



## BUKU AJAR KEWIRAUSAHAAN KEHUTANAN

Pendidikan kewirausahaan (*Enterprenuership*) di Indonesia masih tertinggal jauh dibandingkan dengan luar negeri, bahkan di beberapa negara pendidikan tersebut telah dilakukan puluhan tahun yang lalu. Untuk mengubah mental pegawai dan motivasi yang sudah demikian melekat tertanam di setiap insan Indonesia bukanlah pekerjaan yang mudah. Langkah untuk berwirausaha menjadi mudah dan terang, langkah-langkah ini dapat artikan sebagai jurus yang akan membimbing dan mengarahkan seseorang sebelum memulai usaha. Buku Ajar Kewirausahaan Kehutanan ini memamparkan suatu konsep pola berpikir terbalik dari cita-cita awal. Salah satu caranya adalah dengan mempelajari keuntungan dan kelebihan berwirausaha dibandingkan menjadi pegawai.

BUKU AJAR KEWIRAUSAHAAN KEHUTANAN

# BUKU AJAR KEWIRAUSAHAAN KEHUTANAN

Zainal Abidin  
Muhammad Helmi  
Muhammad Naparin  
Arfa Agustina Rezekiah



FAKULTAS KEHUTANAN  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
BANJARBARU  
2022

Penerbit :  
CV Banyubening Cipta Sejahtera  
Jl. Sapta Marga Blok E No.38 RT 007/003  
Guntung Payung, Landasan Ulin, Banjarbaru 70721  
Email : penerbit.bcs@gmail.com

ISBN 978-623-5774-16-9



9 786235 774169

**BUKU AJAR**  
**KEWIRAUSAHAAN**  
**KEHUTANAN**

**Zainal Abidin**  
**M. Helmi**  
**M. Naparin**  
**Arfa Agustina Rezekiah**



# **BUKU AJAR KEWIRAUSAHAAN KEHUTANAN**

**Zainal Abidin  
M. Helmi  
M. Naparin  
Arfa Agustina Rezekiah**

Editor : Gusti Abdul Rahmat Thamrin  
Layout: Fira Hidayati  
Desain Cover : Muhammad Ramli

Ukuran : VIII, 203 halaman, 21 × 29,7 cm

**ISBN : 978-623-5774-16-9**

Edisi Cetak, 2022

*Hak Cipta Dilindungi oleh Undang-Undang.  
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara  
apapun tanpa izin tertulis dari penerbit*

Fakultas Kehutanan, ULM

Penerbit:

**CV. Banyubening Cipta Sejahtera**  
Jl. Sapta Marga Blok E No. 38 RT 007 RW 003  
Guntung Payung, Landasan Ulin, Banjarbaru 70721  
Email: penerbit.bcs@gmail.com



No. Anggota : 006/KSL/2021



## **KATA PENGANTAR**

Buku Ajar “Kewirausahaan Kehutanan” ini disusun dalam rangka untuk keperluan menunjang kegiatan proses belajar mengajar dari mata kuliah Kewirausahaan Kehutanan di Fakultas Universitas Lambung Mangkurat. Buku ini merupakan rangkuman dari beberapa tulisan para ahli di bidangnya yang kami rasa perlu untuk diketahui dan dipahami oleh mahasiswa khususnya.

Dengan selesainya penyusunan buku ajar ini, kami tim pengajar mata kuliah Kewirausahaan Kehutanan mengucapkan terima kasih kepada semua pihak atas segala partisipasi dalam penyusunan buku ajar ini.

Dengan segala keterbatasan yang masih ada, kami berharap buku ini masih dapat memberikan manfaat bagi kita sekalian.

Banjarbaru, November 2021

Penyusun

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Mengubah Pola Pikir.....	3
C. Keuntungan Wirausaha .....	6
D. Jurus Awal Menjadi Pengusaha .....	8
<b>BAB II PENGERTIAN KEWIRAUSAHAAN</b> .....	13
A. Pengertian Wirausaha .....	13
B. Makna Kewirausahaan Dalam Menggapai Kesuksesan.....	18
C. Jiwa Wirausaha Terdapat Pada Setiap Insan .....	19
D. Etika Wirausaha .....	20
E. Tujuan dan Manfaat Etika Wirausaha .....	24
F. Sikap dan Perilaku Wirausaha .....	25
G. Ciri-ciri Wirausaha yang Berhasil.....	27
H. Perlukah Pendidikan Kewirausahaan.....	30
<b>BAB III KONSEP DASAR DAN PERKEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN</b> .....	37
A. Konsep Dasar Kewirausahaan dan Wirausaha.....	37
B. Perkembangan Dunia Usaha .....	43
C. Sejarah Perkembangan Dunia Usaha dan Kewirausahaan .....	44
D. Sejarah Pengusaha Kecil Indonesia.....	51
<b>BAB IV MOTIVASI</b> .....	53
A. Teori Motivasi.....	53
B. Konsep Timbulnya Motivasi.....	54
C. Pekerja Kerja ( <i>Hard Worker</i> ).....	56
D. Tidak Pernah Menyerah ( <i>Never Surrender</i> ) .....	60

E. Memiliki Semangat ( <i>Spirit</i> ).....	64
F. Memiliki Komitmen ( <i>Comited</i> ).....	69
<b>BAB V MEMBANGUN USAHA.....</b>	<b>75</b>
A. Bagaimana Memulai Usaha .....	75
B. Bidang Usaha.....	78
C. Pengertian dan Jenis-jenis Badan Usaha .....	84
D. Jenis-jenis Izin Usaha.....	92
E. Proses Pendirian Badan usaha.....	93
F. Faktor-faktor Penyebab Kegagalan Usaha .....	94
<b>BAB VI MENYUSUN BISNIS PLAN DALAM KEWIRAUSAHAAN.....</b>	<b>97</b>
A. Pentingnya <i>Business Plan</i> .....	97
B. Pengertian <i>Business Plan</i> .....	100
C. Peranan <i>Business Plan</i> .....	101
D. Langkah-Langkah Menyusun <i>Business Plan</i> .....	102
F. Kerangka <i>Business Plan</i> .....	114
G. Beberapa Muatan <i>Business Plan</i> .....	114
<b>BAB VII STRATEGI PEMASARAN .....</b>	<b>117</b>
A. Pengertian Strategi Pemasaran .....	117
B. Strategi Produk.....	119
C. Strategi Harga.....	121
D. Strategi Tempat dan Distribusi .....	125
E. Strategi Promosi .....	128
<b>BAB VIII MEMAHAMI KONSUMEN .....</b>	<b>133</b>
A. Psikologi Konsumen.....	133
B. Penemukenalan Keperluan/Kebutuhan Konsumen .....	136
C. Proses Pengambilan Keputusan .....	138
D. Proses Penawaran.....	139
<b>BAB IX MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA .....</b>	<b>145</b>
A. Sumber Daya Manusia.....	145
B. Analisis Jabatan .....	145

C. Perencanaan Tenaga Kerja .....	146
D. Pengadaan Tenaga Kerja .....	147
E. Pelatihan dan Pengembangan .....	148
F. Kebijakan Kompensasi.....	149
G. Perencanaan Karir dan Kesejahteraan.....	149
H. Pemutusan Hubungan Kerja .....	150
I. Mengelola Produksi .....	150
<b>BAB X MENILAI KELAYAKAN USAHA.....</b>	<b>155</b>
A. Pengertian Kelayakan Usaha.....	155
B. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis .....	157
C. Pihak-pihak yang Berkepentingan.....	159
D. Aspek-aspek dalam Penilaian.....	161
<b>BAB XI KUNCI KEBERHASILAN DALAM BERUSAHA .....</b>	<b>169</b>
A. Keberhasilan Bagi Wirausaha .....	169
B. Mengimplementasikan Ide Atau Gagasan.....	173
C. Pemanfaatan Waktu.....	178
D. Pengelolaan Dana .....	182
E. Proses Menuju Keberhasilan.....	186
F. Mengembangkan Nilai-nilai.....	190
G. Menentukan Standar .....	193
H. Konsentrasi Pada Tujuan (Fokus).....	194
I. Lakukan Apa Yang Dapat dilakukan ( <i>Do It</i> ) .....	197
J. Senyum dan Bersyukur Apapun Yang Diperoleh ( <i>Smile dan Smiling</i> ).....	198
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>201</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Orientasi Interpreneur .....	67



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Kerangka Berpikir tentang Kewirausahaan .....	43
Gambar 4.1 Hubungan Kebutuhan, Motivasi dan Perilaku .....	53
Gambar 8.1 Model Interaksi Konsumen dengan Sistem Industri dan Sistem Lain yang Mempengaruhi Perilaku dan Keputusan Memberi.....	136
Gambar 8.2. Model Proses Pengambilan Keputusan Konsumen.....	139
Gambar 8.3. Kajian Perilaku Konsumen.....	144

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

---

#### **A. Latar Belakang**

Hasil wawancara dan kuesioner yang penulis ajukan ke sekitar 500 mahasiswa sepanjang tahun 2005 di enam Perguruan Tinggi (PT) di Jakarta, masing-masing mewakili PT kelas bawah, kelas menengah, dan kelas atas, menunjukkan hasil yang cukup merisaukan kita tentang motivasi berwirausaha di kalangan mahasiswa. Pernyataan yang diajukan kepada para mahasiswa adalah *Apa yang akan mereka lakukan setelah menyelesaikan pendidikan atau setelah memperoleh gelar sarjana, mencari pekerjaan (menjadi pegawai), menjadi wirausahawan, atau menjadi karyawan sambil berwirausaha?* Sebagian besar sekitar 76 persen yang menjadi karyawan sambil berwirausaha. Hasil wawancara dengan para mahasiswa itu pun menunjukkan hasil yang tidak jauh berbeda.

Artinya, bahwa orientasi para mahasiswa setelah lulus hanya mencari kerja, bukan menciptakan lapangan kerja. Rupanya cita-cita seperti ini sudah berlangsung lama terutama di Indonesia dengan berbagai sebab. Jadi, tidak mengherankan jika setiap tahun jumlah yang orang yang menganggur terus bertambah. Sementara itu pertumbuhan lapangan kerja semakin sempit. Hasil wawancara dan kuesioner tersebut memang belum menunjukkan secara utuh cita-cita mahasiswa setelah lulus kuliah. Namun, paling tidak hasil ini sudah memberikan sedikit gambaran betapa pola pikir untuk menjadi wirausaha di kalangan mahasiswa masih sangat kecil.

Pola pikir yang diwujudkan dalam cita-cita untuk menjadi pegawai sebenarnya sudah terjaid di berbagai belahan dunia sejak puluhan tahun yang lalu. Seorang penulis buku tentang motivasi yang terkenal, yaitu *Max Gunther* pernah mengkritik sistem

pendidikan di Amerika Serikat tahun 70-an yang katanya hanya akan melahirkan lulusan “Sanglaratis” yang artinya mereka mempunyai mental buruh, yaitu ingin menjadi pegawai negeri atau pegawai swasta. Mereka kurang mampu dan mau menciptakan lapangan kerja sendiri. Bahkan, untuk kasus Indonesia hal ini masih terjadi sampai sekarang.

Di Indonesia sampai akhir tahun 2005 diperkirakan 12.000.000 orang menganggur, naik hampir 11 persen dari tahun sebelumnya. Jumlah ini 11,3 persen dari angkatan kerja tahun 2005 sebesar 106.888.000 dari total 12.000.000 pengangguran ini sekitar 10 persen atau hampir 1.000.000 adalah kaum intelek yang menyandang gelar pendidikan perguruan tinggi. Lalu pertanyaannya, siapa yang salah, mahasiswa, para orang tua, atau pemerintah. Jawabannya tentu tergantung dari sudut mana kita memandang. Kita tidak dapat mengambinghitamkan salah satu pihak. Masing-masing memiliki peran tersendiri, baik langsung maupun tidak langsung akibat pola pikir yang belum atau tidak mau diubah.

Dari hasil penelitian, mahasiswa sulit untuk mau dan memulai wirausaha dengan alasan mereka tidak diajar atau dirangsang untuk berusaha sendiri. Hal ini juga didukung oleh lingkungan budaya masyarakat dan keluarga yang dari dulu ingin anaknya menjadi orang gajian alias pegawai. Disisi lain, para orang tua kebanyakan tidak memiliki pengalaman dan pengetahuan untuk berusaha. Oleh karena itu, mereka lebih cenderung mendorong anak-anak mereka untuk mencari pekerjaan atau menjadi karyawan. Orang tua juga merasa lebih bangga, bahkan sebagian merasa terbebas, bila anaknya yang telah selesai kuliah mampu menjadi pegawai. Dan faktor yang tidak kalah pentingnya adalah tidak ada atau sulitnya memiliki modal untuk berwirausaha.

Sementara itu, pemerintah kurang begitu tanggap untuk mengubah pola pikir masyarakat. Kalaupun ada, sebagian kecil baru dimulai tahun 1990-an, baik melalui materi kuliah atau cara-cara lain. Baru pada tahun 2000-an kegiatan wirausaha mulai digalakan lagi. Pemerintah melalui lembaga pendidikan tinggi (memasukkan mata kuliah dan materi) diharapkan mampu menciptakan lapangan kerja yang setiap tahun bertambah terus.

Dalam hal pendidikan kewirausahaan (*Enterprenuership*), Indonesia tertinggal jauh dibandingkan dengan luar negeri, bahkan di beberapa negara pendidikan tersebut telah dilakukan puluhan tahun yang lalu. Misalnya, di negara-negara Eropa dan Amerika Utara pendidikan kewirausahaan era tahun 1980-an. Sementara itu, di Indonesia pendidikan kewirausahaan era tahun 1980-an dan digalakan 1990-an. Hasilnya kita patut bersyukur bahwa dewasa ini sudah mulai berdiri beberapa sekolah yang memang berorientasi untuk menjadikan mahasiswa calon pengusaha unggul setelah pendidikan. Meskipun masih terdengar sayup gaung lahirnya wirausaha-wirausaha baru paling tidak kita sudah memulainya.

## **B. Mengubah Pola Pikir**

Kita perlu prihatin dengan rendahnya minat wirausaha di kalangan mahasiswa dan pemuda. Namun, kita tidak perlu menyalahkan siapapun, yang jelas kesalahan kita untuk mendorong para pelajar dan mahasiswa untuk mulai mengenali dan membuka usaha atau berwirausaha. Pola pikir dan lingkungan yang selalu berorientasi menjadi karyawan mulai sekarang kita putar balik menjadi berorientasi untuk mencari karyawan (pengusaha).

Untuk mengubah mental dan motivasi yang sudah demikian melekat tertanam di setiap insan Indonesia bukanlah pekerjaan yang mudah. Lebih sulit lagi padangan kalang tidak mampu yang memang sejak kakek, ayahnya sudah menjadi pegawai. Akan tetapi, jika para

mahasiswa mau mengubahnya dengan pola berpikir terbalik dari cita-cita awal, itu akan lebih mudah. Salah satu caranya adalah dengan mempelajari keuntungan dan kelebihan berwirausaha dibandingkan menjadi pegawai.

Untuk itu perlu diciptakan suatu iklim yang dapat suatu iklim yang dapat mengubah pola pikir baik mental maupun motivasi orang tua, dosen, dan mahasiswa agar kelak anak-anak mereka dibiasakan untuk menciptakan lapangan pekerjaan ketimbang mencari pekerjaan. Perubahan ini tidak dapat dilakukan secara cepat, tetapi harus dilakukan secara bertahap. Pertama, misalnya dengan mendirikan sekolah yang berwawasan wirausaha (*enterpreneur*) atau paling tidak menetapkan mata kuliah kewirausahaan seperti yang sekarang ini sering digalakan di berbagai perguruan tinggi. Dengan demikian, hal itu sedikit banyak akan mengubah dan menciptakan pola pikir (mental dan motivasi) mahasiswa dan orang tua, dosen, dan mahasiswa agar kelas anak-anak mereka dibiasakan untuk menciptakan lapangan pekerjaan ketimbang mencari pekerjaan. Perubahan ini tidak dapat dilakukan secara cepat, tetapi harus dilakukan secara bertahap. Pertama, misalnya mendirikan sekolah berwirausaha (*entrepreneur*) atau paling tidak menerapkan matakuliah kewirausahaan seperti ini, sedang digalakan diperguruan tinggi. Dengan demikian, hal itu sedikit banyak akan mengubah dan menciptkana pola pikir (mental dan motivasi) mahasiswa dan orangtua.

Kedua, didalam pendidikan kewirausahaan perlu ditekankan keberanian untuk memulai bewirausaha. Biasanya, kendala kita untuk memulai suatu usaha adalah adanya rasa takut akan rugi atau bangkrut, namun sebagian orang yang sudah memiliki jiwa wirausaha merasa bingung dari mana harus memulai suatu usaha.

Ketiga, tidak sedikit yang merasa bahwa berusaha sama dengan tidak memiliki masa depan yang pasti. Sementara itu, dengan bekerja diperusahaan, mereka yakin bahwa masa depan sudah pasti apalagi pegawai negeri. Dengan berwirausaha, justru masa depan ada ditangan kita, bukan ditangan orang lain. Baik buruknya masa depan kitalah yang menentukan, sehingga motivasi untuk berkembang terbuka lebar. Dorongan berbentuk motivasi yang kuat untuk maju dari pihak keluarga merupakan modal awal menjadi wirausaha. Dengan didukung pihak keluarga, mereka memiliki mental dan motivasi sebagai faktor pendorong utama. Keluarga dapat merangsang para mahasiswa dengan memberikan gambaran nyata betapa nikmatnya memiliki usaha sendiri (pengusaha). Yakinkan anaknya memiliki pegawai atau menjadi bos memiliki kebebasan memberi perintah bukan diperintah, meraih keuntaungan yang tak terbatas dan mengundang daya rangsang lainnya yang dapat mengubah jiwa para mahasiswa untuk berwirausaha.

Memang mengubah pola pikir seseorang untuk memulai suatu usaha bukan pekerjaan yang mudah, banyak kendala yang menghadang, mulai dari mental takut rugi motivasi, bakat, soal keluarga, dana, pengalaman sebelumnya, sampai kemampuan mengelola. Namun, paling tidak mental yang dimiliki merupakan modal yang sangat besar untuk memulai suatu usaha.

Belajarlh dari saudara-saudara kita dari etnis Tionghua yang memiliki pola pikir yang berbeda dari etnis kebanyakan. Mereka sejak kecil sudah ditanamkan dan diajarkan pengetahuan praktek wirausaha. Tidak heran jika kegiatan wirausaha mayoritas dikuasai mereka. Dalam penelitian, penulis sering bertanya kepada teman-teman pengusaha asal etnis Tionghua, mengapa mereka mau dan mampu berwirausaha. Salah satu jawabannya adalah karena mereka tidak ingin diperintah oleh orang lain. Sebagian yang lain karena

pada saat itu sulit untuk menjadi pegawai negeri. Virus yang menularkan anak bangsa untuk mengubah cita-cita dari pegawai atau karyawan menjadi mau dan mampu menciptakan lapangan kerja harus segera direalisasikan. Cita-cita yang ditanamkan oleh orang tua kepada anak-anak sejak kecil untuk menjadi pegawai sebaiknya di nomor duakan. Bukan berarti menjadi pegawai tidak baik, tetapi akan lebih baik jika menjadi pengusaha yang mampu memberikan peluang pekerjaan kepada masyarakat yang membutuhkan.

### **C. Keuntungan Wirausaha**

Jika kita bandingkan, kenikmatan memiliki usaha sendiri dengan bekerja pada suatu perusahaan sangat banyak perbedaan. Untuk menjadi seorang pegawai dibutuhkan kepandaian, seperti dipersyaratkan dalam batas nilai IPK, harus mengikuti dan lulus test, pandai bergaul, berpenampilan baik, sampai memiliki koneksi atau referensi (kenalan, orang dalam tertentu). Bahkan tidak jarang calon pegawai diminta pembayaran yang ilegal dalam jumlah tertentu artinya, begitu banyak persyaratan yang harus dipenuhi. Terkadang kita menjadi miris, jika mendengar berita untuk menjadi pegawai mesti bayar puluhan juta rupiah. Anehnya banyak orang yang mau merogok kantong untuk menjadi pegawai tersebut. Padahal, jika uang tersebut digunakan untuk wirausaha, jumlahnya sudah jauh dari cukup. Disamping itu, perkembangan penghasilan yang diterima relatif kecil.

Sementara itu, syarat untuk menjadi wirausaha relatif lebih mudah. Hal utama yang harus dimiliki adalah kemauan, kemudian barulah kemampuan. Paling tidak, ada 4 keuntungan yang akan diperoleh dalam wirausaha, yaitu :

1. Harga diri;
2. Penghasilan;

3. Ide dan motivasi;

4. Masa depan.

Dengan membuka usaha atau berwirausaha, harga diri seseorang tidak turun. Tetapi sebaiknya meningkat. Si pengusaha menjadi kelas tersendiri di masyarakat dan dianggap memiliki wibawa tertentu, seperti disegani dan dihormati. Jika dulunya mereka malu jika tidak menjadi karyawan, fenomena ini sekarang mulai berbalik. Banyak pengusaha yang sukses dalam menjalankan usahanya menjadi contoh bagi masyarakat, apalagi mampu memberikan peluang kerja yang sangat dibutuhkan. Dalam banyak kasus, pengusaha bahkan dianggap sebagai penyelamat bagi mereka yang membutuhkan lapangan kerja. Dan perlu diingat bahwa menjadi pemilik usaha dengan memperkerjakan orang lain merupakan hal yang sangat mulia.

Dari sisi penghasilan, memiliki usaha sendiri jelas dapat memberikan penghasilan yang jauh lebih baik dibandingkan dengan menjadi pegawai. Penghasilan seorang pegawai dapat dikalkulasikan untuk suatu periode tentu saja besarnya tidak jauh berbeda setiap bulan sementara itu, besar kecil penghasilan seorang pengusaha tergantung dari usaha kita. Besar kecilnya penghasilan karyawan lebih banyak ditentukan oleh si pengusaha. Sementara itu, meningkatnya penghasilan pengusaha tidak mengenal batas waktu, terkadang ada istilah kalau lagi *booming*, maka keuntungan akan mengalir seperti air yang tak putus-putusnya, apa yang dilakukan selalu memperoleh keuntungan.

Biasanya para wirausaha selalu memiliki ide yang begitu banyak untuk menjalankan kegiatan usahanya. Telinga, mulut, dan mata selalu inspirasi untuk menangkap setiap peluang yang ada. Bahkan ada guyonan yang agak ekstrim yang mengatakan bahwa hidung pengusaha dapat mencium dimana ada peluang untuk memperoleh



keuntungan. Seorang pengusaha juga memiliki indera keenam yang mampu membaca sesuatu yang tidak dapat dibaca oleh orang lain. Pengusaha juga memiliki motivasi yang tinggi untuk maju dibandingkan dengan menjadi pegawai. Terpikir, melihat, atau mendengar sesuatu selalu menjadi ide untuk dijual. Motivasi untuk maju dan semakin besar akan selalu melekat dalam hati seorang pengusaha. Setiap waktu selalu timbul ide untuk menjadikan sesuatu menjadi uang. Sebagai contoh, seseorang yang memiliki jiwa pengusaha melihat sampah saja sudah berfikir menjadikannya uang. Melihat lokasi yang strategis sudah merupakan uang.

Masa depan pengusaha yang sukses relatif jauh lebih baik dibandingkan pegawai. Seorang wirausahawan tidak pernah pensiun dan usaha yang dijalankan dapat diteruskan generasi selanjutnya. Oleh karena itu, kita sering mendengar suatu usaha yang bisa dikelola sampai tujuh turunan. Estafet kepemimpinan dalam keluarga yang silih berganti menunjukkan bahwa keberhasilan masa depan wirausaha seperti tak pernah putus.

Namun perlu juga diingat bahwa dari sisi negatif nya,tidak sedikit pula pengusaha yang gulung tikar dengan berbagai sebab. Salah satunya adalah salah dalam pengelolaan perusahaan. Seorang pengusaha dituntut untuk berani mengambil risiko, baik uang maupun waktu. Tentu saja berani menanggung risiko dengan pertimbangan dan perhitungan yang matang. Seorang pengusaha dituntut memiliki kemampuan mengelola usahanya dan memiliki indera khusus. Disamping itu, pengusaha juga harus memiliki tanggung jawab segala kegiatan yang dilakukan dan komitmen terhadap apa yang sudah dijalankan.

#### **D. Jurus Awal Menjadi Pengusaha**

Sulitnya memutuskan untuk mulai berwirausaha hampir melanda seluruh lapisan masyarakat Indonesia, khususnya

masyarakat menengah kebawah. Banyak faktor penyebab seperti yang telah dikemukakan diatas yang mengakibatkan mereka belum berani memulai suatu kegiatan yang disebut wirausaha.

Sebenarnya untuk memulai sesuatu yang masih baru, apapun nama kegiatannya, pasti akan terasa segan dan canggung. Untuk melangkah kesuatu hal yang baru akan terasa berat dan gelap. Akan tetapi setelah kita masuk kedunia baru tersebut kita akan merasakan adanya perbedaan.

Agar langkah kita untuk berwirausaha menjadi mudah dan terang, kita perlu melakukan dengan langkah-langkah yang mudah. Langkah-langkah ini kita artikan sebagai jurus yang akan membimbing dan mengarahkan kita sebelum memulai usaha. Berikut ini ada beberapa jurus awal yang harus segera dilakukan jika mau berwirausaha, yaitu:

1. Berani memulai;
2. Berani menanggung risiko (tidak takut rugi);
3. Penuh perhitungan;
4. Memiliki rencana yang jelas;
5. Tidak cepat puas dan putus asa;
6. Optimis dan penuh keyakinan;
7. Memilik tanggung jawab;
8. Memiliki etika dan moral;
9. Dan lainnya.

Berani memulai artinya seseorang harus segera memulai paling tidak berpikir untuk berusaha; memulai usaha dari hal-hal yang paling kecil sesuai dengan kemampuan si calon pengusaha. Untuk memulai pertama kali suatu usaha memang terasa sangat berat. Banyak kendala yang dihadapi, seperti darimana dimulainya usaha tersebut dan apa yang perlu dipersiapkan. Hal terpenting adalah memulai terlebih dahulu, barulah kita mengetahui kekurangan dan

hal yang perlu dipersiapkan lanjut. Terkadang niat dan motivasi yang kuat untuk berusaha tidak akan pernah terealisasi tanpa berani memulai saat ini juga. Banyak orang mengatakan bahwa membuka usaha itu gampang, tetapi memulainya sangat sulit. Penyakit seperti ini yang harus dikikis habis.

Langkah selanjutnya, seseorang calon pengusaha dituntut untuk berani menanggung segala risiko, baik risiko kerugian, bangkrut, atau risiko lainnya. Penyakit takut rugi atau bangkrut, ini menjadi momok bagi calon wirausahawan baru. Perlu diingat bahwa dalam usaha (bisnis) hanya ada dua pilihan, yakni untung atau rugi. Artinya, bisnis yang akan dijalankan pasti memiliki risiko rugi dan untung. Seorang calon pengusaha harus berani mengambil risiko sebesar dan seberat apapun. Hal yang perlu diingat adalah menjalankan segala sesuatu dengan perhitungan matang dan selalu memiliki sikap optimis bahwa semua masalah dapat diatasi. Perlu dicamkan pula bahwa semakin besar risiko yang dihadapi, semakin besar peluang untuk maju dan meraup keuntungan. Adalah istilah ekstrim bahwa jika kita ingin berwirausaha, kita harus siap rugi terlebih dahulu sehingga kita bersungguh-sungguh dalam menjalankan usaha nantinya.

Agar peluang memperoleh keuntungan tidak hilang dan segala kendala risiko yang bakal dihadapi dapat diatasi atau diminimalkan, sebelum melakukan bisnisnya seseorang calon pengusaha perlu memperhitungkannya. Kalkulasi dalam prediksi apa yang akan menjadi sangat penting dan perlu dibuat di atas kertas kerja. Walaupun terjadi risiko yang harus ditanggung nantinya itupun tidak terlalu melesat dari perhitungan. Untuk itu, seorang calon pengusaha diminta untuk memiliki naluri dan daya pikir yang hebat.

Perhitungan yang dibuat sebaiknya dituangkan dalam suatu rencana yang lengkap. Rencana dengan segala sesuatu yang

berhubungan dengan usaha harus dibuat selengkap mungkin. Rencana yang akan dijalankan ini memuat apa saja yang harus dilakukan, bagaimana melakukannya, kapan akan dilakukannya, berapa besar biaya yang dikeluarkan, dan siapa yang akan melakukannya. Kemudian, rencana yang sudah dibuat akan dijadikan sebagai pedoman dalam melangkah kedepan. Tanpa rencana yang matang dan lengkap sulit untuk mencapai suatu tujuan yang akan dicapai.

Seorang calon pengusaha tidak akan pernah cepat puas atas hasil yang dicapai, bahkan calon yang hebat selalu haus akan kemajuan dan selalu akan merasa kurang. Sikap untuk tidak cepat putus asa ini akan memotivasi pengusaha untuk terus maju. Kemudian, pengusaha juga diharuskan untuk tidak cepat putus asa atas segala kegagalan yang dialaminya. Kegagalan merupakan sukses yang tertunda. Selidiki dengan teliti penyebab kegagalan tersebut dan segera perbaiki sehingga kegagalan tersebut tidak akan pernah terulang lagi. Dengan demikian, pengusaha selalu berusaha untuk bertindak lebih baik dari sebelumnya. Pengusaha juga harus mampu untuk menciptakan dan/atau mencari peluang-peluang baru yang lebih memberikan harapan baru.

Sifat optimistis dan penuh keyakinan bahwa usaha yang sedang dijalankan akan memberikan hasil selalu ditanamkan kepada setiap calon pengusaha. Seseorang yang tidak memiliki sikap optimistis akan sulit untuk menembus setiap halangan atau rintang yang akan dihadapinya. Optimistis dan keyakinan akan berhasil merupakan bayangan yang akan terus mengikuti perasaan bahwa kita harus berhasil dalam menjalankan perusahaan. Jangan pernah ada rasa keraguan yang dapat menghentikan usaha yang akan dijalankan. Namun, optimistis yang penuh keyakinan tentunya harus penuh perhitungan yang matang.

