think "green"* yang berarti Orang sukses berfikir jernih. Mengambarkan dalam menjalankan bisnisnya seorang wirausahaan dituntut untuk selalu positif thinking dan mempercayai rekan bisnisnya dalam menjalankan bisnisnya.

### 3. *Business to Consumers (B2C)*

Pada tipe *Business to Consumers (B2C)* memiliki karakteristik terbuka untuk umum, dimana informasi akan disebarakan untuk umum. Artinya seorang wirausahawan akan berhadapan atau akan bertemu dgn orang - orang yang memiliki sifat berbeda. Dan konsumen dapat berpindah - pindah dalam menentukan dgn siapa dia berbisnis. Pada bisnis B2C, konsumen yang tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pebisnis akan menyebabkan konsumen tidak kembali berbisnis dgn pebisnis yang telah mengecewakannya. Dan konsumen akan menceritakan atau menyebarkan rasa ketidakpuasannya kepada rekannya atau menuliskannya pada media yang akan mengakibatkan hilangnya kesempatan pebisnis dalam memperoleh konsumen.

Dalam hal ini, seorang wirausahawan dituntut rasa sabar dan tetap memberikan pelayanan terbaiknya kepada konsumen. Dengan tetap terus berinovasi dalam mengembangkan produk dari bisnisnya.

*Winners believe they can change, progress and improve* artinya Orang yang sukses percaya, dia dapat mengubah dan memperbaiki sesuatu.

#### **4. Consumer to Business (C2B)**

Pada C2B konsumen akan menginformasikan kebutuhannya kepada pebisnis, agar pebisnis dapat memenuhi kebutuhannya tersebut. Para pebisnis akan bersaing unuk menyediakan produk atau jasa yang dibutuhkan oleh konsumen. Sehingga konsumen dapat menentukan harga atau produk yang diinginkan kepada pelaku bisnis.

Pada bisnis ini seorang wirausahawan dituntut agar dapat memandang sebagai tantangan agar dapat terus berinovasi agar terpenuhinya kebutuhan konsumen. *Winners consider problem as a stepping stone* yang berarti orang sukses menanggapi setiap tantangan sebagai loncatan kemajuan.

#### **5. Consumer to Customer (C2C)**

Pada bisnis C2C, konsumen menjual secara langsung kepada konsumen lain. Pada bisnis ini, konsumen akan menjadi mitra kerja dari pebisnis. Seorang wirausahawan dituntut dapat bekerja sama dan memberikan hasil atau keuntungan kepada konsumen yang bermitra dengan menjual atau mengiklankan produk atau jasa yang ditawarkan.

Pada bisnis ini, Seorang wirausaha memiliki prinsip *What an I do for them* dan *Winner make thing happen* yang berarti seorang wirausaha harus dapat berfikir "Apa yang dapat saya berikan untuk mereka" dan seorang wirausaha dapat menciptakan kesempatan.

Pada bisnis C2C, seorang wirausahawan dapat membuka kesempatan orang untuk bemitra dan bekerja sama, dengan kata lain bisnis yang dibangun akan menciptakan lapangan pekerjaan dan memberikan manfaat bagi orang lain.

Dengan memiliki prinsip yang kuat, seorang wirausaha dalam menjalankan bisnisnya akan memberi pengaruh besar dan kuat bagi orang - orang dan lingkungan disekitarnya. Lingkungan akan merasakan keuntungan dengan bisnis yang dibangun oleh seorang wirausaha yang memiliki prinsip yang kuat, baik dan positif.

### **C. Strategi Bisnis Orientasi Kewirausahaan**

Setelah kita bahas bagaimana kewirausahaan akan mempengaruhi bisnis yang dijalankan, kali ini kita akan bahas strategi bisnis yang berorientasi pada kewirausahaan.

Strategi bisnis memerlukan perpaduan dari beberapa pendekatan diantaranya :

#### **1. Bisnis**

Pendekatan bisnis merupakan dasar atau pondasi dari pembuatan strategi, bisnis merupakan proses mengubah bahan baku menjadi bahan jadi dimana akan terjadi peningkatan nilai dari barang atau jasa yang diproses. Sehingga kegiatan bisnis akan menjadi dasar tercapainya tujuan.

#### **2. Pemasaran**

proses mengenalkan kegiatan bisnis kepada mitra kerja, termasuk konsumen akan mempengaruhi cara pandang lingkungan serta keberlangsungan bisnis tersebut berjalan. Dengan pemasaran yang baik, maka bisnis yang berjalan akan memperoleh penilaian yang baik dari mitra kerja serta konsumen yang akan membuat bisnis akan bertahan lama.

### 3. Manajemen Rantai Pasokan

Metode mengelola Persediaan terutama bahan baku, merupakan usaha untuk mempertahankan bisnis tetap berjalan. Tidak hanya sebagai bisnis musiman.

### 4. Strategi Pengembangan Sistem Informasi

Sistem informasi merupakan cara mengelola atau mengubah data menjadi informasi. Cara pebisnis pengubah data menjadi informasi akan menunjukkan kreativitas dan inovasi pebisnis dalam menyajikan kegiatan bisnisnya kedalam sebuah informasi.

Dari ke empat pendekatan tersebut, pebisnis akan merancang strategi bisnisnya dengan melakukan analisis SWOT (*Strengths/Kekuatan, Weaknesses/Kelemahan, Opportunities/Peluang, Threats/Ancaman*), analisis SWOT dilakukan dengan introspeksi Internal (*Strengths dan Weaknesses*) dan eksternal (*Opportunities dan Threats*). Jiwa kewirausahaan akan ditunjukkan oleh pebisnis ketika melakukan analisis SWOT. Bagaimana pebisnis memandang dirinya dan lingkungan sekitarnya akan menunjukkan apakah pebisnis merupakan wirausaha sejati atau hanya pelaku bisnis biasa.

### D. Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan dalam Bisnis

Menurut Silvia Sari (2016), Hasil Analisis SEM menunjukkan bahwa aktivitas usaha dari wanita wirausaha dipengaruhi paling besar oleh karakteristik kewirausahaan ( $\gamma=0.81$ ). Karakteristik kewirausahaan "wanita wirausaha" secara baik dibentuk oleh motivasi ( $\lambda=0.46$ ), risiko ( $\lambda = 0.32$ ) dan Inovasi ( $\lambda = 0.99$ ). Dengan demikian UMKM yang karakter inovasinya tinggi terbukti mampu menumbuhkan usaha baru yang berkelanjutan.

Dari hasil penelitian dan penjelasan karakteristik kewirausahaan dalam bisnis sebelumnya, menunjukkan pengaruh kewirausahaan dalam menjalankan bisnis sangat signifikan. Bisnis yang berhasil dan dapat bertahan lama, semata - mata dipengaruhi oleh karakteristik dari perilaku pelaku bisnis.

Secara garis besar karakteristik kewirausahaan adalah sebagai berikut

1. Motif Berprestasi Tinggi;
2. Selalu Perspektif;
3. Memiliki Kreativitas Tinggi;
4. Memiliki Perilaku Inovatif Tinggi;
5. Selalu Komitmen dalam Pekerjaan, Memiliki etos kerja dan tanggung Jawab;
6. Mandiri atau tidak ketergantungan;
7. Berani Mengambil Risiko;
8. Selalu Mencari Peluang;
9. Memiliki Jiwa Kepemimpinan;
10. Memiliki kemampuan manajerial.

Dengan memiliki karakteristik kewirausahaan dalam melakukan aktivitas bisnis, bisnis yang dijalankan akan terus berkembang dan memberikan manfaat bagi lingkungan baik internal maupun eksternal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dadang Hermawan, Candra Ahmadi (2017), *E-Business & E-Commerce*, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Dhani Kurniawan (2020), *Konsep dasar kewirausahaan dan proses kewirausahaan*, Universitas Sultan Fatah Demak, DEMAK
- Deasy Purwaningtias, Muhammad Nasihin, Nanda diz Arizona (2020), *E-Business; Konsep dasar E-Business di era digital*, Graha Ilmu, Yogyakarta
- Rangga Firdaus (2020), *E-Business*, Program doctoral Teknologi Pendidikan, Universitas Negeri Jakarta
- Rusdiana (2018), *Kewirausahaan Teori dan Praktik*, CV Pustaka Setia, Bandung
- Silvia Sari (2016), *Pengaruh karakteristik kewirausahaan dan karakteristik personal terhadap pertumbuhan UMKM yang berkelanjutan (kasus; wirausaha pengolahan kentang dikabupaten kerinci, provinsi Jambi)*, Seminar nasional dan call for papers "Tantangan Pengembangan Ilmu Akuntansi, Inklusi Keuangan dan kontribusinya terhadap pembangunan ekonomi Berkelanjutan, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan.

## PROFIL PENULIS



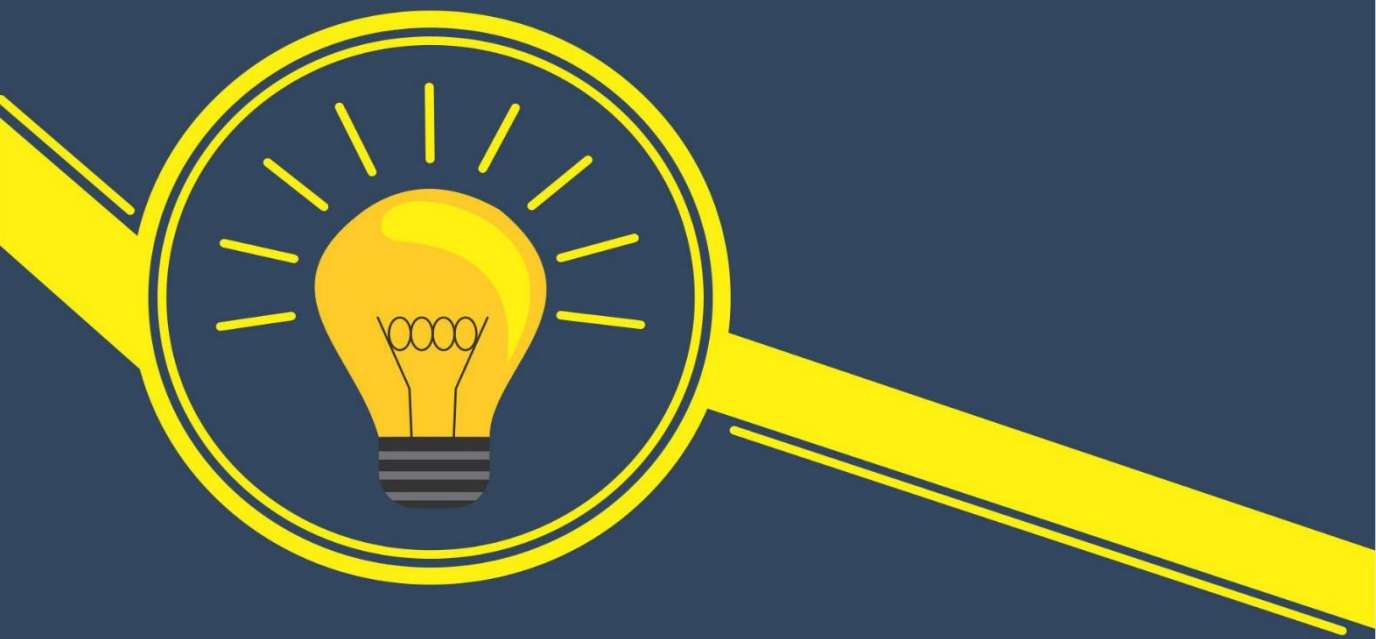
Yani Sugiyani, MM., M.Kom, Lahir di Bandung Pada Tanggal 19 Mei 1978, Lulus S1 di Program studi Sistem Informasi di Universitas Gunadarma pada tahun 2000 dan melanjutkan S2 Magister Manajemen di Universitas Budi Luhur, lulus pada tahun 2003 dan Lulus Magister Komputer Program Studi Teknik Informatika STMIK ERESHA pada tahun 2013.

Saat ini menjadi Dosen Tetap di Universitas Muhammadiyah Tangerang mengajar matakuliah E-Bisnis, ERP dan Manajemen Proyek Teknologi Informasi . Pernah Menjadi Ketua Program Studi Sistem Informasi di Universitas Serang Raya pada tahun 2014 - 2018. Aktif dalam Kegiatan Pelatihan dan seminar tentang Informatika dan Sistem Informasi, menjadi pengurus INDOCEISS cabang Banten periode 2021 - 2025.

---

**BAB 10**  
**ANALISIS BISNIS DAN STUDI**  
**KELAYAKAN BISNIS**

---



**Dede Djuniardi**



## **BAB 10**

### **ANALISIS BISNIS DAN STUDI KELAYAKAN BISNIS**

#### **A. Pendahuluan**

Studi kelayakan diawali karena adanya kebutuhan masyarakat bisnis dan pemerintah yang berkepentingan terhadap keamanan dana mereka yang akan ditanamkan dalam suatu proyek atau bisnis tertentu. Penilaian kelayakan terhadap suatu investasi biasanya dilakukan secara parsial dan lebih menekankan hanya pada aspek finansial. Realitanya suatu bisnis tidak hanya ditunjang oleh aspek finansial saja tapi juga oleh aspek-aspek yang lain bahkan saling kebergantungan (interdependensi) antara aspek-aspek dalam bisnis tersebut dan membentuk menjadi suatu sistem bisnis, sehingga untuk menganalisis suatu kelayakan investasi diperlukan penilaian dari semua aspek dalam bisnis.

Bisnis adalah suatu unit kegiatan produksi yang mengolah sumber-sumber ekonomi untuk menyediakan barang-barang dan jasa bagi masyarakat dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dan agar dapat memuaskan kebutuhan masyarakat. Sedangkan proyek adalah kegiatan-kegiatan yang dapat direncanakan dan dilaksanakan dalam satu bentuk kesatuan dengan mempergunakan sumber-sumber untuk mendapatkan benefit. Kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan dalam satu bentuk kesatuan berarti bahwa baik sumber-sumber yang dipergunakan dalam satu proyek maupun hasil-hasil proyek tersebut dapat dipisahkan dari sumber-sumber yang dipergunakan oleh dan hasil-hasil dari kegiatan yang lain. Kegiatan yang dapat direncanakan berarti bahwa biaya maupun hasil (output) dapat dihitung atau diperkirakan dan kegiatan-kegiatan dapat disusun sedemikian rupa

sehingga dengan penggunaan sumber yang terbatas dapat diperoleh benefit sebesar mungkin.

## **B. Peranan Studi Kelayakan Bisnis**

Studi Kelayakan Bisnis sering juga disebut *feasibility study* merupakan bahan pertimbangan untuk mengambil suatu keputusan, apakah menerima atau menolak sebuah gagasan usaha / proyek. Pengertian layak dari penilaian ini adalah apakah gagasan / proyek tersebut memberikan manfaat (benefit), baik yang bersifat social benefit maupun financial benefit. Akan tetapi proyek yang memberikan social benefit tinggi tidak selalu disertai dengan financial benefit.

Kegiatan yang lebih mengutamakan *social benefit* daripada *financial benefit* sering disebut dengan analisis evaluasi proyek misalnya pembangunan jalan dan jembatan atau infrastruktur yang dibangun pemerintah lebih pada perhitungan social benefit nya. Sedangkan kegiatan yang lebih mengutamakan *financial benefit* daripada *social benefit* disebut dengan studi kelayakan bisnis misalnya pengembangan bisnis baru atau pengembangan bisnis mengenai penambahan atau penggantian mesin baru atau investasi asset tetap lainnya.

Bisnis dapat dideskripsikan sebagai berikut:

1. Keseluruhan kegiatan yang menyangkut penggunaan sumber – sumber untuk memperoleh keuntungan / benefit
2. Kegiatan dimana modal ditanam untuk produksi yang diharapkan akan memberikan keuntungan / benefit dalam waktu tertentu.
3. Kegiatan dimana dikeluarkan uang. Uang tersebut kemudian diharapkan akan kembali dalam jumlah yang lebih besar. Dapat direncanakan, dibiayai dan dilaksanakan sebagai satu kesatuan.

Faktor - factor yang dinilai dalam studi kelayakan bisnis menyangkut beberapa aspek seperti aspek pemasaran, aspek teknis produksi, aspek manajemen, aspek lingkungan dan aspek keuangan. Studi kelayakan bisnis yang disusun harus menjadi pedoman kerja, baik dalam dalam hal perencanaan produksi, pemasaran, pembiayaan (investasi) maupun penentuan personil yang terlibat (Suratman, 2001).

Kebutuhan akan studi kelayakan bisnis terutama bagi penanam modal adalah memberikan gambaran mengenai usaha / proyek yang akan dijalankan sehingga dapat diketahui kemungkinan keuntungan yang akan diterima. Selain itu, juga dapat diketahui jaminan keselamatan modal yang ditanamkan.

Dalam memutuskan apakah suatu gagasan yang tertuang dalam rencana suatu proyek akan dilaksanakan atau tidak, tentu pihak pengusaha/calon pengusaha harus melakukan studi yang cermat dan menyeluruh. Studi semacam itu dapat dilakukan sendiri oleh pengusaha sebagai pemilik gagasan, namun pada umumnya dilakukan oleh lembaga konsultansi yang berpengalaman dalam menangani pekerjaan tersebut.

Penyusunan studi kelayakan untuk usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di negara berkembang termasuk di Indonesia masih sangat jarang dilaksanakan. Hal ini disebabkan antara lain karena :

1. Kondisi modal terbatas sedangkan biaya untuk menyusun studi kelayakan relatif tinggi.
2. Kesadaran dan pengetahuan akan pentingnya manfaat suatu studi kelayakan masih belum tumbuh dengan baik.
3. Pengusaha masih beranggapan bahwa studi kelayakan hanya perlu untuk mengajukan dana kredit kepada bank saja.

### C. Tujuan dan Manfaat

Secara makro, tujuan studi kelayakan bisnis adalah apakah bisnis dapat memberikan dampak ekonomis dengan menaikkan taraf hidup masyarakat sekitar. Studi kelayakan bisnis juga dapat memberikan alternatif dalam pengambilan keputusan investasi karena keterbatasan sumber daya yang ada. Kesalahan dalam melakukan investasi akan mengakibatkan pengorbanan dari sumber daya yang langka tersebut.

Pada umumnya permasalahan dan risiko yang terjadi dalam pelaksanaan suatu usaha disebabkan oleh persiapan yang kurang matang. Sehubungan dengan hal itu maka penyusunan studi kelayakan dianggap sangat penting.

Pihak-pihak yang berkepentingan terhadap studi kelayakan pada umumnya adalah :

- a. Pengusaha dan investor :
  - 1) Agar pengusaha dapat mengetahui dan meyakini kemungkinan kelayakan rencana usahanya, sebelum dimulai pelaksanaannya.
  - 2) Agar perusahaan mempunyai pedoman/acuan dalam menjalankan roda usahanya, seperti alokasi dana sendiri atau pinjaman dan jadwal pengembaliannya; komponen biaya dan penerimaan yang akan diperoleh.
  - 3) Agar perusahaan dapat mengantisipasi hal-hal yang mungkin akan merugikan atau mengganggu jalannya perusahaan sehingga akan dapat mempersiapkan alternatif pemecahannya.
  - 4) Dapat menyusun usulan proyek untuk mendapatkan bantuan dana dari partner usaha atau lembaga keuangan.
  - 5) Bagi investor pemegang saham dapat memilih alternatif investasi dananya pada usaha-usaha yang lebih menguntungkan.

b. Manajemen Perusahaan

Studi kelayakan dapat menjadi pedoman dalam melaksanakan tugas manajer dalam mencapai tujuan perusahaan dalam hal peningkatan kesejahteraan kepada pemangku kepentingan (*stakeholder*).

c. Lembaga keuangan (bank, perusahaan leasing) :

- 1) Untuk menentukan jumlah pinjaman yang akan diberikan
- 2) Untuk mengetahui likuiditas dari proyek tsb, terutama dalam hubungannya dengan kemampuan membayar kembali hutang sesuai jangka waktu yang telah ditentukan dalam perjanjian.

d. Pemerintah :

- 1) Untuk mengetahui sumbangan bisnis tersebut terhadap ekonomi nasional dan regional, perolehan devisa bagi negara, peningkatan penerimaan pajak, perluasan lapangan kerja, peningkatan dan distribusi pendapatan.
- 2) Mengetahui dampak proyek terhadap sumber daya alam atau lingkungan hidup (pelestarian atau pengrusakan).
- 3) Mendukung kebijakan pemerintah yang dapat membantu kelancaran pelaksanaan pembangunan proyek, pemberian subsidi, dan keringanan lainnya serta bantuan sarana dan prasarana yang diperlukan.