Pengusaha juga diharuskan memiliki tanggung jawab yang besar terhadap usaha yang sedang dijalankan, yaitu tanggung jawab kepada diri sendiri, kepada masyarakat, atau pada pihak-pihak luar perusahaan. Misalnya, dalam hal komitmen (pinjaman atau janji tertentu) untuk mengembalikan sesuatu yang wajib dilakukan. Tanggung jawab sosial kepada masyarakat juga tidak boleh dilupakan, karena tanpa masyarakat usaha kita tidak akan pernah maju. Disamping itu, calon pengusaha juga harus memiliki tanggung jawab seluruh aktifitas perusahaan, termasuk tanggung jawab terhadap para pegawainya, baik dalam hal memberikan kesejahteraan maupun keamanan mereka dalam bekerja.

Terakhir, seorang calon pengusaha harus memiliki etika dan moral dalam menjalankan usahanya, hal ini perlu dijunjung tinggi mengingat etika dan moral berbisnis merupakan dasar untuk melakukan suatu bisnis yang baik. Pengusaha harus mampu menghargai karyawan, masyarakat, pelanggan, atau pihak-pihak yang berhubungan dengan perusahaan sesuai dengan etika yang berlaku. Seorang calon pengusaha paling tabu untuk melakukan kegiatan yang melanggar hukum, baik hukum bermasyarakat maupun terhadap hukum negara. Sebaiknya, pengusaha yang baik adalah pengusaha yang taat akan peraturan dan taat hukum.

## **BAB II**

### **PENGERTIAN KEWIRAUSAHAAN**

---

#### **A. Pengertian Wirausaha**

Dalam kehidupan sehari-hari kita sering menyaksikan berbagai aktivitas sebagai berikut. Seorang atau sekelompok orang mengeluarkan sejumlah uang untuk membeli sejumlah barang, kemudian barang tersebut dipajang disuatu lokasi tertentu untuk dijual kembali kepada konsumennya. Atau seseorang membeli sejumlah barang, kemudian diolah atau diproses lalu disajikan dalam bentuk makanan disuatu lokasi untuk dinikmati konsumennya. Atau seseorang membeli berbagai bahan baku, diolah dan diproses menjadi barang tertentu, kemudian diperjualbelikan ke berbagai daerah yang membutuhkan. Atau seseorang membuka suatu usaha jasa, dan menunggu kedatangan konsumen yang membutuhkan pelayanan dengan balas jasa tertentu. Kemudian, pada sore hari atau suatu waktu atau periode tertentu mereka mulai menghitung jumlah uang yang telah dikeluarkan dan jumlah uang yang masuk. Dari perhitungan ini ada kelebihan dan ada kekurangan. Jika uang yang masuk lebih besar daripada yang keluar, mereka menyebutnya sebagai keuntungan, namun jika yang terjadi sebaliknya, mereka menyebutnya sebagai kerugian.

Jika kita perhatikan, kegiatan keseharian mereka tampaknya sederhana. Namun jika kita lihat lebih teliti lagi, ternyata mereka begitu pandai mengatur waktu, memilih bahan atau barang yang akan dijual. Mereka pandai mengolah, mengemas, sampai menciptakan produk yang dapat diterima masyarakat. Mereka pandai membaca keinginan, kebutuhan, dan selera konsumennya. Mereka pun pandai menentukan komposisi produk, jumlah, dan jenis biaya yang akan dikeluarkan. Mereka juga pandai dalam menentukan

harga yang harus dibayar oleh pelanggan (harga jual) sehingga menghasilkan keuntungan. Mereka pun pandai melayani konsumennya sehingga merasa nyaman dan melakukan transaksi secara terus-menerus.

Dalam skala yang lebih luas, mereka begitu pandai memberi perintah, membagi tugas dan tanggung jawab kepada orang lain untuk melakukan kegiatan. Kemudian karyawannya pun begitu patuh menjalankan perintah, tugas, dan tanggung jawab tersebut. Perintahnya untuk membuat sesuatu atau melayani sesuatu dilakukan penuh tanggung jawab, baik dalam kegiatan maupun dalam bentuk laporan tertulis.

Gambaran seperti diatas merupakan gambaran kegiatan wirausahawan dalam kesehariannya. Kepiawaian dan keahlian mereka dalam menjalankan aktivitas tanpa rasa canggung, takut, malu, atau minder merupakan menu keseharian yang menjadi rutinitas. Dalam menjalankan kegiatannya mereka tidak menunggu perintah, tetapi memerintah anak buahnya (karyawan) untuk melakukan sesuatu kegiatan. Semua yang mereka lakukan diperoleh dari pengalaman yang pernah mereka lakukan atau pengalaman dari orang lain.

Secara sederhana arrin wirausahawan (*enterprenuer*) adalah orang yang berjiwa berani mengambil risiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Berjiwa berani mengambil risiko artinya bermental berani dan memulai usaha, tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti. Kegiatan wirausaha dapat dilakukan seorang diri atau berkelompok. Seorang wirausahawan dalam pikirannya selalu berusaha mencari, memanfaatkan, serta menciptakan peluang usaha yang dapat memberikan keuntungan. Risiko kerugian merupakan hal biasa karena mereka memegang prinsip bahwa faktor kerugian pasti ada.

Bahkan, semakin besar risiko kerugian yang bakal dihadapi, semakin besar pula peluang keuntungan yang dapat diraih. Tidak ada istilah rugi selama seseorang melakukan usaha dengan penuh keberanian dan penuh perhitungan. Inilah yang disebut dengan jiwa wirausaha.

Jiwa kewirausahaan mendorong minat seseorang untuk mendirikan dan mengelola usaha secara professional. Hendaknya minat tersebut diikuti dengan perencanaan yang matang. Misalnya, dalam hal memilih atau menyeleksi bidang usaha yang akan dijalankan sesuai dengan prospek dan kemampuan pengusaha. Pemilihan bidang usaha seharusnya disertai dengan berbagai pertimbangan, seperti minat, modal, kemampuan, dan pengalaman sebelumnya. Jika belum memiliki pengalaman sebelumnya, seseorang dapat menimba pengalaman dari orang lain. Pertimbangan lainnya adalah seberapa lama jangka waktu perolehan keuntungan yang diharapkan.

Peter F. Drucker mengatakan bahwa kewirausahaan merupakan kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda.

Pengertian ini mengandung maksud bahwa seseorang wirausahawan adalah orang yang memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, berbeda dengan yang lain. Atau mampu menciptakan sesuatu yang berbeda dengan yang sudah ada sebelumnya.

Sementara itu, Zimmerer mengartikan kewirausahaan sebagai suatu proses penerapan kreatifitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan (usaha). Pendapat ini tidak jauh berbeda dengan pendapat diatas. Artinya untuk menciptakan sesuatu diperlukan kreatifitas dan jiwa inovator yang tinggi. Seseorang yang memiliki kreatifitas dan jiwa inovator tentu berpikir untuk mencari atau menciptakan peluang yang baru agar lebih baik dari sebelumnya.



Dari kedua pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan merupakan sesuatu kemampuan dalam hal menciptakan kegiatan usaha. Kemampuan menciptakan memerlukan adanya kreativitas dan inovasi terus menerus untuk menemukan sesuatu yang berbeda dengan yang ada sebelumnya. Kreativitas dan inovasi tersebut pada akhirnya mampu memberikan kontribusi bagi masyarakat banyak.

Seorang wirausahawan harus memiliki kemampuan dan kreatif dan inovatif dalam menentukan dan menciptakan berbagai ide. Setiap pikiran dan langkah wirausahawan adalah bisnis. Bahkan, mimpi seorang pebisnis sudah merupakan ide untuk berkreasi dalam menemukan dan menciptakan bisnis-bisnis baru.

Kegiatan wirausaha dapat dikelola sendiri atau dikelola orang lain. Dikelola sendiri artinya si pengusaha memiliki modal uang dan kemampuan langsung terjun mengelola usahanya. Sementara itu, jika dikelola oleh orang lain adalah si pengusaha cukup menyeter sejumlah uang dan pengelola usahanya diserahkan kepada pihak lain. Itu berarti dalam wirausaha seseorang dapat menyeter sejumlah uang kemudian dikelola orang lain atau seseorang menjadi donator sekaligus pengelolanya, atau dapat pula dana yang diseter menjadi bukti kepemilikannya dalam bentuk tenaga dikonversikan kedalam bentuk saham dengan jumlah tertentu.

Wirausaha dapat dijalankan seseorang atau sekelompok orang. Dengan kata lain, seseorang baik secara pribadi maupun bergabung dengan orang lain dapat menjalankan usaha atau membuka usaha. Secara pribadi artinya membuka perusahaan dengan inisiatif dan modal seorang diri. Sementara itu, berkelompok adalah secara bersama-sama dua orang atau lebih dengan cara masing-masing menyeter modal dalam bentuk uang atau keahliannya.

Jenis usaha yang dijalankan dapat bersifat komersial dan sosial atau kedua-duanya. Komersial artinya usaha yang dijalankan memang diarahkan untuk mencari keuntungan semata. Sementara itu, usaha yang bersifat sosial lebih menekan pada pelayanan masyarakat. Namun, dalam praktiknya sangat jarang ditemui usaha yang melakukan kegiatan sosial. Kebanyakan perusahaan yang bersifat sosial selalu diiringi dengan kegiatan bisnis meskipun kecil. Hal ini penting agar lembaga sosial itu dapat hidup mandiri dan tidak selalu tergantung pada sumbangan dari masyarakat dalam membiayai operasinya.

Jadi, untuk berwirausaha dapat dilakukan dengan cara :

1. Memiliki modal sekaligus menjadi pengelola;
2. Menyetor modal dan pengelolaan ditangani oleh pihak mitra;
3. Hanya menyerahkan tenaga namun dikonversikan kedalam bentuk saham sebagai bukti kepemilikan usaha.

Memiliki modal (dana atau uang) sekaligus mengelola berarti si pengusaha mengeluarkan modal sendiri untuk memulai dan menjalankan aktivitas usahanya. Pengelolaannya pun dilakukan oleh pengusaha itu sendiri. Pengusaha ini seperti ini merupakan pemilik modal tunggal sekaligus pengelola atau manajemennya dipegang seorang diri.

Menyetor modal dan pengelolaan ditangani oleh pihak mitra, berarti si pengusaha hanya menyetor sejumlah modal (uang) kepada mitranya. Kemudian modal tersebut dikonversikan kedalam sejumlah saham sebagai bukti kepemilikan usaha. Manajemen untuk menjalankan usahanya diserahkan kepada pihak lain. Usaha seperti ini biasanya dapat dimiliki oleh beberapa orang.

Menyerahkan tenaga, artinya pengusaha tersebut hanya menyumbangkan tenaga atau keahliannya sebagai modal. Namun, keahliannya dalam mengelola usaha dikonversikan kedalam jumlah

saham. Dalam kasus ini kepemilikan usaha dibagi dua, yaitu mereka yang memiliki uang dan yang memiliki keahlian. Usaha jenis ini dijalankan dan dimiliki oleh lebih dari satu orang.

## **B. Makna Kewirausahaan Dalam Menggapai Kesuksesan**

Pada hakikatnya setiap insan telah tertanam jiwa wirausaha yang berarti memiliki kreativitas dan mempunyai tujuan tertentu, serta berusaha untuk mencapai keberhasilan dalam hidupnya. Namun sering sekali kita jumpai bahwa daya ciptanya kurang terealisasi, walaupun terealisasikan tetapi kurang mampu untuk menjualnya atau kurang mampu menumbuhkan daya tarik bagi masyarakat luas, bahkan tujuan yang ingin di capainya lebih mengarah kepada sesuatu yang bersifat negatif, sehingga sering menimbulkan suasana yang kurang kondusif. Hanya sebagian kecil dari sejumlah umat yang mampu merealisasikan dan menjualnya serta memiliki daya tarik dengan tujuan bersifat positif. Bila dikaji lebih lanjut, sebenarnya mereka yang telah mampu dan terealisasi daya ciptanya dapat dikatakan sebagai seorang wirausaha salesmanship dan dapat juga diselaraskan dengan seorang seniman yang bisa melukiskan kata-kata dalam hati manusia dengan kemahiran seperti pelukis Rembrandt yang memadukan warna-warna lewat kanvasnya. Demikian pula seorang seniman yang dapat memainkan simponi dalam hati manusia seperti seorang pianis memainkan tuts piano. Bila dikaitkan dengan suasana berperang melawan musuh maka dia adalah pengatur siasat dengan pikiran yang cerdas dalam menyusun rencana, dia dapat memenangkan (mengetuk) pikiran manusia seperti panglima perang Foch yang memimpin tentara gabungan pada Perang Dunia Pertama. Demikian pula hubungannya dengan ilmu pengetahuan, dia dapat menjadi seorang ahli falsafah yang bisa menafsirkan sebab-sebab dengan suatu akibat dan akibat dari suatu sebab, maupun menganalisis

watak dan mengenal manusia seperti Einstein memahami matematika tinggi. Dia mengetahui apa yang ada dalam pikiran manusia dari pernyataan (ekspresi) wajahnya, dari kata-kata yang diucapkan dari keheningannya, dari perasaan yang dihayatinya pencipta kisah masa depan (“*future teller*”), sehingga dapat meramalkan masa yang akan datang dengan mengamati kejadian yang telah lalu serta mengendalikan orang lain karena mampu menguasai dirinya. Tanda keahlian dalam menjual ide akan diuraikan dalam tulisan ini. Juga maksud dan mutu sepanjang diperlukan. Maksud dari tulisan ini adalah memungkinkan pembaca menjabarkan keahlian dalam seni membujuk (*the art of persuasion*).

### **C. Jiwa Wirausaha Terdapat Pada Setiap Insan**

Kehidupan adalah rentetan dari perubahan dari perubahan keadaan, pertukaran angkatan, dan pengalaman-pengalaman. Tidak ada dua orang yang sama dan tidak ada dua pengalaman yang sama. Dari hari ke hari kita meneropong aneka warna kehidupan yang berubah-ubah dengan cepat. Hal inilah yang membuat penting bagi kita untuk menyesuaikan diri dengan orang lain, yang mempunyai alam perasaan dan cara bertindak yang berbeda dengan kita. Kesuksesan tergantung sebagian besar kepada bagaimana kita dengan baik merundingkan cara kita melalui hubungan sehari-hari dengan orang lain tanpa perselisihan dan pertentangan. Orang yang pandai berunding demikian adalah orang yang mengerti seni menjual atau mampu memengaruhi orang lain. Tanpa disadari kita semua adalah penjual, tetapi tak semua dari kita adalah memiliki jiwa wirausaha salesmanship.

- Politikus harus menjual caranya ke partai, bila ia tetap dalam partainya dia harus berusaha memengaruhi para pengikutnya.

- Penerimaan gaji harus menjual tenaga kepada pekerjaan salesmanship dengan caranya harus menjaga posisinya setelah mencapai sesuatu.
- Bila orang mencari pinjaman dari bank dia harus meyakinkan banker pada rencana penggunaan tersebut, sehingga tergambar jelas bahwa ia dapat melunasi hutangnya.
- Ahli hukum harus menjual ide keadilan yang menguntungkan terdakwa untuk kasus langgananya, didepan hakim dan juri, bahkan bila dia tahu kasusnya itu merupakan faedah kecil.
- Bila seseorang lelaki mau kawin dia harus menjual dirinya kepada wanita pilihanya. Untuk tujuannya itu sebagai halangan kerap kali wanita jual mahal. Setiap orang akan mengakui pertanyaan ini.
- Setiap hari pekerja harus menjual caranya kepada majukan walaupun bentuk dari pada *salesmanship* ini tidaklah sesukar yang harus dipekerjakan oleh orang yang menjualnya caranya dalam suatu pekerjaan seharga \$5.000 setahun.

#### **D. Etika Wirausaha**

Suatu kegiatan haruslah dilakukan dengan etika atau norma-norma yang berlaku di masyarakat bisnis. Etika dan norma-norma ini digunakan agar para pengusaha tidak melanggar aturan yang telah ditetapkan dan usaha yang dijalankan memperoleh simpati dari berbagai pihak. Pada akhirnya, etika tersebut ikut membentuk pengusaha yang bersih dan dapat memajukan serta membesarkan usaha yang dijalankan dalam waktu yang relatif lebih lama.

Dengan melaksanakan etika yang benar, akan terjadi keseimbangan hubungan antara pengusaha dengan masyarakat, pelanggan, pemerintah, dan pihak-pihak yang berkepentingan. Masing-masing pihak akan merasa dihargai dan dihormati. Kemudian ada rasa saling membutuhkan di antara mereka yang

pada akhirnya menumbuhkan rasa saling percaya, sehingga usaha yang dijalankan dapat berkembang seperti yang diinginkan.

Pengertian etika adalah tata cara berhubungan dengan manusia lainnya. Tata cara pada masing-masing masyarakat tidaklah sama atau beragam bentuk. Hal ini disebabkan beragamnya budaya kehidupan masyarakat yang berasal dari berbagai wilayah. Tata cara diperlukan dalam berbagai sendi kehidupan manusia agar terbina hubungan yang harmonis, saling menghargai satu sama lainnya.

Ditilik dari sejarahnya kata etika berasal dari bahasa Prancis (*etiquette*), yang berarti kartu undangan. Pada saat itu raja-raja Prancis sering mengundang para tamu dengan menggunakan undangan. Dalam kartu undangan tercantum persyaratan atau ketentuan untuk menghadiri acara, antara lain waktu acara dan pakaian yang harus dikenakan.

Dalam arti luas, etika sering disebut sebagai tindakan mengatur tingkah laku perilaku manusia dengan masyarakat. Tingkah laku ini perlu diatur agar tidak melanggar norma-norma yang biasa berlaku dimasyarakat. Hal ini disebabkan norma-norma atau kebiasaan masyarakat disetiap daerah-daerah atau negara yang berbeda.

Dalam praktiknya norma atau kebiasaan ini untuk acara tertentu diberlakukan sama, sehingga setiap orang diharuskan mengikuti norma tersebut. Etika bertujuan agar norma-norma yang berlaku dijalankan sehingga setiap undangan merasa dihargai, begitu pula dengan pengundangnya. Dengan adanya etika suasana akrab dapat terjalin. Pelanggaran terhadap etika ini membuat pihak pengundang atau yang diundang akan tersinggung atau merasa tidak dihargai sehingga suasananya menjadi tidak nyaman.

Oleh karena itu, etika dalam berusaha perlu ada ketentuan yang mengaturnya. Adapun ketentuan yang diatur dalam etika wirausaha secara umum adalah sebagai berikut:

1. Sikap dan perilaku seorang pengusaha harus mengikuti norma yang berlaku dalam suatu negara atau masyarakat.
2. Penampilan yang ditunjukkan seorang pengusaha harus selalu apik, sopan, terutama dalam menghadapi situasi atau acara-acara tertentu.
3. Cara berpakaian pengusaha juga harus sopan dan sesuai dengan tempat dan waktu yang berlaku.
4. Cara berbicara seorang pengusaha juga mencerminkan usahanya, sopan, penuh tata karma, tidak menyinggung atau mencela orang lain.
5. Gerak-gerik seorang pengusaha juga dapat menyenangkan orang lain, hindarkan gerak gerik yang dapat mencurigakan.

Kemudian, etika atau norma yang harus ada dalam benak dan jiwa setiap pengusaha adalah sebagai berikut:

1. Kejujuran

Seorang pengusaha harus selalu bersikap jujur baik dalam berbicara maupun bertindak. Jujur ini perlu agar berbagai pihak percaya terhadap apa yang akan dilakukan. Tanpa kejujuran, usaha tidak akan maju dan tidak percaya konsumen atau mitra kerjanya.

2. Bertanggung Jawab

Pengusaha harus bertanggung jawab terhadap segala kegiatan yang dilakukan dalam bidang usahanya. Kewajiban terhadap berbagai pihak harus segera diselesaikan. Tanggung jawab tidak hanya terbatas pada kewajiban, tetapi juga kepada seluruh karyawannya, masyarakat, dan pemerintah.

3. Menepati Janji

Pengusaha dituntut untuk selalu menepati janji, misalnya, dalam hal pembayaran, pengiriman barang atau pengantian. Sekali seorang pengusaha ingkar janji, hilanglah kepercayaan pihak lain

terhadapnya. Pengusaha juga harus konsisten terhadap apa yang telah dibuat dan disepakati sebelumnya.

#### 4. Disiplin

Pengusaha selalu dituntut untuk selalu disiplin dalam berbagai kegiatan yang berkaitan dengan usahanya, misalnya dalam hal waktu pembayaran atau pelaporan kegiatan usahanya.

#### 5. Taat Hukum

Pengusaha harus patuh dan menaati hukum yang berlaku, baik berkaitan dengan masyarakat atau pemerintah. Pelanggaran terhadap hukum dan peraturan yang telah dibuatkan berakibat fatal dikemudian hari. Bahkan, hal itu akan menjadi beban moral bagi pengusaha apabila tidak diselesaikan segera.

#### 6. Suka Membantu

Pengusaha secara moral harus sanggup membantu pihak yang memerlukan bantuan. Sikap ringan tangan ini dapat ditujukan kepada masyarakat dalam berbagai cara. Pengusaha yang terkesan pelit akan dimusuhi oleh banyak orang.

#### 7. Komitmen dan Menghormati

Pengusaha harus komitmen dengan apa yang mereka jalankan dan menghargai komitmen dengan pihak-pihak lain. Pengusaha yang menjunjung komitmen yang telah diucapkan atau disepakati akan dihargai oleh beberapa pihak.

#### 8. Mengejar Prestasi

Pengusaha yang sukses harus selalu berusaha mengejar prestasi setinggi mungkin. Tujuannya agar perusahaannya dapat terus bertahan waktu ke waktu. Prestasi yang berhasil dicapai perlu terus ditingkatkan. Disamping itu, pengusaha juga harus tahan mental dan tidak mudah putus asa terhadap berbagai kondisi dan situasi yang dihadapinya.



### **E. Tujuan dan Manfaat Etika Wirausaha**

Etika yang dilakukan oleh pengusaha terhadap berbagai pihak memiliki tujuan-tujuan tertentu. Tujuan etika tersebut harus sejalan dengan tujuan perusahaan. Di samping memiliki tujuan, etika juga sangat bermanfaat bagi perusahaan apabila dilakukan secara bersungguh-sungguh.

Berikut ini beberapa tujuan etika yang selalu ingin dicapai oleh perusahaan.

1. Untuk persahabatan dan pergaulan

Etika dapat meningkatkan keakraban dengan karyawan, pelanggan atau pihak-pihak lain yang berkepentingan.

2. Menyenangkan orang lain

Sikap menyenangkan orang lain merupakan sikap yang mulia. Jika kita ingin dihormati, kita harus menghormati orang lain. Menyenangkan orang lain berarti membuat orang menjadi suka dan puas terhadap pelayanan kita. Jika berlangganan merasa senang dan puas atas pelayanan yang diberikan, diharapkan mereka akan mengulangnya kembali sewaktu-waktu.

3. Membujuk pelanggan

Setiap calon pelanggan memiliki karakter tersendiri. Kadang-kadang seorang calon pelanggan perlu dibujuk agar mau menjadi pelanggan. Berbagai cara dapat dilakukan perusahaan untuk membujuk calon pelanggan. Salah satu caranya adalah melalui etika yang ditunjukkan seluruh karyawan perusahaan.

4. Mempertahankan pelanggan

Ada anggapan mempertahankan pelanggan jauh lebih sulit daripada mencari pelanggan. Anggapan ini seluruh tidak benar. Justru mempertahankan pelanggan lebih mudah karena mereka sudah merasakan produk atau layanan yang kita berikan. Artinya, mereka sudah mengenal kita lebih dahulu. Melalui pelayanan etika

seluruh karyawan. Pelanggan lama dapat dipertahankan karena mereka sudah merasa puas atas layanan yang diberikan.

5. Membina dan menjaga hubungan

Hubungan yang sudah berjalan baik harus tetap dan terus dibina. Hindari adanya perbedaan paham atau konflik. Ciptakan hubungan dalam suasana akrab. Dengan etika hubungan yang lebih baik dan akrab pun dapat terwujud.

**F. Sikap dan Perilaku Wirausaha**

Sikap dan perilaku pengusaha dan seluruh karyawannya merupakan bagian penting dalam etika wirausaha. Oleh karena itu, dalam praktiknya sikap dan perilaku yang harus ditunjukkan oleh seluruh pengusaha dan seluruh karyawan, terutama karyawan di *customer service, sales, teller*, dan satpam harus sesuai dengan etika yang berlaku. Sikap dan tingkah laku menunjukkan kepribadian karyawan suatu perusahaan. Sikap dan perilaku ini harus diberikan sama mutunya dengan seluruh pelanggan tanpa pandang bulu.

Adapun sikap dan perilaku yang harus dijalankan oleh pengusaha dan seluruh karyawan adalah sebagai berikut:

1. Jujur dalam bertindak dan bersikap

Sikap jujur merupakan modal utama seseorang karyawan dalam melayani pelanggan. Kejujuran dalam berkata, berbicara, bersikap, maupun bertindak. Kejujuran inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan pelanggan atas layanan yang diberikan.

2. Rajin, tepat waktu dan tidak pemalas

Seorang karyawan dituntut untuk rajin dan tepat waktu dalam bekerja terutama dalam melayani pelanggan. Disamping itu, karyawan juga dituntut untuk cekatan dalam bekerja, pantang menyerah, selalu ingin tahu, dan tidak mudah putus. Hal yang paling penting adalah hilangkan sikap pemalas bagi seluruh karyawan.

3. Selalu murah senyum

Dalam menghadapi pelanggan atau tamu seorang karyawan harus selalu murah senyum. Jangan sekali-kali bersikap murung atau cemberut. Dengan senyum kita mampu meruntuhkan hati pelanggan untuk menyukai produk atau perusahaan kita. Pelanggan biasanya akan tersanjung dengan senyum yang ditunjukkan oleh karyawan.

4. Lemah lembut dan ramah tamah

Dalam bersikap dan berbicara pada saat melayani pelanggan atau tamu hendaknya dengan suara yang lemah lembut dan sikap yang ramah tamah. Sikap ini dapat menarik minat tamu dan membuat pelanggan betah berhubungan dengan perusahaan.

5. Sopan santun dan hormat

Dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan hendaknya selalu bersikap sopan dan hormat. Dengan demikian, pelanggan juga akan menghormati pelayanan yang diberikan karyawan tersebut.

6. Selalu ceria dan pandai bergaul

Sikap selalu ceria yang ditunjukkan karyawan dapat memecahkan kekacauan yang ada. Sementara itu, sikap pandai bergaul juga akan menyebabkan pelanggan merasa cepat akrab dan merasa seperti teman lama sehingga sesuatu berjalan lancar.

7. Fleksibel dan suka menolong pelanggan

Dalam menghadapi pelanggan, karyawan harus dapat memberikan pengertian dan mau mengalah kepada pelanggan. Segala sesuatu dapat diselesaikan dan selalu ada jalan keluarnya dengan cara yang fleksibel. Tidak ada masalah yang tidak dapat diselesaikan asalkan mengikuti peraturan yang berlaku. Karyawan juga diharapkan suka menolong pelanggan yang mengalami kesulitan sampai menemui jalan keluarnya.

8. Serius dan memiliki rasa tanggung jawab

Dalam melayani pelanggan karyawan harus serius dan sungguh-sungguh. Karyawan harus tabah menghadapi pelanggan yang sulit berkomunikasi atau yang suka ngeyel. Selain serius, karyawan juga harus mampu bertanggung jawab terhadap pekerjaannya sampai pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan.

9. Rasa memiliki perusahaan yang tinggi

Seorang karyawan harus merasa memiliki perusahaan sebagai milik sendiri, rasa memiliki perusahaan yang tinggi akan memotivasi karyawan untuk melayani pelanggan. Disamping itu, karyawan juga harus memiliki jiwa pengabdian, loyal, dan setia terhadap perusahaan.

**G. Ciri-ciri Wirausaha yang Berhasil**

Berwirausaha tidak selalu memberikan hasil yang sesuai dengan harapan dan keinginan pengusaha. Tidak sedikit pengusaha yang mengalami kerugian dan akhirnya bangkrut. Namun, banyak wirausahawan yang berhasil untuk beberapa generasi. Bahkan, banyak pengusaha yang semula hidup sederhana menjadi sukses dengan ketekunannya. Keberhasilan atas usaha yang dijalankannya memang merupakan harapan pengusaha.

Berikut ini beberapa ciri wirausahawan yang dikatakan berhasil.

1. Memiliki visi dan tujuan yang jelas. Hal ini berfungsi untuk menebak kemana langkah yang dituju, sehingga dapat diketahui apa yang akan dilakukan oleh pengusaha tersebut.
2. Inisiatif dan selalu proaktif. Ini merupakan ciri mendasar dimana pengusaha tidak hanya menunggu sesuatu terjadi, tetapi terlebih dahulu memulai dan mencari peluang sebagai pelopor dalam berbagai kegiatan.

3. Berorientasi pada prestasi. Pengusaha yang sukses selalu mengejar prestasi yang lebih baik dari prestasi sebelumnya. Mutu produk, pelayanan yang diberikan, serta kepuasan pelanggan menjadi perhatian utama. Setiap waktu segala aktivitas usaha yang dijalankan selalu dievaluasi dan harus lebih baik dibanding sebelumnya.
4. Berani mengambil risiko. Hal ini merupakan sifat yang harus dimiliki seorang pengusaha kapan pun dan di mana pun baik dalam bentuk uang maupun waktu.
5. Kerja keras. Jam kerja pengusaha yang terbatas pada waktu, di mana ada peluang disitu ia datang. Kadang-kadang seorang pengusaha sulit untuk mengatur waktu kerjanya. Benaknya selalu memikirkan kemajuan usahanya. Ide-ide baru selalu mendorong untuk berkerja keras merealisasikannya. Tidak ada kata sulit dan tidak ada kata masalah yang tidak dapat diselesaikan.
6. Bertanggung jawab terhadap segala aktivitas yang dijalankannya, baik sekarang maupun yang akan datang. Tanggung jawab seorang pengusaha tidak hanya pada material, tetapi juga moral kepada berbagai pihak,
7. Komitmen pada berbagai pihak merupakan ciri yang harus dipegang teguh dan harus ditepati. Komitmen untuk melakukan sesuatu memang merupakan kewajiban untuk segera ditepati dan direalisasikan.
8. Mengembangkan dan memelihara hubungan baik dengan berbagai pihak, baik yang berhubungan langsung dengan usaha yang dijalankan maupun tidak. Hubungan baik yang perlu dijalankan antara lain kepada para pelanggan, pemerintah, pemasok, serta masyarakat luas.