#### **D. Perencanaan Studi Kelayakan Bisnis**

Studi Kelayakan Bisnis adalah alat pengambilan keputusan manajemen untuk mengukur konsep desain untuk mengambil keputusan menerima konsep proyek atau menolaknya untuk menghindari terbuang percuma sumber daya ((Ssegawa & Muzinda, 2021). Tahapan atau langkah dalam penyusunan Studi Kelayakan Bisnis adalah:

1. Dimulai dari gagasan bisnis.
2. Gagasan kemudian ditelaah lebih lanjut dengan apa yang sering diistilahkan sebagai *project / business identification*.
3. *Project / business identification* selanjutnya akan menghasilkan sebuah laporan yang disebut masterplan (garis besar proyek / bisnis yang bersifat sementara).
4. Selanjutnya dipersiapkan laporan studi kelayakan yang menggambarkan kelayakan dari usaha / proyek.
5. Jika hasil analisis menunjukkan bahwa usaha / proyek layak, maka dibuat desain dan engineering dari usaha / proyek.
6. Langkah terakhir adalah membuat *scheduling* (penjadwalan waktu). Teknik yang terkenal adalah PERT (*Programming, Evaluation, Reporting, Techniques*).

#### E. Sistematika Studi Kelayakan Bisnis

Penyusunan Studi Kelayakan Bisnis yang baik mengikuti sistematika sebagai berikut:

##### 1. Pendahuluan

Bab pendahuluan berisi latar belakang masalah yang memberikan jawaban dari beberapa pertanyaan seperti jenis - jenis kegiatan atau gagasan usaha / proyek yang direncanakan, alasan - alasan pemilihan gagasan usaha / proyek, serta manfaat apa saja yang dapat diperoleh dengan adanya gagasan usaha / proyek tersebut.

Gagasan usaha / proyek yang disajikan juga dijelaskan, apakah dalam bentuk usaha baru atau merupakan perluasan dari usaha / proyek yang sudah ada serta jenis produk yang dihasilkan.

Segi manfaat (*benefit*) dari gagasan usaha / proyek perlu diuraikan baik *social benefit* maupun *financial benefit* berupa *return equity* bagi penanam modal.

Perlu juga untuk disampaikan profil pengusaha dan pola pembiayaan usaha. Dalam profil pengusaha perlu informasi mengenai identitas pengusaha, riwayat/perkembangan usahanya, jenis dan skala usaha, sifat usaha (individu, kelompok, kemitraan), perizinan, jaminan, teknis produksi, ketenagakerjaan dan pengupahannya, factor-faktor yang dapat mendorong pengembangan usaha ini dari segi teknis produksi dan pembiayaan melalui kredit.

Dalam pola pembiayaan perlu informasi riwayat hubungan nasabah dengan bank, syarat dan prosedur kredit bank, faktor penting dalam analisa kredit oleh bank pelaksana, dokumen-dokumen yang diperlukan dalam proses perkreditan, kendala yang dihadapi pengusaha dan bank untuk pembiayaan usaha tersebut dan cara penyelesaiannya.

## **2. Aspek Pasar dan Pemasaran**

Aspek ini merupakan inti dari studi kelayakan bisnis. Meskipun secara teknis telah menunjukkan hasil yang *feasible* untuk dilaksanakan, tidak ada artinya jika tidak disertai dengan upaya pemasaran dari produk yang dihasilkan. Uraian mengenai aspek pemasaran harus benar - benar baik dan realistis baik mengenai masa lalu maupun prospeknya di masa yang akan datang serta peluang dan kendala yang mungkin dihadapi seperti kondisi persaingan yang ada. Permintaan pasar dari produk yang dihasilkan merupakan dasar dalam menentukan jumlah produksi. Jumlah produksi merupakan dasar dalam rencana pembelian bahan baku, jumlah tenaga kerja yang diperlukan dan fasilitas lain yang diperlukan.

Dalam aspek pasar dan pemasaran diuraikan mengenai peluang pasar, perkembangan pasar, penetapan pangsa pasar, serta langkah-langkah yang perlu dilakukan dalam menghadapi persaingan. Selain itu, Permintaan dan penawaran produk secara lokal

dan nasional/ekspor, persaingan dan peluang pasar, harga dan sistem pembayaran penjualan hasil termasuk *bargaining position* dari pengusaha, sistem distribusi produk melalui lembaga pemasaran dan marketing margin dari pengusaha sampai lembaga pemasaran, konsumen (siapa, selera dan promosi produk), kendala yang dihadapi pengusaha dalam pemasaran dan cara penyelesaiannya.

### **3. Aspek Teknis dan Teknologi**

Aspek ini dibahas setelah usaha / proyek dinilai layak dari aspek pemasaran. Faktor - factor yang perlu diuraikan menyangkut lokasi usaha / proyek, sumber bahan baku, jenis teknologi yang digunakan, kapasitas produksi, jenis dan jumlah investasi yang diperlukan serta rencana produksi selama umur ekonomis usaha / proyek. Persyaratan teknis lokasi dan administrasi usaha, supplier dan penyediaan bahan baku dan sistem pembayarannya, teknologi produksi, konstruksi bangunan dan fasilitas yang diperlukan, jadwal kegiatan dan proses produksi, faktor-faktor teknis produksi antara lain : syarat-syarat produksi (spesifik menurut komoditas/usaha), bahan penolong dan harga, input produksi lainnya dan harga, standarisasi produk. Hal lain yang diperlukan adalah kendala dalam teknis produksi dan cara penyelesaiannya

### **4. Aspek Organisasi dan Manajemen**

Disini diuraikan bentuk kegiatan dan cara pengelolaan dari gagasan usaha / proyek yang direncanakan secara efisien. Dalam aspek ini dipersoalkan mengenai pembagian kerja, penentuan wewenang dan tanggung jawab, sistim pelaporan, system kontrol, anggaran belanja, inventaris dan hubungan kerja baik internal maupun eksternal. Selanjutnya disusun struktur organisasi yang



sesuai. Berdasarkan struktur organisasi yang ditetapkan kemudian ditentukan jumlah tenaga kerja dan keahlian yang dibutuhkan.

Cakupan analisis dalam aspek manajemen dan organisasi tergantung skala usaha yaitu usaha mikro, kecil atau menengah. Hal penting dalam aspek ini adalah ketersediaan tenaga sesuai dengan keahlian yang diperlukan dalam usaha ini, struktur organisasi, sistem pembayaran dan besarnya gaji/upah serta pengorganisasian produksi.

### **5. Aspek Ekonomi dan Keuangan**

Hal yang dibahas antara alain menyangkut perkiraan biaya investasi, perkiraan biaya operasi dan pemeliharaan, kebutuhan modal kerja, sumber pembiayaan, perkiraan pendapatan dan perhitungan criteria investasi. Selain itu perlu juga ditampilkan perhitungan break even point, payback period, proyeksi laba/rugi, proyeksi aliran kas dan dampak proyek terhadap perekonomian masyarakat secara keseluruhan.

Hal-hal yang dibahas dalam aspek ini antara lain adalah

- a. Pemilihan pola usaha (skala & teknologi produksi, jadwal produksi),
- b. asumsi dan parameternya,
- c. komponen biaya investasi dan biaya operasional,
- d. perhitungan kebutuhan modal sendiri dan kredit bank untuk modal kerja awal dan investasi,
- e. proyeksi produksi dan pendapatan,
- f. proyeksi laba/rugi dan BEP,
- g. proyeksi arus kas dan perhitungan kelayakan usaha, analisis sensitivitas.

Untuk usaha mikro perlu ditambahkan analisis ekonomi rumah tangga untuk menghitung kemampuan debitur mengembalikan kredit. Analisis ini membutuhkan informasi mengenai laporan keuangan dan neraca dari usaha dan rumah tangga pengusaha.

## **6. Kesimpulan dan Rekomendasi**

Dalam kesimpulan diuraikan hasil pembahasan sebelumnya, apakah gagasan usaha / proyek feasible atau tidak dilihat dari berbagai aspek terutama aspek pemasaran dan keuangan. Dalam kesimpulan juga dicantumkan angka - angka yang mendukung statement yang dikemukakan.

Rekomendasi ditujukan pada siapa saja yang berhubungan dengan penanganan proyek, baik lembaga keuangan sebagai sumber dana maupun pemerintah yang memberikan ijin pelaksanaan.

## **7. Lampiran - lampiran**

- a. Perhitungan aspek keuangan : Asumsi dan parameternya, biaya investasi, biaya operasional, proyeksi produksi dan pendapatan, perhitungan angsuran kredit, proyeksi biaya dan pendapatan, proyeksi laba/rugi, proyeksi arus kas dan analisis kelayakan usaha, proyeksi arus kas untuk analisis sensitivitas.
- b. Data teknis produksi yang digunakan : Jadwal produksi, komposisi dan parameter data teknis untuk komoditi/usaha tertentu yang digunakan dalam analisis keuangan.
- c. Dokumen-dokumen lainnya yang dianggap perlu.

## **E. Analisis Kelayakan Bisnis**

Dari rangkaian penilaian pada masing masing aspek tentu dibuatkan kesimpulan mengenai kelayakan yang dinilai dari masing

masing aspek. Selanjutnya aspek keuangan menjadi pertimbangan yang menentukan dalam pengkajian studi kelayakan bisnis.

Aspek keuangan yang paling tidak terdiri atas proyeksi laporan laba rugi, proyeksi neraca dan proyeksi arus kas dalam periode waktu yang ditentukan. Pada arus kas, penerimaan yang akan diterima pada masa yang akan datang dihitung dengan memasukkan factor diskonto untuk mendapatkan nilai sekarang.

Penilaian terhadap kriteria investasi dari sisi keuangan harus memenuhi persyaratan penilaian Net Present Value (NPV), Internal rate of return (IRR), Net Benefit Cost Ratio (NBC) dan Pay back Period.

*Net Present Value* merupakan nilai sekarang bersih yang dihitung dari rangkaian *net cash flow* yang akan diterima dalam masa investasi yang dilakukan. *Net Present Value* dari *cash flow* harus bernilai positif untuk diterimanya kelayakan bisnis. Aliran kas bersih dalam masa investasi yang didiskonto sebesar tingkat bunga tertentu harus memberikan hasil yang lebih besar dari investasi yang dikeluarkan.

Formula dari *Net Present Value* adalah:

$$NPV = \sum_{i=1}^n NB_i (1+i)^{-n}$$

atau

$$NPV = \sum_{i=1}^n \frac{NB_i}{(1+i)^n}$$

atau

$$NPV = \sum_{i=1}^n \bar{B}_i - \bar{C}_i = \sum_{i=1}^n N\bar{B}_i$$

Dimana:

NB = *Net benefit* = *Benefit* - *Cost*

C = Biaya investasi + Biaya operasi

$\bar{B}$  = *Benefit* yang telah didiskon

$\bar{C}$  = *Cost* yang telah didiskon

$i$  = diskon faktor

$n$  = tahun (waktu)

Formula dari Internal Rate of Return (IRR)

$$IRR = i_1 + \frac{NPV_1}{(NPV_1 - NPV_2)} (i_2 - i_1)$$

$i_1$  = tingkat discount rate yang menghasilkan  $NPV_1$

$i_2$  = tingkat discount rate yang menghasilkan  $NPV_2$

IRR adalah suatu tingkat discount rate yang menghasilkan  $NPV = 0$  (nol). Kriteria layak jika:

$IRR > SOCC$  maka proyek dikatakan layak

$IRR = SOCC$  berarti proyek pada BEP

$IRR < SOCC$  dikatakan bahwa proyek tidak layak.

Formula dari Net Benefit Cost Ratio

$$NetB / C = \frac{\sum_{i=1}^n \overline{NB}_i(+)}{\sum_{i=1}^n \overline{NB}_i(-)}$$

$Net B/C > 1$  (satu) berarti proyek (usaha) layak dikerjakan

$Net B/C < 1$  (satu) berarti proyek tidak layak dikerjakan  $Net B/C = 1$

(satu) berarti cash in flows = cash out flows (BEP) atau  $TR=TC$

Formula untuk menghitung Payback Period

$$PBP = T_{p-1} + \frac{\sum_{i=1}^n \overline{I}_i - \sum_{i=1}^n \overline{B}_{icp-1}}{\overline{B}_p}$$

- $T_{p-1}$  = Tahun sebelum terdapat PBP  
 $I_i$  = Jumlah investasi telah didiskon  
 $B_{icp-1}$  = Jumlah benefit yang telah didiskon sebelum PBP  
 $B_p$  = Jumlah benefit pada PBP

## DAFTAR PUSTAKA

- HM. Yacob Ibrahim, *Studi Kelayakan Bisnis*, Rineka Cipta, 1998
- Suratman, *Studi Kelayakan Proyek: Teknik dan Prosedur Penyusunan Laporan*, J & J Learning Yogyakarta, 2001
- Siswanto Sutojo, *Studi Kelayakan Proyek: Teori dan Praktek*, Lembaga PPM dan PT. Pustaka Binaman Presindo, 1995
- Ssegawa, J., & Muzinda, M. (2021). Feasibility Assessment Framework (FAF): A Systematic and Objective Approach for Assessing the Viability of a Project. *Procedia Computer Science*.

## PROFIL PENULIS



Dede Djuniardi, S.E., M.M. lahir di Jakarta pada tanggal 14 Juni 1970. Pendidikan dasar ditempuh di SD 03 Pademangan Timur, kemudian SMPN 42 Jakarta dan SMAN 13 Tanjung Priok Jakarta Utara. Gelar Sarjana Ekonomi (S1) diraih tahun 1996 dan Magister Manajemen (S2) di raih tahun 1999 dari Sekolah Tinggi Manajemen LABORA Jakarta.

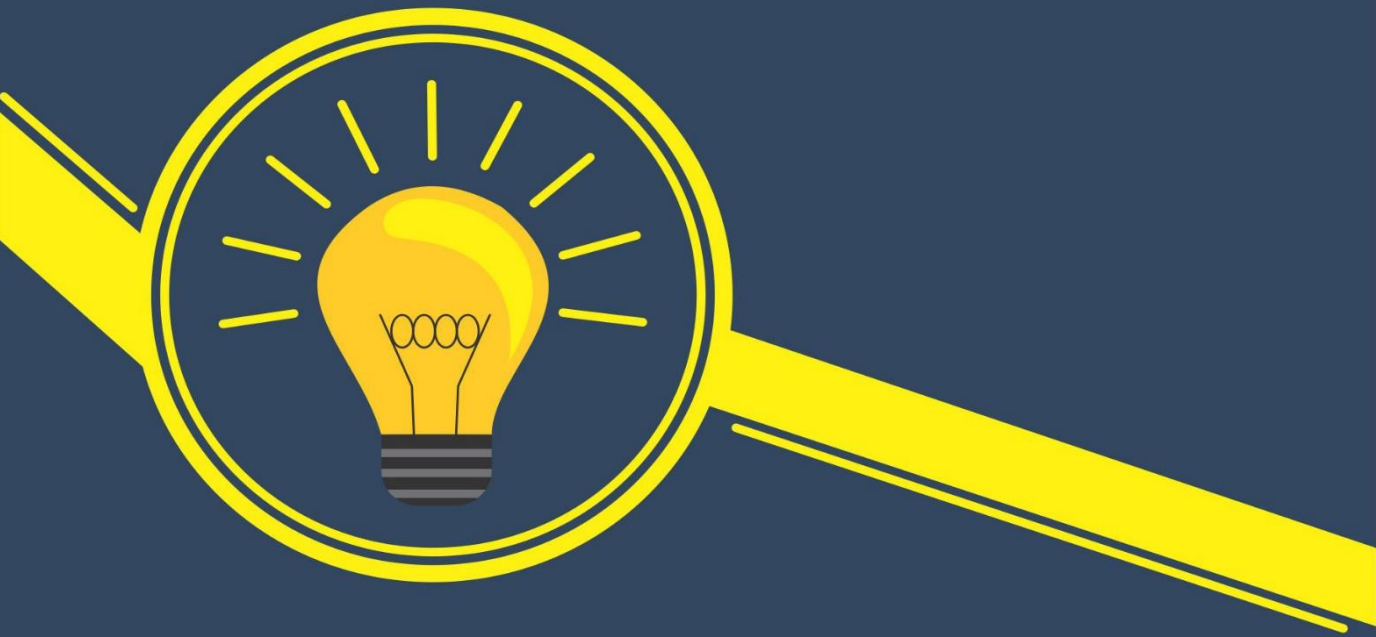
Selanjutnya menempuh pendidikan Doktor (S3) dalam Ilmu Manajemen di Universitas Gadjah Mada Yogyakarta lulus tahun 2020.

Pengalaman bekerja pada beberapa perusahaan dan menjadi konsultan pengembangan sektor riil dan UMKM di Kantor Perwakilan Bank Indonesia Cirebon dari tahun 2008-2013. Karir struktural di Universitas Kuningan sebagai Kaprodi Manajemen (2004-2008), Dekan Fakultas Ekonomi (2012-2016), Kepala Pusat Kewirausahaan (2017-2021) dan Kepala Program Magister Manajemen (2021-2026). Dosen pada program studi Magister Manajemen di Universitas Kuningan. Mengampu mata kuliah keuangan seperti Manajemen Keuangan, Studi Kelayakan Bisnis dan Penganggaran Perusahaan. Menulis beberapa buku seperti Dasar dasar Manajemen Keuangan, Lending Model bagi Petani Tebu Rakyat, Modul Studi Kelayakan Bisnis. Selain itu, aktif sebagai pengurus Kadin Kab. Kuningan dan Pengurus Pusat Ok Oce Andalan juga Instruktur pada berbagai pelatihan UMKM. Beberapa penelitian mandiri dan kolaborasi dengan instansi telah menghasilkan karya yang dipublikasikan.

---

**BAB 11**  
**PERENCANAAN, PENGELOLAAN,**  
**DAN STRATEGI BISNIS**

---



**Amalia Indah Fitriana**



## BAB 11

### PERENCANAAN, PENGELOLAAN, DAN STRATEGI BISNIS

#### A. Perencanaan Bisnis

##### 1. Definisi Perencanaan Bisnis

*Business plan* adalah dokumen penting yang berisi deskripsi tentang perusahaan. Perencanaan tersebut menunjukkan posisi sekarang, visi kedepan, dan rencana untuk mewujudkan visi tersebut. Rencana bisnis mencakup jawaban terhadap beberapa pertanyaan berikut:

- a. Apakah anda mempunyai ide untuk memulai suatu usaha atau bisnis apa yang sedang anda kerjakan sekarang.
- b. Siapa konsumen anda dan atau calon konsumen anda, dan apa yang mendorong mereka untuk menjadi konsumen anda?
- c. Bagaimana cara memperkenalkan bisnis anda pada konsumen?
- d. Siapa kompetitor anda dan apa yang membuat beda dari bisnis yang lain?
- e. Bagaimana anda menunjukkan pentingnya bisnis anda?
- f. Apakah tim manajemen mampu mensukseskan bisnis anda?
- g. Apa target jangka panjang dari bisnis anda?
- h. Bagaimana gambaran finansial bisnis anda? Berapa besar modal yang diperlukan untuk menjalankan bisnis? Berapa besar keuntungan?

##### 2. Manfaat Perencanaan Bisnis

Banyak manfaat yang diperoleh ketika sebelum memulai usaha membuat *business plan* terlebih dahulu, diantaranya:

- a. Kejelasan rencana strategi bisnis dalam menentukan poin-poin penting dalam usaha ;
- b. Potensi besar keberhasilan bisnis karena adanya kejelasan arah tujuan serta visi misi bisnis ;
- c. Persiapan lebih matang dalam menghadapi masalah/resiko yang akan terjadi ;
- d. Kejelasan peluang serta potensi pasar.

### 3. Kerangka Dasar Perencanaan Bisnis

Kerangka dasar dari suatu rencana bisnis, meliputi :

- a. Ringkasan Eksekutif (*Executive Summary*) Menunjukkan aspek terpenting dalam bisnis, merangkum poin utama dalam perencanaan bisnis.
- b. Deskripsi Perusahaan Menampilkan seluk-beluk bisnis/perusahaan
- c. Deskripsi Target Pasar Mengidentifikasi tipe orang atau bisnis yang paling disukai konsumen, dan menjelaskan kebutuhan dan keinginan mereka.
- d. Analisa Kompetitif Mengevaluasi bisnis/perusahaan lain yang menawarkan produk atau jasa serupa.
- e. Perencanaan Pemasaran dan Penjualan Menguraikan bagaimana anda menjangkau konsumen dan melakukan penjualan produk.
- f. Perencanaan Operasional Menjelaskan bagaimana menjalankan bisnis dan faktor-faktor operasional yang mungkin menjadi penghalang dalam kompetisi.
- g. Tim Manajemen Mendeskripsikan orang-orang yang berperan dalam menjalankan bisnis.

- h. Rencana Pengembangan dan Prestasi Menunjukkan bagaimana perkembangan bisnis dalam jangka waktu tertentu, bagaimana mencapainya, dan target yang ingin dicapai.
- i. Finansial Laporan keuangan yang menunjukkan kondisi finansial terbaru, dan target finansial yang akan dicapai dimasa datang.

#### 4. Komponen Perencanaan Bisnis

Ada 3 (tiga) komponen penting yang perlu diperhatikan dalam menyusun perencanaan bisnis atau *business plan*, yaitu :

##### a. Konsep Bisnis

Konsep bisnis merupakan ide bisnis tertulis yang berisi visi misi sebuah bisnis, dan nilai produk atau jasa yang akan diberikan kepada pelanggan. Konsep bisnis juga menjelaskan mengapa pelaku usaha sangat kompeten untuk menawarkannya.

##### b. Market/Pasar Analisa

Market/Pasar Analisa ini mengenai situasi pasar meliputi pelanggan, pesaing, proses distribusi, dan promosi. Dalam hal ini perlu dibuat sebuah *marketing plan* yang matang. *Marketing Plan* terdiri dari kondisi pasar eksisting, review atas kompetitor, strategi pemasaran, dan strategi harga. Kondisi pasar eksisting mengungkapkan adanya besaran permintaan pasar atas produk atau jasa layanan yang ditawarkan baik secara keseluruhan maupun per segmentasi. Kunci sukses awal dari *marketing plan* adalah seberapa jauh perusahaan dapat mengenal calon customers, apa yang dibutuhkan, yang tidak diinginkan, dan yang diharapkan *customers*.

##### c. Finansial

Finansial menjelaskan tentang situasi keuangan yang terdiri dari *Income statement*/ laporan laba rugi, *balance sheet*, (jika bisnis tersebut sudah berjalan), proyeksi laba rugi dan arus kas. Analisa dan

strategi keuangan sangat penting dalam menyusun *business plan* guna memberikan gambaran sistematis terhadap langkah-langkah yang akan diambil untuk mencapai profitabilitas yang diharapkan. *Financial Plan* disusun dengan cara menentukan secara aktual jumlah dana yang dibutuhkan untuk memulai kegiatan bisnis dan dana yang dibutuhkan untuk kegiatan operasional perusahaan.

*Business plan* dibuat dalam bentuk jangka pendek ataupun jangka panjang yang pertama kali diikuti untuk tiga tahun berjalan. *Business plan* merupakan rencana perjalanan atau road map yang akan diikuti oleh wirausaha. *Business plan* seakan-akan menjawab pertanyaan: *Where am I now? Where am I going? How will I get there?*

## **B. Pengelolaan Bisnis**

### **1. Mengelola Bisnis secara Profesional Berbasis Manajemen Modern**

Mengelola bisnis secara profesional merupakan hal yang mutlak bagi anda sebagai pebisnis. Bisnis bisa diartikan dengan pengelolaan hal baik itu produksi maupun jasa yang bertujuan untuk dipasarkan kepada orang yang membutuhkan dengan imbalan jasa atau uang. Bisnis selalu dikaitkan dengan uang dan keuntungan.

Pengelolaan merupakan semua hal yang memanfaatkan suatu barang atau jasa untuk dijadikan barang baru yang memberikan manfaat lebih dan keuntungan bagi pengelolanya. Pengelolaan bisnis ini merupakan cara untuk mendapatkan dan menata bisnis agar pemilik bisnis bisa mendapatkan keuntungan yang maksimal. Mengelola bisnis secara profesional bisa dilakukan dengan beberapa cara diantaranya:

#### **a. SDM yang Handal**

SDM merupakan hal yang utama bagi bisnis anda selain modal. Tanpa SDM yang handal modal berapa pun akan habis karena tidak

bisa digunakan secara tepat. SDM yang handal dan berpengalaman bisa mengatur keuangan atau administrasi perusahaan, mengelola bisnis dengan baik dan merencanakan semua keperluan bisnis untuk saat ini dan masa yang akan datang. Perencanaan bisnis yang tepat diperlukan untuk mengetahui seberapa mampu perusahaan tersebut kedepannya.

b. Kualitas Produksi

Kualitas produksi juga menandakan seberapa mampu anda bekerja secara profesional. Semakin baik kualitas suatu barang yang diproduksi semakin baik pula pengelolaan bisnis.

c. Keuangan dan Administrasi

Sama seperti SDM diatas, pengelolaan keuangan yang tepat dan sesuai rencana merupakan faktor pendukung pengelolaan bisnis secara profesional. Bila keuangan dan administrasi ditata dengan rapi tentu bisnis akan mudah dilaporkan dan di cek. Pengecekan laporan keuangan dan administrasi bisnis ini bertujuan untuk mengetahui apakah perusahaan berkembang atau tidak. Seperti pada posisi laba atau rugi perusahaan tiap bulan. Bila perusahaan mengalami kerugian pihak terkait bisa melakukan perbaikan terhadap mutu barang yang diproduksi.

d. Merek

Merek suatu produk bisa menjadi citra dari bisnis yang anda kelola. Dari merek yang baik tersebut konsumen akan menilai bahwa anda bisa mengelola bisnis secara profesional.

Merek yang bagus akan dikenal banyak orang dan selalu menjadi pilihan mereka. Karena itulah banyak pebisnis yang mengeluarkan banyak uang hanya untuk mendapatkan merek yang terbaik bagi produknya.

## C. Strategi Bisnis

### 1. Definisi Strategi Bisnis

Menurut Pearce dan Robinson (2013) Strategi adalah 'rencana main' suatu perusahaan. Strategi mencerminkan kesadaran perusahaan mengenai bagaimana, kapan dan dimana ia harus bersaing menghadapi lawan dan dengan maksud dan tujuan apa.

Menurut David (2013:13) Strategi adalah sebuah arti dimana objektif jangka panjang akan dicapai. Strategi bisnis juga termasuk dalam Geographic Expansion, Divertification, Acquisition, Produk Development, Market Penetration, Retrenchment, Divestiture, Liquidation, and Joint Ventures. Strategi merupakan potensi dari sebuah aksi yang memerlukan keputusan manajer puncak dan membutuhkan sumber daya yang besar, strategi juga mempengaruhi sebuah kesuksesan organisasi, Biasanya hanya bertahan sampai dengan lima tahun dan perusahaan berorientasi pada depan. Strategi mempunyai konsekuensi Multidivisional yang membutuhkan pertimbangan diantara external dan internal faktor.

Menurut Dewanti (2008 : 4, p.29) dalam buku kewirausahaan, strategi adalah pola tindakan utama yang dipilih untuk mewujudkan visi organisasi melalui misi-misinya. Kunci srtaegis adalah:

- a. *Efficiency*: meminimalkan resiko melalui penghematan dan meningkatkan laba;
- b. *Effectiveness*: sesuai dengan tujuan yakni memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan pasar;
- c. *Effulgence*: tampilan berbeda dan bernilai tinggi;
- d. *Edge*: lebih baik dibandingkan para pesaingnya;
- e. *Exellence*: berjalan mulus tanpa halangan yang berarti.

## 2. Perumusan Strategi Bisnis

Beberapa langkah yang perlu dilakukan perusahaan dalam merumuskan strategi, yaitu:

- a. Mengidentifikasi lingkungan yang akan dimasuki oleh perusahaan di masa depan menentukan misi perusahaan dan mencapai visi yang dicita[1]itakan dalam lingkungan tersebut.
- b. Melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan dalam menjalankan misinya.
- c. Merumuskan faktor-faktor ukuran keberhasilan (key success factors) dari strategi-strategi yang ada.
- d. Menentukan tujuan dan target terukur, mengevaluasi berbagai alternatif strategi, mempertimbangkan sumberdaya yang dimiliki.
- e. Memilih strategi yang paling sesuai perusahaan untuk tujuan jangka pendek dan jangka Panjang (Hariadi, 2005)

## 3. Tingkatan Strategi

Menurut Whelen dan Hunger (2008: p15) ada beberapa tingkatan dalam strategi untuk perusahaan besar. Ada tiga tingkatan strategi manajemen yang berkembang sesuai dengan perkembangan perusahaan.

- a. Strategi Korporasi (*Corporate Strategy*)

Ada tiga jenis strategi yang dapat dipakai pada tingkat strategi ini, yaitu:

- 1) Strategi pertumbuhan (*Growth Strategy*) Strategi yang berdasarkan pada tahap pertumbuhan yang sedang dilalui perusahaan.

- 2) Strategi stabilitas (*Stability Strategy*) Strategi dalam menghadapi kemerosotan penghasilan yang sedang dihadapi oleh suatu perusahaan.
- 3) *Retrenchment strategy* merupakan strategi yang diterapkan untuk memperkecil atau mengurangi usaha yang dilakukan perusahaan.

b. Strategi Bisnis (*Business Strategy*)

Strategi ini digunakan pada tingkat produk atau unit bisnis dan merupakan strategi yang menekankan pada perbankkan posisi bersaing produk atau jasa pada spesifikasi atau segmen pasar tertentu. Terdapat tiga macam strategi yang bisa digunakan pada strategi tingkat bisnis ini, yaitu:

- 1) Strategi kepemimpinan biaya;
- 2) Strategi diferensiasi;
- 3) Strategi *focus*.

Strategi pada tingkat ini dirumuskan dan ditetapkan oleh para manajer yang disertai tugas tanggung jawab oleh manajemen puncak untuk mengelola bisnis bersangkutan.

c. Strategi Fungsional (*Fungsional Strategy*)

Strategi ini digunakan pada level fungsional seperti, operasional, pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia. Strategi ini mengacu pada dua tingkatan strategi sebelumnya yaitu strategi korporasi dan strategi bisnis. Strategi fungsional juga disebut sebagai *value-based strategy*. Berfokus pada memaksimalkan produktivitas sumber daya yang digunakan dalam memberikan value terbaik untuk pemenuhan kebutuhan pelanggan.



#### 4. Fungsi Strategi Bisnis

Ada 6 fungsi dasar dari strategi agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara efektif yaitu:

- a. Mengkomunikasikan suatu visi perusahaan yang ingin dicapai kepada orang lain.
- b. Menghubungkan kekuatan (*Strength*) dengan peluang (*Opportunity*) dari lingkungannya.
- c. Menyelidiki adanya peluang-peluang baru di pasar yang ada.
- d. Menghasilkan dan membangkitkan sumber-sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang.
- e. Mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan atau aktivitas organisasi ke depan.
- f. Menanggapi serta bereaksi atas keadaan yang baru dihadapi sepanjang waktu.

#### 5. Manajemen Strategi Bisnis

Menurut David (2013:5) manajemen strategis dapat didefinisikan sebagai seni dan ilmu untuk memformulasi, mengimplementasi, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi memungkinkan organisasi dapat mencapai tujuannya. Tujuan Manajemen strategis adalah untuk mengeksploitasi dan menciptakan peluang baru yang berbeda untuk masa mendatang; perencanaan jangka panjang, sebaliknya, mencoba untuk mengoptimalkan tren sekarang untuk masa datang.

Pearce dan Robinson (2008:5) mendefinisikan manajemen strategis sebagai satu set keputusan dan tindakan yang menghasilkan formulasi dan implementasi rencana yang dirancang untuk meraih tujuan suatu perusahaan atau organisasi.

Menurut Robbins & Coulter (2010:214) manajemen strategi adalah tugas penting seorang manajer dalam mengembangkan strategi

organisasi yang melibatkan semua fungsi manajemen dasar. Strategi sendiri memiliki arti yaitu, sebuah rencana mengenai bagaimana sebuah organisasi dapat memenangkan persaingan, memuaskan para pelanggan serta mencapai tujuannya. Manajemen strategi mempunyai enam langkah dalam prosesnya yaitu:

- a. Mengidentifikasi misi, tujuan dan strategi organisasi saat ini;
- b. Analisis Eksternal (Peluang dan Ancaman);
- c. Analisis Internal (Kekuatan dan Kelamahan);
- d. Memformulasi Strategi;
- e. Implementasi Strategi;
- f. Evaluasi hasil.

Menurut Prawirosentono dan Primasari (2014:7) manajemen strategik adalah ilmu dan seni untuk menyinergikan berbagai sumber daya yang dimiliki organisasi secara proporsional sehingga dapat diambil rangkaian keputusan strategik untuk mencapai tujuan organisasi secara optimum dengan memperhatikan lingkungan hidup.

## **6. Manfaat Manajemen Strategi Bisnis**

Berikut manfaat keuangan dan manfaat non-keuangan bagi organisasi menurut Fred R. David (2011:24):

### **a. Manfaat Keuntungan Keuangan**

Bisnis yang menggunakan berbagai konsep manajemen strategis menunjukkan perbaikan yang signifikan dalam penjualan, profitabilitas, dan produktivitas dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan yang tanpa aktivitas perencanaan strategis yang sistematis. Perusahaan berkinerja tinggi cenderung membuat perencanaan sistematis untuk mempersiapkan diri menghadapi fluktuasi di masa depan dalam lingkungan internal dan eksternal mereka. Perusahaan dengan sistem perencanaan yang mengadopsi

teori manajemen strategis, biasanya menunjukkan kinerja keuangan jangka panjang yang lebih baik relative terhadap industri mereka.

b. Manfaat Non-keuangan

Selain membantu perusahaan menghindari bencana keuangan, manajemen strategis menawarkan keuntungan-keuntungan nyata lain, seperti meningkatnya kesadaran akan ancaman eksternal, membaiknya pemahaman akan strategi pesaing, naiknya produktivitas karyawan, menurunnya resistensi pada perubahan, dan pemahaman yang lebih jelas akan relasi kinerja-imbalan. Manajemen strategis meningkatkan kapabilitas pencegahan persoalan organisasi sebab ia mendorong interaksi antarmanajer di semua level divisional dan level fungsional.

Secara garis besar manfaat utama dari manajemen strategis adalah membantu organisasi merumuskan strateg-strategi yang lebih baik melalui pendekatan yang lebih sistematis, logis, dan rasional untuk menentukan pilihan strategi. Tetapi perumusan strategi-strategi tersebut harus diimplementasikan secara efektif.

## 7. Konsep Manajemen Strategi

Menurut David (2013:35-36), proses manajemen strategis terdiri tiga tahap:

a. Tahap 1: *Strategy formulation* / Perumusan Strategi

Formulasi strategi termasuk mengembangkan visi dan misi, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal perusahaan, menentukan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, merumuskan alternative strategi, dan memilih tertentu yang akan dilaksanakn. Isu-isu penting dalam formulasi strategi adalah bisnis apa yang akan dimasuki, juga bisa apa yang seharusnya ditinggalkan, apakah harus melakukan ekspansi atau diversifikasi usaha, apakah perlu go internasional, dan lain-lain.

b. Tahap 2: *Strategy implementation* / Penerapan Strategi

Implementasi strategi mensyaratkan perusahaan untuk menetapkan tujuan tahunan, membuat kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya sehingga strategi yang telah diformulasikan dapat dijalankan secara baik. Hal penting lainnya yang terkait dengan implementasi adalah mengembangkan budaya yang mendukung pelaksanaan strategi, struktur organisasi yang efektif, mengarahkan usaha pemasaran, memberdayakan informasi dan menghubungkan kinerja karyawan dengan kinerja organisasi.

c. Tahap 3: *Strategy evaluation* / Penilaian Strategi

Evaluasi strategi adalah tahap final dalam manajemen strategis. Manajer sangat ingin mengetahui kapan strategi tidak dapat berjalan seperti yang diharapkan : evaluasi strategi adalah alat utama untuk mendapatkan informasi ini. Semua strategi dapat dimodifikasi di masa datang karena faktor internal dan eksternal secara konstan berubah. Evaluasi dibutuhkan karena kesuksesan hari ini tidak bisa menjamin hari esok. Tiga aktifitas dasar evaluasi strategi adalah:

- 1) Meninjau ulang faktor eksternal dan internal yang menjadi dasar strategi dasar saat ini;
- 2) Mengukur kinerja;
- 3) Mengambil tindakan korektif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aarker, David., 2013. Manajemen Pemasaran Strategis. Edisi 8. Jakarta: Salemba Empat.
- Andrias Harefa. (2008). Berwirausaha dari Nol 10 Kiat Sukses dengan Modal Seadanya. Jakarta: Gramedia.
- Assauri, Sofjan. (2013), Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep dan Strategi, Penerbit Rajawali Pers, Jakarta.
- Dewanti, Retno.2008.Kewirausahaan. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- David Fred. 2007. Strategic Management: Concepts & Cases. 11th Edition, Prentice Hall
- David, Fred.R., 1999, Strategic Management, Seventh Edition, New Jersey, Prentice Hall International, Inc.
- David, F. R. 2010. Manajemen Strategi : Konsep. Jakarta: Salemba Empat edisi 12.
- David, Fred R. 2011. Strategic Management : Concepts and Cases. Edition 13th Pearson Education
- Feddy Rangkuti. (2000). Business Plan, Teknik Membuat Perencanaan Bisnis dan Analisis Kasus. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hariadi, Bambang, (2003). Strategi Manajemen, Bayumedia Publishing, Jakarta
- Hunger, J. David, dan Thomas L. Wheelen. Strategic Management, Addison Wesley Publishing Company, Reading, Massachusetts, 1996
- Hunger, J. David & Thomas L. Wheelen. Strategic Manajemen : Bisnis Policy, Entering 21'st Century Global Society. USA. Adison Wesley-Longman,Inc. 1998
- Ismail Solihin. (2012). Manajemen Strategik. Jakarta: Erlangga.