Salah satu lembaga internasional yang bergerak dalam pemberian penghargaan kepada perusahaan atau pribadi yang

sukses Ernst & Young. Lembaga tersebut menjelaskan kesuksesan seorang pengusaha dapat dikategorikan menjadi beberapa macam sebagai berikut:

1. *Enterpenuer of the Year* (EOY) yaitu penghargaan kepada pengusaha terbaik yang diselenggarakan setiap tahun, baik untuk Indonesia maupun seluruh dunia.
2. *Lifetime Achievement Entrepreneur* (LAE) yaitu penghargaan kepada pengusaha yang telah memberikan kontribusi berkesinambungan sepanjang masa kerjanya.
3. *Industry and Munufacturing Enterprenuer* (IME) yaitu penghargaan kepada pengusaha yang bergerak dalam bidang produk otomotif, konsumen, dan industri.
4. *Service Special for corporate spirit* atau penghargaan khusus dibidang perbankan serta keuangan ritel dan logistik.
5. *Young enterprenuer* atau pengusaha yang berusia 40 tahun kebawah.
6. *Special award for corporate spirit*, yaitu penghargaan kepada pengusaha yang memiliki semangat dalam meningkatkan usahanya.
7. *Special awar for corporate social responsibility*, yaitu penghargaan kepada pengusaha yang mampu memberikan tanggung jawab sosial.

Anugerah pengusaha terbaik Indonesia tahun 2005 yang diberikan oleh Ernest & Young adalah sebagai berikut.

1. *Enterprenuer of the Year* (EOY) pengusaha Indonesia terbaik tahun 2005 diberikan kepada pemimpin kelompok Kompas Gramedia (KKG).
2. *Lifetime Achievement Enterprenuer* diberikan kepada Boenyamin Setiawan CEO PT Kable Farma.

3. *Industry and Munufacturing Enterprenuer* (IME) diberikan kepada Hilmi Paniago CEO (Direktur Utama) PT MEDCO Energi.
4. *Service Special for corporate spirit* diberikan kepada Oentoro Surya dari PT Arpeni Pratama Ocean Line.
5. *Young enterprenuer* diberikan kepada Susi Pudjiastuti pendiri PT ASI Pudjiastuti.
6. *Special award for coporate spirit* diberikan kepada Ciputra.
7. *Special awar for corporate social responsibility* diberikan kepada Indra Abidin dari PT Fortune Indonesia.

#### **H. Perlukah Pendidikan Kewirausahaan**

Sekarang ini banyak anak muda mulai tertarik dan melirik profesi bisnis yang cukup menjajikan masa depan. Diawali dengan para sarjana dan diploma lulusan perguruan tinggi, yang sudah mulai terjun ke pekerjaan bidang bisnis. Kaum remaja sekarang dengan latar belakang profesi orang tua yang beraneka ragam, mulai mengarahkan pandangannya ke bidang bisnis. Hal ini didorong kondisi persaingan di antara para pencari kerja yang mulai ketat, lowongan pekerjaan mulai terasa sempit. Posisi pengawai negeri dirasakan mulai kurang menarik.

Sekadar contoh kita menoleh kepada keberhasilan pembangunan di Jepang, ternyata sukses itu di sponsori oleh wirausahawan yang telah berjumlah 2% tingkat sedang, berwirausaha kecil 20% dari jumlah penduduknya. Inilah keberhasilan pembangunan negara Jepang. Negara Indonesia harus menyediakan 4 juta wirausahawan besar dan sedang, artinya Indonesia harus mencetak 40 juta wirausahawan kecil. Ini merupakan peluang besar yang menantang generasi muda untuk berkreasi, mengadu keterampilan membina wirausahawan dalam rangka turut berpartisipasi membangun negara. Amerika Serikat pun menjadi maju karena peran wirausaha yang mayoritas.

Tingkat wirausaha di Indonesia memang masih rendah bila di bandingkan dengan negara-negara dikawasan Asia Pasifik . Rasio kewirausahaan dibandingkan penduduk di Indonesia hanya 1: 83 sedangkan di Filipina 1:66, Jepang 1:25 bahkan Korea Kurang dari 20, Berdasarkan rasio secara internasional, rasio unit usaha ideal adalah 1:20.

Untuk menumbuhkan wirausaha-wirausaha baru tersebut diperlukan adanya peningkatan kualitas sumber daya manusia. Ada peribahasa yang mengatakan “Janganlah diberi ikan, tetapi berilah kail.” Mengapa hanya kail? Inilah yang perlu kita cermati. Coba kita bayangkan, seandainya kail itu patah atau rusak karena mendapatkan ikan yang sangat besar, akan bagaimanakah nasib si pengail? Menganggur! Inilah gambar ekstremnya. Untuk mengantisipasi dan mengatasi hal itu, maka sudah saatnya kita berpikir untuk tidak memberikan sekedar kail, tetapi berilah kemampuan untuk membuat kail atau lebih dari itu. Peribahasa tersebut hanya sekedar pengantar bahwa peningkatan kualitas sumber daya manusia sangat penting. Kiranya sudah saatnya kita berada pada tahap yang lebih maju dari pada sekedar penikmat teknologi, apalagi hanya sekedar bangsa yang konsumtif.

Di era globalisasi, saat dunia semakin transparan, kita akan menyaksikan bagaimana hebatnya persaingan bisnis perusahaan nasional, peran ekonomi rakyat lewat perdagangan antarbangsa yang berebut menguasai pasar dunia dalam bidang barang dan jasa. Karena itu, diperlukan keuletan yang luar biasa dalam menghadapinya, serta tanggap dan jeli terhadap informasi bisnis di sekitarnya. Apabila kita banyak mengetahui seluk-beluk bisnis, maka semakin banyak peluang untuk berhasil dan menggali usaha keuntungan dari pengalaman tersebut.



Kita harus menyadari serta bersyukur bahwasanya Tuhan telah memberikan kemampuan yang cukup kepada manusia, namun manusia sendiri yang kadang-kadang malas menggunakan kemampuannya. Buktinya tidak sedikit orang yang mengeluh terlalu sibuk, terlalu pusing dan terlalu repot dengan urusanya. Padahal baru beberapa persen kemampuan yang digunakan dari kapasitas kemampuan dirinya yang sesungguhnya.

Sesungguhnya penelitian yang dilakukan pada sebuah institusi yang khusus menyelidiki manusia, terbukti bahwa sesungguhnya otak manusia mempunyai kemampuan yang sangat hebat. Tetapi kebanyakan manusia hanya menggunakan tidak sampai 40% dari kemampuannya dan 5% kemampuan otaknya.

Rohmadi Rusli (1995) menyatakan bahwa kemampuan manusia yang begitu hebat itu sebenarnya tidak terlalu mengherankan jika diingat bahwa sel yang siap dipakai didalam otak manusia yakni ada 1.000.000 sel, coba dibandingkan dengan jumlah sel yang terdapat dikomputer hanya sekitar 40.000 sel.

Perlu dipernyatakan dan introspeksi diri, mengapa sampai saat ini Indonesia tidak semaju Amerika, Inggris, Jepang, atau Cina. Mengapa kita masih tertinggal dari berbagai hal termasuk dibidang ekonomi. Padahal negara kita memiliki kekayaan yang melimpah ruah, subur dan berpotensi besar untuk dikembangkan. Tetapi mengapa modal yang sedemikian besar itu belum dapat dimanfaatkan untuk kemajua masyarakat dan bangsa ini. Menurut para ahli, bahwa salah satu penyebab adalah akibat masih rendahnya sumber daya manusia. Bagaimana potensi yang cukup besar ini dapat dimanfaatkan jika kita tidak tahu cara memanfaatkan. Dalam bisnis pun demikian biarpun kita mempunyai modal dan banyak peluang yang bias dimasuki, tetapi tidak tahu caranya dan kita hanya tertegun saja.

Era kemajuan yang kita dambakan harus kita songson dengan pola pikir yang lebih maju. Kita hendaknya jangan hanya tertegun dan bingung menyaksikan perkembangan dan kemungkinan yang dapat terjadi, melainkan hendaknya dengan kekaguman yang pintar. Kekaguman yang merangsang institusi sehingga lahir pola baru yang membawa kemajuan atau bahkan melahirkan karya besar. John Stuart Mill dalam Rohmadi Rusdi, 1995) menyatakan bahwa tidak ada kemajuan besar untuk umat manusia yang banyak jumlahnya ini sebelum terjadi perubahan besar didalam konstitusi dasar dari berpikir mereka.

Kita mencoba untuk melihat bisnis keturunan Cina, yang merupakan fenomena yang menarik untuk dikaji. Bukan saja dilihat dari perilaku bisnisnya yang mencerminkan etos kerja yang tinggi, tetapi juga dari aspek kehidupan yang lain. Aspek itu misalnya sikap kekeluargaanya yang tebal dan sikap yang tunduk pada otoritas. Adapun perilaku bisnis yang mencerminkan etos kerja tertinggi misalnya ulet, disiplin, jujur dan setia kawan. Maka tak heran jika dimana keturunan Cina berhasil membangun kerajaannya. “Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.” Rupanya keturunan Cina telah banyak yang berhasil mengubah keadaannya dengan etos bisnisnya yang memang menunjang untuk maju.

Seseorang yang telah menyelesaikan pendidikan dari SLTA maupun di perguruan tinggi tentunya memiliki sejumlah harapan, setidaknya bagaimana dengan ilmu yang diperoleh selama menjalani studi tersebut dan menjadi bekal dalam mendapatkan pekerjaan yang sesuai. Menjalani kehidupan yang lebih baik pada masa depan adalah harapan semua orang. Oleh karena itu, makin banyak orang mempunyai keyakinan bahwa semakin tinggi level pendidikan formal

seseorang akan semakin terjamin untuk memiliki masa depan yang lebih baik, Apakah benar?

Untuk menjawab pertanyaan tadi seorang penulis mencoba menyarankan agar melihat sekeliling kita. Berapa jumlah sarjana yang menganggur? Berapa jumlah lulusan luar negeri yang setelah pulang ke Indonesia, tidak bias bekerja atau tidak berhasil? Berapa banyak yang lulus *cumlaude* namun prestasi hidupnya biasa-biasa saja? Sebaliknya banyak orang yang prestasi akademiknya biasa-biasa saja namun prestasi hidupnya sangat luar biasa.

Bagi kita yang memperoleh prestasi akademik yang baik tentu saja perlu mensyukuri dengan tidak melupakan sebuah prinsip bahwa prestasi akademik yang dicapai tidak serta-merta memberikan jaminan bagi kehidupan yang lebih baik. Hal tersebut terlihat dari hasil penelitian yang dilakukan di Amerika Serikat oleh Eli Ginzberg beserta timnya menemukan suatu hasil yang mencengangkan. Penelitian ini melibatkan 342 subjek penelitian yang merupakan lulusan dari disiplin ilmu. Para subjek penelitian ini adalah mahasiswa yang berhasil mendapatkan beasiswa dari Columbia University. Ginzberg dan timnya meneliti seberapa sukses 342 mahasiswa ini dalam hidup mereka, lima belas tahun setelah mereka menyelesaikan studi mereka. Hasil penelitian yang benar-benar mengejutkan para peneliti ialah :

*Mereka yang tulus dengan mendapatkan penghargaan (predikat memuaskan, cum laude atau summa cum laude), mereka yang mendapatkan penghargaan atas prestasi akademiknya, mereka yang berhasil masuk Phi Beta Kappa ternyata lebih cenderung, berprestasi biasa-biasa saja.*

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, ternyata bahwa apa sebenarnya yang menjadi kunci untuk mewujudkan keberhasilan atau kehidupannya yang lebih baik itu? kuncinya adalah pengenalan

potensi akan diri dan memiliki karakter kewirausahaan sangat mendukung keberhasilan usaha baik usaha individu, kelompok, maupun pembangunan ekonomi secara keseluruhan.

Berdasarkan kepada beberapa kelemahan yang ada pada wirausaha kita, kiranya perlu diungkapkan tentang pembagian peranan dalam menghadapi persaingan. Dari hasil pengamatan penulis, bahwa keberhasilan dari pengusaha dari mancanegara terutama dari negara yang dikategorikan telah maju, ternyata mereka menekankan kepada kunci-kunci sukses dalam berwirausahaan yang terbagi kedalam 3 strata yaitu : **Pertama** bobot karakteristik yang harus dimiliki oleh pemilik sekaligus pengelola (*owner*) usaha adalah memiliki kemampuan sebagai *designer*, *quality control*, *trust* dan *networking* dalam arti luas, sebaiknya tidak diserahkan kepada orang lain. Jadi betul-betul harus dikuasai dan dipegang oleh pemilik usaha. **Kedua**, kegiatan yang dapat diberikan kepada orang lain yaitu berhubungan dengan operasional, pemilik usaha dapat saja mengangkat pegawai sebagai operasional, tetapi harus memiliki bobot karakteristik : motivasi, komitmen, pekerja keras, jujur, keterbukaan, *relationship*, kreatif, kritis, produktif, dan pengambil risiko. **Ketiga**, demikian pula pemilik usaha dapat menarik pegawai sebagai gugus depan (*front line*), dengan catatan bahwa mereka harus memiliki bobot karakteristik dalam negosiasi, kerja sama, pengetahuan tentang bisnis, meyakinkan, persuasi, mental spiritual, proaktif, fokus, bersahabat, dan *positive thinking*.



### **BAB III**

## **KONSEP DASAR DAN PERKEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN**

---

#### **A. Konsep Dasar Kewirausahaan dan Wirausaha**

Istilah kewirausahaan merupakan padanan kata dari *entrepreneurship* dalam bahasa Inggris. Kata *entrepreneurship* sendiri sebenarnya berawal dari bahasa Prancis yaitu '*entreprende*' yang berarti petualang, pencipta dan pengelola usaha. Istilah ini diperkenalkan pertama kali oleh Richard Cantillon (1755). Istilah ini makin populer setelah digunakan oleh pakar ekonomi J.B.Say (1803) untuk menggambarkan para pengusaha yang mampu memindahkan sumber daya ekonomi dari tingkat produktivitas rendah ke tingkat yang lebih tinggi serta menghasilkan lebih banyak lagi (Rambat Lupiyoadi, 2004)

Tidak sedikit pengertian mengenai kewirausahaan yang saat ini muncul seiring dengan perkembangan ekonomi dengan semakin meluasnya bidang dan garapan. Coulter (2000) mengemukakan bahwa kewirausahaan seiring 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. Suryana (2003) 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 (*create new and different*) melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang.

Drucker (1994) menyatakan bahwa kewirausahaan lebih merujuk pada sifat, watak, dan ciri-ciri yang melekat pada seseorang

yang mempunyai kemauan keras untuk mewujudkan gagasan inovatif kedalam dunia usaha yang nyata dan dapat mengembangkannya dengan tangguh. Oleh karena itu, dengan mengacu pada orang yang melaksanakan proses gagasan, memadukan sumber daya menjadi realitas, muncul apa yang dinamakan wirausaha (Entrepreneur).

Yuyun Wirasamita, (2003) menyatakan bahwa kewirausahaan dan wirausaha merupakan faktor produktif aktif yang dapat menggerakkan dan memanfaatkan sumber daya lainya seperti sumber daya alam, modal, dan teknologi, sehingga dapat menciptakan kekayaan dan kemakmuran melalui penciptaan lapangan kerja, penghasilan dan produk yang diperlukan masyarakat. Menurut Ropke (1995), faktor yang mempengaruhi tindakan kewirausahaan yaitu hak milik (*property raight*), kemampuan (*competency*), dan lingkungan eksternal (*environment*).

Menurut Coulter (2003), kewirausahaan sering dikaitkan dengan proses, pembentukan, atau pertumbuhan suatu bisnis baru yang berorientasi pada pemerolehan keuntungan, penciptaan nilai, dan pembentukan produk atau jasa baru yang unik dan inovatif. Priosambodo (1998) menyatakan bahwa kewirausahaan merupakan gabungan kreativitas, tantangan, kerja keras, dan kepuasan. Seperti seniman dan ilmuwan bahwa wirausahawan juga harus memahami gagasan yang berasal dari imajinasinya. Begitu gagasan muncul, lantas mereka merasa tertantang mewujudkannya, meluangkwan waktu yang panjang dan tak kenal henti serta siap menanggung risiko keuangan.

Ropke (2004) menyatakan bahwa kewirausahaan merupakan proses penciptaan sesuatu yang baru (kreasi baru) dan membuat sesuatu yang berbeda dari yang telah ada (inovasi), tujuannya adalah tercapainya kesejahteraan individu dan nilai tambah bagi

masyarakat. Wirausaha mengacu pada orang yang melaksanakan penciptaan kekayaan dan nilai tambah melalui gagasan baru, memadukan sumber daya dan merealisasikan gagasan ini menjadi kenyataan. Mekanisme penciptaan kekayaan dan pendistribusian merupakan hal yang fundamental dalam pembangunan usaha koperasi.

Kao (1997) mendefinisikan wirausaha pada aspek kebebasan berusaha yang dinyatakan sebagai berikut: *An entrepreneur is and independent, growth oriented owner-operator.*

Berbagai bentuk kebebasan muncul dari definisi tersebut yang berkaitan dengan *corporate entrepreneur* atau *intrapreneur* yang biasanya bukan merupakan pemilik perusahaan, akan tetapi menjalankan perusahaan sebagaimana halnya pemilik. Oleh sebab itu, ia melihat tentang kebebasan yang bergerak dari pengusaha perseorangan yang bebas murni sampai kepada seorang manajer dalam sebuah perusahaan milik orang lain.

*Entrepreneur* merupakan seseorang yang memiliki kreativitas suatu bisnis baru dengan berani menanggung risiko dan ketidakpastian yang bertujuan untuk mencapai laba dan pertumbuhan usaha berdasarkan identifikasi peluang dan mampu mendayagunakan sumber-sumber serta memodali peluang ini.

Rumusan *entrepreneur* yang berkembang sekarang ini kebanyakan berasal dari konsep Schumpeter menjelaskan bahwa *entrepreneur* merupakan pengusaha yang melaksanakan kombinasi-kombinasi terbaru dalam bidang teknik dan komersial ke dalam bentuk praktik. Inti dari fungsi pengusaha adalah pengenalan dan pelaksanaan kemungkinan-kemungkinan baru dalam bidang perekonomian. Kemungkinan baru tersebut berupa: pertama, Memperkenalkan produk baru atau kualitas baru suatu barang yang belum dikenal oleh konsumen, kedua, pelaksanaan dari suatu



metode produksi baru dari suatu penemuan ilmiah baru dan cara-cara untuk menangani suatu produk supaya menjadi lebih mendatangkan keuntungan. Ketiga, membuka suatu pemasaran baru yaitu pasar yang belum pernah dimasuki cabang industri yang bersangkutan atau sudah ada pemasaran sebelumnya. Keempat, pembukaan suatu sumber dasar baru, atau setengah jadi atau sumber-sumber yang masih harus dikembangkan. Kelima, pelaksanaan organisasi baru ( Yuyun Wirasasmita, 2003).

Wirausaha adalah orang yang mendobrak sistem ekonomi yang ada dengan memperkenalkan barang dan jasa baru, dengan menciptakan bentuk organisasi baru, atau mengolah bahan baku baru. Bygrave (1996) mendefinisikan *Entrepreneur is the person who perceives an opportunity and creates an organization to pursue it*. Seorang wirausaha ialah orang yang melihat peluang lalu membuat suatu organisasi untuk memanfaatkan peluang tersebut.

Para wirausaha merupakan orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menilai kesempatan-kesempatan bisnis, mengumpulkan sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan dari padanya dan mengambil tindakan yang tepat guna memastikan sukses (Meredith, 2005)

Berdasarkan bidang ilmu, bagi ahli ekonomi seorang *entrepreneur* ialah orang yang mengombinasikan *resources* tenaga kerja, material, dan peralatan lainnya untuk meningkatkan nilai yang lebih tinggi dari sebelumnya dan juga orang yang memperkenalkan perubahan, inovasi, dan perbaikan produksi lainnya. Bagi seorang Psikologi, bahwa wanita seorang wirausaha merupakan seorang yang memiliki dorongan kekuatan dari dalam untuk memperoleh sesuatu tujuan, suka mengadakan eksperimen atau untuk menampilkan kebebasan dirinya diluar kekuasaan orang lain ( Buchari Alma, 2006)

Meredith (2005), menyatakan bahwa wirausaha adalah orang-orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menilai kesempatan usaha mengumpulkan serta sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan dari padanya dan mengambil tindakan yang tepat guna memastikan kesuksesan. Para wirausaha merupakan pengambil risiko yang telah diperhitungkan Mereka bergairah menghadapi tantangan. Wirausaha menghindari situasi risiko rendah karena tidak ada tantangan dan menjauhi risiko tinggi, karena mereka ingin berhasil. Mereka menyukai tantangan yang dapat di capai.

Menurut Totok S.Wiryasaputra (2004), wirausaha adalah orang yang ingin bebas, merdeka, mengatur kehidupannya sendiri dan tidak tergantung pada belas kasihan orang lain. Mereka ingin menghasilkan uang sendiri. Uang dapat didapatkan dari kekuatan dan usahanya sendiri. Mereka harus menciptakan sesuatu yang benar-benar baru atau memberi nilai tambah pada sesuatu yang mempunyai nilai untuk dijual atau layak dibeli sehingga menghasilkan uang bagi dirinya sendiri dan bahkan bagi orang yang di sekelilingnya.

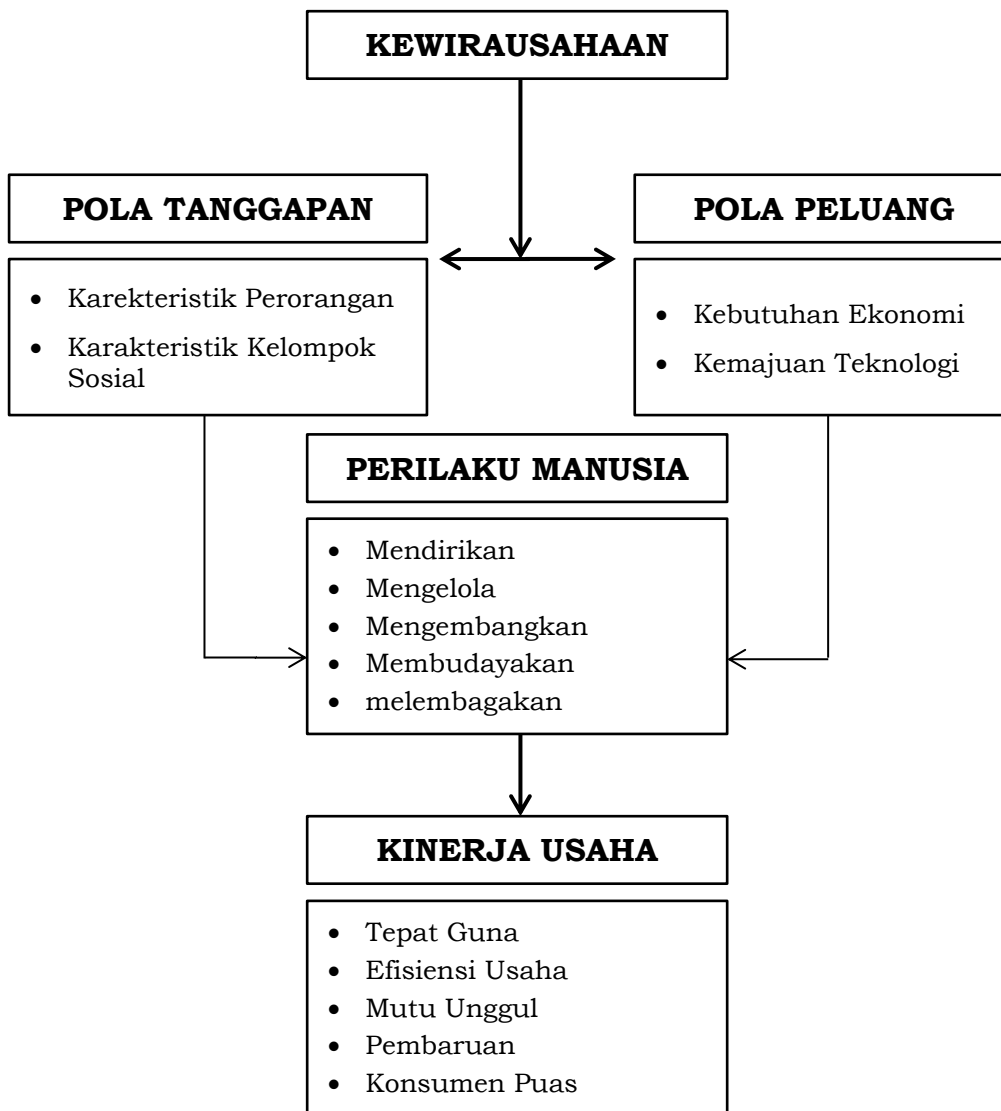
Kao (1997) mendefinisikan wirausaha dengan menekankan pada aspek kebebasan berusaha yang dinyatakan sebagai berikut: “*An entrepreneur is and independent, growth oriented owner-operator.*” Para wirausaha merupakan orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menilai kesempatan bisnis, mengumpulkan sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan dari padanya dan mengambil tindakan yang tepat guna memastikan kesuksesan.

Kecerdasan wirausaha adalah kemampuan seseorang dalam mengenali dan mengelola diri serta berbagai peluang maupun sumber daya sekitarnya secara kreatif untuk menciptakan nilai tambah bagi dirinya secara berkelanjutan. Wirausaha tidak hanya

membangun bisnis semata, tetapi mengubah pola pikir dan pola tindak yang menghasilkan kreativitas dan inovasi.

Dari segi karakteristik perilaku, wirausaha (*entrepreneur*) adalah mereka yang mendirikan, mengola, mengembangkan, dan melembagakan perusahaan miliknya sendiri. Wirausaha adalah mereka yang menciptakan kerja bagi orang lain dengan berswadaya. Definisi ini mengandung asumsi bahwa setiap orang yang mampu mempunyai kemampuan normal, dapat menjadi wirusaha asal mau dan mempunyai kesempatan untuk belajar dan berusaha. Berwirausaha melibatkan dua unsur pokok (1) peluang dan, (2) kemampuan menganggapi peluang, Berdasarkan hal ini maka definisi kewirausahaan adalah “tanggapan terhadap peluang usaha yang terungkap dalam seperangkat tindakan serta membuahkan hasil berupa organisasi usaha yang melembaga, produktif, dan inovatif.” Dengan demikian bahwa kerangka berpikir tentang berwirausahaan seperti disajikan pada Gambar 3.1.

Sehingga kewirausahaan merupakan 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/melayani langganan secara maksimal.



Gambar 3.1 Kerangka Berpikir tentang Kewirausahaan

## B. Perkembangan Dunia Usaha

Pada saat ini, sesuai dengan rumusan UUD 1945 Pasal 33, banyak sektor penting kehidupan ekonomi Indonesia dipegang atau dikelola oleh negara. Itulah sebabnya hampir semua tambang, perkebunan besar, transportasi (udara, darat, laut), kantor pos, bank devisa, listrik, pasar, bahan bakar, telekomunikasi, distribusi pangan, pelabuhan, asuransi dikuasai dan/atau dikelola oleh negara baik langsung maupun lewat organisasi dagang, atau usaha

patungan (*joint venture*) dengan perusahaan nasional atau asing. Sejak pembangunan lima tahun (Pelita) 1993, perusahaan negara dipacu agar lebih mampu bersaing dengan swasta. Namun demikian, mengingat luasnya kehidupan ekonomi suatu negara, mulai dari pengadaan bahan baku, pembuatan produk, dari kota sampai keseluruh pelosok Indonesia, maka ruang gerak usaha dunia swasta masih terbuka luas.

Indonesia masih memerlukan ratusan ribu bahkan berjuta-juta pengusaha dan perusahaan kecil. Sejarah telah membuktikan bahwa dinegara modern pun (diabad komputer ini) eksistensi atau kehidupan perusahaan kecil tetapi terjamin. Keyakinan ini, semakin berdasar melihat tekad pemerintah RI, pembinaan perusahaan kecil seperti di rumuskan dalam pasal 14 UU No.9/1995. Tentang Usaha kecil, dan masyarakat melakukan pembinaan dan pengembangan usaha kecil dalam bidang:

- a. Produksi dan pengelolaan
- b. Pemasaran
- c. Sumber daya manusia, dan
- d. Teknologi

Disamping itu, sesuai dengan abad globalisasi dan perdagangan bebas antarnegara, ada kecenderungan pemerintah untuk mengadakan liberalisasi ekonomi dan sepanjang dunia swasta telah mampu, pemerintah akan mengurangi campur tangan. Kenyataan ini adalah peluang dan sekaligus tantangan bagi dunia usaha di Indonesia, atau perusahaan kecil pada khususnya.

### **C. Sejarah Perkembangan Dunia Usaha dan Kewirausahaan**

Menurut fakta sejarah, sejak ratusan tahun lalu sebagian besar atau mayoritas masyarakat indonesia hidup dari pertanian. Hanya mereka yang hidup di daerah pantai sering terlibat dengan perdagangan kecil-kecilan dan belum pernah memasuki tingkat

perdagangan internasional dengan ukuran skala ekonomis. Menurut mereka bahwa pada zaman dahulu para pedagang Indonesia telah aktif berdagang rempah-rempah sampai gujarat, teluk arab, dan Madagaskar. Namun, kalau dikaji secara teliti kegiatan perdagangan ini lebih mengarah pada kegiatan pertualangan tanpa kesinambungan bisnis dalam ukuran dagang modern. Kegiatan ini pun terbatas pada beberapa suku tertentu penghuni pantai laut Jawa, Bugis, pantai barat Sumatera, dan Aceh. Fakta ini, secara umum kurang berarti dalam kehidupan ekonomi Indonesia.

Kemudian, Indonesia didantangi orang Portugis, disusul kongsi dagang belanda (VOC), dan penjajahan Belanda, Inggris, serta Jepang yang semakin melumpuhkan kegiatan dunia usaha orang Indonesia baik yang menyangkut perdagangan lokal, antarpulau, maupun perdagangan internasional. Keadaan ini semakin parah lagi dengan kebijakan Belanda memakai orang Cina sebagai pedagang perantara demi memudahkan penjajahan Belanda di Indonesia.

#### **a) Faktor Geografis dan Budaya**

Kalau kita sejenak meneropong tata budaya Indonesia, terutama suku Jawa, akan tampak jelas bahwa nilai-nilai utama kehidupan di tunjukkan untuk hal sakra dan yang berhubungan dengan kekuasaan serta akan menganaktirikan nilai-nilai profan termasuk kegiatan dunia usaha dan perdagangan. Hal ini disokong pula oleh faktor geografis dan kesuburan tanah Indonesia pada zaman dahulu.