- Ismail Solichin. (2007). Memahami Business Plan. Jakarta: Salemba.
- Joewono, Handito. (2012). Strategy Management. Jakarta: Arrbey
- John A. Pearce II dan Richard B. Robinson, Jr., (2008). Manajemen Strategis Formulasi, Implementasi dan Pengendalian. Jakarta: Salemba Empat
- Pearce, John A. dan Robinson, Richard B. 2013. Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian. Jakarta: Salemba Empat
- Prawirosentono, Suyadi & Primasari, Dewi. (2014). Manajemen Strategik & Pengambilan Keputusan Korporasi. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Robbins, Stephen P. & Coulter, Mary. 2010. Manajemen Ed.10. Jakarta: Erlangga.

Website :

<https://menjadiwirausaha.com/mengelola-bisnis-secara-profesional-berbasis-manajemen-modern/> (diakses 25 Oktober 2021)

## PROFIL PENULIS

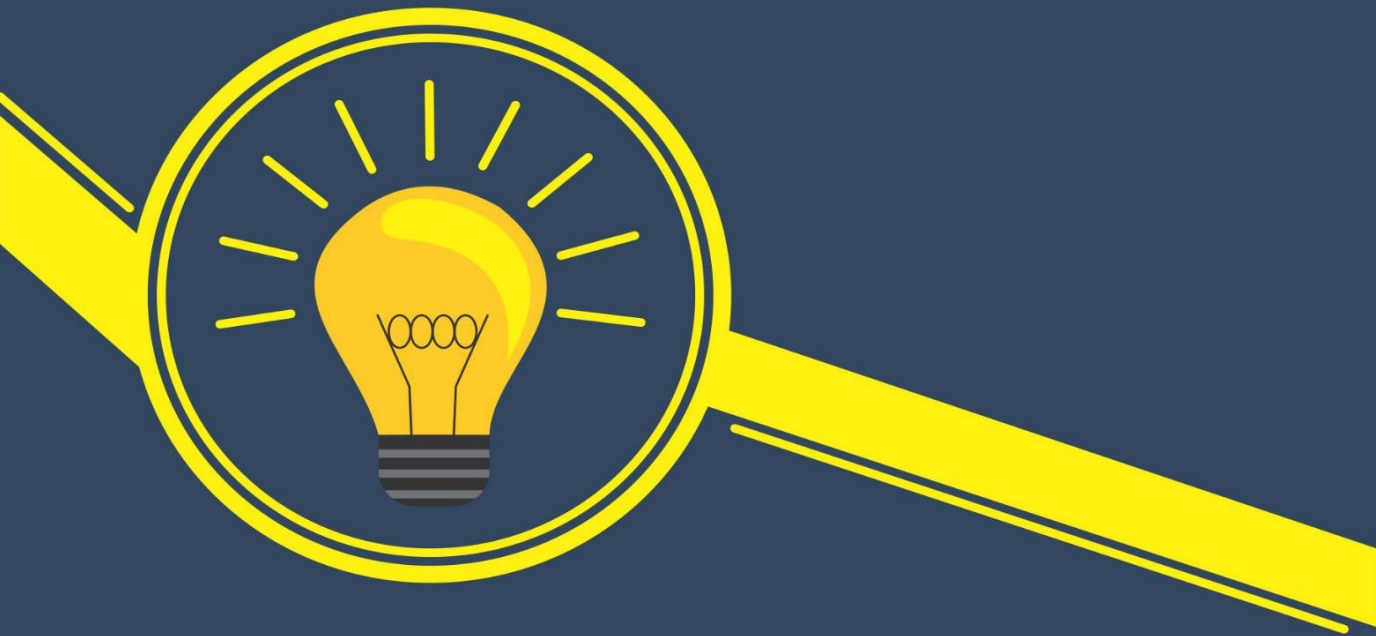


Amalia Indah Fitriana, S.E., M.Ak, lahir di Jakarta. Lulus program Sarjana Strata 1 (S1) Akuntansi di Universitas Muhammadiyah Tangerang (2012). Lulus Magister Akuntansi (S2) Konsentrasi Akuntansi Sektor Bisnis di Universitas Esa Unggul (2016). Saat ini penulis merupakan dosen tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis program studi D3 Akuntansi di Universitas Muhammadiyah Tangerang (2016 s.d sekarang).

---

**BAB 12**  
**USAHA KECIL MIKRO MENENGAH**

---



**Fidya Arie Pratama**



## **BAB 12**

### **USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH**

#### **A. Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah**

Di Indonesia, definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang buka merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

Sedangkan usaha mikro adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut. Di dalam Undang-undang tersebut, kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM seperti yang tercantum dalam Pasal 6 adalah nilai kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan. Dengan kriteria sebagai berikut:

1. Usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki aset paling banyak Rp.50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp.300 juta.
2. Usaha kecil dengan nilai aset lebih dari Rp. 50 juta sampai dengan paling banyak Rp.500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300 juta hingga maksimum Rp.2.500.000, dan.
3. Usaha menengah adalah perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp.500 juta hingga paling banyak Rp.100 milyar hasil penjualan tahunan di atas Rp.2,5 milyar sampai paling tinggi Rp.50 milyar.

Selain menggunakan nilai moneter sebagai kriteria, sejumlah lembaga pemerintahan seperti Departemen Perindustrian dan Badan Pusat Statistik (BPS), selama ini juga menggunakan jumlah pekerja sebagai ukuran untuk membedakan skala usaha antara usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar. Misalnya menurut Badan Pusat Statistik (BPS), usaha mikro adalah unit usaha dengan jumlah pekerja tetap hingga 4 orang, usaha kecil antara 5 sampai 19 pekerja, dan usaha menengah dari 20 sampai dengan 99 orang. Perusahaan-perusahaan dengan jumlah pekerja di atas 99 orang masuk dalam kategori usaha besar.

Usaha mikro kecil dan menengah merupakan pemain utama dalam kegiatan ekonomi di Indonesia. masa depan pembangunan terletak pada kemampuan usaha mikro kecil dan menengah untuk berkembang mandiri. Kontribusi usaha mikro kecil dan menengah pada GDP di Indonesia tahun 1999 sekitar 60%, dengan rincian 42% merupakan kontribusi usaha kecil dan mikro, serta 18% merupakan usaha menengah. Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting dan strategis dalam mengantisipasi

perekonomian kedepan terutama dalam memperkuat struktur perekonomian nasional. Adanya krisis perekonomian nasional seperti sekarang ini sangat mempengaruhi stabilitas nasional, ekonomi dan politik yang imbasnya berdampak pada kegiatan-kegiatan usaha besar yang semakin terpuruk, sementara UMKM serta koperasi relatif masih dapat mempertahankan kegiatan usahanya.

Secara umum, tujuan atau sasaran yang ingin dicapai adalah terwujudnya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang tangguh dan mandiri yang memiliki daya saing tinggi dan berperan utama dalam produksi dan distribusi kebutuhan pokok, bahan baku, serta dalam permodalan untuk menghadapi persaingan bebas. UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Pada prinsipnya, pembedaan antara Usaha Mikro (UMI), Usaha Kecil (UK), Usaha Menengah (UM), dan Usaha Besar (UB) umumnya didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata per tahun, atau jumlah pekerja tetap.

Namun definisi UMKM berdasarkan tiga alat ukur ini berbeda menurut negara. Karena itu, memang sulit membandingkan pentingnya atau peran UMKM antar negara. Usaha Kecil dan Menengah disingkat UKM adalah sebuah istilah yang mengacu ke jenis usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp200 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan usaha yang berdiri sendiri. Menurut Keputusan Presiden RI no. 99 tahun 1998 pengertian Usaha Kecil adalah: "Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat. Beberapa keunggulan UKM terhadap usaha besar antara lain adalah sebagai berikut. a. Inovasi dalam teknologi yang telah dengan mudah terjadi dalam

pengembangan produk. b. Hubungan kemanusiaan yang akrab di dalam perusahaan kecil. c. Kemampuan menciptakan kesempatan kerja cukup banyak atau penyerapannya terhadap tenaga kerja. d. Fleksibelitas dan kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat dibanding dengan perusahaan besar yang pada umumnya birokrasi. e. Terdapatnya dinamisme manajerial dan peran kewirausahaan

### **B. Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah**

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 UMKM memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Usaha Mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha milik perorangan yang memenuhi kriteria yakni: 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah).
2. Usaha Kecil, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria yakni: 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3. Usaha Menengah, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria: 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan definisi UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 orang samapai dengan 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 20 orang sampai dengan 99 orang. Menurut Kementerian Keuangan, berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 316/KMK 016/1994 tanggal 27 Juni 1994 bahwa Usaha Kecil sebagai perorangan/badan usaha yang telah melakukan kegiatan /usaha yang mempunyai penjualan/omset per tahun setinggi-tingginya Rp. 600.000.000 atau asset (aktiva) setinggi-tingginya Rp.600.000.000 (diluar tanah dan bangunan yang ditempati). Contohnya Firma, CV, PT, dan Koperasi yakni dalam bentuk badan usaha. Sedangkan contoh dalam bentuk perorangan antara lain pengrajin industri rumah tangga, peternak, nelayan, pedagang barang dan jasa dan yang lainnya.

### C. Klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Dalam perspektif perkembangannya, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar. Selain itu kelompok ini terbukti tahan terhadap berbagai macam guncangan krisis ekonomi. Maka sudah menjadi keharusan penguatan kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang melibatkan banyak kelompok. Berikut ini adalah klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM):

1. *Livelihood Activities*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum biasa disebut sektor informal. Contohnya pedagang kaki lima.
2. *Micro Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
3. *Small Dynamic Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
4. *Fast Moving Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar (UB)

### D. Peranan Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Diakui, bahwa Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara-negara sedang berkembang (NSB), tetapi juga di negara-negara maju (NM). Di negara maju, UMKM sangat penting, tidak hanya kelompok usaha tersebut menyerap paling banyak tenaga kerja dibandingkan usaha besar (UB), seperti halnya di negara sedang berkembang, tetapi juga kontribusinya

terhadap pembentukan atau pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) paling besar dibandingkan kontribusi dari usaha besar

### **E. Karakteristik Usaha Mikro**

Usaha kecil di Indonesia mempunyai potensi yang besar untuk dikembangkan karena pasar yang luas, bahan baku yang mudah didapat serta sumber daya manusia yang besar merupakan variabel pendukung perkembangan dari usaha kecil tersebut akan tetapi perlu dicermati beberapa hal seiring perkembangan usaha kecil rumahan seperti: perkembangan usaha harus diikuti dengan pengelolaan manajemen yang baik, perencanaan yang baik akan meminimalkan kegagalan, penguasaan ilmu pengetahuan akan menunjang keberlanjutan usaha tersebut, mengelola sistem produksi yang efisien dan efektif, serta melakukan terobosan dan inovasi yang menjadikan pembeda dari pesaing merupakan langkah menuju keberhasilan dalam mengelola usaha tersebut

Dalam buku Pandji Anoraga diterangkan bahwa secara umum, sektor usaha memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Sistem pembukuan yang relatif administrasi pembukuan sederhana dan cenderung tidak mengikuti kaidah admistrasi pembukuan standar. Kadangkala pembukuan tidak di up to date sehingga sulit untuk menilai kerja usahanya.
2. Margin usaha yang cenderung tipis mengingat persaingan yang sangat tinggi.
3. Modal terbatas
4. Pengalaman menejerial dalam mengelola perusahaan masih sangat terbatas.
5. Skala ekonomi yang terlalu kecil sehingga sulit mengharapkan untuk mampu menekan biaya mencapai titik efisiensi jangka panjang.

6. Kemampuan pemasaran dan negosiasi serta diversifikasi pasar sangat terbatas.
7. Kemampuan untuk sumber dana dari pasar modal terendah, mengingat keterbatasan sistem administrasinya. Untuk mendapatkan dana dipasar modal, sebuah perusahaan harus mengikuti sistem administrasi standar dan harus transparan.

Karakteristik yang dimiliki oleh usaha mikro menyiratkan adanya kelemahankelemahan yang sifatnya potensial terhadap timbulnya masalah. Hal ini menyebabkan berbagai masalah internal terutama yang berkaitan dengan pendanaan yang tampaknya sulit untuk mendapatkan solusi yang jelas.

#### **F. Kekuatan dan Kelemahan Usaha Mikro Kecil dan Menengah**

UMKM memiliki beberapa kekuatan potensial yang merupakan andalan yang menjadi basis pengembangan pada masa yang akan datang adalah:

1. Penyediaan lapangan kerja peran industri kecil dalam penyerapan tenaga kerja patut diperhitungkan, diperkirakan maupun menyerap sampai dengan 50% tenaga kerja yang tersedia.
2. Sumber wirausaha baru keberadaan usaha kecil dan menengah selama ini terbukti dapat mendukung tumbuh kembangnya wirausaha baru.
3. Memiliki segmen usaha pasar yang unik, melaksanakan manajemen sederhana dan fleksibel terhadap perubahan pasar
4. Memanfaatkan sumber daya alam sekitar, industri kecil sebagian besar memanfaatkan limbah atau hasil sampai dari industri besar atau industri yang lainnya.



5. Memiliki potensi untuk berkembang. Berbagai upaya pembinaan yang dilaksanakan menunjukkan hasil yang menggambarkan bahwa industri kecil mampu untuk dikembangkan lebih lanjut dan mampu untuk mengembangkan sektor lain yang terkait.

Kelemahan, yang sering juga menjadi faktor penghambat dan permasalahan dari Usaha Mikro terdiri dari 2 faktor:

1. Faktor Internal Faktor internal, merupakan masalah klasik dari UMKM yaitu diantaranya:
  - a. Masih terbatasnya kemampuan sumber daya manusia.
  - b. Kendala pemasaran produk sebagian besar pengusaha Industri Kecil lebih memprioritaskan pada aspek produksi sedangkan fungsi-fungsi pemasaran kurang mampu dalam mengakseskannya, khususnya dalam informasi pasar dan jaringan pasar, sehingga sebagian besar hanya berfungsi sebagai tukang saja.
  - c. Kecenderungan konsumen yang belum mempercayai mutu produk Industri Kecil.
  - d. Kendala permodalan usaha sebagian besar Industri Kecil memanfaatkan modal sendiri dalam jumlah yang relatif kecil.
2. Faktor eksternal Faktor eksternal merupakan masalah yang muncul dari pihak pengembang dan pembina UMKM. Misalnya solusi yang diberikan tidak tepat sasaran tidak adanya monitoring dan program yang tumpang tindih. Dari kedua faktor tersebut muncullah kesenjangan diantara faktor internal dan eksternal, yaitu disisi perbankan, BUMN dan lembaga pendamping lainnya sudah siap dengan pemberian kredit, tapi UMKM mana yang diberi, karena berbagai ketentuan yang

harus dipenuhi olehUMKM. Disisi lain UMKM juga mengalami kesulitan mencari dan menentukan lembaga mana yang dapat membantu dengan keterbatasan yang mereka miliki dan kondisi ini ternyata masih berlangsung meskipun berbagai usaha telah diupayakan untuk memudahkan bagi para pelaku UMKM meperoleh kredit, dan ini telah berlangsung 20 tahun. Pola yang ada sekarang adalah masing-masing lembaga/institusi yag memiliki fungsi yang sama tidak berkoordinasi tapi berjalan sendiri-sendiri, apakah itu perbankan, BUMN, departemen, LSM, perusahaan swasta. Disisi lain dengan keterbatasannya UMKM menjadi penopang perekonomian menjadi roda perekonomian menjadi kenyataan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ade Resalawati, Pengaruh perkembangan usaha kecil menengah terhadap pertumbuhan ekonomi pada sektor UKM Indonesia, (Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011)
- Amri Amir, Analisis Pertumbuhan Ekonomi, Investasi, dan Inflasi di Indonesia, (Jurnal Kajian Ekonomi, Vol. 1, No. 02 Januari 2013)
- Dumairy, Perekonomian Indonesia, (Jakarta: Erlangga, 1996)
- Lincoln Arsyad, Ekonomi Pembangunan Edisi 5, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2015)
- Michael P. Todaro, "Economic Development in the third world", Longmen Inc, Amerika Serikat (1978)
- Michael, Todaro, Pembangunan Ekonomi Di Dunia Ketiga, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2000)
- Pandji Anoraga, Ekonomi Islam Kajian Makro dan Mikro, (Yogyakarta: PT. Dwi Chandra Wacana 2010)
- Robinson Tarigan, Ekonomi Regional edisi Revisi, (Jakarta:PT.Bumi Aksara,2014)
- Tiktik Sartika Partomo&Abd. Rachman Soejoedono, "Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi", (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004)
- Tulus T.H. Tambunan, UMKM di Indonesia, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2009)
- Tulus Tambunan, Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting, (Jakarta: LP3ES, 2012)
- Undang-Undang Nomor tahun 2008 tentang UMKM, Bab IV pasal 6.
- Yesi Hendriani Supartoyo<sup>1</sup> Jen Tatum Recky H. E. Sendouw, *the economic growth and the regional characteristics: the case of Indonesia*

## PROFIL PENULIS



Dr (C) Fidya Arie Pratama, M.Pd lahir di Mayung Kecamatan Gunung Jati yaitu sebuah Desa Kecil di Kabupaten Cirebon pada tanggal 31 Maret 1990. Mengawali karir sebagai Editor di Beberapa penerbit nasional pada tahun 2013-sekarang. Kemudian berkiprah dalam dunia Perbankan dan Lembaga Keuangan pada tahun 2014-2016. Mengawali karir sebagai Dosen LP3i Indramayu, Universitas Muhammadiyah Cirebon, STKIP Al-Amin Indramayu, STMIK IKMI Cirebon dan Homepage sekarang di Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon. Sebagai seorang penulis juga telah menerbitkan 64 karya tulisan dalam bentuk buku dari tahun 2014 sampai sekarang. Dalam dunia penelitian juga telah mendapatkan beberapa dana hibah penelitian DRPM dari Badan Riset dan Inovasi Nasional dengan skema PDP dan Program Pengabdian Kepada Masyarakat. Beberapa karya penelitian juga telah dipublikasikan dalam jurnal internasional terindex scopus dan jurnal nasional terakreditasi sinta. Dalam organisasi juga aktif sebagai anggota dalam ASEAN Lecture Community. Serta dalam dunia *Open Journal System* juga merupakan editor dan reviewer di berbagai Jurnal Terakreditasi di Indonesia. Id Google Scholar.

<https://scholar.google.co.id/citations?user=QKajqDgAAAAJ&hl=en> untuk korespondensi dapat melalui email [fidyaarie@gmail.com](mailto:fidyaarie@gmail.com)

---

**BAB 13**  
**PROFIL USAHA KECIL DAN**  
**PENGEMBANGANNYA**

---



**Septina Dwi Retnandari**

## **BAB 13**

### **PROFIL USAHA KECIL DAN PENGEMBANGANNYA**

#### **A. Data Usaha Kecil dan Menengah**

Survei tentang masalah, tantangan dan isu strategis Usaha Kecil Menengah (UKM) menjadi suatu survei yang dibutuhkan oleh Pemerintah maupun lembaga lain untuk menggarap rancangan program yang tepat bagi UKM. Insan Perguruan Tinggi lah yang paling banyak melakukan eksplorasi dan uji. Kesimpulan bahwa UKM memegang peran penting dalam menciptakan lapangan kerja baru, menyerap tenaga kerja, dan meningkatkan penerimaan pajak Indonesia menjadi titik tolak bagi pemerintah untuk terus memberi perhatian pada mereka. Berdasarkan data Kemenkop UKM tahun 2019, tercatat jumlah pewirausaha Indonesia hingga tahun 2019 adalah sejumlah 65.465.497 unit. Jumlah ini meningkat sebesar 1,98 persen dibandingkan jumlah di tahun 2018. Jumlah tenaga kerja yang dimiliki sebanyak 119.562.843 orang, meningkat sebesar 2,21 persen dari tahun sebelumnya. PDB atas dasar harga yang berlaku diperoleh angka sebesar 9.580.762,7 milyar dan di sini ada peningkatan sebanyak 5,72 persen.

Di masa pandemi yang menguras banyak tenaga dan pikiran, para pelaku bisnis kecil tidak menyurutkan semangatnya untuk terus mencari cara agar bisnisnya tidak mengarah ke posisi yang lemah dan berakhir dengan meninggalkan gelanggang perlombaan. Per akhir Desember 2020, jumlah UMKM yang memasuki ekosistem digital mencapai 3,8 juta. Ini menunjukkan bahwa kendala berupa tidak memungkinkannya orang untuk bertemu tatap muka di masa

pandemi, semakin mendorong pemanfaatan digitalisasi. Sejak Maret 2021, jumlah UMKM yang memasuki ekosistem digital kembali melonjak menjadi 4,8 juta. Ini fakta yang menunjukkan bahwa gairah usaha di skala kecil dan menengah sangat besar yang memiliki kemungkinan meraup keuntungan lebih besar lagi. MEA juga memberi peluang dalam hal potensi pasar; kreativitas; peluang ekspor; pemilik bisnis resistensi dan keberlanjutan; dan pengetahuan tentang pasar lokal (Rahadi, 2016).

### **B. Masalah yang Dihadapi Usaha Kecil dan Faktor Pendorong**

Walla sebagai CEO Wismilak sekaligus menjadi eksekutif di APINDO menyatakan bahwa secara khusus, wirausaha menghadapi masalah keuangan dan non keuangan. Masalah keuangan yang dihadapi wirausaha adalah pengeluaran non-variabel yang dibutuhkan pada saat kenaikan jumlah produksi atau di saat jumlah penjualannya meningkat ataupun variasi produk baru. Dan di masalah non keuangan, wirausaha mengalami masalah pada konsistensi barang, *demand shocks*, *supply shocks*, menjawab pertanyaan pelanggan (khususnya online), sumber daya manusia (SDM) karena berperan ganda sebagai produsen dan *marketing*, dan manajemen waktu (Walla, 2021).

Survei terakhir yang telah dilakukan dan menghasilkan kesimpulan mengenai faktor pendorong berkembangnya usaha kecil adalah:

1. Karakteristik pribadi, karakteristik psikologis, kompetensi wirausaha, dan literasi keuangan (Utomo dkk, 2020) ;
2. Lingkungan mikro, inovasi perusahaan, dan klaster geografis. (Mariyudi Sofyan, 2019);



3. Karakteristik pemilik dan kebijakan pemerintah dengan memastikan koordinasi antar pemangku kepentingan. (Tjahjadi dan Purwandari, 2019);
4. Sumber daya manusia; kreativitas; *market share*; dan modal. Advokasi dan konseling (Rahadi, 2016);

Di sisi lain, UKM memiliki tantangan seperti kemampuan sumber daya manusia, pemahaman informasi teknologi, dan transformasi model bisnis (Irawan, 2020).

Bagi usaha kecil masalah yang dihadapi tidak jauh berbeda dengan usaha menengah. Pembicaraan skala kecil usaha semakin terlihat perbedaannya jika skala mikro kecil dimasukkan di dalamnya. Pemerintah tentu memberikan dukungan dan bantuan yang berbeda untuk skala kecil mengingat usaha skala kecil memiliki jumlah yang tidak kecil.

### **C. Langkah Pengembangan Usaha Kecil**

#### **1. Pemetaan Potensi Daerah**

Potensi daerah bisa menjadi andalan bagi pemetaan keunggulan daerah. Dengan adanya keahlian dan kekhususan sumber daya lokal, akan menciptakan pola penanganan yang terfokus. Masing-masing daerah bisa memiliki keunikan produk dan bisa saling menjual. Upaya pengembangan usaha kecil akan bisa digarap dengan lebih terstruktur dan keberlanjutannya juga bisa pasti. Program *clustering* di daerah termasuk menjadi *best practice* pengembangan usaha kecil.

#### **2. Pembangunan Transportasi**

Berpindahnya produk jelas membutuhkan sistem transportasi. Parameter kualitas transportasi lah yang lebih penting untuk

diperhatikan. Pembangunan bidang transport yang lebih memihak kelompok tertentu (baca: kaum kaya) *Private benefit* dari sistem transportasi jangan sampai mengalahkan *social benefit*. Efisiensi akan menjadi hasil akhir yang dinikmati publik karena akan berdampak pada semakin kecilnya disparitas harga antardaerah.

### 3. Pembangunan Logistik

Seluruh proses penanganan barang mulai dari proses penyimpanan dan pengelolaan bahan baku, pengemasan, dan pengiriman produk menjadi bagian akan memberi dampak pada volume produksi dan penjualan setiap pelaku usaha kecil.

### 4. Penetapan Regulasi

Publik mencatat bahwa UU Cipta Kerja yang berjanji menjadi cara antisipasi terjadinya dinamika perubahan global meleset dariancangannya akibat banyaknya peraturan delegasi yang diatur pada undang undang ini. Usaha kecil berharap untuk penerapan *omnibus law* yang memenuhi prinsip transparansi, partisipatif, dan akuntabilitas secara benar.

Dalam kepengurusan ijin berusaha melalui OSS juga ada keluhan mengenai belum terintegrasinya sistem yang terdapat pada suatu Kementerian yang merupakan rangkaian proses perizinan dan ternyata juga kepengurusannya tidak dapat diakses oleh pemerintah daerah.

Hingga saat ini Indonesia masih harus mengejar tercapainya kepengurusan berbagai ijin dengan jaminan tercepat, termudah dan termurah.

### 5. Penguatan Kelembagaan Usaha Kecil

UMK dari 64,2 juta UMKM, 99,62% adalah usaha mikro yang sebagian besar berada di sektor informal. Tentu saja sektor informal ini

akan mengalami kendala pada berbagai jaminan kualitas pada level standar sehingga mereka perlu didorong untuk berubah menjadi formal. Sertifikasi produk, legalitas lembaga, kepastian hukum untuk konsumen yang berpotensi dirugikan adalah contoh dampak sektor informal yang belum jelas posisinya.

#### **6. Penyederhanaan Birokrasi**

Jika semakin pendek dan semakin sederhana langkah pengambilan keputusan menjamin adanya resiko penyimpangan oleh sumber daya manusia yang terlibat di dalamnya. Masyarakat yang mengakses pengurusan dengan instansi pemerintah mendapatkan efisiensi dalam hal tenaga, waktu dan uang.

#### **7. Penciptaan *Personal Characteristic* yang Positif**

Jiwa wirausaha penting bagi pengusaha kecil. Seringkali pembimbingan dalam hal ini membuahkan mimpi yang tiada berkenyataan. Seringkali pula sifat positif yang amat variatif berbeda penerapannya untuk masing-masing personal bahkan bisa menjadi amat spesifik pada jenis produk dan bidang yang digeluti pengusaha. Bersemangat dengan integritas yang tinggi tanpa melupakan logika dan perhitungan yang tepat, dengan dibekali intuisi yang tepat, dan pantang menyerah menjadi simbol keberlanjutan usaha. Namun faktor seperti kesukaan pada bidang yang ditekuni, dipilih menjadi hal utama oleh pengusaha lainnya. Oleh karenanya pembimbingan yang terus menerus dari seorang *coach* juga menjadi syarat.

#### **8. Penguatan Kelembagaan**

Organisasi yang belajar dan bermitra menjadi kunci dari lembaga yang kuat. Dengan belajar, orang mengetahui kelemahannya, mendapat wawasan baru dan mampu mengambil keputusan berdasar informasi terkini dan akurat karena dari sumber yang benar. Jaringan

yang kuat menjamin keberlanjutan kinerja. Usaha pengelompokan usaha kecil berdasar ukuran, bidang usaha, dan dasar lainnya masih dijadikan studi oleh peneliti dan siap diterapkan dalam praktek berusaha.

### **9. Membangun Kualitas Lingkungan**

Lingkungan fisik dan non fisik perlu diupayakan kesehatannya karena berpengaruh pada kinerja orang yang ada di dalamnya (Dahliah, dkk, 2020). Norma dan nilai yang diciptakan di dalam lembaga dan dikembangkan oleh orang-orang dalam lembaga untuk diberikan pada lingkungannya menjadi penguat dan penyemangat dalam memproduksi. Sementara lingkungan luar yang terikat adalah masyarakat sekitar, pemerintah lokal, peraturan dan perangkat hukum.

### **D. Kesimpulan Agenda Program Bagi Usaha Kecil**

Bentuk dukungan bagi usaha kecil bisa beragam bentuknya, mulai dari bantuan keuangan maupun bantuan non keuangan, mulai dari pembimbingan langsung dengan konsultasi maupun *experience sharing* dengan teori yang bisa menambah pengetahuan dan wawasan, juga bimbingan teknis. Berikut ini agenda yang diusulkan untuk pengembangan, pemberdayaan dan pembangunan usaha kecil dalam bentuk program ekosistem kewirausahaan, yaitu:

1. Pembentukan forum *coach*/pembimbing dari berbagai bidang ilmu di tiap daerah yang saling berjejaring;
2. Pembentukan *Business Shelter* di Perguruan Tinggi, pemerintah lokal dan pengusaha kelas menengah dan besar;
3. Pola konsultasi dan bimbingan yang berdasar pada tahapan skala bisnis pengusaha, khususnya untuk para pemula usaha dan kaum muda;

4. Pembentukan berbagai jaringan, misalnya jaringan logistik, pemantapan *Clustering* Wirausaha yang berjejaring dengan pasar/konsumen;
5. Pengucuran kredit yang berkolaborasi dengan pembimbingan investasi dan manajemen keuangan;
6. Pembentukan *Information Center* secara *online* bagi usaha kecil misalnya yang berisi mengenai isu terbaru atas pasar, bahan mentah, harga dasar, IT, peraturan terkait, pusat konsultasi dan lain-lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andri Irawan (2020). *Challenges and Opportunities for Small and Medium Enterprises in Eastern Indonesia in Facing the COVID-19 Pandemic and the New Normal Era*. TIJAB (The International Journal of Applied Business) ISSN: 2599-0705 Vol. 4 No. 2, November 2020, pp. 79-89. <https://e-journal.unair.ac.id/TIJAB>
- Dahliah dkk (2020). *Analysis and Strategy of Economic Development Policy for SMEs in Indonesia*. The Journal of Asian Finance, Economics and Business, Volume 7 Issue 5. page 103-110 . 2020. 2288-4637(pISSN) . 2288-4645(eISSN)
- Leonardus Saiman, Kewirausahaan, Teori, Praktik dan Kasus-kasus, Penerbit Salemba Empat, Jajarta, 2014
- Longenecker, JG., Moore Carlos W., Petty William, Kewirausahaan, Salemba Empat, 2001, Jakarta
- Mariyudi (2019). *Success factors of SMEs: The case of Indonesia*. International Journal of Business Innovation and Research January 2019. 19 (1) : 1. <https://www.researchgate.net/publication/330043363>
- Rahadi, Raden Aswin. (2016). *Opportunities And Challenges For Micro-Small And Medium Business In Indonesia Facing Asean Economic Community*. JMK, VOL. 18, NO. 1, MARET 2016, 45-53.ISSN 1411-1438 print / ISSN 2338-8234 online
- Tjahjadi, Alexander Michael; Purwandari, Cornelia Ayu. (2019). *Recent Development of Small Medium Enterprises' Businesses Profitability: Evidence from Indonesia*. Conference: The 2nd International Conference on Inclusive Business in the Changing World. <https://www.researchgate.net/publication/331728244>

Recent\_Development\_of\_Small\_Medium\_Enterprises%27\_Businesses\_Profitability\_Evidence\_from\_Indonesia

Utomo, M. N., Cahyaningrum, W., & Kaujan. (2020). *The Role of Entrepreneur Characteristic and Financial Literacy in Developing Business Success*. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(1), 26-42.<http://journal.umy.ac.id/index.php/mb>

Yusuf Suhardi, *Kewirausahaan*, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta , 2011

## PROFIL PENULIS



Septina Dwi Retnandari adalah alumni Sarjana Administrasi Niaga Universitas Diponegoro (1990) dan Magister Ilmu Administrasi Bisnis UNTAG Semarang (2009). Penulis menjadi dosen tahun 1990 hingga tahun 2012 di Prodi Administrasi Bisnis FISIP UNTAG Semarang dan di Prodi Ketatalaksanaan Pelayaran dan Kepelabuhanan (KPN) Politeknik Maritim Negeri Indonesia (Polimarin) Semarang. Di Polimarin ditunjuk sebagai Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat periode 2013-2019, anggota di Kantor Urusan Internasional (KUI) Polimarin (2017-2020) dan sebagai Kepala Bagian Manajemen Mutu di Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP) Polimarin (sejak 2020).

Penulis pernah menjadi ketua program studi Administrasi Bisnis dan telah mengampu mata kuliah Kewirausahaan selama kurang lebih 30 tahun. Berbagai penelitian mengenai kewirausahaan telah dilakukan. Mata Kuliah lain yang diampu dan yang mendukung profesi dan kompetensinya dalam wirausaha adalah Akuntansi (Dasar, Lanjutan, dan Biaya), Kebijakan Bisnis, *Business Correspondence*, Manajemen Keuangan Perusahaan Pelayaran dan Hukum Bisnis. Penulis memberikan kontribusinya pada Buku Sumber Kewirausahaan untuk Bidik Misi juga menulis beberapa buku ajar Kewirausahaan.



---

**BAB 14**  
**KOMPETENSI INTI DAN STRATEGI**  
**BERSAING DALAM KEWIRAUSAHAAN**

---



**Nurhayati**

## BAB 14

### KOMPETENSI INTI DAN STRATEGI BERSAING DALAM KEWIRAUSAHAAN

#### A. Kompetensi Inti dalam Kewirausahaan

##### 1. Pengertian Kompetensi

Kompetensi merupakan karakteristik utama yang dimiliki kebanyakan orang yang sukses di organisasi atau bidang profesi (Robin, K. dalam Kurniawan & Yun, 2018). Kompetensi merupakan sejumlah karakteristik individu yang berhubungan dengan acuan kriteria perilaku yang diharapkan dan kinerja terbaik dalam sebuah pekerjaan atau situasi yang diharapkan untuk dipenuhi (Spencer, Lyle M. JR; Spencer dalam Suryani et al., 2021). Selanjutnya menurut Spencer and Spencer dalam (Kurniawan & Yun, 2018) menjelaskan bahwa *competency is an underlying characteristic of an individual that is casually related to criterion referenced effective and/or superior performance in a job or situation*.

Definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kompetensi merupakan karakteristik dasar dari individu yang dimungkinkan memberikan kinerja unggul dalam pekerjaan, peran, atau situasi tertentu (Kurniawan & Yun, 2018). Kompetensi juga merupakan pengintegrasian dari pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang memungkinkan untuk melaksanakan satu cara efektif (Manik & Coenraad, 2015). Kompetensi terbentuk dari lima karakteristik yaitu: watak, motif, konsep diri, pengetahuan, dan keterampilan (Budhiningtias Winanti, 2011).

## 2. Pengertian Kewirausahaan

Kewirausahaan merupakan adaptasi dari perilaku terarah yang bertujuan untuk memulai, mempromosikan dan mengelola kegiatan ekonomi untuk produksi dan memobilisasi dari sumber daya keuangan (Anafiyati & Imsiyah, 2021). Setiap kewirausahaan meliputi keterbukaan, kebebasan, pandangan yang luas, berorientasi pada masa datang, berencana, berkeyakinan, sadar, dan menghormati orang lain dan pendapat orang lain (Madjakusumah et al., 2020).

## 3. Karakteristik Kewirausahaan

Dalam mencapai keberhasilannya seorang wirausaha memiliki ciri-ciri tertentu pula." *Entrepreneurship and Small Enterprise Development Report* mengemukakan beberapa karakteristik kewirausahaan yang berhasil, diantaranya memiliki ciri-ciri: 1) proaktif, yaitu berinisiatif dan tegas (assertive), 2) berorientasi pada prestasi, yang tercermin dalam pandangan dan bertindak (sees and acts) terhadap peluang, orientasi efisiensi, mengutamakan kualitas pekerjaan, berencana, dan mengutamakan monitoring, 3) komitmen kepada orang lain, misalnya dalam mengadakan kontak dan hubungan bisnis (Zimmerer, Thomas W; Scarborough dalam Kurniawan & Yun, 2018).

## 4. Kompetensi Kewirausahaan

Kompetensi kewirausahaan dapat diartikan *Entrepreneurial competency is defined as the individual characteristics. Entrepreneur is a person who undertakes risk for gaining profit in the business venture* (Kaur & Bains dalam Kurniawan & Yun, 2018). Pengertian tersebut menjelaskan bahwa kompetensi kewirausahaan sebagai karakteristik individu, wirausahawan merupakan orang yang mengambil alih

resiko untuk memperoleh manfaat dari bisnis yang dijalaninya (Kurniawan & Yun, 2018).

Casson and Gudley dalam Kurniawan & Yun, (2018) menjelaskan bahwa kompetensi kewirausahaan berasal dari orientasi strategis dari perusahaan. Orientasi tersebut terkait dengan penilaian dalam aspek pengambilan keputusan. Aspek penting dalam kompetensi kewirausahaan ini yaitu proaktif, pembe-lajaran, jaringan dan otonomi. Sedangkan menurut Lado, et all dalam (Khalid & Bhatti, 2015) *Define entrepreneurial competence as the managerial capability of a firm's leaders to create and communicate a strategic vision for structuring inter-firm relations*. Kompetensi kewirausahaan merupakan kapasitas manajerial dari pemimpin perusahaan untuk menciptakan dan mengkomunikasikan sebuah visi strategis untuk menyusun inter-firm relation. Kompetensi kewirausahaan harus dapat menyampaikan visi strategi agar dapat membangun hubungan internal perusahaan. Wirausahawan harus mampu membangun hubungan internal yang baik agar dapat mencapai visi strategis yang ingin dicapai.

Kompetensi kewirausahaan merupakan pengetahuan, sikap dan keterampilan yang terhubung satu dengan lainnya, yang diperlukan pengusaha untuk dilatih dan dikembangkan agar mampu menghasilkan kinerja terbaik dalam mengelola usahanya. Kompetensi yang harus dimiliki pengusaha adalah (Suryana dalam Isa, 2011):

1. *Managerial skill*. Wirausahawan harus mampu menjalankan fungsi perencanaan, pengorganisasian, penggerakkan dan pengawasan agar usaha yang dijalankannya dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Ketrampilan ini merupakan syarat mutlak untuk menjadi wirausaha sukses.
2. *Conceptual skill*. Kemampuan untuk merumuskan tujuan, kebijakan dan strategi usaha merupakan landasan utama menuju wirausaha sukses. Pengusaha harus ekstra keras belajar

dari berbagai sumber dan belajar dari pengalaman sendiri dan pengalaman orang lain dalam berwirausaha.