Rata-rata mereka yang ada didaerah tropis dengan kekayaan alam dan keramahan iklim dapat hidup dan menghidupi diri dengan mudah tanpa bekerja keras dan melawan kekejaman iklim seperti di belahan bumi Utara dan Selatan. Di Eropa umpamanya, pada saat musim dingin penduduk tidak dapat bercocok tanam, mau tidak mau mereka harus berencana dan bekerja lebih keras. Bahkan binatang di Eropa mempunyai rencana, yaitu mengumpulkan bahan makanan

dimusim panas untuk persediaan musim dingin. Keadaan alam yang keras telah memaksa masyarakat bekerja lebih keras dan berencana. Itu berarti mereka harus memutar otak dan berdisiplin.

Penggambaran contoh diatas tidak berarti mau memudahkan persoalan bahwa kita di Indonesia ditakdirkan tidak begitu akrab dengan kehidupan usaha modern dan oleh karena itu, dipersiapkan hidup abadi dalam usaha pertanian seperti nenek moyang kita dahulu.

Secara alamiah dan arena tuntutan sejarah modern, penambahan penduduk, kemajuan komunikasi, dan teknologi menurut kita untuk ikut aktif berusaha agar sejajar dengan penduduk negara lain. Kita tidak dapat mengisolasi diri lagi. Suka atau tidak suka Indonesia telah terbaaur dengan kehidupan internasional. Kalau tidak aktif berusaha, negara kita akan menjadi negara kelas dua, dan menjadi jajahan negara lain dalam arti ekonomis.

Persoalannya sekarang ini ialah, dimana posisi kita, mengapa kita perlu memasuki dunia kewirausahaan, dan bagaimana cara dan metode untuk memupuk kewirausahaan, yang mantap di masa kini dan akan datang, termasuk didalamnya pengembangan dan perluasan perusahaan kecil di seluruh indonesia.

## **b) Kewirausahaan di Indonesia**

Pada dasarnya, seorang wirausaha atau wiraswasta harus mampu melihat suatu peluang dan memanfaatkannya untuk mencapai keuntungan atau manfaat bagi dirinya dan dunia sekelilingnya serta kelanjutan usahanya. Mereka harus mampu mengambil risiko dengan mengadakan pembaruan (*innovation*). Wirausaha harus pandai melihat kedepan dengan mengambil pelajaran dari pengalaman di waktu yang lampau, ditambah dengan kemampuan menerima serta memanfaatkan realitas atau kenyataan

yang ada di sekelilingnya. Realitas ini dibidang ekonomi, akan tetapi mencakup juga bidang sosial, pendidikan, bahkan agama. Mereka harus mampu mengoordinasi dan mendayagunakan kekuatan modal, teknologi, dan tenaga ahli untuk mencapai tujuan secara harmonis. Singkatnya, mereka harus seorang manajer dan menggunakan manajemen untuk mencapai tujuan. Secara terperinci yang menjadi dorongan kewirausahaan yaitu :

- Kebutuhan untuk mencapai sesuatu yang lebih baik (berprestasi)
- Kebutuhan akan ketidaktergantungan atau kebebasan
- Kebutuhan akan pembaruan
- Mencapai tingkat pendapatan yang lebih baik
- Kemampuan menyekolahkan anak dan menyejahterakan keluarga.

Dari ciri-ciri tersebut dapat kita uji seberapa jauh hal tersebut sejalan dengan nilai-nilai sosial yang berlaku di Indonesia. Pada umumnya, faktor penghambat atau pendorong, pertumbuhan wirausaha biasanya dibagi tiga kategori besar yaitu:

1. Ukuran nilai sosiokultur yang berlaku dimasyarakat. Ukuran baik dan buruk di masyarakat,
2. Kehidupan ekonomi seperti kebijakan pemerintah, praktik bisnis, struktur pasar, dan
3. Keadaan dunia pendidikan.

Kalau ketiga kategori diatas kita tinjau secara terperinci maka dalam praktik terdapat situasi yang cenderung kearah hambatan ketimbang dorongan. Coba bayangkan nilai-nilai yang berlaku dimasyarakat tradisional, ambil contoh di Jawa. Pada umumnya, masyarakat tidak begitu merestui ciri-ciri kewirusahaan seperti. Masyarakat pada umumnya, masih bersifat homogen dan tergantung pada orang tua, keluarga dan kampung halaman. Masyarakat kurang atau tidak merestui orang yang suka menonjol, ambisius, dan individualis seperti pengusaha. Sikap musyawarah yang berlebihan



dan tatanan adat yang ketak sering mengutamakan mereka yang dituakan namun pengusaha jarang mendapat kedudukan terhormat di masyarakat.

Sikap dan nilai tersebut terlihat lebih nyata lagi dimana orang tidak begitu merestui anaknya memasuki dunia dagang. Berdagang dianggap erat hubungannya dengan tipu-menipu, mau menang sendiri, dan lain sebagainya. Hampir semua keluarga menghendaki atau bercita-cita agar anaknya masuk perguruan tinggi kemudian bertitel jadi pamong, dan berpangkat. Jarang anak terpintar dari satu kelas didorong untuk memasuki pendidikan kejuruan yang mengarah dunia usaha seperti SMEA, dan STM. Bahkan, mereka yang menjadi pengusaha pun berbuat demikian, artinya mereka tidak mendorong anaknya masuk sekolah yang menjurus ke dunia usaha seperti SMEA dan Akademi Perusahaan. Mereka yang kurang mampu juga kurang berminat menyekolahkan anaknya ke sekolah kejuruan.

Dari segi kehidupan ekonomi keadaan di Indonesia hingga 1945 kurang menguntungkan karena :

- Monopoli kekuasaan diperusahaan Belanda
- Kedudukan istimewa keturunan cina di dunia usaha
- Luas pasar yang terbatas
- Kurangnya komunikasi
- Kebijakan penjajah belanda yang tidak mendorong lahirnya perundang-undangan dan ketentuan yang memberi dorongan munculnya para pengusaha dan wirausaha dikalangan rakyat Indonesia.

Dari sejarah, kita mencatat lahirnya Serikat Islam, yang asal usulnya ditunjukkan untuk mendobrak monopoli (seperti yang disebut diatas), terutama di dunia perdagangan. Kemudian, setelah kemerdekaan pemerintah RI menyadari bahwa dalam mengisi

kemerdekaan harus juga di topang dengan perkembangan dunia usaha yang dikelola oleh orang Indonesia sendiri. Dalam mewujudkan hal ini hingga 1965 kita amati adanya usaha pemerintah mendorong tumbuhnya pengusaha Indonesia terutama dikalangan pribumi lewat :

- Pengeluaran lisensi istimewa
- Memberi kemudahan mendirikan perusahaan, mendapat izin impor ekspor, dan lain-lain
- Kemudahan mendapat kredit
- Propaganda pembentukan koperasi, dekret ekonomi, dan pembuatan beberapa peraturan atau undang-undang untuk mendorong pertumbuhan ekonomi nasional
- Pendirian dan pembukaan sekolah kejuruan dan kursus di bidang usaha sebagai sarana penunjang
- Membuka atas ekonomi perdagangan di pusat-pusat perdagangan dunia.

Dari sekian banyak usaha tersebut di atas ternyata tidak semua berhasil. Hal itu disebabkan:

- Kurangnya kesadaran dan dukungan masyarakat.
- Kurangnya pengalaman pemerintah dan masyarakat.
- Keadaan politik dan pembinaan bangsa, karena adanya pemberontakan dan ketidakstabilan politik. Hampir semua dana dan kemampuan (*fund&force*) pemerintah dalam periode 1945-1965 ditunjukan untuk membina dan menjada kesatuan persatuan bangsa.

Di bidang pendidikan persoalannya ternyata lebih rumit dan jelimet serta menjadi untaian mata rantai yang paling lemah dalam pembinaan dan pertumbuhan dunia wirausaha di Indonesia selama ini. Di zaman penjajahan hampir tidak ada sekolah atau perguruan tinggi yang mendorong timbulnya wirausaha. Setelah kemerdekaan,

sekolah kejuruan baru seperti STM, SMEA, Sekolah Kejuruan lain dan beberapa Akademi dibangun, tetapi kurang berhasil karena kekurangan guru, siswa yang berbakat, pengalaman berikut hambatan struktur nilai di masyarakat, maupun karena peraturan atau ketentuan pemerintah yang simpang siur.

Kelemahan dunia pendidikan ini lebih terasa lagi dengan belum adanya pola kurikulum yang jelas dan pengarahan terhadap mereka yang lulus sekolah kejuruan. Alasan kekurangan guru, minat masyarakat, dan pengalaman juga ikut menghambat. Hal ini berbeda dengan kenyataan yang ditemui di Jerman Barat, Belanda, Jepang, dan negara kapitalis lainnya dari dahulu hingga sekarang. Di negara-negara maju ini peranan dan proporsi sekolah kejuruan sangat dominan dan melihat hampir 60% dari jumlah yang ada.

Di samping hambatan struktural di atas, kita juga menemukan adanya hambatan sistem sosial yang dapat dikategorikan dalam hambatan budaya seperti:

- Anggapan masyarakat yang rendah terhadap kegiatan dunia usaha.
- Sikap yang kompromistis dan kurang ambisius serta senang tergantung.
- Keluarga besar kerabat besar.
- Tidak berani mengambil risiko dan lebih suka akan hasil cepat.
- Nepotisme (mendahulukan perusahaan keluarga).
- Feodalisme dan semangat priayi.

Hambatan tersebut bercampur aduk dengan larangan dan batasan dari bidang agama tertentu yang tidak begitu merestui dunia usaha dan kesimpangsiuran tentang tafsir laba dan riba. Memang dalam praktiknya kalau kita bertanya kepada para pengusaha, mereka tidak mau mengakui kelemahan di atas dan akan selalu

mengatakan alasan klasik bahwa tidak berkembangnya usaha mereka adalah karena:

- Kurang modal
- Kurang bimbingan pemerintah
- Dominasi orang Cina
- Dominasi konglomerat
- Dominasi modal kuat, dan dominasi modal asing.

Padahal, kalau kita teliti lebih mendalam, alasan utama kegagalan mereka ialah terutama karena kurangnya pengalaman, latar belakang, pendidikan yang tak memadai, hambatan nilai di masyarakat, dan struktur ekonomi yang belum cocok dengan kondisi dunia modern.

#### **D. Sejarah Pengusaha Kecil Indonesia**

Kalau kita meneliti kembali asal usul pengusaha kecil atau perusahaan kecil di Indonesia, terutama yang berasal dari golongan pribumi, akan segera jelas bagi kita bahwa pertumbuhan dan perkembangan mereka tidak seperti yang dialami rekan mereka di negara industri maju seperti di Eropa Barat, Amerika Serikat, Jepang, ataupun ekonomi dari sektor pertanian kearah industrialisasi. Bagaimana di Indonesia? Indonesia sejak dahulu hingga proklamasi 1945 dan berlanjut sampai 1990, konsentrasi kehidupannya masih bertumpu pada sektor pertanian disamping minyak dan gas bumi. Kondisi ini semakin jelas mengingat 80% rakyat Indonesia tinggal di pedesaan dan hidup sebagai petani atau nelayan bagi mereka yang tinggal di pantai.

Adapun kehidupan berusaha/bisnis atau berdagang masih merupakan hal yang belum umum dan belum mendapatkan posisi terhormat dalam hati atau dalam struktur masyarakat. Di banyak desa, terutama di luar Jawa, kehidupan ekonomi hanya terlihat jelas kalau ada hari pasar atau pekan. Keadaan seperti ini merupakan

gambaran umum sebelum 1945, sementara fungsi-fungsi distribusi dan pedagang perantara dipegang oleh keturunan Cina, Arab, atau dari kelompok suku Indonesia tertentu.

---

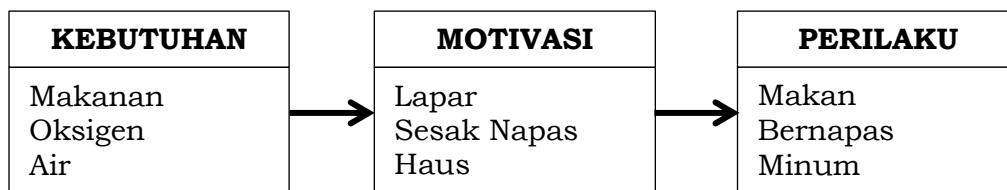
## BAB IV MOTIVASI

---

### A. Teori Motivasi

Motivasi merupakan proses psikologis yang mendasar, dan merupakan salah satu unsur yang dapat menjelaskan perilaku seseorang motivasi merupakan salah satu faktor penentu dalam pencapaian tujuan. Motivasi berhubungan dengan dorongan atau kekuatan yang berada dalam diri manusia. Motivasi berada dalam diri manusia yang tidak terlihat dari luar. Motivasi menggerakkan manusia untuk menampilkan tingkah laku kearah pencapaian suatu tujuan tertentu. Menurut Abu Ahmadi (2004), motivasi merupakan dorongan yang telah terikat pada satu tujuan. Motivasi merupakan hubungan sistematis antara suatu respon atau suatu himpunan respon dan keadaan dorongan tertentu.

Gerungan (1996), menyatakan bahwa motivasi merupakan dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu. Adapun Linzey, Hal, dan Thompson (1975) menyatakan bahwa motivasi merupakan sesuatu yang menimbulkan tingkah laku. Motif timbul karena adanya kebutuhan. Kebutuhan dipandang sebagai kekurangan adanya sesuatu dan ini menuntut segera pemenuhannya, agar mendapatkan keseimbangan. Situasi kekurangan ini berfungsi sebagai suatu kekuatan/dorongan yang menyebabkan seseorang bertindak untuk memenuhi kebutuhannya, seperti disajikan pada gambar berikut ini.



Gambar 4.1. Hubungan Kebutuhan, Motivasi dan Perilaku

## **B. Konsep Timbulnya Motivasi**

Banyak teori untuk memahami motivasi. Salah satu teori yang proses, yang berusaha menjelaskan proses munculnya hasrat seseorang untuk menampilkan tingkah laku tertentu. Teori ini, mencoba untuk menggambarkan proses yang terjadi dalam pikiran seseorang yang akhirnya seseorang itu menampilkan tingkah laku tertentu. Teori ini sebagai berikut :

### 1. *Equity Theory* (Vroom)

Teori ini, mengindikasikan bahwa pada dasarnya manusia menyenangi perlakuan yang adil. Manusia akan termotivasi kerja dengan baik, bila mana mereka diperlakukan secara adil.

### 2. *Expanctancy Theory* (Vroom)

Besar kecilnya usaha kerja yang akan diperlihatkan oleh seseorang tergantung pada bagaimana orang ini memandang kemungkinan berhasil tingkah lakunya itu dalam mencapai dan menghindari. Teori lain tentang motif harus dipelajari dan dipahami, sehingga dapat mengarahkan motivasi ini kearah yang diharapkan. Teori-teori ini antara lain :

#### ➤ **Teori Hierarki Kebutuhan dari Abraham H. Maslow**

- 1) Memuaskan kebutuhan dasar (*Basic Need*) memperoleh uang secara mandiri. Untuk kebutuhan fisik yaitu makanan, minuman, perumahan, seks, dan istirahat.
- 2) Memuaskan kebutuhan rasa aman (*Safety Need*) memperoleh rasa aman dalam berkehidupan berkeluarga, dan bermasyarakat dengan terpenuhinya aspek-aspek perlindungan melalui keberhasilan usaha.
- 3) Memuaskan kebutuhan sosial (*Social Need*) memperoleh keleluasaan dan peluang yang lebih besar untuk melakukan kontak sosial dalam membangun persahabatan dan relasi bisnis.

- 4) Memuaskan kebutuhan penghargaan (*Self Esteem Need*) memperoleh rasa hormat dari lingkungan sesuai dengan kedudukan sebagai pimpinan/pemilik dalam bisnis pribadi.
- 5) Memuaskan kebutuhan pengakuan diri (*Self Actualization*) memperoleh pengakuan masyarakat atas hasil karyanya yang bermanfaat bagi kepentingan banyak orang.

➤ **Teori motivasi pemeliharaan/Hiegieness dari Frederik Herzberg yaitu :**

- 1) Kemajuan dan peningkatan
- 2) Tanggung jawab
- 3) Pekerjaan kreatif dan menantang
- 4) Adanya penghargaan
- 5) Prestasi

➤ **Teori Prestasi dari David Mc. Clelland**

- 1) Kebutuhan akan persahabatan (*Need For Afflilation*)
  - Keinginan kuat untuk bersahabat
  - Keinginan untuk berkumpul
  - Khawatir putusnya persahabatan
- 2) Kebutuhan akan kekuasaan
  - Keinginan kuat untuk memerintah
  - Menyukai hubungan vertical
  - Bangga atas posisi dan reputasi
- 3) Kebutuhan akan prestasi
  - Memikul tanggung jawab
  - Pengambilan risiko
  - Kreatif dan Inovatif

Wirausahawan yang berhasil ialah mereka yang mempunyai motif berprestasi tinggi. Sifat khas motif berprestasi tinggi yaitu :

1. Mempunyai komitmen dan tanggung jawab terhadap pekerjaan
2. Cenderung memilih tantangan



3. Selalu jeli melihat dan memanfaatkan peluang
4. Objektif dalam setiap penilaian
5. Selalu memerlukan umpan balik
6. Selalu optimis dalam situasi kurang menguntungkan
7. Berorientasi laba
8. Mempunyai kemampuan mengelola secara proaktif

Sikap dan motivasi merupakan bagian yang saling berkaitan dalam keseluruhan organisasi kepribadian individu. Sikap dan motivasi memiliki hubungan yang timbal balik dan akan menunjukkan kecenderungan berperilaku untuk memenuhi tercapainya pemuas kebutuhan. Dalam motivasi untuk memenuhi kebutuhan karakter yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha yaitu :

1. Pekerja keras (*Hand worker*)
2. Tidak pernah menyerah (*Never surrender*)
3. Memiliki semangat (*sprit*)
4. Memiliki komitmen (*Committed*) yang tinggi

### **C. Pekerja Kerja (Hard Worker)**

Amati kehidupan bayi dan kita akan banyak belajar dari sana. Menangis saat dilahirkan, artinya sejak lahir manusia harus berjuang untuk hidup. Bersaing dalam memperebutkan kasih sayang orang tua, belajar makanan yang keras, berjalan di jalan yang keras, dan mengalami hal-hal yang tidak enak. Bayi hanya bisa menangis dan tersenyum!

Lihatlah perjuangan demi perjuangan yang telah mereka lakukan. Tidak pernah mengeluh dan kapok walau berdarah sekalipun! Bermain merupakan simulasi hidup, siapa yang menguasai permainan akan menang, dan yang kalah akan merasa tidak enak. Berjuang untuk menjadi pemenang telah sangat biasa kita lakukan! Setelah dewasa, kita dihadapkan suatu bentuk

persoalan yang sebenarnya tidak jauh berbeda dengan apa yang pernah kita hadapi waktu kecil, yaitu ingin punya uang. Bandingkan keinginan dan usaha yang telah kita lakukan untuk mencapai itu, apakah usaha yang kita lakukan itu benar menunjang ke arah tercapainya keinginan itu!

Kerja keras merupakan modal dasar untuk keberhasilan seseorang. Rasullulah sangat marah melihat orang pemalas dan suka berpangku tangan. Bahkan, beliau secara simbolik memberi hadiah kampak dan tali kepada seorang lelaki agar mau bekerja keras mencari kayu, dan menjualnya kepasar. Demikian pula, jika mau berusaha, mulailah berusaha sejak subuh. Jangan tidur sesudah subuh, cepatlah bangun dan mulailah kegiatan untuk hari itu. Akhirnya, laki-laki itu sukses dalam hidupnya.

Demikian juga, setiap pengusaha yang sukses selalu menempuh saat-saat ia harus bekerja keras membanting tulang dalam merintis perusahaannya. Seorang pengusaha taksi mungkin tadinya ia hanya seorang supir angkutan umum, seorang pengusaha tekstil mungkin tadinya pedangan kredit, tekstil atau tukang jahit, dan banyak lagi contoh yang dapat kita jumpai dalam riwayat hidup pengusaha yang sukses.

Kerja keras atau etos kerja keras sering dianggap sebagai mimpi kuno dan seharusnya diganti, tetapi *hard work and smart work* tidaklah dapat dipisahkanlah lagi sekarang. Hampir semua *success full start-up* butuh *workaholic*. *Entrepreneur* sejati tidak pernah lepas dari kerjanya, pada saat tidurpun otaknya pun bekerja dan berpikir akan bisnisnya, melamunkan dan memimpikan kerjanya. Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan etos kerja wirausaha yaitu :

1. Kerja itu suci, kerja merupakan panggilanku, aku sanggup bekerja benar.

Suci berarti di abdikan, di untukan, atau di orientasikan pada Yang suci. Penghayatan kerja semacam ini hanya mungkin terjadi jika seseorang merasa terpanggil. Bukan harus dari Tuhan tetapi bisa juga dari Idealisme, kebenaran, dan keadilan. Dengan kesadaran bahwa kerja, yaitu sebuah panggilan suci, terbitlah perasaan untuk melakukannya secara benar.

2. Kerja itu sehat, kerja merupakan aktualisasiku, aku sanggup bekerja keras.

Maksudnya adalah bekerja membuat tubuh, roh dan jiwa menjadi sehat. Aktualisasi berarti mengubah potensi menjadi kenyataan. Aktualisasi atau penggalan potensi ini terlaksana melalui pekerjaan, karena kerja merupakan penerahan energi biopsikososial. Akibatnya kita menjadi kuat, sehat lahir batin. Maka, supaya menjadi maksimal, kita akan sanggup bekerja keras, bukan kerja asal-asalan atau setengah-setengah.

3. Kerja itu rahmat, kerja merupakan terima kasihku. Aku sanggup bekerja tulus:

Rahmat adalah karunia yang diberikan oleh Yang Maha Kuasa. Respons yang tepat adalah bersyukur dan berterima kasih. Ada dua keuntungan dari bekerja sebagai rahmat, (1) Tuhan memelihara kita, dan (2) disamping secara finansial kita mendapat upah, juga mendapat kesempatan belajar, dan menjalin relasi sosial. Pemahaman demikian akan mendorong orang untuk bekerja secara tulus.

4. Kerja itu amanah, kerja merupakan tanggung jawabku. Aku sanggup bekerja tuntas.

Melalui kerja kita menerima amanah. Sebagai pemegang amanah, kita dipercaya, berkompeten, dan wajib melaksanakannya sampai selesai. Jika terbukti mampu akhlak terpercaya, dan tanggung jawab akan makin menguat. Di pihak lain hal ini akan menjadi

jaminan sukses pelaksanaan amanah yang akan mengukir prestasi kerja dan penghargaan. Maka, tidak ada pekerjaan yang tidak tuntas.

5. Kerja itu seni / permainan, kerja merupakan kesukaanku, aku sanggup bekerja kreatif.

Apapun yang anda kerjakan pasti ada unsur keindahan, keteraturan, harmoni, artistik seperti halnya seni. Untuk mencapai tingkat penghayatan seperti itu dibutuhkan suatu kreatifitas untuk mengembangkan dan menyelesaikan setiap masalah pekerjaan. Jadi, bekerja bukan hanya mencari uang, tetapi lebih pada mengaktualisasikan potensi kreatif untuk mencapai kepuasan seperti halnya pekerjaan seni.

6. Kerja itu ibadah, kerja merupakan pengabdianku, aku sanggup bekerja serius.

Tuhan mewajibkan manusia beribadah (dalam arti ritual) dan beribadah (dalam arti kerja yang di abdikan pada Tuhan). Kerja merupakan lapangan kongkrit melaksanakan kebajikan seperti untuk membangun bangsa kemakmuran, demokrasi, keadilan, mengatasi kemiskinan, dan memajukan agama. Jadi, bekerja harus serius dan sungguh-sungguh agar makna ibadah dapat teraktualisasikan secara nyata sebagai bentuk pengabdian pada Tuhan.

7. Kerja itu mulia, kerja adalah pelayananku, aku sanggup bekerja sempurna.

Secara moral kemuliaan sejati datang dari pelayanan. Orang yang melayani ialah orang yang mulia. Pekerjaan adalah wujud pelayanan nyata bagi intuitis maupun orang lain. Kita ada untuk orang lain dan orang lain ada untuk kita. Kita tidak seperti hewan yang hidup untuk dirinya sendiri. Manusia moral seharusnya mampu proaktif memikirkan dan berbuat untuk orang lain dan

masyarakat. Maka, kuncinya ia akan sanggup bekerja secara sempurna.

8. Kerja itu kehormatan, kerja merupakan kewajibanku, aku sanggup bekerja unggul.

Sebagai kehormatan kerja memiliki lima dimensi: (1) pemberi kerja menghormati kita karena memilih sebagai penerima kerja. (2) kerja memberikan kesempatan bekarya dengan kemampuan sendiri. (3) hasil karya yang baik memberi kita rasa hormat, (4) pendapatan sebagai imbalan kerja memandirikan seseorang sehingga tak lagi tanggung jawab atau beban orang lain, (5) pendapatan dapat menanggung hidup orang lain. Semuanya merupakan kehormatan. Maka respon yang tepat telah menjaga kehormatan ini dengan bekerja semaksimal mungkin untuk menghasilkan mutu setinggi-tingginya. Dengan unggul disegala bidang, kita akan memenangkan persaingan.

Sikap kerja keras harus dimiliki oleh seorang wirausahawan. Dalam hal ini unsur disiplin memainkan peranan penting. Sebab, bagaimana orang mau bekerja keras jika disiplin tidak ada. Dia harus mengatur waktu, sesuai irama kehidupan, bangun pagi, siap-siap untuk kerja, mulai kerja, istirahat tidak terlalu lama, dan seterusnya sampai malam tiba. Malam hari, ia tidur tidak begadang sampai larut malam. Ada satu lagi elemen penting dalam keberhasilan kerja keras, yaitu berserah diri kepada ALLAH SWT, dengan selalu berdoa kepada-Nya. “ Ya Allah perbaikilah nasibku, ..... dan seterusnya.” Insya Allah keras yang diiringi dengan doa akan memperoleh sukses.

#### **D. Tidak Pernah Menyerah (*Never Surrender*)**

Seorang wirausaha jangan loyo, pasrah menyerah dan tak mau berjuang. Kita harus punya semangat tinggi, mau berjuang untuk maju. Orang-orang yang gigih dalam menghadapi pekerjaan dan

tantangan, biasanya banyak berhasil dalam kehidupan. Apapun jenis pekerjaan yang dilakukan, profesi apapun yang dihadapi, kita harus mampu melihat kedepan dan berjuang untuk menggapai apa yang diidam-idamkan.

Hadapi kegagalan karena kegagalan merupakan sebuah vitamin untuk menguatkan dan mempertajam intuisi dan kemampuan kita berwirausaha, selama kegagalan itu tidak mematikan. Setiap usaha akan mempunyai risiko, kegagalan, dan bilamana sampai terjadi, bersiaplah dan hadapilah!

Belajar dari kegagalan itu penting. Jika persepsi dan sikap kita mengenainya. Kekeliruan terbesar yang membuat kita sulit bangkit dari kegagalan adalah salah kaprah dalam memandang dan sesat asumsi menafsirkannya. Banyak yang berpikir, orang-orang yang berhasil yaitu mereka yang selalu berhasil. Orang-orang gagal apalagi beruntun tidak mungkin berhasil.

Edwin Louis Cole, rohaniawan penulis buku *Pemenang Bukan Orang Yang Tidak Pernah Gagal, Tetapi Tidak pernah Menyerah*. Seorang belum dapat dikatakan gagal sebelum ia berhenti berusaha, bahkan meskipun ia memutuskan berhenti, tetapi kemudian kembali melakukan tindakan-tindakan nyata untuk berhasil, ia belum di cap gagal. Dari preksektif ini, pidato tersingkat Winston Churcill Perdana Menteri Inggris dalam acara wisuda menegaskan salah satu kunci utama menuju keberhasilan adalah *never give up* (tidak pernah menyerah).

Wiraniaga yang belum berhasil menjual produk pada prospek dalam kunjungan kesepuluh atau distributo MLM yang belum berhasil merekrut calon *downline* setelah 12 bulan berusaha, atau pencari kerja yang ditolah oleh 100 perusahaan, belum dikatakan gagal kecuali ia berhenti berusaha. Peserta tes masuk keperguruan tinggi negeri yang tidak lulus pada ujian gelombang perta fapat

menggikuti ujian gelombang kedua, dan ketiga. Lajang yang belum mendapatkan pasangan hidup sampai usia kepala empat juga belum tentu akan melajang selamanya.

Persepsi dan sikap pertama mengenai kegagalan bahwa kita belum gagal sebelum memutuskan berhenti. Ingatlah Colonel Sanders pendiri *kentucky friedchicken*. Ia ditolak 1.009 kali ketika menjual ayam goreng dengan resep khususnya. Proposal Cacuk Sudarjanto untuk mengkomputerisasi proses administrasi di Garuda Indonesia 1970-an, puluhan kali ditolak Wiweko direktur utamanya. Werner von Brown, telah melakukan penelitian dan percobaan menerbangkan roket sebanyak 65.121 kali, semua gagal. Charles Dickens mengirim ratusan artikel yang belum berhasil dimuat. Menyerah? *No way*. Sanders mencatat rekor dunia dengan ayamnya, Wener dicatat sebagai penemu roket, dan Charles dikenal sebagai penulis terkemuka di dunia.

*Kedua*, kegagalan tidak mampu menghancurkan gairah hidup jika kita yakin masih ada hari esok. Belajarlah dari Kuntoro Mangkusubroto. Ketika masih menjabat sebagai salah seorang direktur jendral di departemen pertambangan dan energi ia dipecat oleh menteri 1.B Sudjana gara-gara kasus busang. Namun, karena dikenal bersih dan bebas budaya kkn, Kuntoro malah dipilih untuk menggantikan orang yang memecatnya, jadi Mentamben.

*Ketiga*, kegagalan juga tak akan menghilangkan motivasi dan antusiasme bekarya bila ia diterima sebagai umpan balik memfokuskan usaha selanjutnya. Sama seperti penembak jitu yang memerlukan masukan *negative* untuk mengetahui bidikannya belum sesuai dengan sasaran tembak. Kadang ia memerlukan teropong khusus untuk mendapatkan umpan balik sebelum mengatur arah laras senjata agar fokus pada Sasaran. Apalagi jarak tembak cukup jauh, sementara objeknya *relative* kecil. Ia mungkin butuh waktu

lebih lama, alat canggih, dan seterusnya. Masukan *negative*, kegagalan merupakan bagian yang dapat membawanya keberhasilan.