3. *Human skill*. Supel, mudah bergaul, simpati dan empati kepada orang lain adalah modal keterampilan yang sangat mendukung kita menuju keberhasilan usaha. Dengan keterampilan ini, pengusaha akan memiliki banyak peluang dalam merintis dan mengembangkan usahanya.
4. *Decision making skill*. Sebagai seorang wirausaha, seringkali dihadapkan pada kondisi ketidakpastian. Berbagai permasalahan biasanya bermunculan pada situasi seperti ini. Wirausaha dituntut untuk mampu menganalisis situasi dan merumuskan berbagai masalah untuk dicarikan berbagai alternatif pemecahannya.
5. *Time managerial skill*. Ketidakmampuan mengelola waktu membuat pekerjaan menjadi menumpuk atau tak kunjung selesai sehingga membuat jiwanya gundah dan tidak tenang. Keterampilan mengelola waktu dapat memperlancar pelaksanaan pekerjaan dan rencana yang telah digariskan.

## **B. Strategi Bersaing Dalam Kewirausahaan**

### **1. Strategi Kewirausahaan**

Strategi kewirausahaan adalah usaha menciptakan nilai tambah yang dilakukan oleh pengusaha teknologi informasi dengan jalan mengkombinasikan sumber-sumber melalui cara-cara baru dan berbeda untuk memenangkan persaingan. Nilai tambah tersebut dapat diciptakan dengan cara mengembangkan teknologi dan ilmu pengetahuan, menghasilkan barang dan jasa sehingga lebih efisien, memperbaiki produk dan jasa yang sudah ada, dan menemukan cara untuk memberikan kepuasan kepada konsumen (Nursaid, 2017).

Menurut Colin Montgomery dalam Nursaid (2017), Strategy perusahaan adalah cara-cara perusahaan menciptakan nilai melalui konfigurasi dan koordinasi aktifitas multipemasaran. Dalam manajemen perusahaan modern sekarang ini, telah terjadi pergeseran Strategi, yaitu dan Strategi memaksimalkan keuntungan pemegang saham (mencari laba perusahaan) menjadi memaksimalkan keuntungan bagi semua berkepentingan dalam perusahaan (Stakeholder), yaitu individu atau kelompok yang memiliki kepentingan dalam kegiatan perusahaan, tidak hanya pemegang saham, namun juga karyawan, manajemen, pembeli, masyarakat, pemasok, distributor, dan pemerintah. Akan tetapi, konsep laba tidak bisa dikesampingkan dan merupakan alat yang penting bagi perusahaan untuk menciptakan manfaat bagi pemilik kepentingan

## **2. Keunggulan Bersaing**

Keunggulan bersaing mengacu kepada kemampuan dilakukan oleh pengusaha teknologi informasi dalam memformulasikan strategi untuk mengeksploitasi kesempatan yang menguntungkan, dengan demikian memaksimalkan pengembalian investasinya. (Nursaid, 2017)

Ide dalam keunggulan bersaing yang penuh dengan kekuatan yaitu mengenali keunggulan bersaing sebagai alat untuk mencapai tujuan (Peter dalam Kurniawan & Yun, 2018). Selain itu, keunggulan bersaing sebagai kemampuan dari sebuah organisasi untuk lebih meningkatkan nilai bagi pelanggan dan dibandingkan pesaing yang memiliki posisi relatif menguntungkan, tantangannya adalah mempertahankan setiap keunggulan untuk sebuah capaian (Al-Rfou and Trawneh dalam Yun & Nurmansyah, 2020).

### 3. Metode Strategi Bersaing

#### a. *Model Three Generic Strategies*

Setelah mengetahui 5 kekuatan dari model Porters tersebut sebuah perusahaan bisa memilih strategy yang sesuai di perusahaan masing-masing. Ada 3 *strategies Generic* yang di tawarkan oleh Michael porter (Mulyati, 2016) yaitu :

- 1) Biaya rendah, strategy ini mengandalkan keunggulan biaya yang relatif rendah dalam menghasilkan barang dan jasa. Keunggulan biaya berasal dari pengerjaan bersekala ekonomis, teknologi milik sendiri, akses preferensi ke bahan baku.
- 2) Diferensiasi strategy ini berasal dari kemampuan perusahaan untuk menghasilkan barang dan jasa yang unik dalam industrinya dan dalam semua dimensi umum yang dapat di hargai oleh konsumen.diferensiasi dapat di lakukan dalam beberapa bentuk antara lain diferensiasi produk,diferensiasi sistim penyampaian produk,diferensiasi dalam pendekatan pemasaran,diferensiasi dalam peralatan dan kontruksi, diferensiasi dalam citra produk
- 3) Fokus strategy ini berusaha mencari keunggulan dalam segmen sasaran pasar tertentu ,walaupun tidak memiliki keunggulan bersaing secara keseluruhan.terdapat dua fokus yaitu,fokus biaya di lakukan dengan menguasai keunggulan biaya dalam sekmen sasarannya,fokus diferensiasi dilakukan dengan mengusahakan diferensiasi dalam sekmen sasarannya yaitu ada pembeli dengan pelayanan paling baik dan berbeda.

Namun ada resiko strategi yang terjadi dalam setiap pengambilan keputusan.

- 1) Resiko yang terjadi dalam biaya rendah di antaranya: pesaing akan meniru, teknologi akan cepat berubah, keunggulan biaya tidak bisa bertahan lama
- 2) Resiko yang terjadi pada diferensiasi antara lain: pesaing akan mudah meniru, basis diferensiasi kurang penting bagi pembeli, dan diferensiasi tidak bisa bertahan lama
- 3) Resiko yang terjadi pada strategi fokus antara lain: strategi fokus mudah di tiru, segmen sasaran jadi tidak menarik, dan struktur akan rusak sehingga permintaan menurun (Mulyati, 2016).

Setelah strategi di tentukan keseluruhan aktifitas harus di sesuaikan dengan strategi yang telah di pilih. Ketiga hal utama di atas harus di jadikan pegangan supaya perusahaan mempunyai *competitive advantage* atau keunggulan bersaing dan harus terus menerus di lakukan penyempurnaan yang continue supaya terbentuk keunggulan bersaing yang berkelanjutan (*sustainable competitive advantage*) cara ini di lakukan dengan tujuan untuk mendapatkan dan mempertahankan keuntungan yang maksimal (Mulyati, 2016)

#### b. Strategi *The New 7-S's* (D'Aveni)

Konsep “The New 7-S's” atau 7 kunci keberhasilan perusahaan dalam lingkungan persaingan yang sangat dinamis ini meliputi pokok-pokok dasar sebagai berikut:

##### 1) *Superior Stakeholder Satisfaction*

Strategi yang pertama dari The New 7-S's ini bertujuan memberikan kepuasan jauh di atas rata-rata kepada orang-orang yang berkepentingan terhadap perusahaan, tidak hanya pemegang saham, namun juga pemasok, karyawan, manajer, konsumen, pemerintah, dan masyarakat sekitarnya.



2) *Soothsaying*

Strategi yang kedua ini berfokus kepada sasaran, artinya perusahaan harus mencari posisi yang tepat bagi produk dan jasa yang dihasilkan perusahaan.

3) *Positioning for Speed*

Strategi ketiga adalah strategi dalam memosisikan perusahaan secara cepat di pasar.

4) *Positioning for Surprise*

Strategi keempat adalah membuat posisi yang mencengangkan melalui barang dan jasa baru yang lebih unik dan berbeda serta memberikan nilai tambah baru sehingga konsumen lebih menyukai barang dan jasa yang diciptakan perusahaan.

5) *Shifting the Role of The Game*

Strategi kelima adalah mengubah pola-pola persaingan perusahaan yang dimainkan sehingga pesaing terganggu dengan pola-pola baru yang berbeda.

6) *Signalling Strategic Intent*

Strategi keenam adalah mengutamakan perasaan. Kedekatan dengan karyawan, relasi, dan konsumen merupakan strategi yang ampuh untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

7) *Simultaneous and Sequential Strategic Thrusts*

Strategi ketujuh adalah menegmbangkan factor-faktor pendorong atau penggerak strategi secara simultan dan berurutan melalui penciptaan barang dan jasa yang selalu memberi kepuasan kepada konsumen (Pakpahan & Kom, 2013).

c. Strategi 3c, 4c, 5c

Clayton Christensen seorang pemikir besar yang melahirkan strategi dalam teorinya yang bertumpu pada inovasi, menurut Clayton Christensen siapa yang melakukan atau tanggap terhadap "disruption" maka

dia yang akan menang. Karena itu inovasi yang di lakukan harus benar benar maximum ini yang di sebut dengan *disruptive innovation's* yang artinya inovasi yang di lakukan oleh company dalam menghadapi competitor bertujuan untuk melayani customer. Gerakan dengan menggalakkan inovasi ini yang akhirnya di gunakan di mana mana seperti yang terlihat dalam perkembangan teknologi masa kini, seperti Facebook, Website, whatsapp, Google, E-Mail, dan lain sebagainya. Dengan pesatnya teknologi internet saat ini makin mendorong inovasi yang berbasis internet yang akhirnya banyak melahirkan perusahaan yang mengandalkan inovasi. Kelemahan dari teori strategi sebelumnya adalah hanya fokus kepada competitor sehingga mengabaikan customer serta mengabaikan innovation. Seorang pemikir strategi yang bernama Kenichi Ohmae yang terkenal dengan sebutan "*Mr. strategi*" dalam bukunya yang melegendaris dengan judul "*the mind of the strategist*" menganjurkan bahwa strategi harus di buat berdasarkan 3 C yaitu customer, competitor, dan company, di mana customer perlu selalu di hargai, competitor harus selalu di unggul, dan untuk melakukan itu company harus melakukan *review* strategi terus menerus (Hermawan Kerta Jaya dalam Mulyati, 2016)

Dalam perkembangan selanjutnya karena teknologi sebagai primery maka dari 3C sebagai persiapan strategi ada C yang ke 4 yaitu "*change*" sehingga menjadi 4C yang di sebut dengan *business landscape analyses*.

Mark plus selalu menggunakan 5 *game-changers* dalam anatomi of change dan tidak menggunakan 5 force-nya Michael porter karena strategi di buat untuk masa depan dan masa sekarang bukan untuk masa lalu. (Hermawan Kerta Jaya dan iwan stiawan dalam Mulyati, 2016)

*Change* memegang peranan yang sangat penting dalam 4 C bussiness landscape karena *change - sensitive company* yang akan tetap memiliki *sustainable competitive advantage* atau keunggulan bersaing yang berkelanjutan.

Ketika internet semakin berperan penting maka connect akan menambah C yang ke 5 dalam strategi jadi 5C, di mana perusahaan yang akan survive adalah *change conected company* yang artinya company yang *change sensitive* dan sangat responsive karena selalu conected terhadap

business landscap nya dengan catatan poros change conected companynya sudah terbentuk maka usaha untuk mempertahankan competitive advantage dan menyempurnakan coustumer value jadi mudah tercapai (Hermawan Kerta Jawa dan Iwan Setiawan 2013 dalam Mulyati, 2016)

## DAFTAR PUSTAKA

- Anafiyati, A., & Imsiyah, N. (2021). Kontribusi Kompetensi Pengelola Lembaga Kursus Dan Pelatihan (LKP) Dalam Efektivitas Pelatihan Tata Kecantikan Rambut Di Lembaga Kursus Dan Pelatihan (LKP) Widhi Jember. *Learning Community: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 5(1), 1-5.
- Budhiningtias Winanti, M. (2011). Pengaruh Kompetensi Terhadap Kinerja Karyawan (Survei pada PT. Frisian Flag Indonesia Wilayah Jawa Barat). *Majalah Ilmiah UNIKOM*.
- Isa, M. (2011). *Analisis kompetensi kewirausahaan, orientasi kewirausahaan, dan kinerja industri mebel*.
- Khalid, S., & Bhatti, K. (2015). Entrepreneurial competence in managing partnerships and partnership knowledge exchange: Impact on performance differences in export expansion stages. *Journal of World Business*, 50(3), 598-608.
- Kurniawan, A., & Yun, Y. (2018). Pengaruh kompetensi kewirausahaan dan kelanggengan usaha terhadap keunggulan bersaing. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 65-78.
- Madjakusumah, D. G., Saripudin, U., & Suryani, S. (2020). Rekayasa dan Penguatan Lembaga Menghadapi Persaingan Global Berbasis Wirausaha dan Etika Islam. *El-Barka: Journal of Islamic Economics and Business*, 3(1), 1-26.
- Manik, E., & Coenraad, D. P. (2015). Pengaruh Fungsi Kepemimpinan, Kompetensi, Dan Budaya Organsiasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Direktorat Jenderal Energi Baru, Terbarukan Dan Konservasi Energi (DJEBTKE). *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 9(1).
- Mulyati, S. (2016). Sestrategi Bersaing Dalam Kewirausahaan {Competitive Strategy On The Entrepreneurship}. *Teknis*, 11(1).
- Nursaid, N. (2017). PENGARUH ETIKA BISNIS, KOMPETENSI INTI DAN STRATEGI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP

- KEUNGGULAN BERSAING DAN KINERJA USAHA PADA PERUSAHAAN TEKNOLOGI INFORMASI JAWA TIMUR. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(2).
- Pakpahan, M., & Kom, S. (2013). Materi Kuliah Kewirausahaan. *Jakarta: Universitas Budi Luhur*.
- Suryani, N. K., Warmana, G. O., & Wiguna, I. N. A. (2021). PENGARUH KOMPETENSI DAN PENGGUNAAN TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN. *Jurnal Imagine*, 1(1), 1-11.
- Yun, Y., & Nurmansyah, A. A. H. (2020). Keunggulan bersaing produk parfum yang dipengaruhi oleh rantai nilai melalui koordinasi rantai pasokan parfum di kota cimahi. *INOVASI*, 16(2), 362-372.

## PROFIL PENULIS



Tangerang (UMT).

Nurhayati, S.Kom, M. Kom atau Noey adalah nama bekennya, ketertarikan dalam dunia bisnis sudah ada sejak masih di bangku sekolah. Founder dari Zahlea Olshop ini dipercaya untuk menjadi pengurus komunitas UMKM yang ada di Kota Tangerang. Saat ini kegiataannya selain berbisnis juga mengajar sebagai Dosen di Universitas Muhammadiyah

---

**BAB 15**  
**ETIKA BISNIS DALAM BERWIRAUSAHA**

---



**Frans Sudirjo**

## **BAB 15**

### **ETIKA BISNIS DALAM BERWIRAUSAHA**

#### **A. Pengertian Etika Bisnis**

Etika bisnis adalah acuan bagi perusahaan dalam melaksanakan kegiatan usaha termasuk dalam berinteraksi dengan pemangku kepentingan (*stakeholders*).

Etika bisnis adalah studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis. (Velasquez, 2005). Tidak dipungkiri, tindakan tidak etis yang dilakukan oleh perusahaan akan memancing tindakan balasan dari konsumen dan masyarakat sehingga akan kontra produktif, misalnya melalui gerakan pemboikotan, larangan beredar, larangan beroperasi dan lain sebagainya. Hal ini akan dapat menurunkan nilai penjualan maupun nilai perusahaan. Sedangkan perusahaan yang menjunjung tinggi nilai etika bisnis, pada umumnya termasuk perusahaan memiliki peringkat kepuasan bekerja yang tinggi pula, terutama apabila perusahaan tidak mentolerir tindakan yang tidak etis. Misalnya diskriminasi dalam sistem jenjang karier.

#### **B. Faktor-faktor Yang Mendorong Timbulnya Masalah Etika Bisnis**

1. Mengejar keuntungan dan kepentingan pribadi ;
2. Tekanan persaingan terhadap laba perusahaan ;
3. Pertentangan antara nilai-nilai perusahaan dengan perorangan.



### C. Hakekat Etika Bisnis

Menurut pengertiannya, etika dapat dibedakan menjadi 2:

1. Etika sebagai praktis: nilai-nilai dan norma-norma moral (apa yang dilakukan sejauh sesuai atau tidak sesuai dengan nilai dan norma moral).
2. Etika sebagai refleksi: pemikiran moral. Berpikir tentang apa yang dilakukan dan khususnya tentang apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan (dalam hal ini adalah menyoroti dan menilai baik-buruknya perilaku seseorang).

Pengertiannya dapat dibedakan menjadi:

1. Secara makro: etika bisnis mempelajari aspek-aspek moral dari sistem ekonomi secara keseluruhan.
2. Secara meso: etika bisnis mempelajari masalah-masalah etis di bidang organisasi
3. Secara mikro: etika bisnis difokuskan pada hubungan individu dengan ekonomi dan bisnis.

Menurut Zimmerer, etika bisnis adalah suatu kode etik perilaku pengusaha berdasarkan nilai-nilai moral dan norma yang dijadikan tuntunan dalam membuat keputusan dan memecahkan persoalan-persoalan yang dihadapi.

Menurut Ronald J. Ebert dan Ricky M. Griffin, etika bisnis adalah istilah yang sering digunakan untuk menunjukkan perilaku etika dari seorang manajer atau karyawan suatu organisasi. Etika bisnis sangat penting untuk mempertahankan loyalitas pemilik kepentingan.

Jadi, Etika bisnis adalah suatu kode etik perilaku pengusaha berdasarkan nilai-nilai moral dan norma yang dijadikan tuntunan dalam berusaha dan memecahkan persoalan-persoalan yang dihadapi dalam suatu perusahaan.

#### **D. Pentingnya Etika Bisnis**

Etika bisnis sangat penting untuk mempertahankan loyalitas stakeholder dalam membuat keputusan-keputusan perusahaan dan dalam memecahkan persoalan perusahaan. Hal ini disebabkan semua keputusan perusahaan sangat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh stakeholder. Stakeholder adalah semua individu atau kelompok yang berkepentingan dan berpengaruh pada keputusan-keputusan perusahaan. Stakeholder perusahaan:

1. Para pengusaha dan mitra usaha;
2. Petani dan perusahaan pemasok bahan baku;
3. Organisasi pekerja yang mewakili pekerja;
4. Pemerintah yang mengatur kelancaran aktivitas usaha ;
5. Bank penyandang dana perusahaan ;
6. Investor penanam modal;
7. Masyarakat umum yang dilayani ;
8. Pelanggan yang membeli produk.

#### **E. Hal-hal yang Harus Diperhatikan dalam Menciptakan Etika Bisnis**

##### **1. Menuangkan ke dalam Hukum Positif**

Perlunya sebagian etika bisnis dituangkan dalam suatu hukum positif yang menjadi Peraturan Perundang-Undangan dimaksudkan untuk menjamin kepastian hukum dari etika bisnis tersebut, seperti “proteksi” terhadap pengusaha lemah.

##### **2. Mampu Menyatakan yang Benar itu Benar**

Kalau pelaku bisnis itu memang tidak wajar untuk menerima kredit (sebagai contoh) karena persyaratan tidak bisa dipenuhi dan

jangan memaksa diri untuk mengadakan “kolusi” serta memberikan “komisi” kepada pihak yang terkait.

### **3. Pengembangan Tanggung Jawab Sosial (*Social Responsibility*)**

Pelaku bisnis disini dituntut untuk peduli dengan keadaan masyarakat, bukan hanya dalam bentuk “uang” dengan jalan memberikan sumbangan, melainkan lebih kompleks lagi.

### **4. Memelihara Kesepakatan**

Memelihara kesepakatan atau menumbuhkembangkan Kesadaran dan rasa Memiliki terhadap apa yang telah disepakati adalah salah satu usaha menciptakan etika bisnis.

## **F. Pengertian Kewirausahaan**

Kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai sesuatu kemampuan kreatif dan inovatif (*create new and different*) yang dijadikan kiat, dasar, sumber daya, proses dan perjuangan untuk menciptakan nilai tambah barang dan jasa yang dilakukan dengan keberanian untuk menghadapi risiko. Dari segi karakteristik perilaku, Wirausaha (*entepreneur*) adalah mereka yang mendirikan, mengelola, mengembangkan, dan melembagakan perusahaan miliknya sendiri. Wirausaha adalah mereka yang bisa menciptakan kerja bagi orang lain dengan berswadaya. Definisi ini mengandung asumsi bahwa setiap orang yang mempunyai kemampuan normal, bisa menjadi wirausaha asal mau dan mempunyai kesempatan untuk belajar dan berusaha. Berwirausaha melibatkan dua unsur pokok (1) peluang dan, (2) kemampuan menanggapi peluang. Berdasarkan hal tersebut maka definisi kewirausahaan adalah “tanggapan terhadap peluang usaha yang terungkap dalam seperangkat tindakan serta membuahkan hasil

berupa organisasi usaha yang melembaga, produktif dan inovatif.” (Pekerti, 2017)

### **G. Hakikat Kewirausahaan**

Kewirausahaan adalah 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 risiko atau ketidakpastian.

Kewirausahaan merupakan sikap mental dan jiwa yang selalu aktif atau kreatif berdaya, bercipta, berkarsa dan bersahaja dalam berusaha dalam rangka meningkatkan pendapatan dalam kegiatan usahanya atau kiprahnya. Ia selalu berkreasi dan berinovasi tanpa berhenti, karena dengan berkreasi dan berinovasi semua peluang dapat diperolehnya. Wirausaha adalah orang yang terampil memanfaatkan peluang dalam mengembangkan usahanya dengan tujuan untuk meningkatkan kehidupannya.

### **H. Hakikat Penting Kewirausahaan**

Kewirausahaan adalah 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 risiko atau ketidakpastian.

Kewirausahaan merupakan sikap mental dan jiwa yang selalu aktif atau kreatif berdaya, bercipta, berkarsa dan bersahaja berusaha dalam rangka meningkatkan pendapatan dalam kegiatan usahanya atau kiprahnya. Ia selalu berkreasi dan berinovasi tanpa berhenti,

karena dengan berkreasi dan berinovasi lah semua peluang dapat diperolehnya. Wirausaha adalah orang yang terampil memanfaatkan peluang dalam mengembangkan usahanya dengan tujuan untuk meningkatkan kehidupannya.

Ada beberapa konsep yang menjelaskan tentang kewirausahaan. Berikut adalah 6 hakekat penting kewirausahaan (Suryana,2003) yaitu :

1. Kewirausahaan adalah suatu nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang dijadikan dasar sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, proses, dan hasil bisnis.
2. Kewirausahaan adalah suatu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*ability to create the new and different*).
3. Kewirausahaan adalah suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan.
4. Kewirausahaan adalah suatu nilai yang diperlukan untuk memulai suatu usaha (*start-up phase*) dan perkembangan usaha (*venture growth*).
5. Kewirausahaan adalah suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru (*creative*), dan sesuatu yang berbeda (*innovative*) yang bermanfaat memberi nilai lebih.
6. Kewirausahaan adalah usaha menciptakan nilai tambah dengan jalan mengkombinasikan sumber-sumber melalui cara-cara baru dan berbeda untuk memenangkan persaingan. Nilai tambah tersebut dapat diciptakan dengan cara mengembangkan teknologi baru, menemukan pengetahuan baru, menemukan cara baru untuk menghasilkan barang dan jasa yang baru lebih efisien, memperbaiki produk dan jasa yang

sudah ada, dan menemukan cara baru untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

## **I. Prinsip-prinsip Etika Kewirausahaan**

Prinsip-prinsip Etika Kewirausahaan :

### **1. Prinsip Etika dan Norma Kewirausahaan**

#### a. Prinsip Tanggung Jawab

- 1) Tanggung jawab terhadap pelaksanaan pekerjaan dan hasilnya.
- 2) Tanggungjawab atas dampak profesinya terhadap kehidupan dan kepentingan orang lain.

#### b. Prinsip Keadilan (*First Come First Serviced*)

#### c. Prinsip otonomi (kebebasan sepenuhnya dalam menjalankan profesinya)

- 1) Prinsip otonomi dibatasi oleh tanggung jawab dan komitmen profesi
- 2) Pemerintah boleh campur tangan untuk keselamatan umum

#### d. Prinsip Integritas Moral

Komitmen pribadi untuk menjaga keluhuran profesinya, nama baiknya, juga kepentingan orang lain dan masyarakat.

## **2. Prinsip-prinsip etika dan perilaku bisnis**

- a. Kejujuran;
- b. Integritas ;
- c. Memelihara janji ;
- d. Kesetiaan ;
- e. Kewajaran/keadilan ;
- f. Suka membantu orang lain ;
- g. Hormat kepada orang lain ;

- h. Warga Negara yang bertanggung jawab ;
- i. Mengejar keunggulan ;
- j. Dapat dipertanggungjawabkan.

## J. KESIMPULAN

1. Etika bisnis adalah suatu kode etik perilaku pengusaha berdasarkan nilai-nilai moral dan norma yang dijadikan tuntunan dalam berusaha dan memecahkan persoalan-persoalan yang dihadapi dalam suatu perusahaan.
2. Kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai sesuatu kemampuan kreatif dan inovatif (*create new and different*) yang dijadikan kiat, dasar, sumber daya, proses dan perjuangan untuk menciptakan nilai tambah barang dan jasa yang dilakukan dengan keberanian untuk menghadapi risiko.
3. Etika bisnis sangat penting untuk mempertahankan loyalitas stakeholder dalam membuat keputusan-keputusan perusahaan dan dalam memecahkan persoalan perusahaan. Hal ini disebabkan semua keputusan perusahaan sangat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh stakeholder. Stakeholder adalah semua individu atau kelompok yang berkepentingan dan berpengaruh pada keputusan-keputusan perusahaan.
4. Seorang profesional selain harus memiliki kemampuan yang baik dalam hal kreatifitas dan inovasi yang dijadikan kiat dalam menemukan suatu ide, gagasan atau inovasi baru yang cemerlang maka diperlukan pula sebuah etika bisnis. Ketika ia bekerja, stakeholder memperoleh kepuasan dapat menciptakan kepercayaan dan penghormatan.

## DAFTAR PUSTAKA

- <http://putracenter.net/2008/12/23/definisi-kewirausahaan-entrepreneurship-menurut-para-ahli/>
- <http://stock-engineering.blogspot.com/2010/12/etika-dan-norma-norma-kewirausahaan.html>
- <http://id.wikipedia.org/wiki/Kewirausahaan>
- <http://viewcomputer.wordpress.com/kewirausahaan/>
- <http://apriyantihusain.blogspot.com/2012/04/etika-bisnis-dalam-bidang-manajemen.html>
- <http://www.quickstart-indonesia.com/etika-bisnis/>
- <http://rudyetikabisnis.blogspot.com/2011/11/peranan-etika-bisnis.html>
- <http://akhmadsubairiyanto.blogspot.com/2010/11/etika-bisnis-dalam-melakukan-kegiatan.html>
- <http://dewity.blogspot.com/2012/10/peran-etika-bisnis-dalam-perusahaan.html>



## PROFIL PENULIS



Dr. Frans Sudirjo, S.E., M.M. lahir di Semarang, 6 Oktober 1961. Pendidikan Strata tiga Doktor Ilmu Manajemen, diselesaikan di Universitas Diponegoro pada tahun 2010. Ia menjadi dosen di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang. Ia juga menjadi dosen di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. Selama tahun 2013 sampai sekarang, ia menjabat sebagai Sekretaris Bidang Administrasi dan

Keuangan Program Magister Manajemen FEB Untag.

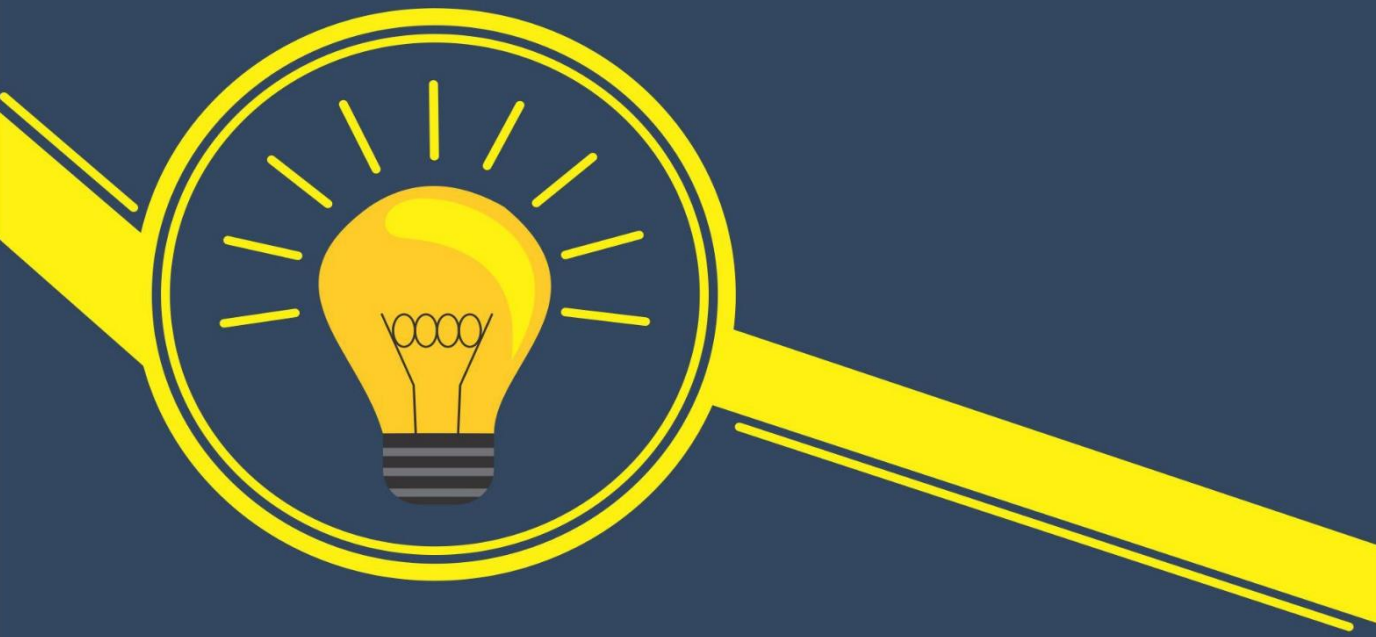
Buku-buku ber ISBN yang telah ditulisnya adalah:

1. Saluran Distribusi
2. Keunggulan Bersaing Berbasis Budaya
3. Underreporting Of Time
4. Jual Beli Online
5. Sasaran dan Lingkup Etika Bisnis
6. Etika Bisnis dalam Berwirausaha

---

**BAB 16**  
***BISNIS STARTUP***

---



**Udik Jatmiko**

## BAB 16

### BISNIS *STARTUP*

#### A. Ruang Lingkup *Bisnis Startup*

Corona virus Diseases atau lebih dikenal dengan sebutan covid 19 yang hadir di tengah-tengah masyarakat Indonesia pada tahun awal maret 2020 sungguh menyita perhatian. Dampak yang terlihat tidak hanya mempengaruhi kesehatan masyarakat, akan tetapi turut memengaruhi perekonomian negara. Virus yang pada awalnya muncul di akhir tahun 2019 di kota Wuhan, Cina menyebabkan aktivitas sosial-ekonomi terhambat. Terhambatnya aktivitas sosialekonomi menjadikan melemahnya perekonomian di Indonesia (Fakhriyyah & Wulandari, 2020) Namun di tengah menurunnya kegiatan usaha tersebut, tidak terpungkiri bahwa terdapat pelaku usaha yang dapat meningkat kapasitas produksinya pada masa pandemi dibanding pada masa normal diantaranya adalah: Makanan olahan yang dibekukan, jamu atau herbal, masker, minuman, layanan *internet provider*, dan penjualan sepeda mengalami kenaikan dari kapasitas normal. Kondisi ini mengindikasikan bahwa di tengah krisis akan selalu muncul peluang bagi mereka yang mampu membaca dan mengambil peluang tersebut untuk keluar dari keadaan yang tidak menguntungkan.

*Bisnis startup* merupakan bisnis yang banyak di didirikan oleh generasi-generasi muda milenial, yang berfokus pada kemampuan dan skillnya dalam menggunakan teknologi informasi dalam kehidupan sehari-harinya. Melihat histori keberadaan bisnis *Startup* ini mulai tumbuh di Indonesia kisaran periode 8 tahun silam (Lutfiani,

Rahardja & Manik, 2020). Walaupun keberadaannya masih tergolong minim dan berada di Kota-Kota besar, hal ini menandakan bahwa tidak semua generasi muda mempunyai niat dan minat membangun bisnis startup ini. Faktor yang menjadi kendala adalah kreativitas dan keberadaan faktor finansial khususnya modal. Keadaan ini tidak sebanding apabila disandingkan dengan daerah atau wilayah kecil, dikarenakan belum banyak yang berani melakukan spekulatif membuka bisnis.

Sebuah usaha kecil dan menengah yang baru tumbuh, pada awalnya pasti merasakan kesulitan untuk sukses. Memerlukan waktu yang lama untuk mengembangkan usaha dalam mencapai titik keberhasilan. Namun, Ada hal tertentu mengapa bisnis atau usaha pada masa *startup* dapat berjalan lancar dan sukses, hal ini dikarenakan banyaknya unit usaha yang mempunyai tekak kuat untuk bertahan dalam proses pencapaian menuju kesuksesan (Jatmiko, Srikalimah and Zamzam, 2018). Hal itu juga tercermin pada beberapa bisnis pada tahap *startup* yang sukses, yang mampu bekerja secara efisien dalam mengelola keuangan dan mampu menjaga kestabilan kinerja keuangannya baik dari sisi modal ataupun pendapatannya (Jatmiko, 2020).

Bahasa *Startup* secara literasi diartikan sebagai rintisan. Secara definisi bisnis *startup* sebagai bisnis yang dirintis yang mempunyai harapan dapat tumbug dan berkembang dalam menguasai pasar secara cepat dan selanjutnya dapat menjadi badan usaha yang besar, yang memiliki benefit maupun profit (Agarina *et al.*, 2020). Istilah *startup* biasanya identik dengan pemikiran tentang pendirian usaha rintisan yang menggunakan teknologi informasi sebagai dasar kegiatan operasionalnya, apabila tidak ada unsur kegiatan teknologi informasi maka usaha tersebut lebih dikenal sebagai usaha Kecil dan menengah (Rahmadiane *et al.*, 2020). Saputra (2015) menjelaskan

bahwa *startup* merupakan sekelompok individu yang membuat dan menjual produk baru atau layanan pada dinamika pasar yang tidak menentu dalam mencari model bisnis yang tepat, sehingga dalam mengarungi kondisi *market space* yang terus berkembang dengan ketidakpastian yang sangat tinggi, hal inilah yang menjadi pembeda antara bisnis *startup* dan perusahaan. Startup juga diartikan sebagai sekumpulan individu yang membentuk sebuah struktural organisasi usaha rintisan yang menghasilkan dan menawarkan produk baru kepasar dengan menggunakan media digitalisasi.

Pada awal tahun 2000-an merupakan periode berkembangnya informasi teknologi melalui internet oleh sebagian masyarakat terutama anak muda, makna *startup* saat ini mengalami pergeseran arti yang dahulu dimaknai bisnis rintisan. Namun pada perkembangannya bisnis *startup* dimaknai sebuah bisnis yang baru berjalan dan menerapkan teknologi dalam kegiatan operasionalnya, sehingga tidak terbantahkan apabila selalu dikaitkan oleh usaha anak muda yang dibangun dengan pemanfaatan media teknologi informasi (Calvin, 2021). Pemanfaatan teknologi ini untuk membedakan dengan usaha yang dilakukan masyarakat sebelumnya secara konvensional menjadi usaha-usaha rintisan yang sifatnya digitalisasi.

Merujuk pada pendapat Jatmiko (2020) menjelaskan bahwa bisnis *startup* menjadi salah satu bentuk usaha rintisan yang sedang dalam tahap perkembangan untuk menemukan sasaran pasar yang tepat dan dapat menjadi bisnis yang jauh lebih besar. Sedangkan (Agustian and Aziz, 2020) mengatakan *startup* sebagai sebuah bisnis baru yang digagas dengan originalitas yang berfokus pada pertumbuhan. Secara keseluruhan dijelaskan bahwa bisnis *startup* adalah suatu kegiatan usaha yang di desain dengan perubahan usaha yang cepat dan inovatif dalam menangkap peluang-peluang bisnis di pasar dengan menciptakan produk baru yang akan menjadi komoditas

pasar untuk ditawarkan kepada konsumen dengan fokus pada pertumbuhan usahanya.

### **B. Rekonstruksi Bisnis *Startup* Bagi Pemula**

Dalam konteks pandemi *Covid-19*, koherensi antara kreativitas individu untuk berbisnis, teknologi dan media menjadi peluang untuk tetap bertahan menjalankan usaha, karena pada dasarnya manusia bergantung kepada orang lain dalam pemenuhan kebutuhannya. Kehadiran teknologi dan media di tangan pelaku usaha inilah yang akan menggerakkan roda ekonomi masyarakat.

Merujuk pada pendapat Jatmiko (2016) Menciptakan pekerjaan baru di era sekarang ini sudah banyak kita jumpai di masyarakat, dan itu bisa dilakukan orang yang mempunyai jiwa usaha di dalam kehidupan, tanpa itu semua maka usaha yang akan dirintis tidak akan berjalan dengan baik. Karena kebanyakan dari mereka mempunyai jiwa kreativitas dan inovatif, karena kepribadian tersebut tidak dimiliki semua orang. Hanya orang tertentu saja yang mempunyai jiwa wirausaha. Seorang wirausaha pasti paham apa yang akan dilakukan dalam usahanya karena pengalaman yang membuat mereka bisa untuk membangun usaha bisnisnya di tengah sulitnya mencari lapangan kerja.

Sementara banyak masyarakat yang menginginkan pekerjaan, sisi lain terbatasnya lapangan kerja membuat masyarakat sulit mencari pekerjaan, hal ini ditangkap oleh sebagian wirausaha untuk menciptakan lapangan kerja baru untuk membantu masyarakat yang belum mempunyai lapangan kerja. Karena pengalaman dari kepribadian tersebut biasanya mereka mencoba merintis membuka lapangan kerja baru.

Bisnis *startup* bagi masyarakat pemula memang menurut persepsi banyak dikategorikan usaha yang rumit dan sulit, namun apabila diperhatikan bisnis startup ini sudah mulai memasuki area lokal baik di kota hingga ke desa. Kondisi inilah yang harus diperhatikan oleh pemula, untuk memantau secara cermat peluang-peluang usaha yang akan dibangun dan dikembangkan. Santi & Yulianton (2016) menjelaskan bahwa apabila dilihat dari teknis pengelolaannya, ada 11 faktor penentu kesuksesan *startup* yang berhasil teridentifikasi, yaitu: sinergi, produk, proses, inovasi manajerial, komunikasi, budaya, pengalaman, teknologi informasi, ketrampilan inovasi, ketrampilan fungsional, dan ketrampilan implementasi. Studi bisnis *startup* yang dilakukan oleh Lutfiani, Rahardja & Manik (2020) menunjukkan bahwa faktor-faktor yang berbeda yang merefleksikan kesuksesan bisnis, yakni etos kerja, motivasi, disiplin kerja, integritas, keterlibatan kerja, komunikasi, etika bisnis, dan adaptasi. Bisnis *startup* mampu menumbuhkan atau menciptakan peluang baru bagi para generasi muda khususnya yang bersedia untuk beradaptasi dan mengubah model pasar tradisional ke pasar virtual (Timothy & Choandi, 2020). Usaha rintisan (*startup*) biasanya baru berjalan kurang dari tiga tahun, jikapun memiliki karyawan masih terbatas antara dua dan tiga orang demi meminimalisir pengeluaran (Br Sitepu, 2017).