Ade padilah seorang pelukis yang menitipkan hasil karyanya di mall Lippo Karawaci ini harus menerima kenyataan pahit karena peristiwa tragis 14 mei 1998. Hampir 80 % lukisannya jadi abu, sementara ia masih berutang Rp.20 juta pada pemilik frame. Tetapi kisah ade masih jauh dari tamat. Ia “bermain kertas” membuat aneka kado untuk melayani pesanan *counter-counter*. Itupun baru terwujud berkat utang baru Rp. 15 juta dari para pemilik *counter* yang bersedia bagi hasil. Kini, sekalipun tiap hari baru pulang kerumah sekitar 02.00, ade berhasil mengembangkan *root's* perusahaan kebanggaannya. Karya ade berukuran 20 cm x 20 cm x 10 cm dijual counter Rp.18.000 – Rp.27.000 sebuah. Sedikitnya 10 orang bekerja untuknya, dan bukan mustahil jumlah itu akan terus bertambah bagi ade, kegagalan dalam bisnis lukisan yang disebabkan oleh peristiwa tak terduga ini menjadi masukan *negative* untuk menekuni usaha yang dilakukannya dahulu secara iseng.

*Keempat*, kegagalan juga tak akan mampu menghancurkan semangat juang bila kita menghadapinya dengan selera humor tinggi. Seperti mengenang masa kecil yang nakal dan rapor sekolah yang berwarna warni (banyak merahnya), kita dapat memilih untuk menertawakan kegagalan kita saat ini dengan tetap mempertahankan perspektif jangka panjang. Tertawalah karena mungkin kita selama ini mengharapkan motifasi eksternal (seperti gaji besar, promosi, fasilitas kantor, pakaian, mobil, rumah mewah) dan kurang motivasi internal (seperti aktualisasi diri, keinginan belajar, berkembang, sebagai pribadi, bekerja sebagai ibadah, dan menerima tanggung jawab sebagai amanah). Tertawakanlah cara hidup kita yang mungkin boros dan suka berutang. Untuk meningkatkan ras humor, baik diingat teladan, almarhum Gus Dur yang gagal



menyelenggarakan nasional yang melibatkan mantan presiden Soeharto, presiden BJ. Habibie, Jendral Wiranto, dan dirinya sendiri. Meskipun dicurigai dan dituduh macam-macam, ketua umum PBNU itu enteng saja menghadapi kegagalannya. Atau seperti Cak Nur yang melakukan acara “Tobat Nasuha dan Ikrar Khusnul Khotimah” yang melibatkan keluarga cendana. Dan kisah kuntoro yang menggantikan orang yang memecatnya, tidak kan itu seperti dagelan Srimulat?

*Kelima*, kegagalan juga tidak akan akan mampu menghancurkan bila dianggap sebagai bagian dari pengalaman hidup supaya lebih arif. Ini, antara lain diungkapkan oleh penyair terkemuka Kahlil Gibran, yang menyatakan bahwa “suka cita ialah duka cita yang membuka kedoknya”. Kita dapat berkata bahwa “Keberhasilan adalah kegagalan yang tersingkap misterinya”.

#### **E. Memiliki Semangat (*Spirit*)**

Hampir setiap hari kita tidak pernah absen menyaksikan atau bahkan terlibat langsung dalam usaha bisnis. Sementara itu, kita tidak pernah berhenti mengkonsumsi barang keperluan hidup. Mulai dari makanan, pakaian, sampai kebutuhan yang sangat sekunder sifatnya. Untuk sekedar melupakan rutinitas antara produksi dan konsumsi, mari kita renungkan bahwa barang-barang ini (makanan, pakaian, dll) untuk sampai dihadapan kita ternyata memerlukan mata rantai yang kadang-kadang amat panjang.

Sebagai contoh, pakaian yang kita pakai, sebelum berupa pakaian mula-mula bahan/kain. Dan kain berasal dari benang, benang dari kapasa, dan untuk menanam kapas diperlukan lahan, pupuk, bibit, dan sebagainya. Untuk mendapatkan tekstil yang bermutu diperlukan berbagai syarat seperti mesin tekstil yang baik, tenaga kerja yang terampil, atau teknologi yang canggih. Seterusnya, jika tekstil telah jadi atau berupa pakaian (untuk menjadikan pakaian perlu mesin jahit, gunting sampai seletting), maka supaya

dikenal masyarakat diperlukan promosi untuk promosi perlu media seperti koran, televisi, atau radio. Disamping itu, untuk memindahkan dari satu tempat ke tempat lain yang agak jauh, diperlukan transportasi. Demikian, seterusnya seakan tidak ada putus-putusnya.

Dari contoh satu macam barang diatas saja, sungguh telah demikian banyak sektor yang terlibat padahal dapat dikatakan semua proses yang dilalui tersebut mengandung unsur ekonomis, artinya dapat menghasilkan uang. Apabila barang yang ada disekitar kita tak terbilang jumlahnya, coba bayangkan betapa banyak dan panjangnya mata rantai yang harus dilalui. Dan yang perlu diingat bahwa itu berarti lahan uang yang ada benar-benar tidak terbatas.

Tetapi ironisnya, mengapa hanya sedikit orang yang dapat melihat dan memanfaatkan peluang itu dengan berhasil, sedangkan yang lain gagal? Lihatlah setiap hari banyak orang muda mencari pekerjaan. Mereka masing-masing mengharapkan suatu hari nanti mereka akan menikmati sukses yang mengiringi perjalanan mereka kekedudukan yang lebih tinggi. Akan tetapi, kebanyakan orang muda itu tak mempunyai kepercayaan yang diperlukan untuk mendapatkan apa yang dicita-citakan. Tindakan-tindakan mereka ternyata mereka sama dengan orang yang tidak sukses.

Seorang wirausaha harus berani tampil beda, kita memiliki kualitas prima dan telah mempersiapkan para pemain kita, sekarang kunci peran ada pada diri kita, sebelum kita beranjak untuk berjalan maju, maka kunci peran kita harus dimantapkan lebih dahulu.

Sebagai seorang wiraswasta, kita harus sering bernyanyi barangkali hanya dengan bersiul. Ingat, kita sedang jatuh cinta. Hati kita berbunga-bunga, wajah kita berseri-seri pertahankan lah itu, tunjukan dalam hidup kita saat ini. Artinya, kita harus selalulah bergembira. Kegembiraan ini merupakan obat untuk semangat kita

dan semangat kita merupakan obat mujarab untuk mendukung kekuatan kita. Dengan semangat dan kekuatan akan menumbuhkan keberanian yang mendukung kepada keberhasilan kita. Ingat, gembiralah karena kita akan segera bertemu dengan si dia.

Kita telah mempersiapkan diri, tahu apa yang akan kita tuju. Persiapkanlah untuk berjalan. Supaya berjalan tentu kita tau daerah yang akan kita tuju, dan letak geografis. Usaha kita akan kita tebarkan dimana-mana, kita mulai dari mana untuk menuju kesana. Kita katakan disanalah tempatku. Dimanakah itu? Kita jawab sendiri. Untuk jawabannya kita harus merancang aktivitas geografis kita, tidak usalah dahulu sempurna rancangan kita, cukup garis besarnya saja. Yang penting kita telah tau kemana kita akan bergerak. Kalau yang ini memang benar-benar fisik, yaitu aktivitas geografis, wilayah mana, utara, barat, timur, selatan, atau pusat rt nya, rw nya, persiapkan dengan matang. Tujuan kita harus dicatat jelas seperti nomor, alamat, telepon, nama orang, dan kapan bertemu. Dan yang penting, hasil apa yang kita harapkan dari setiap wilayah, atau dari setiap orang yang akan kita hubungi atau akan kita ajak ke bisnis dengan kita. Atau transaksi apa dan dengan nilai berapa, dan berapa besar uang yang kita harapkan masuk dari sana. Ini yang penting kita pegang. Jangan pernah menyimpang dari tujuan satu ini.

Aktivitas geografis sangat ditentukan oleh ukuran pertumbuhan yang kita harapkan. Kita kembali ke tingkat yang kita tuju. Untuk sampai kesana kita berarti harus bertumbuh. Tentukan sendiri, kita bertumbuh bagaimana, lambat, sedang, atau cepat.

Saya beri contoh pertumbuhan bagi seorang wiraswasta: kita seorang sarjana pertanian, kita putuskan menjadi seorang wiraswasta. Memiliki inovasi yang baik telah menemukan suatu jenis tanaman yang cocok pertumbuhannya dalam pot. Harum

baunya dan bentuknya bagus/elok untuk dipandang. Kita merencanakan untuk mengembangkan dan menjualnya. Secara geografis, aktivitas kita tentukan untuk memasok kepada perusahaan yang mempunyai langganan berupa kantor. Oleh karena itu, tahap pertama kita kembangkan 10 pot, tiga bulan kemudian berkembang menjadi 50 pot, enam bulan kemudian menjadi 100 pot, setelah setahun kita memiliki 500 pot inilah ukuran pertumbuhan seorang wiraswasta. Sudah tentu ukuran pertumbuhan itu dikaitkan dengan jumlah pembeli kita. Ingat, pikiran kita selalu ada dipasar yaitu pembeli kita.

Pengalaman praktis wirausahawan yang berhasil haruslah dapat memberikan nilai tambah. Informasi penting ini bukan hanya untuk diketahui tetapi harus menjadi pola berpikir dan bertindak yang realistis. Dengan kata lain, bukan hanya decak kagum yang diperoleh, namun dapat disarikan dan diidentifikasi penerapan/adopsi diperusahaannya, terutama yang relevan dengan sifat pengembangan usaha. pelatihan. Pembentukan dan spirit *entrepreneur* seperti disajikan pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1. Pembentukan Orientasi *Entrepreneur*

<b>Pembentukan Orientasi <i>Entrepreneur</i></b>	<b>Pembentukan Spirit <i>Entrepreneur</i></b>	<b>KETERANGAN</b>
Otonomi (kemandirian)	<i>Locus of control</i> Internal Kemandirian	Jiwa/ <i>spirit entrepreneurial</i> dibentuk oleh sikap kemandirian dan kendali diri ( <i>locus of control</i> ) internal yang mantap.
Sikap Inovatif	Kreatifitas dan Inovasi	Kreativitas dan inovasi merupakan faktor penentu keberhasilan dalam dunia bisnis.
Sikap Proaktif	Perencanaan	Adanya perencanaan dan sikap proaktif akan menjamin kesuksesan dan keunggulan dalam banyak aspeknya.
Pengambilan Risiko	Pengambilan Risiko	Berani menghadapi risiko yang

	Moderat	telah diperhitungkan merupakan sikap cermat dan cerdas dalam bersaing.
Sikap Berani Bersaing Agresif	Pengejaran Prestasi	Pencapaian prestasi dalam persaingan yang makin ketat menjadi tujuan utama para <i>entrepreneur</i> .

Ada kesamaan ciri atau faktor antara jiwa/ *spirit entrepreneurial* dan orientasi *entrepreneurial*. Keenam dimensi jiwa/ *spirit entrepreneurial* sangat besar peranannya dalam mempersiapkan para calon *entrepreneur* untuk memilih kerja mandiri ataupun menjadi professional/karyawan.

Semangat kewirausahaan yang perlu sekali di masyarakatkan dan dibudayakan pada dan oleh para pemimpin pada umumnya dan para pengusaha (Indonesia) pada khususnya sebagai berikut.

1. Kemauan kuat untuk berkarya (terutama dalam bidang ekonomi) dengan semangat mandiri;
2. Mampu membuat keputusan yang dapat dan berani mengambil risiko;
3. Kreatif dan inovatif;
4. Tekun, teliti, dan produktif;
5. Berkarya dengan semangat kebersamaan dan etika bisnis yang sehat.

Seorang pebisnis berhasil mengatakan kepada saya, bahwa ketika ia masih muda dan terjun kedalam dunia perniagaan, ia telah membayangkan rumah yang diidam-idamkannya, dan bahwa ia kelak dapat mewujudkan apa yang di bayang-bayanagkan ini hingga pada hal-hal yang sekecil-kecilnya. Ini sesungguhnya tidak aneh. Pikiran cenderung untuk menjelma menjadi perbuatan. Buku ini, menerangkan kepada kita cara kita harus mengorganisasi pikiran kita supaya kita mendapat hasil yang lebih baik dari pekerjaan kita sehari-hari. Kita kan belajar menarik keuntungan lebih banyak dari

bakat kita dan memperkembangkan tenaga-tenaga tersembunyi dalam diri kita.

Dalam telaah ini harus insyaf dan sadar bahwa kekuasaan pribadi, kemajuan, dan sukses kita, khususnya tergantung dari cara berpikir kita. Jika kita memperkembangkan tenaga-tenaga rohani kita dan menggunakannya untuk suatu tujuan yang baik dan berfaedah, kita akan maju cepat, dan pesat. Jika kita menggunakan tenaga-tenaga rohani (batin, pikiran) yang telah kita perembangkan untuk mencapai suatu tujuan dan maksud yang berfaedah sudah pasti kita akan maju dengan sangat cepat.

#### **F. Memiliki Komitmen (*Comited*)**

Porter (1982) mendefinisikan komitmen sebagai kekuatan yang bersifat relatif dari individu dalam mengidentifikasi keterlibatan dirinya. Hal ini dapat ditandai dengan tiga hal yaitu :

1. Penerimaan terhadap nilai-nilai dan tujuan organisasi.
2. Kesiapan dan kesediaan untuk berusaha dengan sungguh-sungguh atas nama organisasi.
3. Keinginan untuk mempertahankan usahanya.

Adapun Richard M. Steers (1985) mendefinisikan komitmen sebagai rasa identifikasi (kepercayaan terhadap nilai-nilai), ketelibatan (kesediaan untuk berusaha sebaik mungkin demi kepentingan perusahaan) dan loyalitas yang dinyatakan oleh seorang wirausaha terhadap perusahaannya. Steers berpendapat bahwa komitmen merupakan kondisi dimana wirausaha sangat tertarik terhadap tujuan, nilai-nilai dan sarana perusahaan. Komitmen terhadap perusahaan artinya lebih dari sekedar keanggotaan formal, karena meliputi sikap menyukai usahanya dan kesediaan untuk mengusahakan tingkat upaya yang tinggi bagi kepentingan perusahaan demi pencapaian tujuan. Berdasarkan definisi ini, dalam

komitmen tercakup unsur loyalitas, keterlibatan dalam pekerjaan, dan identifikasi terhadap nilai-nilai dan tujuan perusahaan.

Secara singkat pada intinya beberapa definisi komitmen dari beberapa ahli diatas mempunyai penekanan yang hampir sama yaitu proses pada individu (wirausaha) dalam mengidentifikasikan dirinya dengan nilai-nilai, aturan-aturan dan tujuan perusahaan. Disamping itu, komitmen mengandung pengertian sebagai sesuatu hal yang lebih dari sekedar kesetiaan yang pasif terhadap perusahaan, dengan kata lain komitmen menyiratkan hubungan wirausaha dengan perusahaan atau organisasi secara aktif. Karena wirausaha yang menunjukkan komitmen tinggi memiliki keinginan untuk memberikan tenaga dan tanggung jawab yang lebih dalam menyokong kesejahteraan dan keberhasilan perusahaannya. Jenis-jenis komitmen sebagai berikut :

#### 1. Jenis Komitmen menurut Allen dan Meyer

Allen dan Meyer dalam Dunham, dkk 1994 membedakan komitmen atas tiga komponen, yaitu: *afektif*, *normatif*, dan *continuance*.

- a. Komponen *afektif* berkaitan dengan emosional, identifikasi, dan keterlibatan wirausaha didalam mengembangkan usaha.
- b. Komponen *normatif* merupakan perasaan-perasaan wirausaha tentang kewajiban yang harus ia berikan kepada perusahaan.
- c. Komponen *continuance* berarti komponen berdasarkan persepsi wirausaha tentang kerugian yang akan dihadapinya jika ia meninggalkan perusahaannya.

Allen dan Meyer berpendat bahwa setiap komponen memiliki dasar yang berbeda. Wirausaha dengan komponen efektif tinggi, masih fokus mempertahankan usahanya karena keinginan untuk tetap menjadi seorang wirausaha. Semetara itu, wirausaha dengan komponen *continuance* tinggi, tetap mempertahankan perusahaan ini

karena mereka membutuhkan usaha tersebut. Wirausaha yang memiliki komponen normatif yang tinggi, tetap mempertahankan perusahaannya karena mereka harus melakukannya.

Setiap wirausaha memiliki dasar dan tingkah laku yang berbeda berdasarkan komitmen yang dimilikinya. Wirausaha yang memiliki komitmen organisasi dengan dasar efektif memiliki tingkah laku berbeda dengan wirausaha yang berdasarkan *continuance*. Wirausaha yang ingin mempertahankan usahanya akan memiliki keinginan untuk menggunakan usaha yang sesuai dengan tujuan perusahaan. Sebaliknya perusahaan mereka yang terpaksa menjalankan usahanya akan menghindari kerugian finansial dan kerugian lain, sehingga mungkin hanya melakukan usaha yang tidak maksimal. Sementara itu, komponen normatif yang berkembang sebagai hasil dari pengalaman sosialisasi tergantung dari sejauh apa perasaan kewajiban yang dimiliki wirausaha. Komponen normatif, menimbulkan perasaan kewajiban pada wirausaha untuk memberi balasan atas apa yang telah diterimanya dari usaha yang dijalankannya.

## 2. Jenis Komitmen dari Mowday, Porter, dan Steers

Komitmen dari Mowday, Porter, dan Steers lebih dikenal sebagai pendekatan sikap terhadap organisasi. Komitmen organisasi memiliki dua komponen yaitu sikap dan kehendak untuk bertindak laku. Sikap mencakup:

- 1) Identifikasi terhadap perusahaan yaitu penerimaan tujuan organisasi, bahwa penerimaan ini merupakan dasar komitmen wirausaha. Identifikasi wirausaha tanpa melalui sikap menyetujui kesamaan nilai pribadi dan nilai-nilai perusahaan, rasa kebanggaan menjadi wirausaha yang mandiri.
- 2) Keterlibatan sesuai peran dan tanggung jawab pekerjaan di perusahaan tersebut. Wirausaha yang memiliki komitmen



tinggi akan menerima hampir semua tugas dan tanggung jawab pekerjaan.

- 3) Kehangatan, afeksi, dan loyalitas terhadap perusahaan merupakan evaluasi terhadap komitmen, serta adanya ikatan emosional dan keterikatan antara perusahaan dengan wirausaha. Wirausaha dengan komitmen tinggi merasakan adanya loyalitas dan rasa memiliki terhadap perusahaan.

Keunggulan utama yang harus terlebih dahulu dimiliki oleh organisasi ialah keunggulan dalam manajemen sumber daya manusia. Oleh karena itu, dunia usaha dalam menghadapi persaingan global perlu memiliki karyawan yang mempunyai kompetensi dan komitmen terhadap perusahaan. Hal ini dipertegas oleh Andreas Lako dan Anna Sumaryati (2000) yang mengungkapkan bahwa berhasil atau tidaknya suatu perusahaan mencapai tujuan dan pertumbuhan secara berkelanjutan sangat tergantung kepada kualitas sumber daya manusia yang paling tidak harus memiliki empat karakteristik, yaitu: (1) memiliki kompetensi (pengetahuan, keterampilan, kemampuan, dan pengalaman), (2) komitmen pada perusahaan, (3) selalu bertindak dengan biaya yang efektif dalam setiap aktivitasnya, dan (4) melakukan tindakan yang selaras antara tujuan pribadi dan tujuan perusahaan (*congruence of goals*).

Sumberdaya manusia yang memiliki kompetensi dan komitmen terhadap perusahaan merupakan *intelektual capital* yang sangat diperlukan perusahaan dalam mendukung pencapaian tujuan perusahaan. Oleh karena itu, salah satu tugas dari manajemen sumberdaya manusia yaitu mengupayakan agar sumberdaya manusia yang dimiliki oleh perusahaan dapat terus ditingkatkan kompetensinya dan selalu komit terhadap perusahaan.

Atas dasar itu maka seorang wirausaha selalu meningkatkan kompetensi yang dimiliki karyawannya dan sekaligus menjaga

komitmen karyawan tersebut untuk selalu berkontribusi secara maksimal kepada perusahaan demi menciptakan “keunggulan bersaing” bagi perusahaan. Sebagaimana pendapat Ulrich (1997) *the deliverable from management of employee contribution are increased employee commitment and competence.*

Mengingat bahwa manajemen kontribusi karyawan sangat penting dalam aktivitas manajemen sumber daya manusia karena memberi dampak langsung terhadap kemampuan perusahaan untuk berkembang dan bersaing, serta berusaha memenuhi harapan-harapan pelanggan sekaligus meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Karena itu, salah satu tugas eksekutif manajemen sumber daya manusia yaitu bagaimana memotivasi karyawan untuk berkontribusi secara maksimal melalui kompetensi dan komitmennya agar dapat menjadi *intelektual capital* bagi perusahaan untuk mencapai keunggulan bersaing.



## **BAB V**

### **MEMBANGUN USAHA**

---

#### **A. Bagaimana Memulai Usaha**

Untuk membuat suatu usaha banyak cerita yang dapat kita ambil hikmahnya. Sering kali kita kagum menyaksikan kesuksesan seorang pengusaha. Kadang-kadang kita tidak tahu proses keberhasilan pengusaha tersebut. Namun, jika kita telaah lika-liku sebelum sukses menjadi pengusaha banyak cerita suka duka dibelakang kesuksesannya. Tidak sedikit cerita yang menyedihkan dibalik sukses yang diraih oleh pengusaha tersebut. Ada pengusaha yang memulai usahanya dari nol dengan tertatih-tatih. Bahkan, seringkali pengusaha tersebut menderita kerugian dan nyaris bangkrut. Namun karena keberanian, kesabaran, ketekunan, dan kepandaiannya mengelola usaha dari waktu ke waktu selama bertahun-tahun akhirnya berhasil.

Dari hasil penelitian dilapangan terdapat beragam cara dan sebab untuk memulai usaha. Ada lima sebab atau cara seseorang untuk mulai merintis usahanya, yaitu:

1. Faktor keluarga pengusaha;
2. Sengaja terjun menjadi pengusaha;
3. Kerja sampingan (iseng);
4. Coba-coba;
5. Terpaksa.

Pengusaha yang memulai usaha karena faktor keluarga cukup banyak ditemui. Artinya, seseorang memulai usaha karena keluarga mereka sudah memiliki usaha sebelumnya. Orang tua atau saudara pengusaha tersebut menganjurkan keluarga lainnya untuk membuka usaha sendiri. Keluarga sengaja mengander anggota keluarga lain untuk memberikan usaha atau membuka cabang atau usaha baru.

Dengan demikian, mulai dari modal, suplai bahan-bahan, sampai manajemen sang pengusaha pemula tinggal mengikuti yang sudah ada. Kesuksesan usaha seperti ini cukup banyak terjadi di berbagai belahan dunia termasuk Indonesia.

Sengaja terjun menjadi pengusaha, artinya seseorang dengan sengaja mendirikan usaha. Biasanya mereka belajar dari kesuksesan orang lain. Mereka mengikuti contoh dari pengusaha yang ada dengan mencari modal dan bermitra dengan orang lain. Model ini biasanya dilakukan oleh mereka yang berstatus pegawai, namun memiliki naluri bisnis. Tidak sedikit model seperti ini mencapai kesuksesan. Kesuksesan dan kegagalan orang lain menjadi tuntunan dan pedoman pengusaha ini dalam menjalankan kegiatan usahanya.

Faktor berikutnya adalah melakukan usaha dengan tidak disengaja, biasanya dilakukan secara iseng. Ini sering disebut sebagai usaha sampingan untuk tambahan kegiatan. Usaha ini biasanya dilakukan oleh mereka yang mencoba menjual atau memproduksi sesuatu skala kecil untuk mengisi waktu luang. Akan tetapi, usaha ini ternyata terus meningkat. Meningkatnya pesanan atau permintaan ini terus pula di respon oleh pemilik dengan menambah modal dan kapasitas produksinya. Maka kegiatan yang semula dilakukan hanya untuk mengisi waktu senggang menjadi kegiatan yang memberi hasil yang luar biasa.

Memulai usaha dengan cara coba-coba cukup banyak dilakukan dan juga menuai kesuksesan. Usaha ini biasanya dilakukan oleh mereka yang belum memiliki pengalaman, mereka yang kesulitan mencari pekerjaan, atau mereka yang baru terkena pemutusan hubungan kerja (PHK). Namun demikian, tidak sedikit usaha yang diawali dengan coba-coba ini yang mencapai kesuksesan.

Faktor usaha karena terpaksa memang jarang terjadi, namun berdasarkan hasil penelitian ternyata ada beberapa wirausahawan

yang berhasil karena keterpaksaan. Mereka biasanya membuka usaha karena kehilangan pekerjaan atau menganggur. Sebagai contoh, setelah sarjana Bang Aras mengajukan ratusan lamaran pekerjaan ke berbagai perusahaan, namun tidak pernah diterima menjadi pegawai, kemudian dia memutuskan untuk berwirausaha. Langkah melakukan wirausaha dijalankannya dengan setengah hati. Namun, kenyataan bahwa usahanya memberikan hasil yang lumayan dalam waktu relatif singkat membuatnya bersemangat. Hal ini menjadi motivasi yang kuat untuk memajukan usahanya.

Banyak cara yang dapat dilakukan oleh seseorang untuk memulai usaha, baik secara kelompok maupun perorangan. Cara memulainya yang lazim dilakukan adalah sebagai berikut.

#### 1. Mendirikan Usaha Baru

Artinya, seseorang memulai usaha dengan mendirikan perusahaan yang baru. Dalam hal ini yang harus dilakukan adalah mengurus segala sesuatu yang berhubungan dengan badan usaha, mulai dari akte notaris sampai ke pengadilan negeri (Departemen Kehakiman), kemudian mengurus izin-izin yang dibutuhkan. Disamping itu, tugas lain adalah mencari lokasi yang tepat dan menyediakan peralatan dan mesin yang sesuai dengan usahanya.

#### 2. Membeli perusahaan

Usaha ini dilakukan dengan cara membeli perusahaan yang sudah ada atau sudah berjalan sebelumnya. Pembelian usaha dapat dilakukan terhadap perusahaan yang sedang berjalan atau perusahaan yang tidak aktif, tetapi masih memiliki badan usaha. Pembelian meliputi saham berikut asset perusahaan yang dimiliki.

#### 3. Kerja sama manajemen dengan sistem waralaba (*Franchising*)

Model ini dikembangkan dengan memakai nama dan manajemen perusahaan lain. Perusahaan pemilik nama disebut sebagai

perusahaan induk (*franchisor*) dan perusahaan yang menggunakan disebut *franchise*. Dukungan manajemen yang diberikan *franchisor* berupa:

- Pemilihan lokasi usaha;
  - Bentuk bangunan;
  - Layout gedung dan ruangan;
  - Peralatan yang diperlukan;
  - Pemilihan karyawan;
  - Penentuan atau penyediaan bahan baku atau produk;
- Dan
- Iklan bersama.

Cara seperti ini sudah dilakukan oleh McDonald, Indomart, Rumah Makan Sederhana, dan lain-lain.

#### 4. Mengembangkan usaha yang sudah ada

Artinya, pengusaha melakukan pengembangan atas usaha yang sudah ada sebelumnya, baik pengembangan berupa cabang ataupun penambahan kapasitas yang lebih besar. Biasanya kegiatan seperti itu dilakukan perusahaan keluarga.

### **B. Bidang Usaha**

Sebelum memulai usaha, terlebih dahulu perlu pemilihan bidang yang ingin ditekuni. Pemilihan bidang usaha ini penting agar kita mampu mengenal seluk beluk usaha tersebut dan mampu mengelolanya. Pemilihan bidang usaha ini disesuaikan dengan minat dan bakat merupakan faktor penentu dalam menjalankan usaha

Disamping faktor minat atau bakat, faktor penentu lainnya adalah modal yang dimiliki. Setiap bidang usaha memerlukan modal yang besarnya tergantung usahanya. Faktor modal dapat dicari dari berbagai sumber, baik dari kantong pribadi, para sanak family, rekan-rekan sejawat, atau pinjaman. Namun, untuk usaha baru

modal pinjaman relative lebih sulit, diperoleh karena jarang lembaga keuangan yang mau membiayai usaha yang masih baru.

Faktor lainnya adalah jangka waktu memperoleh penghasilan atau keuntungan. Ada usaha yang jangka waktu perolehan keuntungannya relatif pendek, sedang, dan panjang. Usaha jangka pendek maksudnya adalah jangka waktu yang diperlukan dibawah satu tahun, misalnya untuk produk pertanian, sayur-mayur, usaha ternak ayam, atau ikan. Usaha jangka menengah berkisar antara I hingga III tahun, seperti bidang industri dan perdagangan. Usaha jangka menengah bidang pertanian antara lain: jeruk dan coklat. Sementara itu, usaha jangka panjang diatas tiga tahun, seperti perkebunan kelapa sawit dan karet.

Faktor besarnya laba yang akan diperoleh dapat dijadikan sebagai acuan. Ada usaha yang dalam waktu singkat, antara satu hingga tiga bulan sudah menghasilkan laba, namun ada pula usaha yang memerlukan waktu lama. Artinya, harus mengembalikan modal terlebih dahulu baru dapat memetik hasilnya.

Pengalaman dalam bidang tertentu, seperti pernah melakukan *job training* atau praktik kerja, sangat berguna bagi pengusaha dalam rangka memilih usaha yang dimasukinya. Disamping itu pengalaman dapat pula diperoleh dari pengalaman orang lain dalam bidang yang diinginkan. Jadi, untuk menentukan bidang usaha yang akan digeluti tergantung dari empat faktor sebagai berikut.

1. Minat atau Bakat

Minat atau bakat sudah ada dapat timbul dari dalam diri seseorang. Artinya, ketertarikan pada suatu bidang sudah tertanam dalam dirinya. Minat juga dapat tumbuh setelah dipelajari dari beberapa cara. Namun, seseorang yang memiliki minat dari dalam atau bakat dari keturunan akan lebih mudah dan lebih cepat beradaptasi dalam mengembangkan usahanya.



## 2. Modal

Modal secara luas dapat diartikan uang. Untuk memulai usaha terlebih dahulu diperjuangkan sejumlah uang. Dalam arti sempit modal dapat dikatakan sebagai keahlian seseorang. Dengan keahlian tertentu seseorang dapat bergabung dengan mereka yang memiliki modal uang untuk menjalankan usaha.

## 3. Waktu

Waktu adalah masa seseorang untuk menikmati hasil dari usahanya. Setiap usaha memiliki masa yang berbeda-beda ada yang dalam jangka waktu pendek, adapula dalam jangka waktu menengah, atau panjang. Dalam jangka pendek artinya dibawah satu tahun usaha tersebut sudah memberikan hasil. Misalnya usaha dagang, agribisnis, usaha jasa, perternakan ikan atau ayam. Kemudian dalam jangka menengah misalnya usaha jeruk, coklat, atau perternakan kambing, sedangkan jangka panjang seperti pertanian karet atau kelapa sawit.

## 4. Laba

Faktor yang perlu dipertimbangkan adalah besarnya margin laba yang diinginkan. Disamping itu, dalam hal laba yang perlu dipertimbangkan adalah jangka waktu memperoleh laba tersebut. Margin laba maksudnya jumlah laba yang akan diperoleh (dalam persentase tertentu), sedangkan jangka waktu adalah lama tidaknya memperoleh laba sesaat atau terus menerus.

## 5. Pengalaman

Pengalaman maksudnya pengalaman pribadi pengusaha tersebut atau pengalaman orang lain yang telah berhasil dalam melakukan usaha. Pengalaman ini merupakan pedoman atau guru agar tidak melakukan kesalahan dalam menjalankan usahanya nanti.

Bidang usaha yang dapat digeluti untuk pemula sesuai dengan minat dan bakat, terutama untuk usaha kecil dan menengah antara lain sebagai berikut.

1. Sektor Kecantikan

Usaha di sector kecantikan contohnya membuka usaha salon dan SPA atau kecantikan lainnya. Sebelum membuka usaha ini sebaiknya calon pengusaha terlebih dahulu memahami seluk beluk kecantikan, misalnya dengan cara mengikuti kursus kecantikan. Dengan demikian pengusaha tersebut lebih mudah mengelola usahanya dan tidak bergantung pada anak buah jika terjadi suatu masalah.

2. Sektor Keterampilan

Contoh usaha di sektor keterampilan antara lain; sector jasa perbaikan (*service*), seperti *service* elektronik (radio, televisi, radio, kulkas, AC), motor (sepeda motor atau mobil), atau *service* mesin-mesin seperti halnya dengan sector kecantikan, calon pengusaha di sektor keterampilan jasa perbaikan juga perlu mengikuti kursus keterampilan sesuai dengan bidang yang dimilikinya.

3. Sektor Konsultan

Usaha dibidang konsultan maksudnya adalah penasehat untuk berbagai bidang usaha. Misalnya konsultan manajemen, konsultan hukum, konsultan psikiater, konsultan tehnik, dan konsultan lainnya. Pendirian konsultan jelas harus memiliki latar belakang ilmu yang akan mendukung usahanya. Sebagai contoh konsultan manajemen bagi mereka yang berlatar belakang ekonomi, konsultan hukum bagi mereka yang berlatar belakang hukun, dan seterusnya.

4. Sektor Industri

Sektor industri sangatlah luas dan beragam. Sektor ini akan menghasilkan suatu produk olahan. Untuk usaha kecil dan menengah misalnya membuka pabrik makanan seperti, tempe, tahu, kerupuk, roti, atau usaha industri batu bata, genteng, dan garment.

5. Sektor Tambang

Sektor tambang juga dapat dilakukan untuk usaha kecil dan menengah, seperti usaha penambangan pasir, kaolin, timah, emas, atau batu bara.

6. Sektor Kelautan

Usaha yang dapat dilakukan disektor kelautan adalah usaha penangkapan ikan dengan menyediakan kapal-kapal penangkapan ikan bagi para nelayan, baik untuk skala kecil maupun menengah.

7. Sektor Perikanan

Usaha di sektor perikanan antara lain membuka usaha tambak ikan atau udang, baik di air tawar maupun air laut. Usaha perikanan di air tawar misalnya budidaya ikan lele, emas, gurami, bawal, fatin, dan lainnya, sedangkan di air laut misalnya budidaya rumput laut dan mutiara. Selain itu, juga dapat dibuka usaha pemancingan ikan atau budidaya ikan hias.

8. Sektor Agribisnis

Usaha disektor agribisnis dapat dilakukan dengan membuka pertanian jangka pendek, menengah, atau jangka panjang. Untuk jangka pendek misalnya usaha penanaman sayur mayur, jangka menengah misalnya penanaman jeruk, pisang, nanas, coklat, dan untuk jangka panjang misalnya penanaman karet, cengkeh, lada, dan kelapa sawit.

9. Sektor Perdagangan

Usaha disektor perdagangan dapat dilakukan dengan membuka toko atau kios atau membuka usaha seperti bakso, mie ayam, es teler, martabak, nasi goreng, *seafood*, restaurant, rumah makan, wartel, dan sektor perdagangan lainnya.

10. Sektor Pendidikan

Usaha di sektor pendidikan yang dapat dilakukan adalah membuka lembaga pelatihan atau kursus-kursus, mendirikan sekolah taman kanak-kanak (TK), sekolah dasar (SD), sekolah menengah pertama (SMP), sekolah menengah atas (SMA), atau perguruan tinggi (Akademi, Sekolah Tinggi, Universitas).

11. Sektor Percetakan

Usaha di sektor percetakan dapat dilakukan dengan membuka usaha fotokopi, sablon, percetakan buku, majalah, koran atau percetakan lainnya.

12. Sektor Seni

Bagi mereka yang memiliki bakat seni, usaha yang dapat dilakukan antara lain mengerjakan seni lukis, musik, ukir, atau sebagai penulis cerita.

13. Sektor Kesehatan

Meskipun sektor ini sebaiknya dilakukan oleh mereka yang memiliki latar belakang kesehatan, orang umum juga bisa melakukannya, misalnya membuka klinik-klinik kesehatan, praktik dokter bersama, rumah sakit dan apotik.

14. Sektor Parawisata

Usaha di sektor parawisata dapat dijalankan antara lain membuka biro perjalanan, usaha wisata, membuka tempat penginapan, motel, atau hotel. Selain itu, juga dapat didirikan tempat-tempat hiburan, seperti karaoke, bar, diskotik atau bilyard.

15. Sektor Usaha lainnya

### **C. Pengertian dan Jenis-jenis Badan Usaha**

Badan usaha adalah payung hukum yang membawahi usaha yang akan dijalankan. Payung hukum ini penting agar perusahaan tidak melanggar hukum dalam menjalankan aktivitasnya. Artinya dimata hukum perusahaan yang dijalankan sah. Jika suatu hari terdapat tuntutan hukum usaha tersebut dapat dilindungi.

Di Indonesia terdapat beberapa jenis badan hukum yang dapat dipilih, masing-masing badan hukum memiliki kelebihan dan kekurangan. Adapun badan hukum yang ada adalah sebagai berikut.

1. Perusahaan perseorangan;
2. Firma (Fa);
3. Perseroan komanditer (CV);
4. Koperasi;
5. Yayasan;
6. Perseroan terbatas (PT).

Berikut ini akan dijelaskan pengertian, syarat-syarat pendirian, modal, tujuan perusahaan, bidang usaha dan sebagainya.

#### **1. Perseorangan**

Perusahaan perseorangan merupakan usaha milik pribadi. Artinya modal dimiliki oleh perorangan. Pendirian perusahaan perseorangan sangatlah sederhana, tidak memerlukan persyaratan khusus dan relatif tidak memerlukan modal besar.

Perusahaan perseorangan biasanya dipimpin oleh pemilik usaha yang sekaligus menjadi penanggung jawab atas segala aktivitas perusahaan, termasuk kewajibannya terhadap pihak luar. Bila terjadi masalah dengan pihak lain, misalnya kewajiban membayar utang, sepenuhnya hal itu menjadi tanggung jawab pemilik.

Kelebihan perusahaan jenis ini disamping pendiriannya mudah dan modalnya relatif kecil adalah tidak diperlukan organisasi yang besar. Organisasi dan manajemen yang diperlukan cukup sederhana,

kelebihan lain adalah semua wewenang keputusan manajemen ada ditangan pemilik dan keuntungan sepenuhnya menjadi hak pemilik usaha.

Kelemahan perusahaan perseorangan ini ada relatif sulit berkembang karena biasanya menggunakan manajemen keluarga. Kelanjutan usaha sering kali menjadi masalah. Banyak perusahaan jenis ini yang hanya hidup sesaat. Begitu pemilik utamanya meninggal, usahanya pun bubar. Selain itu, penambahan modal juga relatif sulit, apalagi untuk memperoleh modal yang besar dari pihak luar perusahaan, sementara modal dari pemilik sangat terbatas.

Contoh perusahaan perseorangan yang banyak dilakukan masyarakat adalah usaha datang (UD) atau toko bangunan (TB) misalnya perusahaan perseorangan UD MAKMUR ABADI yang bergerak dalam produksi batu bata dan genteng atau TB Empat Sekawan yang bergerak dalam jual beli bahan-bahan bangunan.

## **2. Firma (Fa)**

Firma merupakan perusahaan yang pendiriannya dilakukan oleh dua orang atau lebih dan menjalankan perusahaan atas nama perusahaan. Pendirian firma dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu pertama melalui akte notaris resmi dan kedua akte dibawah tangan. Jika melalui akte resmi, proses selanjutnya dari notaris harus sampai pengadilan negeri dan diberitakan di berita negara. Namun, jika memilih akte dibawah tangan, proses tersebut tidak perlu, cukup melalui kesepakatan pihak-pihak terlibat.

Kepemimpinan dan tanggung jawab firma berada sepenuhnya ditangan pemilik firma. Pemilik sekaligus bertanggung jawab terhadap segala risiko yang mungkin timbul, seperti masalah hutang piutang.

Modal firma diperoleh dari mereka yang terlibat dalam pendirian firma. Kelebihan firma dibandingkan perusahaan perseorangan

adalah manajemen lebih baik dan perolehan dana dari pihak luar relatif lebih mudah. Firma juga bertujuan untuk mencari keuntungan semata.

Kelemahan firma adalah jika salah satu pemilik firma tidak ada, akibatnya kelanjutan usahanya menjadi tidak menentu. Contoh firma adalah Fa.Amir Mahmud yang bergerak dalam bidang perdagangan rempah-rempah.

### **3. Perseroan Komanditer (*Comanditer Vennotschop*)**

Perseran komanditer merupakan persekutuan yang didirikan atas dasar kepercayaan. Perusahaan ini sering disingkat dengan CV dalam perseroan komanditer terdapat beberapa orang yang bersekutu untuk menjalankan usaha. Sekutu dalam perseroan, komanditer terbagi menjadi dua, yaitu pertama sekutu yang secara penuh bertanggung jawab atas sekutu lainnya dan kedua, satu atau lebih yang hanya bertindak sebagai pemberi modal. Tanggung jawab sekutu komanditer hanya terbatas pada sejumlah modal yang ditanamkan dalam perusahaan. Tujuan pendirian perseroan komanditer adalah memberikan peluang bagi perseorangan untuk ikut menanamkan modalnya dengan tanggung jawab terbatas.

Perusahaan perseroan komanditer dijalankan oleh sekutu aktif dan bertanggung jawab atas semua risiko atau kewajiban kepada pihak ketiga. Tanggung jawab ini juga sampai pada penggunaan harta pribadi apabila harta perusahaan tidak cukup untuk menutupi kewajibannya.

Kelebihan perusahaan jenis ini adalah dalam hal tanggung jawab terutama bagi sekutu aktif dan pasif. Kebutuhan akan modal dan pengembangan usaha juga relatif lebih mudah.

### **4. Koperasi**

Koperasi merupakan badan usaha yang beranggotakan beberapa orang. Artinya koperasi merupakan kumpulan orang yang secara

bersama-sama melakukan usaha. Badan hukum koperasi melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi. Koperasi dianggap sebagai gerakan ekonomi rakyat, berdasarkan asas kekeluargaan.

Koperasi didirikan berdasarkan akte pendirian setelah memperoleh pengesahan pemerintah dan diumumkan dalam Berita Negara. Koperasi dibentuk melalui rapat anggota minimal 20 orang yang masing-masing memenuhi tiga syarat berikut:

- a. Mampu melaksanakan tindakan hukum;
- b. Menerima landasan idiil, asas, dan sendi dasar koperasi;
- c. Sanggup dan bersedia melakukan kewajiban dan hak sebagai anggota koperasi;

Berikut ini beberapa jenis koperasi yang dapat kita dirikan yaitu :

- a. Koperasi produksi;
- b. Koperasi konsumsi;
- c. Koperasi jasa;
- d. Koperasi serbaguna usaha;
- e. Koperasi fungsional dan golongan masyarakat tertentu.

Pengelolaan koperasi dilakukan oleh pengurus yang diangkat oleh rapat anggota. Sementara itu, pembagian hasil usaha berdasarkan pada jasa atau partisipasi masing-masing anggota. Prinsip koperasi, adalah anggota koperasi merupakan pemilik sekaligus pengguna jasa koperasi.

Koperasi memiliki dua jenis modal, yaitu modal sendiri dan modal pinjaman. Modal sendiri berasal dari simpanan pokok, simpanan wajib, dan dana cadangan atau hibah. Semtara itu, modal pinjaman berasal dari anggota koperasi, bank dan lembaga keuangan lainnya, atau dari penerbitan obligasi dan surat utang lainnya. Tujuan utama pendirian koperasi adalah membangun dan



mengembangkan potensi ekonomi anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya.

### **5. Yayasan**

Yayasan merupakan badan usaha yang tidak bertujuan mencari keuntungan, tetapi lebih menekankan usahanya pada tujuan sosial. Modal yayasan diperoleh dari sumbangan, wakaf, hibah, atau sumbangan lainnya. Yayasan memiliki dewan pengurus yang mengurus kegiatan yayasan tersebut.

Pendirian yayasan dilakukan untuk bidang pendidikan, kesehatan, panti sosial, atau lembaga swadaya masyarakat. Dewasa ini pendirian yayasan sudah banyak diselewengkan dari cita-cita awal yaitu dari usaha sosial menjadi usaha komersial.

### **6. Perseroan terbatas (PT)**

Perseroan terbatas atau yang lebih dikenal dengan nama PT adalah badan hukum yang memiliki tanggung jawab terbatas. Terbatas artinya terbatas tanggung jawabnya hanya sebatas modal yang disetorkan. Perusahaan jenis ini paling banyak digunakan dan diminati oleh para pengusaha, terutama untuk usaha yang memiliki modal dan kapasitas besar dan jangkauan luas.

Kelebihannya antara lain tanggung jawab masing-masing pihak tergantung dari jumlah modal yang disetor, luasnya bidang usaha yang dimiliki, dan kemudahan untuk memperoleh modal atau ekspansi.

Dalam undang-undang dijelaskan sebagai berikut.

- a. Perseroan terbatas merupakan suatu badan hukum perusahaan untuk melakukan suatu kegiatan.
- b. Pendirian perseroan terbatas dilakukan atas dasar suatu perjanjian antara pihak-pihak yang ikut terlibat didalamnya.
- c. Pendirian perseroan terbatas didasarkan atas kegiatan atau ada usaha tertentu yang akan dijalankan.

- d. Pendirian perseroan terbatas menggunakan modal yang terbagi dalam bentuk saham.
- e. Perseroan terbatas harus mematuhi persyaratan yang telah ditetapkan dalam undang-undang serta peraturan pemerintah lainnya.

Jenis perseroan terbatas di Indonesia dapat dilihat dari dua segi berikut.

- a. Dilihat dari segi kepemilikan, perseroan terbatas terdiri dari tiga jenis.

- 1) Perseroan terbatas biasa

- Perseroan terbatas biasanya PT yang para pendiri, pemegang saham, dan pengurusnya warga negara Indonesia dan badan hukum Indonesia (dalam pengertian tidak ada modal asing).

- 2) Perseroan terbatas terbuka

- Perseroan terbatas terbuka merupakan PT yang didirikan dalam rangka penanaman modal dan dimungkinkan warga negara asing dan atau badan hukum asing menjadi pendiri, pemegang saham, dan/atau pengurusnya.

- 3) Perseroan Terbatas (Persero)

- Perseroan terbatas (Persero) merupakan PT yang dimiliki oleh pemerintah melalui Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Perseroan terbatas jenis ini sebagian besar pengaturannya tunduk pada ketentuan tentang badan usaha milik negara. Kata persero pada perusahaan ini biasa ditulis dibelakang nama perseroan terbatas. Contohnya, PT BANK MANDI (Persero), PT PLN (Persero), PT TELKOM (Persero). Namun, kata persero jarang dicantumkan dibelakang nama perusahaan tersebut kecuali untuk kegiatan resmi.

- b. Dilihat dari segi status perseroan terbatas dibagi dalam dua jenis.

- 1) Perseroan Tertutup

Perseroan tertutup merupakan perseroan terbatas yang modal dan jumlah pemegang sahamnya memenuhi kriteria tertentu dan tidak melakukan penawaran umum.

## 2) Perseroan Terbuka

Perseroan terbuka adalah perseroan yang modal dan jumlah pemegang sahamnya memenuhi kriteria tertentu atau perseroan yang melakukan penawaran umum, sesuai dengan peraturan perundang-undangan dibidang pasar modal. Pemberian nama PT jenis ini biasanya disertai dengan singkatan "Tbk" dibelakan nama PT tersebut. Sebagai contoh PT Timah Tbk. dan PT Telkom Tbk.

Untuk mendirikan perseroan terbatas dipersyaratkan memiliki modal tertentu yang besarnya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Modal perseroan terbatas terdiri dari tiga jenis berikut.

### a. Modal dasar (*authorized capital*)

Modal dasar merupakan modal yang diperlukan pertama kali perusahaan didirikan dan modal tersebut tertera dalam akte notaris. Misalnya PT Sungailiat Tbk. didirikan dengan modal dasar Rp.1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) yang berbentuk saham.

### b. Modal ditempatkan atau dikeluarkan (*issued capital*)

Modal ditempatkan merupakan modal yang telah ditempatkan atau dikeluarkan para pemegang saham. Dengan kata lain modal yang sudah dijual. Besarnya modal ditempatkan minimal 25 persen dari modal dasar. Dari contoh diatas, modal ditempatkan adalah sebesar 25 persen dikalikan modal dasar (Rp.1.000.000.000,00) sama dengan Rp.250.000.000,00 (*dua ratus lima puluh juta rupiah*).

### c. Modal setor (*paid-up capital*)

Modal setor merupakan modal yang harus sudah disetor oleh pemegang saham yang jumlahnya sebesar 50 persen dari modal

ditempatkan. Dari contoh diatas besarnya modal setor adalah sebesar 50 persen dikalikan modal ditempatkan (Rp.250.000.000,00) sama dengan Rp.125.000.000,00 (*seratus dua puluh lima juta rupiah*).

Sama seperti badan usaha lainnya, untuk mendirikan PT juga diperlukan persyaratan tertentu, bahkan persyaratannya lebih banyak dibandingkan dengan jenis badan usaha lainnya. Persyaratan dan tatacara untuk mendirikan perseroan terbatas yang harus dipenuhi adalah:

- a. PT didirikan sekurang-kurangnya oleh dua orang;
- b. Pendirian PT dituangkan dalam akte notaris;
- c. Bahasa yang digunakan adalah bahasa Indonesia;
- d. Mencantumkan perkataan “PT” dalam Akte Notaris;
- e. Disahkan oleh Menteri kehakiman;
- f. Didaftarkan berdasarkan Undang-undang Wajib Daftar Perusahaan;
- g. Diumumkan dalam berita negara;
- h. Memiliki modal usaha sekurang-kurangnya Rp.20.000.000,00 (*dua puluh juta rupiah*);
- i. Modal ditempatkan sekurang-kurangnya 25 persen (dua puluh lima persen) dari modal dasar;
- j. Menyetor modal setor 50 persen (*lima puluh persen*) dari modal ditempatkan pada saat perusahaan didirikan.

Bagi perseroan terbatas yang mengalami atau yang akan membuat perubahan dipersyaratkan untuk:

- a. Mencantumkan nama, maksud, dan tujuan kegiatan perseroan;
- b. Memperpanjang jangka waktu perseroan;
- c. Meningkatkan atau menurunkan modal;
- d. Mengubah status perseroan terbatas dari tertutup menjadi terbuka atau sebaliknya.

#### **D. Jenis-jenis Izin Usaha**

Dalam menjalankan usaha, disamping terdapat badan usaha yang sah juga diperlukan dokumen dan izin yang dibutuhkan tergantung dari jenis usaha yang dijalankan. Artinya setiap jenis badan usaha memerlukan sejumlah dokumen atau izin yang berbeda, misalnya untuk mendirikan pabrik berbeda dengan mendirikan rumah sakit atau hotel. Namun, ada dokumen atau persyaratan yang harus dimiliki semua perusahaan seperti Badan Usaha, Tanda Daftar, Perusahaan, seperti Badan Usaha, Tanda Daftar Perusahaan (TDP), dan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).

Dalam praktiknya dokumen-dokumen yang diperlukan oleh suatu usaha:

1. Tanda Daftar Perusahaan (TDP);
2. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP);
3. Bukti diri

Di samping dokumen izin-izin perusahaan lainnya harus segera diurus sesuai dengan bidang usaha adalah:

Izin-izin dimaksud antara lainnya:

1. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), diperoleh melalui Departemen Perdagangan;
2. Surat Izin Usaha Industri (SIUI), diperoleh melalui Departemen Perindustrian;
3. Izin domisili, di mana perusahaan atau lokasi proyek berada, diperoleh melalui kelurahan setempat;
4. Izin domisili melalui kelurahan setempat dimana perusahaan berdomisili;
5. Izin Mendirikan Bangunan (IMB) diperoleh melalui pemerintah daerah setempat;
6. Izin dari departemen teknis sesuai dengan bidang usaha, seperti:

- Izin usaha tambang diperoleh melalui Departemen Pertambangan;
- Izin usaha farmasi dan rumah sakit diperoleh melalui Departemen Kesehatan;
- Izin usaha pertanian diperoleh melalui Departemen Pertanian;
- Izin usaha peternakan diperoleh melalui Departemen Pertanian;
- Izin usaha pendidikan diperoleh melalui Departemen Pendidikan Nasional;
- Izin tenaga kerja asing jika perusahaan menggunakan tenaga kerja asing diperoleh melalui Departemen Tenaga Kerja.

#### **E. Proses Pendirian Badan usaha**

Pendirian suatu perusahaan dari jenis badan usaha yang dipilih. Ada badan usaha yang memerlukan beberapa dokumen saja, ada pula yang memerlukan dokumen lebih banyak. Persyaratan yang harus dipenuhi oleh setiap badan usaha berbeda. Waktu yang dibutuhkan untuk masing-masing badan usaha pun berbeda-beda.

Berikut ini contoh untuk mendirikan badan usaha berbentuk persekutuan komanditer (CV), Perseroan terbatas (PT), dan yayasan.

##### 1. Mengadakan rapat umum pemegang saham

Para calon pemegang saham bersepakat untuk membicarakan pembentukan usaha dengan segala hak dan kewajibannya dalam rapat umum pemegang saham. Hasil rapat dibuatkan notulennya, mulai dari awal sampai akhir sebagai bukti kesungguhan mereka untuk mendirikan badan usaha.

##### 2. Dibuat akte notaris

Setelah ada kesepakatan untuk mendirikan badan usaha, kesepakatan itu dituangkan dalam akte notaris. Didalam akte pendirian tersebut dicantumkan nama-nama pendiri, komisaris, direksi, bidang usaha, dan tujuan perusahaan didirikan.

3. Didaftarkan di pengadilan negeri

Selanjutnya oleh notaris akte ini didaftarkan di pengadilan negeri untuk mendapatkan pengesahan sebagai badan hukum yang sah. Segala persyaratan harus segera dipenuhi, seperti dokumen dan izin domisili, surat Tanda Daftar Perusahaan (TDP) dan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) berikut bukti diri masing-masing.

4. Diberitakan dalam lembaran negara

Badan usaha yang telah memperoleh legalitas dari Departemen Kehakiman akan diberikan dalam berita negara.

### **F. Faktor-faktor Penyebab Kegagalan Usaha**

Seperti sudah dikemukakan sebelumnya, meskipun sudah dilakukan secara cermat, setiap bisnis atau usaha tidak dijamin seratus persen akan berhasil. Ada banyak hal yang menyebabkan usaha terus mengalami kegagalan. Kegagalan ini dapat terjadi karena kesalahan melakukan perhitungan sampai pada faktor-faktor yang memang tidak dapat dikendalikan oleh manusia pada akhirnya kegagalan ini akan menyebabkan kerugian bagi perusahaan.

Secara umum faktor-faktor yang menyebabkan kegagalan terhadap hasil yang dicapai meskipun telah dilakukan studi dan perhitungan secara benar dan sempurna adalah sebagai berikut.

1. Data dan informasi tidak lengkap.

Pada saat melakukan perencanaan data dan informasi yang disajikan kurang lengkap sehingga hal-hal yang seharusnya menjadi penilaian tidak ada. Oleh karena itu, sebelumnya usaha dijalankan, sebaiknya kumpulkan data dan informasi selengkap mungkin, melalui berbagai sumber yang dapat dipercaya kebenarannya.

2. Salah perhitungan.

Kegagalan dapat pula terjadi karena salah dalam melakukan perhitungan. Misalnya: rumus atau cara menghitung yang

digunakan salah sehingga hasil yang dikeluarkan tidak akurat. Dalam hal ini perlu dipertimbangkan untuk menyediakan tenaga ahli yang andal di bidangnya.

3. Pelaksanaan pekerjaan salah.

Para pelaksana usaha (manajemen) dilapangan sangat memegang peranan penting dalam keberhasilan menjalankan usaha tersebut. Jika para pelaksana di lapangan tidak mengerjakan usaha secara tepat dan benar, atau tidak sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan, kemungkinan usaha tersebut gagal sangat besar.

4. Kondisi lingkungan.

Kegagalan lainnya disebabkan oleh adanya unsur-unsur yang tidak dapat kita kendalikan. Artinya pada saat melakukan penelitian dan pengukuran semuanya sudah selesai dengan tepat dan benar, namun dalam perjalanan terjadi perubahan ekonomi, politik, hukum, sosial, dan perubahan perilaku masyarakat atau karena bencana alam.

5. Unsur sengaja.

Kegagalan yang sangat fatal disebabkan oleh adanya faktor kesengajaan untuk berbuat kesalahan. Artinya, karyawan sengaja membuat kesalahan yang tidak sesuai dengan kondisi yang sebenarnya dengan berbagai sebab.





## **BAB VI**

### **MENYUSUN BISNIS PLAN DALAM KEWIRAUSAHAAN**

---

Wirausaha memang bukan hal yang mudah tetapi bukan juga hal yang sulit. Kebenaran bermula saat kita mengetahui kesalahan. Jangan takut gagal sebelum memulai. Kita tidak akan pernah tau apa yang akan terjadi sebelum kita mencoba, tetapi percobaan itu harus di sertai keyakinan, bakat dan kemampuan, serta pertanggung jawaban atas apa yang kita perbuat. Namun, keyakinan bulat untuk memulai usaha akan lebih jika ada disertai dengan perencanaan usaha (*business-plan*) yang akan dijelaskan dalam modul ini. Dalam modul ini akan diuraikan bagaimana membuat *business plan* sederhana yang dikhususkan bagi wirausaha pemula.

#### **A. Pentingnya *Business Plan***

##### **1 Peluang Usaha Dan Identifikasi Peluang Usaha Baru**

Sebelum menyusun *business plan* (rencana usaha), maka yang harus dilakukan terlebih dahulu adalah menentukan jenis usaha yang akan kita lakukan. Untuk menentukan jenis usaha yang akan kita lakukan maka kita harus melakukan identifikasi peluang usaha. Peluang usaha adalah suatu bidang kebutuhan pembeli dimana seorang wirausahawan dapat mengelola usaha di bidang tersebut secara menguntungkan.

Membaca peluang pasar merupakan hal yang esensial yang wajib hukumnya bagi seorang wirausahawan. Membaca peluang pasar tidak hanya dilakukan untuk bagi seorang wirausahawan yang ingin memulai usahanya, namun sebagai pondasi saat kita bergelut di dunia bisnis. Karena kelihaihan

kita dalam membaca peluang pasar tidak hanya dilakukan untuk memulai suatu usaha, namun keahlian dalam membaca peluang usaha ini juga harus dimiliki kita kita ingin mengembangkan usaha kita, melakukan segmentasi pasar, maupun pada saat melakukan perluasan usaha. Namun seringkali, kemampuan membaca peluang pasar ini seringkali tidak pas sasaran, sehingga apa yang telah menjadi ekspektasi pada saat kita memulai usaha seringkali tidak tercapai. Pertama-tama kita harus teliti dahulu konsep dari melihat peluang usaha. Apa yang kita inginkan dari melihat peluang usaha atau peluang bisnis? Jenis bisnis atau usaha untuk kita tekuni, benar. Apa yang kita cari dari usaha atau bisnis yang kita tekuni?

Berikut ini ada beberapa hal yang bisa dilakukan untuk menangkap peluang usaha:

1. Melihat

Membaca peluang pasar diibaratkan seperti seorang anak yang ingin membaca, namun sebelum ia bisa membaca ia harus bisa melihat hal apa saja yang harus ia baca. Dalam konteks membaca peluang pasar, maksud dari melihat disini adalah kita melihat apa yang menjadi masalah dari fenomena-fenomena yang ada di sekitar kita dan siapa yang mengalami masalah tersebut, yang kemudian kita cari celah agar kita dapat menembus peluang di dalam celah-celah kecil tersebut.

2. Mendengar

Mendengar dalam hal ini maksudnya adalah bagaimana kita mengetahui secara langsung tentang kebenaran masalah yang terjadi di pasar. Mendengar disini juga memiliki tujuan agar kita mengenal lebih dekat dengan

konsumenten, sehingga masalah yang didapatkan lebih tepat sasaran.

### 3. Membaca

Setelah kita melihat dan mendengar mengenai masalah yang terjadi, kemudian semuanya kita baca perlahan tentang apa yang telah kita lihat dan dengar. Penting untuk diingat, kita membaca bukan untuk menghafal, tetapi untuk memahami. Demikian juga yang terjadi pada tahap membaca berikut ini, usaha kita tidak akan pernah sukses apabila kita terpatok pada teori. Sebaliknya apabila kita memahami apa yang telah kita lihat dan dengar, hasilnya akan lebih baik daripada kita menghafal. Selain itu juga dalam tahap membaca ini, perlu diingat bahwa jangan ada satupun poin yang terlewatkan untuk dibaca, dipahami, dan dianalisis. Karena seberapa kecilpun poin yang telah dihasilkan, akan memiliki peranan yang cukup dapat diperhitungkan dalam kesimpulan akhir yang dibuat.