Rekonstruksi bisnis *startup* bagi para pemula ini bisa dimulai dengan beberapa strategi gerakan penciptaan usaha seperti :

### **1. Kesigapan Mental Para Pemula**

Bagi para pemula kesigapan mental sangat diperlukan dalam memulai bisnis *startup*, hal ini didasari pada fakta bahwa pada saat menghadapi pasar dalam memasarkan produknya harus melewati persaingan bisnis yang ketat hingga resiko bisnisnya tidak mampu

berkembang. Maka dari itu kesiapan dan mampu menjaga mental agar tidak mengenal menyerah inilah yang patut diperhatikan.

## 2. Bisnis yang Terencana

Kegiatan bisnis startup memerlukan suatu perencanaan yang jelas, tanpa adanya rencana bisnis maka proyeksi perkembangan usaha akan terhambat. Perencanaan ini juga difungsikan sebagai proses untuk mengetahui jalannya usaha apakah lancar atau tidak dengan evaluasi dari perencanaan.

## 3. Menggunakan Teknologi

Keberadaan teknologi sudah berkembang begitu pesat di masyarakat, untuk membangun sebuah bisnis *startup* bagi pemula harus mampu membaca dan mempelajari teknologi apa yang nanti akan digunakan untuk membantu perkembangan usaha. Misalkan memilih aplikasi yang dibutuhkan sesuai dengan startup yang dijalankan, karena masyarakat saat ini mayoritas bertransaksi menggunakan teknologi khususnya *handphone*.

## 4. Memilih Produk

Menentukan suatu produk bagi pemula dalam mengawali bisnis *startup* sangatlah penting, hal ini untuk meyatukan persepsi dalam suatu produk supaya ada suatu kesamaan seluruh yang terlibat dalam *startup*. Pemilihan produk untuk pemula juga sejalan dengan penentuan merk, *brand startup* guna menggaet pasar dan produknya direspon masyarakat. Terlebih dimasa pandemi covid 19 ini, para pemula harus mampu menganalisis dan memilih produk yang akan dijual dengan detail.



### **5. Mampu Membaca Kondisi Pasar**

Para pemula yang akan mengawali bisnis tentunya akan memperhatikan kondisi pasar, produk apa yang lagi *booming* karena dalam menjalankan bisnis *startup* memang harus dimulai dari kecil dan di segmen itu yang menentukan. Dari pasar tersebut akan bisa dinilai apakah kesempatan untuk mengembangkan *startup* bisa berkembang atau tidak. Karena jika sudah ditentukan produk sesuai kebutuhan pasar maka *startup* tersebut bisa mempertahankan sirkulasi produk.

### **6. Kemampuan Pendanaan**

Dana termasuk hal yang paling menentukan, dari awal bisa di estimasi biaya dalam membuat *startup* sampai operasional baik jangka pendek, menengah dan panjang. Dengan menggunakan kalkulasi yang detail maka estimasi biaya dapat diidentifikasi secara keseluruhan.

### **7. Motivasi yang Kuat**

Dalam mendirikan *startup* diperlukan orang yang mau membantu dan bekerja keras, yang punya motivasi tinggi dengan demikian akan ada semangat baru dalam setiap ide yang diputuskan perusahaan. Tanpa adanya motivasi tinggi tidak mungkin ada semangat dalam bekerja, dalam *startup* dibutuhkan orang yang mempunyai semangat tinggi. Di antara orang yang terlibat di dalam *startup* hendaknya saling memberikan motivasi, menyemangati supaya tetap semangat untuk memajukan startup

### **C. Faktor Yang Mempengaruhi Gagalnya Bisnis Startup**

Umumnya yang menjadi kendala bagi calon usahawan saat akan memulai suatu usaha adalah permodalan. Banyak calon usahawan yang mengeluhkan tentang aspek permodalan yang

membuatnya menyerah duluan sebelum berperang. Hal itu tidak sepenuhnya salah, modal memang diperlukan dan akan menjadi salah satu aspek penting dalam memulai suatu usaha. Tetapi masih banyak aspek lain yang tidak kalah penting yaitu pengetahuan yang menyeluruh dalam sebuah perencanaan usaha, termasuk di dalamnya adalah studi kelayakan bisnis (Rahmadiane *et al.*, 2020).

Apabila diamati kegagalan bisnis startup rata-rata bersumber pada manajemen sumberdaya manusia yang kurang kompeten dalam menjalankan usahanya, banyak pelaku *startup* yang gagal dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha dipengaruhi oleh beberapa hal sebagai berikut :

### **1. Tidak Adanya Kebutuhan Pasar Tentang *Startup*.**

Faktor yang membuat bisnis startup mengalami kegagalan adalah ketidakmampuan membaca kebutuhan pasar, hal ini sering terjadi karena kurang mampu membuat usaha yang unik, inovatif dan kreatif. Para pelaku cenderung membuat produk tiruan di pasar, sehingga kebutuhan masyarakat tidak terpenuhi secara maksimal. Karena produk yang dikeluarkan para pelaku bisnis startup bukan menjadi solusi kebutuhan mereka (Laluyan and Dewi, 2020).

### **2. Kehabisan Pendanaan**

Dalam bisnis baru atau perusahaan yang baru dirintis, ada satu periode yang membutuhkan banyak dana dan pengelolaan keuangan yang baik. Sebelum produk baru tersebut mencapai titik penjualan yang stabil, mampu bertahan dalam ceruk pasar tertentu, mampu bertahan menghadapi pesaing dari perusahaan besar dengan pangsa pasar yang besar pula, dan mampu mencapai pengembalian modal awal. Intinya bagaimana *startup* bisa *survive* maka sebelum menghasilkan profit atau mendapatkan modal tambahan. Ini tentang bagaimana mengelola keuangan dan membelanjakannya pada hal-hal

yang bersifat prioritas agar sebuah *startup* tersebut dapat *survive* dan menghasilkan profit atau dana tambahan (Jatmiko, Srikalimah and Zamzam, 2018).

### **3. Tidak Mampu Membangun Tim yang Tepat**

Komposisi tim yang tidak tepat juga menjadi alasan yang diungkapkan *startup* pasca gulung tikar. Seringkali, tim yang tidak tepat dapat menyebabkan *startup* gagal dalam mengambil keputusan-keputusan penting. Prosedur *check and balances* antar tim dalam *startup* tersebut juga tidak berjalan dengan baik. Masalah yang lazim terjadi adalah kurangnya pengalaman para sumberdaya manusia dalam membangun usahanya.

### **4. Sulit Berkompetisi**

Berdasarkan pengamatan bisnis *startup* gagal karena kurang mampu mempertimbangkan kompetitornya. Faktanya, jika sebuah ide atau pasar sudah terbukti potensinya, perusahaan harus siap menemui banyak pesaing. Sebagai perusahaan atau usaha yang baru dirintis, tentunya akan menghadapi persaingan dari para kompetitor yang sudah terlebih dulu menguasai pasar. Untuk mempertahankan posisi sebagai produk baru yang dibutuhkan orang dalam jangka panjang, tentunya usaha atau produk tersebut harus memiliki daya pembeda dari usahausaha atau produk-produk yang sudah lebih dulu memenuhi pasar.

### **5. Tidak Melakukan Analisis dalam Menentukan Biaya atau Harga**

Harga produk adalah salah satu unsur utama dalam bauran pemasaran yang ideal (Kotler & Keller, 2016). Perusahaan harus bisa mematok harga produk yang cukup tinggi untuk menutup biaya sekaligus cukup rendah untuk menarik pelanggan. Menentukan suatu

patokan harga yang tepat terkadang memang menyulitkan, terlebih lagi jika pelaku bisnis startup memiliki produk atau model bisnis baru dan kurang memperoleh referensi atau dukungan informasi yang akurat.

#### **D. Membangun Bisnis *Startup* Digital**

Perkembangan internet yang sangat pesat dapat terlihat dari bermunculannya produk-produk berbasis internet yang tentu saja berdampak pada keuntungan-keuntungan yang diperoleh secara fantastis oleh para pengembang produk tersebut. Beberapa produk internet dapat dikategorikan pada produk digital dan produk fisik (Aqmal, 2021). Masyarakat masih sering menyamakan internet dengan dunia maya. Namun pada dasarnya dunia maya bukan semata-mata internet. Dunia maya tidak terbatas pada dunia *online* dan internet khususnya, namun bisa juga dunia komunikasi kabel dan nirkabel secara umum sebagai bidang nonfisik yang diciptakan oleh sistem komputer dan komunikasi.

Secara positif di era digital sekarang ini, banyak sekali *startup* bermunculan dalam berbagai bidang layanan, dan berbagai bidang usaha rintisan, Hal ini selaras dengan perkembangan teknologi digital di segala sektor dan timbulnya pemanfaatan internet di berbagai daerah menjadi pemicu banyaknya *startup* yang muncul, menandakan bahwa saat ini telah memasuki era pertumbuhan startup, sebagai salah satu era yang menjadi tuntutan bagi masyarakat terutama anak-anak muda milenial mau tidak mau harus belajar secara mandiri dan mampu menjadi kewiraswastaan serta menjadi pelaku usaha kreatif, hal ini pilihan yang tepat bagi anak-anak muda milenial (Fakhriyyah & Wulandari, 2020)

Bisnis *startup* memang harus dilakukan secara profesional karena akan berdampak langsung dengan eksistensi *startup* itu dan jangka panjangnya, dan biasanya para *startup* baru mengeluarkan produknya yang masyarakat membutuhkan, tetapi produk itu belum dimiliki pelaku *startup* lama. Karena sebelumnya sudah ada *startup* yang lebih dulu melakukan aktifitasnya dalam produk atau jasanya (Laluyan and Dewi, 2020). Pengembangan bisnis baru yang kreatif dan inovatif baik layanan jasa maupun dibidang lainnya, memenuhi kebutuhan pasar dirancang pelaku *startup* secara efektif dengan pengembangan sekaligus memvalidasi model bisnis yang *scalabel*, sesuai dengan misinya yang inovatif, kreatif dengan pemasaran dan pengelolaan keuangan menggunakan teknologi sesuai dengan *platform startup* itu sendiri. Dengan berkembangnya *startup* disuatu daerah, dan produknya bisa diterima oleh pasar maka keberadaan *startup* tersebut selain bisa menciptakan lapangan kerja juga membantu perekonomian di daerahnya.

Inovasi-inovasi media tersebut dimanfaatkan oleh kegiatan usaha. Wirausaha atau *start-up* jeli untuk menggunakan teknologi ekonomi digital dalam proses pemasaran produk mereka (Agarina *et al.*, 2020). Hasil pengamatan penulis menunjukkan beberapa media digital yang digunakan oleh mereka yang memiliki aktivitas usaha baik sebagai pemilik (*owner*) maupun sebagai *reseller* untuk memasarkan produk di masa pandemi adalah :

### **1. Face book atau populer dengan singkatannya yaitu FB**

Adalah aplikasi media sosial yang memfasilitasi penggunaanya untuk berinteraksi dengan orang lain di berbagai belahan dunia (Fakhriyyah & Wulandari, 2020). Aplikasi ini memberikan fasilitas bagi pengguna untuk menyampaikan informasi apapun tentang dirinya, juga mengunggah foto dan video. Media ini memungkinkan para pengguna untuk saling memberi komentar.

## 2. *Instagram*

Adalah aplikasi media sosial yang memiliki fitur-fitur untuk mengunggah foto dan video, komentar dan *like*, *explore* (*tab* yang menampilkan foto-foto populer, foto yang diambil di lokasi terdekat, dan pencarian), *instagram story* (pengguna dapat mengambil foto dan video, menambahkan efek dan *layer* dan menambahkannya ke kilas cerita instagram mereka) dan IGTV (untuk mengunggah video vertikal selama 10 menit atau 60 menit bagi yang sudah memiliki otorisasi)

## 3. *Whatsapp*

Merupakan aplikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan secara instan dengan menggunakan data internet melalui *smart phone*. Selain untuk menyampaikan pesan teks, aplikasi ini dapat mengirimkan foto, video, dokumen, menelepon, mengirimkan pesan suara, berbagi lokasi dengan pemanfaatan *Global Position System* (GPS), berbagi nomor kontak, memiliki emoji dan stiker, serta dapat mengatur profil pemilik.

## 4. *Marketplace*

Adalah aplikasi yang memfasilitasi penjual dan pembeli bertransaksi (Nanang and Viana, 2020). Di dalam suatu *marketplace* banyak penjual bergabung untuk memasarkan produknya sehingga calon pembeli atau pembeli memiliki banyak pilihan. Di masa pandemi ini hampir semua *marketplace* terutama yang memiliki pasar luas dimanfaatkan oleh para wirausaha yang ingin memasarkankan produknya, seperti Shopee, Bukalapak, Tokopedia, dan Lazada. *Gofood* dan *Grabfood* menjadi aplikasi yang dipilih oleh penjual untuk bergabung dalam memasarkan produknya kepada pembeli.

### 5. *E-commerce*

*Berbeda dengan marketplace. E-commerce dimiliki oleh satu penjual atau satu toko, yaitu website. Kepemilikan web akan menunjukkan kredibilitas penjual di mata pembeli*

## DAFTAR PUSTAKA

- Agarina, M. *et al.* (2020) 'Enhancing the role of higher-education institutions in developing technology-based start-ups for young entrepreneurs at the Institute of Informatics & Business (IIB) Darmajaya', in *The Future Opportunities and Challenges of Business in Digital Era 4.0*. doi: 10.1201/9780367853778-69.
- Agustian, L. N. and Aziz, R. M. (2020) 'Efektivitas Bisnis Startup Digital PT. Jojo Nomic Indonesia Dalam Nilai Keuntungan Dan Ibadah Era Covid-19', *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 3(2). doi: 10.30587/jre.v3i2.1423.
- Aloysius Vincentius Calvin (2021) 'Pengelolaan Bisnis Start-Up Bidang Jasa didasarkan Kapabilitas Sumber Daya Manusia yang Unggul di dalam Dunia Digital', *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(5). doi: 10.36418/jiss.v2i5.296.
- Aqmal, D. (2021) 'Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Media Startup Bisnis Pada Anak-Anak Panti Asuhan Riyadlul Jannah Dan Panti Asuhan Al Mustaghfirin Semarang', *ABDIMASKU: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 4(1). doi: 10.33633/ja.v4i1.146.
- Br Sitepu, S. N. (2017) 'Pengaruh Faktor Internal Terhadap Keberhasilan Start-Up Bisnis Di Kota Surabaya', *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 10(1). doi: 10.20473/jmtt.v10i1.5136.
- Dewi Diah Fakhriyyah, Yuni Wulandari, C. K. (2020) 'Pengaruh Digital Marketing Dan Inovasi Produk Pada Ukm Gula Merah Guna Mempertahankan Ekonomi Di Masa Pandemi Covid-19', *Jp2M*, 1(4).



- Jatmiko, U. (2016) 'Pengaruh Lingkungan Bisnis Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Peningkatan Kinerja Pelaku UKM Pada Tahap Start-Up Di Desa Paron Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri', *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 1(3), pp. 235-246. Available at: <https://ejournal.uniska-kediri.ac.id/index.php/ManajemenKewirausahaan/article/view/247>.
- Jatmiko, U. (2020) 'Pemberdayaan Ekonomi Berbasis Kearifan Lokal Sebelum dan Sesudah Pengalokasian Dana Desa', *JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan)*, 5(2). doi: 10.32503/jmk.v5i2.1007.
- Jatmiko, U., Srikalimah, S. and Zamzam, N. A. N. (2018) 'Analisis Reaksi Pelaku UMKM Tahap Start Up Dalam Membandingkan Modal Kerja dan Pendapatan Usaha Sebelum dan Sesudah Adanya Inovasi Produk MAMIN di Wilayah Kediri dan Tulungagung', *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage*, 2(2). doi: 10.30741/adv.v2i02.359.
- Kotler & Keller (2016) *Kotler & Keller - Marketing Management, Boletín cultural e informativo - Consejo General de Colegios Médicos de España*.
- Laluyan, W. H. and Dewi, L. (2020) 'Evaluasi Kegagalan Start Up Bisnis', *Media Mahardhika*, 18(2). doi: 10.29062/mahardhika.v18i2.161.
- Lutfiani, N., Rahardja, U. and Manik, I. S. P. (2020) 'Peran Inkubator Bisnis dalam Membangun Startup pada Perguruan Tinggi', *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 5(1). doi: 10.33633/jpeb.v5i1.2727.
- nanang, nanang\_arifin and Viana, E. O. (2020) 'Strategi Bertahan Perusahaan di masa Pandemi Covid-19', *Seminar Nasional Penalaran dan Penelitian Nusantara*, 1(1).

- Rahmadiane, G. D. *et al.* (2020) 'Pengembangan Bisnis Startup Untuk Meminimalisir Kegagalan Dalam Berbisnis', *Jurnal Vokasi - Politeknik Negeri Lhokseumawe*, 4(2). doi: 10.30811/vokasi.v4i2.1893.
- Santi, R. C. N. and Yulianton, H. (2016) 'Model Sistem Informasi Manajemen Keuangan Terencana Bagi Start-Up Bisnis UMKM Berbasis Web', *Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu dan Call Papers UNIBANK (SENDI\_U)*, (2).
- Saputra, A. (2015) 'Peran Inkubator Bisnis dalam Mengembangkan Digital Startup Lokal di Indonesia', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 4(1).
- Timothy, T. and Choandi, M. (2020) 'Kantor Digital Kreatif Startup', *Jurnal Sains, Teknologi, Urban, Perancangan, Arsitektur (Stupa)*, 1(2). doi: 10.24912/stupa.v1i2.4517.

## PROFIL PENULIS



Udik Jatmiko S.E.,MM. Lahir pada tanggal 17 April 1985 di Kabupaten Kediri, yang saat ini berprofesi sebagai salah satu dosen Prodi Manajemen Universitas Islam Kadiri Kediri. mengampu beberapa mata kuliah khususnya dalam bidang operasional dan pemasaran. Aktif diberbagai bidang kegiatan Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat di Universitas Islam Kadiri Kediri.

Keaktifan organisasi juga ditunjukkan oleh yang bersangkutan dengan menjadi pembimbing organisasi kemahasiswaakampus khususnya BEM universitas, dan beberapa organisasi kepemudaan di wilayah Kediri.

**K**ehadiran buku ini didorong oleh keinginan para penulis untuk memberikan sumbangsih dalam sebuah buku kolaborasi untuk memajukan dunia kewirausahaan Indonesia yang masih membutuhkan dukungan semua lapisan masyarakat. Buku ini menguraikan teori dan konsep kewirausahaan yang ditekankan pada konsep dan alasan mendasar mengenai pentingnya pengembangan budaya kewirausahaan di Indonesia. Dengan demikian diharapkan dapat meningkatkan pemahaman, perhatian, dan mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam upaya meningkatkan kesejahteraan bangsa melalui program kewirausahaan. Secara khusus buku ini dirancang pula untuk membantu pembaca, terutama dari kalangan guru, dosen, dan mahasiswa untuk meningkatkan efektivitas pembelajaran kewirausahaan di sekolah maupun di perguruan tinggi. Bagi wirausaha muda, buku ini diharapkan lebih memantapkan lagi pilihannya untuk berwirausaha dan mampu meningkatkan daya serap terhadap tenaga kerja.



PENERBIT INSANIA

Jl. Evakuasi, Gg. Langgar, No.11,  
Kalikebat Karyamulya, Kesambi, Cirebon  
e-mail : [penerbit.insania@gmail.com](mailto:penerbit.insania@gmail.com)  
web : <http://insaniapublishing.com>

ISBN 978-623-5770-18-5