### 4. Menulis

Menulis adalah tahap terakhir dari keempat hal yang dilakukan oleh seorang anak kecil kita ia akan mempelajari hal baru. Setelah kita melihat, mendengar, dan membaca, kita perlu untuk menuangkan semua analisis yang telah diambil dalam tahap membaca. Semua point harus tertuang baik-baik di dalam sebuah tulisan yang kemudian akan menjadi tolak-ukur atau pegangan yang akan menuntun kita saat kita benar-benar terjun dalam mengaplikasikan semua itu.

Beberapa sumber untuk menemukan peluang usaha/ide bisnis antara lain adalah:

- a. Hobi/minat
- b. Keterampilan dan pengalaman
- c. Waralaba
- d. Media massa (koran, majalah, TV, internet)
- e. Pameran
- f. Survei
- g. Keluhan-keluhan
- h. Curah pendapat
- i. Kreativitas

## **B. Pengertian *Business Plan***

Wirausaha harus dimulai dengan sebuah rencana, rencana tersebut akan disertai dengan sebuah ide, inovasi, kreativitas sang wirausahawan. Jika kita mau melakukan atau mewujudkan ide itu dalam sebuah tindakan atau pekerjaan, dan hasil dari pekerjaan kita tersebut ada 2 kemungkinan:

1. Pekerjaan kita **berhasil**, sehingga kita mendapatkan uang.
2. Pekerjaan kita **gagal**, sehingga kita harus memikirkan kembali rencana kita.

Tampaknya wirausaha baru cenderung melaksanakan kegiatan *trial and error* atau coba-coba. Seandainya usaha yang dilakukan gagal mereka akan beralih ke usaha yang lain, dan jika sudah gagal beberapa kali maka mereka akan berhenti melakukan usaha/menyerah tanpa melakukan evaluasi tentang apa yang menyebabkan terjadinya kegagalan. Model seperti ini banyak dijumpai pada masyarakat kita. Menurut oleh David H. Bangs, Jr (1995), bahwa seorang pengusaha yang tidak bisa membuat perencanaan sebenarnya merencanakan kegagalan. Ungkapan ini benar, dari hasil pengamatan para pemilik perusahaan kecil yang menyisihkan waktu untuk mengkaji semua strateginya, menggunakan informasi untuk menguji kebenaran pendapatnya, dan cukup pandai mengenali kekurangan-kekurangan dirinya adalah pengusaha yang tidak mengalami kegagalan.

Suatu rencana kerja yang dibuat secara tertulis dan resmi guna menjalankan perusahaan merupakan perangkat yang tepat untuk memegang kendali perusahaan dan menjaga agar fokus usaha perusahaan tidak menyimpang. Pandangan ini sudah berlaku di negara maju. Para wirausaha baru di negara kita kebanyakan menyimpan rencana perusahaan di dalam pikirannya. Ini bukan berarti kita membenarkan model perencanaan di dalam pikiran saja. Akan tetapi seorang pengusaha minimal harus memiliki catatan-catatan tertentu secara tertulis yang akan diikuti dalam pelaksanaannya.

Rencana bisnis adalah dokumen yang harus dipersiapkan sebelum melaksanakan kegiatan bisnis. Walaupun bisnis mungkin beragam dalam aspek produk atau jasa yang diberikan, namun setiap rencana bisnis punya beberapa elemen. Elemen pokok tersebut antara lain deskripsi bisnis, produk/barang dan jasa, analisis pasar dan rencana pemasaran, rencana produksi dan analisis keuangan. Jadi bisa disimpulkan *business plan* adalah dokumen tertulis yang disiapkan oleh wirausaha yang menggambarkan semua unsur- unsur yang relevan baik internal maupun eksternal mengenai suatu usaha. *Business plan* umumnya dalam bentuk perencanaan terpadu yang menyangkut pemasaran, permodalan, produksi dan sumber daya manusia.

### **C. Peranan Business Plan**

Sebelum menyusun perencanaan usaha kita perlu memahami tentang pentingnya menyusun perencanaan usaha. Dasar dari sebuah usaha yang akan dijalankan adalah adanya *business plan* atau perencanaan dalam membangun sebuah usaha.

Pada umumnya banyak orang pada saat awal membuka usaha baru banyak mengalami kegagalan. Kegagalan ini antara lain disebabkan karena pada saat membuka usaha tidak menyusun

perencanaan terlebih dahulu, sehingga apa yang dilakukan tidak didasarkan pada perhitungan awal. Membuka usaha baru tidak mungkin tanpa ada rencana sebelumnya. Rencana perlu disusun betapapun sederhananya secara tertulis. Perencanaan tertulis akan menuangkan pikiran seseorang yang akan membuka usaha, seperti tentang usaha apa yang akan dipilih, tempatnya dimana, siapa konsumennya, berapa kebutuhan modalnya, dan berapa perkiraan tentang keuntungan yang akan diperoleh.

Rencana usaha merupakan sesuatu yang penting bagi seorang pengusaha dimana David H. Bangs, Jr. (1995) menyatakan bahwa seorang pengusaha yang tidak bisa membuat perencanaan sebenarnya merencanakan kegagalan. Rencana usaha harus dibuat tertulis sehingga dapat dijadikan sebagai rujukan dan pedoman untuk menjaga agar kegiatan bisnis terarah dan focus pada pencapaian tujuan. Dengan membuat suatu penilaian terlebih dahulu sebelum melakukan investasi yang kemudian dituangkan dalam suatu laporan secara tertulis. Manfaat yang bisa diperoleh dari perencanaan bisnis adalah, bisa digunakan sebagai pedoman atau alat untuk mengetahui apakah kegiatan bisnis yang akan dijalankan itu memungkinkan dan memiliki kelayakan untuk dijalankan dan berapa waktu yang dibutuhkan untuk mewujudkannya serta dapat dijadikan sebagai alat pengawasan.

Secara umum penyusunan rencana bisnis memiliki dua tujuan yaitu:

1. Memberikan pedoman dalam menjalankan usaha.
2. Digunakan untuk meyakinkan pihak-pihak yang akan memberikan dukungan pendanaan.

#### **D. Langkah-Langkah Menyusun *Business Plan***

##### **Analisis Kekayaan Usaha**

Sebelum menyusun *business plan* untuk usaha baru sebaiknya dilakukan analisis kelayakan usaha untuk menilai apakah memang usaha yang ingin kita geluti layak untuk dilakukan atau tidak. Langkah-langkah untuk melakukan analisis kelayakan usaha baru ini adalah sebagai berikut:

### **1. Analisis Kelayakan Teknis**

Sebelum peluang usaha baru diimplementasikan, dilihat dari aspek teknis perlu dilakukan analisis. Dalam melaksanakan analisis kelayakan teknis ada 2 langkah yang harus dilakukan yaitu:

#### a. Identifikasi Analisis Teknis

Sebuah peluang usaha baru harus memiliki persyaratan teknis yang antara lain: daya tarik penampilan produk, produk mudah di modifikasi sesuai dengan perubahan teknologi, permintaan konsumen dan perkembangan pesaing, daya tahan dari bahan baku produk, mudah diproduksi, dan biaya rendah.

#### b. Uji Coba Produk atau Jasa

Setelah produk dianalisis secara teknis perlu dilakukan uji coba produk dalam rangka untuk memperoleh jaminan bahwa produk atau jasa tersebut dapat memenuhi permintaan konsumen.

### **2. Analisis Peluang Pasar**

Para wirausahawan yang akan membuka usaha baru selalu membutuhkan informasi tentang pasar, karena tujuan dari pemasaran adalah untuk memenuhi permintaan pelanggan. Oleh karena itu perlu adanya riset pasar untuk menemukan pasar yang menguntungkan, memilih produk yang dapat dijual, menerapkan teknik pemasaran yang lebih baik dan merencanakan sasaran yang realistis.



Tujuan riset pasar adalah mengumpulkan informasi untuk pengambilan keputusan tentang usahayang akan dibuka. Pada tahap ini ada beberapa langkah yang harus dilakukan, yaitu:

a. Analisa Potensi Pasar

Penentuan potensi pasar dari peluang usaha yang baru direncanakan hendaknya dimulai dengan pengumpulan data-data yang relevan mengenai potensi pembeli, motivasi pembeliannya, kebiasaan pembeli, dan dampak perubahan dari karakteristik produk pada potensi pasar.

b. Identifikasi Pasar Potensial

Potensi pasar adalah ungkapan mengenai peluang penjualan maksimum untuk produk atau jasa tertentu selama periode waktu yang ditentukan, misalnya satu tahun. Langkah untuk mengidentifikasi dan mengestimasi potensi pasar adalah:

1) Identifikasi pemakai akhir dari produk/jasa, langkah yang dilakukan pada tahap ini adalah identifikasi pelanggan potensial.

2) Identifikasi segmen pasar pokok.

Setelah pelanggan potensial dapat ditetapkan, langkah kedua adalah mengklasifikasikan pelanggan-pelanggan yang dalam kategori homogen atau masing-masing mempunyai karakteristik yang sama. Karakteristik tersebut meliputi lokasi pelanggan, karakteristik demografi, saluran distribusi dimana mereka bisa dicapai dengan baik dan media periklanan yang paling responsif. Kategori pelanggan potensial sangat penting karena memungkinkan usaha baru untuk memilih segmen pasar dengan cara menyesuaikan kemampuan dari usaha tersebut terhadap apa yang diperlukan untuk menarik dan mendapatkan loyalitas dari pelanggan atau konsumen.

3) Menentukan volume pembelian potensial dalam tiap-tiap

segmen pasar dan volume total dari semua segmen. Langkah ketiga ini terkait dengan perkiraan konsumen potensial dari produk atau jasa baru oleh tiap-tiap segmen pasar pada periode sekarang dan yang akan datang. Salah satu cara untuk mendapatkan informasi ini adalah dengan memilih perwakilan untuk menguji pasar.

#### 4) Sumber Informasi Pasar

Informasi yang dimaksud adalah informasi untuk mengevaluasi peluang pasar masa sekarang dan yang akan datang dari usaha baru. Dua pendekatan untuk memperoleh data tentang informasi tersebut adalah mengadakan penelitian secara spesifik yang dirancang untuk mengumpulkan informasi yang dinamakan dengan data primer, dan menemukan data-data relevan yang berasal dari lembaga seperti biro pusat statistik, kantor dinas, maupun biro penelitian yang disebut dengan data sekunder.

Data sekunder yang dibutuhkan oleh rencana usaha dapat dicari dengan melalui :

- Perpustakaan (Nasional, daerah, sekolah, universitas, dll).
- Biro Pusat Statistik (BPS).
- Instansi terkait Asosiasi-asosiasi (Kadin, Apindo, dll).
- Media Cetak (Koran, majalah, jurnal, dll).
- Media elektronik (TV dan Internet).
- Data historis usaha anda sendiri.

Sedangkan data sekunder bisa dicari dengan cara :

- Hasil observasi langsung.
- Hasil wawancara dengan pelanggan dan pengusaha sekitar anda.
- Diskusi dengan orang yang memiliki keahlian dibidang yang anda butuhkan.

- Diskusi dengan pesaing.  
Selain itu, data yang dikumpulkan sebaiknya:
- Data Terbaru.
- Data diperoleh selama 2-3 tahun kebelakang sampai saat ini.
- Sesuaikan data anda dalam unit yang dibutuhkan.
- Data sebanyak dan selengkap mungkin (agar lebih dapat dipercaya).

Setelah data terkumpul maka kemudian bandingkan data yang satu dengan data yang lain agar lebih akurat dan kemudian diambil kesimpulan atas hal-hal yang anda temukan.

#### 5) Uji Coba Pasar

Uji coba pasar cenderung menjadi teknik riset pamungkas untuk mengurangi resiko yang ada pada usaha baru dan menilai keberhasilannya. Metode yang digunakan dalam uji coba pasar adalah pameran perdagangan, menjual pada sejumlah konsumen terbatas, dan menggunakan uji coba pasar dimana penerimaan calon pembeli bisa diamati dan dianalisis lebih dekat. Uji coba pasar juga memberikan kemungkinan peluang dalam pemasaran, distribusi dan pelayanan.

#### 6) Studi Kelayakan Pasar

Walaupun studi kelayakan pasar bagi usaha baru cenderung memakan waktu yang banyak dan merupakan tugas yang rumit, tetapi bagi wirausaha baru perlu untuk melakukannya, dari pada terjun kedalam usaha baru tanpa persiapan terlebih dahulu.

### **3. Analisis Kelayakan Finansial**

Analisis kelayakan finansial adalah landasan untuk menentukan sumber daya finansial yang diperlukan untuk tingkat kegiatan tertentu dan laba yang bisa diharapkan. Selain itu, analisis finansial

juga dibutuhkan untuk memperkirakan kapan dana yang diinvestasikan pada usaha baru bisa kembali.

Ada tiga langkah dasar untuk pemilihan alternatif dalam analisis kelayakan finansial, yaitu :

- a. Penentuan kebutuhan finansial total dengan dana yang diperlukan untuk operasional. Kebutuhan finansial hendaknya diproyeksikan tiap bulan atau bahkan mingguan sekurang-kurangnya untuk operasi tahun pertama dari usaha baru. Selanjutnya akan lebih baik jika dilakukan proyeksi kebutuhan keuangan untuk tiga sampai lima tahun.
- b. Penentuan sumber daya finansial dengan memperhitungkan beban biaya untuk mendapatkan dana tersebut (biaya modal). Dalam menentukan sumber daya finansial potensial yang tersedia harus dibedakan sumber finansial jangka pendek, menengah, dan jangka panjang.

Untuk menentukan jangka waktu pengembalian dana, bisa digunakan Break Even Point (BEP). Rumus/Cara Menghitung BEP:

- a.  $BEP = (\text{Biaya Tetap}) / (\text{Harga per unit} - \text{Biaya Variable per Unit})$ .
- b.  $BEP = (\text{Biaya Tetap}) / (\text{Kontribusi Margin per unit} / \text{Harga per Unit})$ .

Keterangan :

- a.  $BEP \text{ Unit} / \text{Rupiah} = BEP \text{ dalam unit (Q) dan BEP dalam Rupiah (P)}$ .
- b. Biaya Tetap = biaya yang jumlahnya tetap walaupun usaha anda tidak sedang memproduksi.
- c. Biaya Variable = biaya yang jumlahnya meningkat sejalan peningkatan jumlah produksi seperti bahan baku, bahan baku pembantu, listrik, bahan bakar, dan lain-lain.

- d. Harga per unit = harga jual barang atau jasa perunit yang dihasilkan.
- e. Biaya Variable per unit = total biaya variable perunit (TVC/Q).
- f. Margin Kontribusi per unit = harga jual per unit - biaya variable per unit (selisih)

**Contoh Cara Menghitung BEP:**

Data-data biaya dan rencana produksi suatu usaha seperti berikut ini:

- a. Biaya Tetap sebulan adalah sebesar Rp.150.000.000,- yaitu terdiri dari :

Biaya Gaji Pegawai	= Rp.75.000,000
Biaya Gaji Pemilik	= Rp.10.000.000
Biaya Penyusutan Mobil Kijang	= Rp. 1.500,000
Biaya Asuransi Kesehatan	= Rp.15.000,000
Biaya Sewa Gedung Kantor	= Rp.18.500,000
Biaya Sewa Pabrik	= Rp.30.000,000

- b. Biaya Variable per Unit Rp. 75.000,- yaitu terdiri dari :

Biaya Bahan Baku	= Rp.35,000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	= Rp.15,000
Biaya Listrik dan Air	= Rp.10,000
Biaya Lain	= Rp.15,000

- c. Harga Jual per Unit Rp.100,000.

$$\begin{aligned} \text{Cara Menghitung BEP dalam Rupiahnya} &= \text{Biaya Tetap} / \\ &(\text{Kontribusi Margin per unit} : \text{Harga per unit}) \\ &= \text{Rp.150 juta} / ((\text{Rp.100.000} - \text{Rp.75.000}) : \text{Rp. 100,000}) \\ &= \text{Rp.150juta} / 0.25 \\ &= \text{Rp.600,000,000} \end{aligned}$$

$$\text{Cara Menghitung BEP dalam Unit} = \text{Biaya Tetap} / (\text{harga per unit} - \text{biaya variable per unit})$$

$$\begin{aligned} &= \text{Rp.150juta} / (\text{Rp.100,000} - \text{Rp.75,000}) \\ &= \text{Rp.150juta} / \text{Rp.25,000} \\ &= 6,000 \text{ unit} \end{aligned}$$

Jadi, BEP tercapai ketika penjualan mencapai 6.000 unit atau penjualan mencapai nilai 600 juta. Itulah tadi cara menghitung BEP Usaha secara sederhana. Titik BEP ini bisa bergeser karena terjadi beberapa hal sebagai berikut:

- a. Perubahan harga jual per unit.
- b. Perubahan biaya variabel.
- c. Perubahan biaya tetap.
- d. Perubahan komposisi sales mix.

Selain BEP, dalam mengelola suatu usaha tentunya kita harus cermat dan jeli dalam melihat peluang usaha mana yang lebih menjanjikan dan menguntungkan atas uang yang akan kita tanamkan. Juga kita harus bisa menghitung apakah suatu usaha yang kita jalankan tersebut akan memberikan keuntungan seperti yang kita harapkan. Untuk itu perlu bagi kita untuk mengetahui tingkat keuntungan atas investasi yang telah kita lakukan dalam suatu usaha. Hal ini berlaku bagi investor sebelum melakukan investasi atas dana yang mereka miliki, perlu untuk mempertimbangkan tingkat ROI yang ditawarkan oleh rekan bisnis kita.

Apa itu ROI? **ROI** (singkatan bahasa Inggris : *return on investment*) atau **ROR** (singkatan bahasa Inggris: *rate of return*) – dalam bahasa Indonesia disebut **laba atas investasi** – adalah rasio uang yang diperoleh atau hilang pada suatu investasi, relatif terhadap jumlah uang yang diinvestasikan. Jumlah uang yang diperoleh atau hilang tersebut dapat disebut bunga atau laba/rugi. Investasi uang dapat dirujuk sebagai aset, modal, pokok, basis biaya investasi. ROI biasanya dinyatakan dalam bentuk persentase dan

bukan dalam nilai desimal. ROI tidak memberikan indikasi berapa lamanya suatu investasi. Namun demikian, ROI sering dinyatakan dalam satuan tahunan atau disetahunkan dan sering juga dinyatakan untuk suatu tahun kalendar atau fiskal (wikipedia). ROI juga dikenal sebagai tingkat laba (*rate of profit*) atau hasil suatu investasi pada saat ini, masa lampau atau prediksi di masa mendatang. Atau bahasa sederhananya ROI merupakan pengembalian keuntungan atas investasi.

Cara Menghitung ROI:

a. ROI bisa juga diartikan sebagai rasio laba bersih terhadap biaya.

Rumus menghitung ROI adalah sebagai berikut:

$$\text{ROI} = ((\text{Total Penjualan} - \text{Investasi}) : \text{Investasi}) \times 100\%.$$

b. Misalnya, jika investasi sebesar Rp 10.000.000 menghasilkan penjualan sebesar Rp 15.000.000, berarti diperoleh laba sebesar Rp 5.000.000

c. Maka secara sederhana perhitungan ROI dalam presentase adalah =  $((\text{Rp } 15.000.000 - \text{Rp } 10.000.000) : \text{Rp } 10.000.000) \times 100\%$  adalah sebesar 50%. Maka dapat disimpulkan tingkat ROI nya adalah sebesar 50%

d. Seringkali kita hanya fokus pada margin keuntungan atas produk/jasa, akan tetapi kita seharusnya juga menghitung ROI secara akurat untuk mendapatkan kepastian dan keyakinan bahwa usaha yang dijalankan mampu terus berkembang. Dalam menjalankan bisnis, wirausahawan harus memperhatikan jumlah dana yang harus diinvestasikan dalam mencapai target penjualan, jumlah margin keuntungan yang diperoleh dan bagian dari margin keuntungan tersebut yang akan digunakan untuk mengembangkan bisnis. Apabila investasi yang dilakukan hanya menghasilkan margin keuntungan yang sedikit, maka usaha akan mengalami kesulitan untuk berkembang di masa yang akan

datang dan bahkan dalam jangka panjang akan mengalami kegagalan. Sebagai contoh adalah investasi A sebesar Rp 1000 menghasilkan untung Rp 100 (ROI = 10%) dibandingkan dengan investasi B Rp 100 menghasilkan untung Rp 50 (ROI = 50%). Investasi B memberikan jumlah/nominal lebih kecil namun rasio ROI nya jauh lebih besar daripada investasi A. Dalam hal ini investasi B lebih baik dibandingkan investasi A. Suatu usaha lebih baik mempunyai ROI di atas tingkat bunga deposito. Karena usaha selalu mengandung resiko sehingga kita harus memperoleh keuntungan lebih besar dibandingkan kita tanamkan dalam bentuk deposito yang dianggap sebagai investasi bebas resiko.

#### **4. Penilaian Kemampuan Organisasional**

Setiap bisnis usaha membutuhkan orang-orang dengan berbagai jenis keterampilan dan bakat untuk bekerja sama mencapai tujuan organisasional. Hal yang perlu diperhatikan adalah jenis keterampilan, jenis organisasi dan keterampilan yang dibutuhkan dalam penerapan usaha baru yang efektif serta keterampilan dan bakat yang dibutuhkan jika usaha baru tersebut mulai berhasil dan tumbuh. Langkah awal dalam penentuan kebutuhan personalia adalah analisis kebutuhan tenaga kerja dan berbagai aktivitas yang perlu dilakukan. Kemudian dilakukan pengelompokan aktivitas tersebut ke dalam seperangkat tugas yang bisa ditangani individu secara efektif.

#### **5. Analisis Persaingan**

Semua bisnis/usaha akan menghadapi persaingan baik persaingan langsung yaitu dari produk atau jasa yang identik dengan produk perusahaan itu pada pasar yang sama dan tekanan tidak langsung dari barang pengganti. Suatu pendekatan untuk menganalisis tekanan persaingan dipusatkan pada tiga hal yaitu:

- a. Identifikasi pesaing besar potensial.



- b. Identifikasi berbagai strategi dan taktik yang digunakan pesaing.
- c. Identifikasi keuntungan persaingan tertentu dari usaha yang dilaksanakan.

Setelah melakukan analisis kelayakan, maka kesimpulan secara garis besar hasil analisa kelayakan sebaiknya dimasukkan dalam *business plan* untuk lebih meyakinkan pihak lain yang akan kita ajak untuk bekerjasama atau pihak pemberi dana.

### **E. Analisis SWOT**

Untuk membantu menilai kelayakan usaha dari sisi pemasaran dan persaingan maka salah satu analisis yang bisa kita lakukan adalah analisis SWOT. Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu usaha/bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, dan threats*).

Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut. Analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah berbagai hal yang mempengaruhi keempat faktornya, kemudian menerapkannya dalam gambar matrik SWOT. Dimana aplikasinya adalah bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu mengambil keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada, bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mencegah keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada, selanjutnya bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu menghadapi ancaman (*threats*) yang ada, dan terakhir adalah bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mampu

membuat ancaman (*threats*) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru. Dengan memahami kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bisnis yang akan kita geluti tentunya akan membantu kita mengelola bisnis secara berkelanjutan.

Berikut akan dijelaskan masing-masing aspek dari Analisis SWOT:

1. Strength (Kekuatan)

Dengan mengetahui kekuatan, kita seharusnya mampu meningkatkan lebih baik lagi kekuatan usaha yang kita miliki. Mungkin saja dengan membuat ciri khas dari usaha kita, akan membuat usaha kita dapat dibedakan dengan usaha sejenis yang sudah mulai tumbuh.

2. Weakness (Kelemahan)

Faktor ini sebaiknya dianalisis dengan baik dan perlu dipikirkan bagaimana caranya untuk dikurangi atau syukur-syukur bisa diatasi lebih tuntas sehingga posisi usaha kita aman dari pesaing.

3. Opportunities (Peluang)

Tentu banyak peluang-peluang atau kesempatan yang bisa kita kembangkan dalam usaha yang kita lakukan, baik mengembangkan lebih banyak produk ataupun mengekspansi ke pasar yang lebih luas. Juga mungkin adanya peluang dengan hadirnya teknologi-teknologi yang lebih membuat usaha kita makin maju dari sebelumnya.

4. Threats (Ancaman)

Faktor ini juga perlu kita perhatikan dalam pengembangan usaha kita. Jika kita lalai dengan faktor ancaman, salah- salah malah bisa membuat usaha kita gulung tikar. Seperti adanya inflasi ekonomi, kebijakan ekonomi pemerintah yang berkaitan dengan ekonomi seperti pajak, tarif bea masuk, juga mungkin dengan adanya perubahan selera konsumen yang sudah sangat jauh berbeda dengan tahun- tahun sebelumnya.

## **F. Kerangka Business Plan**

Secara sederhana perencanaan usaha dapat disusun dengan sistematika sebagai berikut:

1. Ringkasan: berisi tentang gambaran umum usaha.
2. Deskripsi produk: berisi gambaran produk yang dihasilkan (keunikan, teknologi, daya saing).
3. Analisis Pasar: menjelaskan tentang segmen pasar, target pasar dan peluang pasar yang bisa diraih.
4. Perencanaan Produksi: berisi rencana produksi setiap periode yang dikaitkan dengan perkiraan penjualan yang ingin dicapai.
5. Perencanaan Keuangan: berisi perkiraan pendapatan, rencana sumber dana dan analisis BEP.
6. Organisasi: berisi tentang struktur organisasi dan deskripsi tugas pelaksana usaha.

## **G. Beberapa Muatan Business Plan**

### **1. Menyusun Ringkasan**

Sebagian besar investor dan kreditor akan dibanjiri dengan proposal yang berpotensi dan berpeluang, sehingga harus dibuat ringkasan 1 sampai dengan 2 halaman yang bisa menarik investor dan kreditor untuk membaca *business plan* kita sampai dengan selesai dan bersedia mendanai *business* kita. Supaya menarik, rencana bisnis harus dapat menunjukkan keunikan usaha dan peluang pasar.

### **2. Menguraikan Deskripsi Produk**

Dalam deskripsi produk harus dijelaskan produk/jasa yang akan kita hasilkan. Jika usaha kita menghasilkan produk maka harus dijelaskan cara membuat produk tersebut dan teknologi apa yang dibutuhkan. Jika dalam bidang jasa harus dijelaskan proses pelayanan yang kita tawarkan dan teknologi yang kita butuhkan untuk mendukung proses pelayanan tersebut. Dalam deskripsi

produk ini, yang paling penting adalah menguraikan keunikan produk/jasa, keunggulan dan daya saing dengan produk/jasa yang lain.

**3. Membuat Analisis Pasar**

Analisis pasar diperlukan untuk melihat seberapa besar peluang pasar yang bisa diambil. Untuk itu kita menentukan siapa segmen pasar kita, menghitung berapa besar peluang pasar yang bisa diambil dari segmen tersebut, menetapkan rencana penjualan, serta menentukan strategi pemasaran dan saluran distribusi.

**4. Menyusun Perencanaan Produksi**

Setelah mengetahui rencana penjualan sesuai dengan potensi pasar, maka selanjutnya harus disusun rencana produksi setiap periode. Periode produksi bisa dilakukan setiap hari, mingguan atau bulanan disesuaikan dengan kapasitas produksi dan jenis produk. Misalnya untuk produk yang tidak tahan lama dan kapasitas mesin terbatas, maka harus dilakukan produksi setiap hari.

**5. Menyusun Perencanaan Keuangan**

Semua bentuk bisnis membutuhkan perkiraan pembiayaan. Prakiraan ini akan menunjukkan tidak hanya berapa dana yang dibutuhkan namun juga potensi mendapatkan laba dan kemampuan mengembalikan modal usaha. Langkah awal untuk menyusun perencanaan keuangan adalah menentukan kebutuhan dana baik dana investasi aktiva tetap maupun dana operasional sehari-hari (modal kerja) dan perkiraan pendapatan yang bisa diperoleh.

**6. Menyusun Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas**

Di bagian ini harus anda jelaskan bagaimana struktur organisasi pelaksana usaha. Secara sederhana, untuk menyusun struktur organisasi dapat dilakukan dengan mengetahui kebutuhan

personil sesuai dengan masing- masing keahlian. Kemudian kita membuat deskripsi tugas masing-masing personil.

## **BAB VII STRATEGI PEMASARAN**

---

### **A. Pengertian Strategi Pemasaran**

Tugas selanjutnya setelah menentukan segmentasi pasar yang akan dimasuki, pasar sasaran yang ditetapkan, serta posisi pasar produk adalah menentukan strategi pemasaran yang akan dijalankan. Strategi ini sangat penting mengingat sebaik apapun segmentasi, pasar sasaran, dan posisi pasar yang dilakukan tidak akan berjalan jika tidak diikuti dengan strategi yang tepat. Justru strategi pemasaran merupakan ujung tombak untuk meraih konsumen sebanyak-banyaknya. Disamping itu tujuan strategi pemasaran juga digunakan untuk menjatuhkan melawan, atau menghadapi serangan pesain yang ada dan yang akan masuk.

Strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh satu perusahaan untuk mrncapai tujuan. Kadang-kadang langkah yang harus dihadapi terjal dan berliku-liku, dan adapula yang relatif mudah. Disamping itu, banyak rintangan dan cobaan yang dihadapi untuk mencapai tujuan, oleh karena itu, setiap langkah harus dijalankan secara hati-hati dan terarah.

Untuk mencapai tujuan dalam sebuah perusahaan juga diperlukan langkah-langkah tertentu, misalnya perusahaan yang ingin menjual barang atau jasanya kepada pelanggan memerlukan langkah yang tepat. Diluar perusahaan tersebut sudah banyak pesaing yang menunggu mulai dari pesaing kecil sampai kelas kakap. Disamping itu, setiap waktu selalu bermunculan pesaing baru apalagi jika jenis produk yang ditawarkan memberikan keuntungan yang menggiurkan. Pesaing-pesaing inilah yang disebut sebagai rintangan atau hambatan untuk menjual produk ke pelanggan.

Ukuran keberhasilan perusahaan dalam menerapkan strategi pemasarannya adalah mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Semakin banyak pelanggan yang menerima produk atau jasa yang ditawarkan, maka mereka semakin puas dan ini berarti strategi yang dijalankan sudah cukup berhasil. Ukuran mampu meraih pelanggan sebanyak mungkin hanya merupakan salah satu ukuran bahwa strategi yang dijalankan sudah baik. Masih ada lagi ukuran lainnya, misalnya tingkat laba yang diperoleh, dan ukuran lainnya.

Seperti dikatakan diatas bahwa dalam strategi untuk meraih pelanggan sebanyak mungkin tidak terlepas dari para pesaing. Dalam hal pemasaran, pesaing selalu mengancam kita. Perusahaan tidak boleh lengah sedikitpun. Oleh karena itu, strategi untuk menghentikan, atau bahkan menghancurkan, pesaing dari sisi pasar harus segera dilakukan.

Disamping pesaing yang ada, ancaman dari pesaing baru dengan strategi yang baru juga perlu diantisipasi. Setiap waktu selalu datang pesaing baru, dalam menyusun langkah-langkah awal untuk menyerang pesaing, perlu dipertimbangkan bahkan beberapa hal terutama dalam hal kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Kekuatan dan kelemahan perusahaan dilihat dari keuangan, sumber daya manusia, jaringan dan sebagainya. Hal sama juga perlu dipikirkan, jika ada serangan balik dari pesaing (dibahas dalam bab selanjutnya).

Disamping mengukur kekuatan dan kelemahan pesaing, harus dipertimbangkan pula ancaman dan peluang yang ada. Ancaman pesaing terus menerus menuntut kita untuk selalun waspada, kemudian kitu juga harus mampu merebut peluang-peluang yang ada serta menciptakan peluang baru sebelum dimasuki para pesaing,

Ulasan dalam buku ini lebih ditekannkan pada Strategi Bauran Pemasaran atau lebih dikenal dengan nama *marketing mix strategy*.

Pelaksanaan strategi ini dibagi dalam:

1. Strategi produk;
2. Strategi harga;
3. Strategi lokasi dan distribusi;
4. Strategi promosi;

Masing-masing strategi berkaitan erat dengan satu sama lain. Setiap salah satu strategi yang akan ditetapkan harus mempertimbangkan strategi lainnya. Akan sangat berbahaya jika pelaksanaan strategi tidak dilakukan dengan matang dan tidak salin berkaitan satu sama lain.

## **B. Strategi Produk**

Dalam strategi *marketing mix*, langkah yang pertama dilakukan adalah strategi produk. Hal ini penting karena yang akan dijual produk dan konsumen akan mengenal perusahaan melalui produk yang ditawarkan. Dalam strategi produk yang perlu diingat adalah berkaitan dengan produk secara utuh, mulai dari mana produk, bentuk, isi, atau pembungkus.

Karena strategi produk berkaitan dengan produk secara keseluruhan, sebelum kita membicarakan lebih jauh, kita harus mengenal apa itu produk. Dalam artian sederhana produk dikatakan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sementara itu, pengertian produk menurut Philip Kotler (1996) adalah:

“sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan, atau konsumsi, sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.”

Dari pengertian ini dapat dijabarkan bahwa produk merupakan sesuatu, baik berupa barang maupun jasa, yang ditawarkan ke



konsumen agar diperhatikan, dan dibeli oleh konsumen. Tujuan menawarkan produk ke pasar adalah untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Sesuai dengan definisi diatas, produk dapat dikelompokkan menjadi dua jenis, berikut:

1. Produk yang berupa benda fisik atau benda berwujud, seperti: buku, meja, kursi, rumah, mobil dan lain-lain.
2. Produk yang tidak berwujud, biasanya disebut jasa. Jasa dapat disediakan dalam berbagai wahana, seperti: pribadi, tempa, kegiatan, organisasi, dan ide-ide.
3. Strategi produk yang perlu dan harus dilakukan oleh suatu perusahaan dalam mengembangkan produknya adalah sebagai berikut.

1. Menentukan logo dan motto.

Logo merupakan ciri khas suatu perusahaan produk, sedangkan motto merupakan serangkaian kata yang berisikan misi dan visi perusahaan dalam melayani masyarakat, baik logo maupun motto harus dirancang dengan baik dan benar. Dalam menentukan logo dan motto perlu beberapa pertimbangan, yaitu:

- a. Harus memiliki arti (dalam arti positif);
- b. Harus menarik perhatian;
- c. Harus mudah diingat;

2. Menciptakan merek.

Merek merupakan suatu tanda bagi konsumen untuk mengenal barang atau jasa yang ditawarkan. Pengertian merek sering diartikan sebagai nama, istilah, simbol, desain, atau kombinasi dari semuanya. Agar mereka mudah dikenal masyarakat, penciptaan merek harus mempertimbangkan faktor-faktor berikut:

- a. Mudah diingat;
  - b. Terkesan hebat dan modern;
  - c. Memiliki arti (dalam arti positif);
  - d. Menarik perhatian;
3. Menciptakan kemasan.

Kemasan merupakan pembungkus suatu produk. Penciptaan kemasanpun harus memenuhi berbagai persyaratan, seperti:

- Kualitas kemasan (tidak mudah rusak);
- Bentuk atau ukuran termasuk desain menarik;
- Warna menarik;
- Dan sebagainya.

4. Keputusan label.

Label merupakan sesuatu yang dilekatkan pada produk yang ditawarkan merupakan bagian dari kemasan. Didalam label harus dijelaskan:

- Siapa yang membuat;
- Dimana dibuat;
- Kapan dibuat;
- Cara mengenakannya;
- Waktu kadaluarsa;
- Dan informasi lainnya.

### **C. Strategi Harga**

Setelah produk berhasil diciptakan dengan segala atributnya, langkah selanjutnya adalah menentukan harga produk. Pengertian harga merupakan sejumlah nilai (mata uang) yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan. Penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan *marketing mix*. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk dan jasa yang ditawarkan. Salah

dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan dan berakibat tidak lakunya produk tersebut dipasar.

Penentuan harga yang akan ditetapkan harus disesuaikan dengan tujuan perusahaan. Adapun tujuan penentuan harga oleh suatu perusahaan secara umum adalah sebagai berikut:

1. Untuk bertahan hidup

Jika tujuan perusahaan dalam menentukan harga adalah untuk bertahan hidup, penentuan harga akan dilakukan semurah mungkin. Tujuannya adalah agar produk atau jasa yang ditawarkan laku dipasaran dengan harga murah, tetapi masih dalam kondisi yang menguntungkan.

2. Untuk memaksimalkan laba

Penentuan harga bertujuan agar penjualan meningkat sehingga laba menjadi maksimal, penentuan harga biasanya dapat dilakukan dengan harga murah atau tinggi.

3. Untuk memperbesar *market share*

Untuk *market share* maksudnya adalah untuk memperluas dan memperbesar *market share* jumlah pelanggan. Penentuan harga yang murah diharapkan dapat meningkatkan jumlah pelanggan dan pelanggan pesaing beralih keproduk yang ditawarkan.

4. Mutu Produk.

Tujuan penentuan harga dengan pertimbangan mutu produk adalah untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi atau lebih tinggi dari kualitas pesaing. Biasanya harga ditentukan setinggi mungkin karena masih ada anggapan bahwa produk yang berkualitas adalah produk yang harganya lebih tinggi dibanding harga pesaing.

5. Karena Pesaing.

Penentuan harga dengan melihat harga pesaing bertujuan agar harga yang ditawarkan lebih kompetitif dibandingkan harga yang ditawarkan pesaing. Artinya dapat melebihi harga pesaing untuk produk tertentu atau sebaliknya bisa lebih rendah.

Setelah ditetapkan tujuan dari penentuan harga, langkah selanjutnya adalah menentukan besarnya harga berdasarkan angka. Besarnya nilai harga yang harus dipasang tentu disesuaikan dengan tujuan penentuan harga. Berikut ini beberapa metode dalam penentuan suatu harga produk:

1. Modifikasi harga atau diskriminasi harga dapat dilakukan menurut hal-hal berikut.

a. Menurut pelanggan

Harga dibedakan pelanggan utama (primer) atau pelanggan biasa (sekunder). Pelanggan utama adalah konsumen yang loyal dan memenuhi kriteria yang telah ditetapkan. Penentuan harga untuk pelanggan utama biasanya relatif murah.

b. Menurut bentuk produk

Harga ditentukan berdasarkan bentuk atau ukuran produk atau kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh suatu produk. Misalnya, untuk kartu kredit ada *master card* dan *visa card*.

c. Menurut tempat

Harga ditentukan berdasarkan lokasi atau wilayah dimana produk atau jasa tersebut ditawarkan. Hal ini dilakukan karena setiap wilayah atau daerah memiliki daya beli dan kondisi persaingan tersendiri.

d. Menurut waktu

Harga ditentukan berdasarkan periode atau masa tertentu. Harga tersebut dapat berubah pada jam-jam tertentu (telepon), hari-hari tertentu (untuk hotel hari sabtu dan minggu), dan minggu atau bulan-bulan tertentu (musiman).

2. Penetapan harga untuk produk baru.

a. *Market skimming pricing.*

Yaitu harga awal produk yang ditetapkan setinggi-tingginya dengan tujuan produk atau jasa memiliki kualitas tinggi.

b. *Market penetration pricing.*

Yaitu menetapkan harga serendah mungkin dengan tujuan untuk menguasai pasar.

Metode penetapan harga adalah sebagai berikut:

3. Metode penetapan harga.

a. *Cost plus pricing.*

Metode penentuan *cost plus pricing* menggunakan rumus sebagai berikut.

$$\text{Harga pokok} = VC + \frac{FC}{\text{Total Sales}}$$

Dimana:

VC = *Variable Cost* (Biaya Variabel)

FC = *Fixed Cost* (Biaya Tetap)

TS = *Total Sales* (Total Penjualan)

Sebagai ilustrasi untuk *cost plus pricing*:

VC = Rp.10,00

FC = Rp.5.000.000,00

TS = Rp.100.000 unit

$$\text{Harga pokok} = \text{Rp.10,00} + \frac{5.000.000,00}{100.000,00} = \text{Rp. 60,00 per unit}$$

b. *Cost plus pricing* dengan mark up

Dari ilustrasi di atas dapat dihitung sebagai berikut.

Jika perusahaan mengharap margin laba 20%, maka *cost plus pricing* dengan *mark up* sebagai berikut.

$$\text{Harga dengan mark up} = \frac{\text{Harga Pokok Unit}}{(1 - \text{laba yang diinginkan})}$$

$$\text{Harga dengan mark up} = \frac{\text{Rp.60,00}}{(1-0,2)} = \text{Rp. 75,00}$$

- c. *Break Even Pricing* (BEP) atau *Target Pricing* yaitu harga ditentukan berdasarkan titik impas (pulang pokok).

$$BEP = \frac{FC}{P-VC} \text{ atau } BEP = \frac{FC}{1-\frac{VC}{P}}$$

$$BEP = \frac{5.000.000,00}{75-10} = \text{Rp.76.923,00 unit}$$

$$BEP = \frac{5.000.000,00}{1-10/75}$$

- d. *Perceived Value Pricing*

Yaitu penentuan harga yang didasarkan oleh kesan (persepsi) pembeli terhadap produk yang ditawarkan. Kadang-kadang mutu atau kualitas produk tidak sesuai dengan harga produknya. Artinya, mutunya biasa saja, namun harganya tinggi.

#### **D. Strategi Tempat dan Distribusi**

Dalam bab terdahulu sudah dibahas masalah tempat atau lokasi usaha dan *layout* gedung atau ruangan dengan segala pertimbangannya. Berikut ini akan dibahas bagaimana strategi perusahaan dalam mendistribusikan barangnya, mulai dari pabrik atau produsen sampai ke tangan konsumen.

Distribusi adalah cara perusahaan menyalurkan barangnya, mulai dari perusahaan sampai ketangan konsumen akhir. Distribusi dapat pula diartikan sebagai cara menentukan metode dan jalur yang akan dipakai dalam menyalurkan produk ke pasar. Pendek atau panjangnya jalur yang digunakan perlu dipertimbangkan secara matang.

Strategi distribusi penting dalam upaya perusahaan melayani konsumen tepat waktu dan tepat sasaran. Keterlambatan dalam

penyaluran mengakibatkan perusahaan kehilangan waktu dan kualitas barang serta diambilnya kesempatan oleh pesaing. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki strategi untuk mencapai target pasar dan menyelenggarakan fungsi distribusi yang berbeda-beda.

Perlu diketahui bahwa saluran distribusi memiliki fungsi tertentu. Fungsi-fungsi tersebut menunjukkan betapa pentingnya strategi distribusi bagi perusahaan. Adapun fungsi saluran distribusi adalah sebagai berikut.

#### 1. Fungsi transaksi

Fungsi transaksi adalah fungsi yang meliputi bagaimana perusahaan menghubungi dan mengomunikasikan produknya dengan calon pelanggan. Fungsi ini membuat mereka sadar terhadap produk yang telah ada dan menjelaskan kelebihan serta manfaat produk tersebut.

#### 2. Fungsi logistik

Fungsi logistik merupakan fungsi yang meliputi pengangkutan dan penyortiran barang, termasuk sebagai tempat penyimpanan, memelihara, dan melindungi barang. Fungsi ini penting agar barang yang diangkut tiba tepat waktu dan tidak rusak atau cepat busuk.

#### 3. Fungsi fasilitas

Fungsi fasilitas meliputi penelitian dan pembayaran. Penelitian yakni mengumpulkan informasi tentang jumlah anggota saluran dan pelanggan lainnya. Pembiayaan adalah memastikan bahwa anggota saluran tersebut mempunyai uang yang cukup guna memudahkan aliran barang melalui saluran distribusi sampai ke konsumen akhir.

Dalam strategi saluran distribusi terdapat beberapa tujuan yang hendak dicapai perusahaan. Strategi yang dijalankan tersebut akan memberikan banyak manfaat dalam berbagai hal seperti:

1. Melayani konsumen secara tepat;
2. Menjaga mutu produk agar tetap stabil;
3. Menghemat biaya;
4. Menghindari pesaing.

Strategi yang akan dijalankan perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang perlu dipertimbangkan karena faktor-faktor tersebut mempengaruhi berhasil tidaknya strategi yang dijalankan.

Berikut ini faktor-faktor yang mempengaruhi strategi distribusi tersebut.

1. Pertimbangan pembeli atau faktor pasar

Karakteristik pelanggan mempengaruhi keputusan apakah perlu menggunakan suatu pendekatan distribusi langsung. Perusahaan harus mempertimbangkan jumlah dan frekuensi pembelian; sasaran pelanggan apakah sasarannya pasar, konsumen, atau pasar industry; serta lokasi geografis dan ukuran pasar.

2. Karakteristik produk

Produk yang kompleks, dibuat khusus, dan mahal cenderung menggunakan saluran distribusi yang pendek dan langsung. Daur hidup juga menentukan pilihan saluran distribusi. Pada tahap awal pembuatan produk dijual secara langsung, tetapi dalam perkembangannya dapat digunakan jada perantara. Kepekaan produk, produk yang tidak tahan lama memerlukan saluran distribusi yang pendek.

3. Faktor produsen atau pertimbangan pengawawan dan keuangan

Produsen yang memiliki sumber daya keuangan, manajerial, dan pemasaran yang besar lebih baik menggunakan saluran langsung sebaliknya, perusahaan yang kecil dan lemah lebih baik menggunakan jasa perantara.

Strategi distribusi melalui pemilihan saluran distribusi adalah jaringan dari organisasi dan fungsi-fungsi yang menghubungkan



antara produsen dengan konsumen akhir. Dasar penentua saluran distribusi untuk produk konsumen dan industri adalah sebagai berikut.

1. Dasar pemilihan dan penentuan saluran distribusi untuk produk konsumen terdiri dari:
  - a. Produsen – Konsumen
  - b. Produsen – Pengecer – Konsumen
  - c. Produsen – Agen Tunggal – Pengecer – Konsumen
  - d. Produsen – Agen – Subagen – Penegcer - Konsumen
  - e. Produsen – Agen – Subagen – Grosir – Pengecer – Konsumen.
2. Dasar pemilihan dan penentuan saluran distribusi untuk produk industri dari :
  - a. Produsen – Pemakai barang *industry*
  - b. Produsen – Dealer – Pemakai barang *industry*
  - c. Produsen – Agen – Dealer – Pemakai barang *industry*.

#### **E. Strategi Promosi**

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Kegiatan ini sama pentingnya dengan ketiga kegiatan diatas, baik produk, harga, maupun distribusi. Dalam kegiatan ini setiap perusahaan berusaha mempromosikan seluruh produk jasa yang dimilikinya, baik langsung maupun tidak langsung.

Tanpa promosi pelanggan tidak dapat mengenal produk atau jasan yang ditawarkan. Oleh karena itu promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan kosumennya. Salah satu tujuan promosi perusahaan adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru, paling tidak ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap perusahaan dalam mempromsikan produknya, baik barang maupun jasa.

Keempat macam sarana promosi yang dapat digunakan adalah:

1. Periklanan (*advertising*);
2. Promosi penjualan (*sales promotion*);
3. Publisitas (*publicity*);
4. Penjualan pribadi (*personal selling*).

Iklan merupakan sarana promosi yang sering digunakan oleh perusahaan untuk menginformasikan, menarik, dan mempengaruhi calon konsumennya. Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media, seperti:

1. Pemasangan billboard di jalan, tempat, atau lokasi yang strategis;
2. Pencetakan brosur untuk ditempel atau disebar di setiap cabang, pusat perbelanjaan, atau di berbagai tempat yang dianggap strategis;
3. Pemasangan spanduk atau umbul-umbul di jalan, ditempat atau lokasi yang strategis;
4. Pemasangan iklan melalui media cetak seperti koran, majalah, tabloid, buku, atau lainnya;
5. Pemasangan iklan melalui media elektronik, seperti televisi, radio, internet, film dan lainnya;

Penggunaan dan pemilihan media iklan tergantung dari tujuan perusahaan. Masing-masing media memiliki tujuan dan segmentasi sendiri. Paling tidak ada empat macam tujuan penggunaan iklan sebagai media promosi, yaitu:

1. Untuk pemberitahuan tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan produk yang dimiliki oleh suatu perusahaan, seperti peluncuran produk baru, keuntungan dan kelebihan suatu produk, atau informasi lainnya;
2. Untuk mengingatkan kembali kepada pelanggan tentang keberadaan atau keunggulan produk yang ditawarkan;

3. Untuk perhatian dan minat para pelanggan baru dengan harapan akan memperoleh daya tarik dari para calon pelanggan;
4. Mempengaruhi pelanggan saingan agar berpindah ke produk dari perusahaan yang mengiklankan.

Pertimbangan penggunaan media yang akan dipakai untuk pemasangan iklan disuatu media antara lain:

1. Jangkauan media yang akan digunakan;
2. Sasaran atau konsumen yang akan dituju;
3. Besarnya biaya yang akan dikeluarkan.

Promosi lainnya dapat dilakukan melalui promosi penjualan atau *sales promotion*. Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau meningkatkan jumlah pelanggan. Promosi ini dilakukan untuk menarik pelanggan agar segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Agar pelanggan tertarik untuk membeli, promosi penjualan harus dibuat semenarik mungkin.

Jenis-jenis promosi penjualan yang dilakukan oleh perusahaan sangat beragam, tergantung dari situasi konsumen atau kondisi pada saat itu. Adapun jenis promosi penjualan yang dapat dilakukan adalah:

1. Pemberian harga khusus (*special price*) atau potongan harga (*discount*) atau produk tertentu;
2. Pemberian undian kepada setiap pelanggan yang membeli dalam jumlah tertentu;
3. Pemberian cinderamata serta kenang-kenangan lainnya kepada konsumen yang loyal; dan
4. Promosi penjualan lainnya.

Promosi yang ketiga adalah publisitas. Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing pelanggan melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, serta kegiatan lainnya. Kegiatan

publisitas dapat meningkatkan nomor perusahaan di mata para konsumennya. Oleh karena itu, promosi melalui publisitas perlu diperbanyak.

Kegiatan promosi yang keempat adalah penjualan pribadi atau *personal selling*. Dalam dunia bisnis penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh *salesman* dengan cara *door to door*.



## **BAB VIII MEMAHAMI KONSUMEN**

---

### **A. Psikologi Konsumen**

Psikologi konsumen secara luas berkaitan dengan manusia sebagai konsumen dari barang dan jasa. karena itu sasaran utama ialah menjelaskan perilaku konsumen, misalnya menguraikan macam pilihan apa yang dibuat orang, dalam kondisi seperti apa, dan dengan alasan-apa saja. Dengan demikian sasaran utamanya ialah menjelaskan perilaku konsumen, maka disamping psikologi konsumen juga digunakan istilah perilaku konsumen.

Katona (1980) memandang perilaku konsumen sebagai cabang ilmu dari perilaku ekonomika (*behavioral economics*). Perilaku ekonomika merupakan ilmu yang selain mengkaji perilaku konsumen, juga mengkaji perilaku menabung, perilaku berusaha atau perilaku berwirausaha, penghasilan yang didapat, perilaku ekonomi dalam sistem pemasaran yang berbeda-beda, perilaku ekonomi politik, proses kerja, dan perilaku keorganisasian.

Dalam perkembangan psikologi konsumen, terjadi kecenderungan perubahan fokus yang sangat mencolok, yaitu yang semula pandangannya dipusatkan kepada konsumen sebagai pembeli saja fokusnya menjadi konsumen sebagai konsumen, dalam arti yang lebih luas daripada pembeli. Ciri-cirinya ialah.

*Pertama*, perhatian meluas sampai pada hal-hal di luar kegiatan membeli. Perilaku konsumen diberi batasan yang lebih luas, yaitu sebagai *acquisition, use and disposition of product, service, time and ideas*.

*Kedua*, meningkatnya kecenderungan untuk mendekati masalah dari sudut pandang konsumen. Para produsen ingin agar

dapat mengantisipasi pola-pola perilaku konsumen dan agar dapat mempengaruhi pilihan-pilihan konsumen ke arah yang menguntungkan produk-produk mereka.

*Ketiga*, perilaku konsumen dikaji dengan tujuan ilmiah murni. Mengonsumsi barang-barang dan jasa-jasa merupakan aspek yang penting dari perilaku manusia dan karena itu bermanfaat untuk dikaji.

*Keempat*, makin besarnya perhatian terhadap isu-isu sosial. Terdapat pandangan bahwa perilaku konsumen, dikaji hanya untuk kepentingan (dan keuntungan) produsen. Sebagaimana telah dijelaskan di atas perkembangan psikologi konsumen sekarang berfokus pada konsumen sebagai konsumen, sebagai objek ilmiah. Hasil-hasil penelitiannya dapat berarti bagi kedua belah pihak.

Kajian dalam perilaku konsumen terdiri dari analisis dari proses pembelian dari keperluan sehari-hari, jasa, dan barang tahan lama (rumah, mobil) yang mencerminkan orientasi ke masa depan. Proses pembelian terdiri dari tiga macam proses :

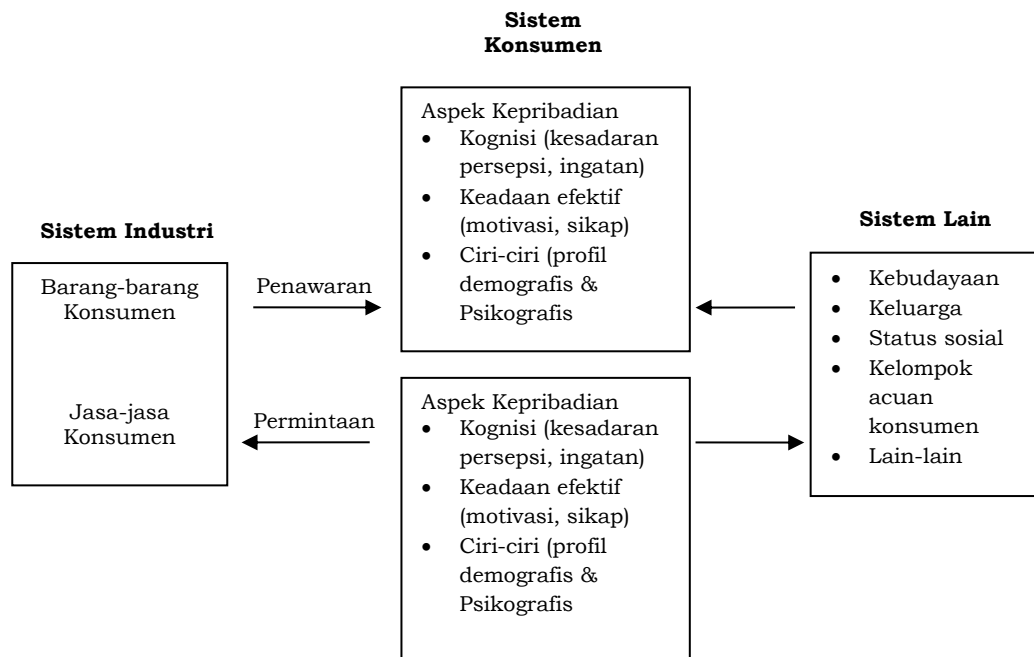
1. Proses penawaran: proses menarik perhatian, memberitahu, menimbulkan minat, menimbulkan keinginan untuk membeli/menggunakan barang dan/atau jasa. Kajiannya antara lain meliputi : (a) efektivitas penggunaan media (seperti komposisi dari *audience* yang dicapai melalui TV, radio, harian, majalah dan media iklan lain); (b) efektivitas dari iklan dan *commercials*, dan lain-lain
2. Proses pengambilan keputusan membeli yang meliputi proses membeli berdasarkan kebiasaan dan berdasarkan pertimbangan. Kajian yang dilakukan antara lain : (a) kajian dari pilihan-pilihan yang diinginkan (*preferences*) konsumen (selera, gaya, ciri-ciri produk, dan sebagainya); (b) kajian dari kebiasaan dan pola membeli, dan lain-lain.

3. Proses penetapan keperluan dan kebutuhan konsumen dengan melakukan penelitian-penelitian antara lain tentang: (a) motif-motif membeli dari sekelompok orang; (b) harapan-harapan ekonomis dari orang; (c) perkiraan permintaan akan produk-produk dan jasa-jasa; (c) perkiraan permintaan akan produk-produk dan jasa-jasa; (d) citra (*image*) dari produk-produk, dan lain-lain.

Menurut Katona ada 5 (lima) perangkat ubahan (*variable*) yang menentukan dan mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu :

- a. Kondisi-kondisi yang memungkinkan (*enabling conditions*) yang menetapkan batas-batas kemampuannya sebagai konsumen, misalnya penghasilannya, asetnya, dapat diperolehnya kredit.
- b. Keadaan-keadaan yang mempercepat (*precipitating circumstances*) yang mempengaruhi perilaku ekonomi, seperti peningkatkan atau penurunan daya beli (dapat hadiah uang, atau tiba-tiba di-PHK), perubahan status keluarga (menikah), pindah ke rumah baru.
- c. Kebiasaan memainkan peran yang penting, Misalnya dalam membeli makanan, sabun, rokok, dan sebagainya.
- d. Kewajiban-kewajiban perjanjian (*contractual obligations*) dari orang (seperti sewa, premium asuransi jiwa, pajak, bayar cicilan untuk mobil) mempengaruhi perilaku ekonomi.
- e. Keadaan psikologikal konsumen





Gambar 8.1 Model Interaksi Konsumen dengan Sistem Industri dan Sistem Lain yang Mempengaruhi Perilaku dan Keputusan Membeli

## B. Penemukenalan Keperluan/Kebutuhan Konsumen

### Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data untuk dapat menemu kenali keperluan dan kebutuhan (termasuk keinginan dan harapan) konsumen biasanya dilakukan dengan menggunakan metode: panel konsumen, metode survei kuesioner, metode skala dan pengharkatan, wawancara, teknik-teknik proyektif, dan metode observasi.

Beberapa metode pengumpulan data sebagai berikut :

#### a. Panel Konsumen

Panel adalah sekelompok orang yang merupakan satu sampel dalam penelitian konsumen. Sering digunakan panel yang sama untuk satu jangka waktu tertentu. Panel digunakan untuk berbagai tujuan seperti mendapatkan pandangan tentang berbagai produk dan pengepakan, pengujian selera produk-produk makanan, dan sebagainya

b. Metode Survei Kuesioner

Metode yang biasanya digunakan dalam penelitian konsumen adalah metode survei kuesioner konsumen. Metode ini terdiri dari serangkaian pertanyaan yang harus dijawab oleh orang-orang yang merupakan sampel penelitian. Kuesioner dapat diberikan secara pribadi, melalui pos, atau melalui cara lain.

Secara khusus perlu dihindari pertanyaan yang diinginkan oleh kelompok sosial (*social desirable*), yaitu pertanyaan yang mengundang jawaban yang mencerminkan bagaimana penjawab mengira harus ia jawab (sesuai dengan keinginan si penanya) dan bukan jawaban yang menurut penjawab yang paling tepat atau benar.

c. Metode Skala dan Pengharkatan

Metode skala dan pengharkatan (*scaling and rating methods*) biasanya digunakan dalam penelitian konsumen untuk mengukur pandangan dan sikap konsumen terhadap sesuatu produk. Salah satu skala sikap yang digunakan ialah skala *semantic differential* (SD). Untuk setiap pasangan, penjawab membuat tanda pada nilai skala yang menggambarkan sikap dirinya terhadap objek sikap. Teknik ini digunakan khusus untuk menentukan 'citra' dari produk, media, orang-orang, dan organisasi.

d. Wawancara

Wawancara merupakan metode lain untuk memperoleh informasi dari atau tentang orang. Ada tiga jenis wawancara yang dapat digunakan yaitu wawancara berstruktur, wawancara tidak berstruktur, dan wawancara dalam (*depth interview*).

e. Teknik-teknik Proyektif

Teknik-teknik proyektif adalah teknik-teknik yang menimbulkan jawaban-jawaban orang terhadap rangsangan yang secara sengaja bersifat taksa (*ambiguous*) atau tidak berstruktur. Karena

rangsangan yang samar, diperkirakan bahwa penjawab membuat jawaban-jawaban yang merupakan 'proyeksi-proyeksi' dari diri mereka sendiri. Interpretasi dari jawaban dapat secara tidak langsung memberikan informasi tentang penjawab yang mungkin tidak akan diperoleh jika ditanyakan secara langsung. Teknik-proyektif, yang terutama digunakan dalam bidang psikologi klinis, dalam bidang psikologi konsumen terutama untuk dapat diambil kesimpulan dari jawaban tentang motivasi, sikap dan ubahan-ubahan lain yang relevan bagi perilaku konsumen.

#### f. Mengamati Perilaku Konsumen

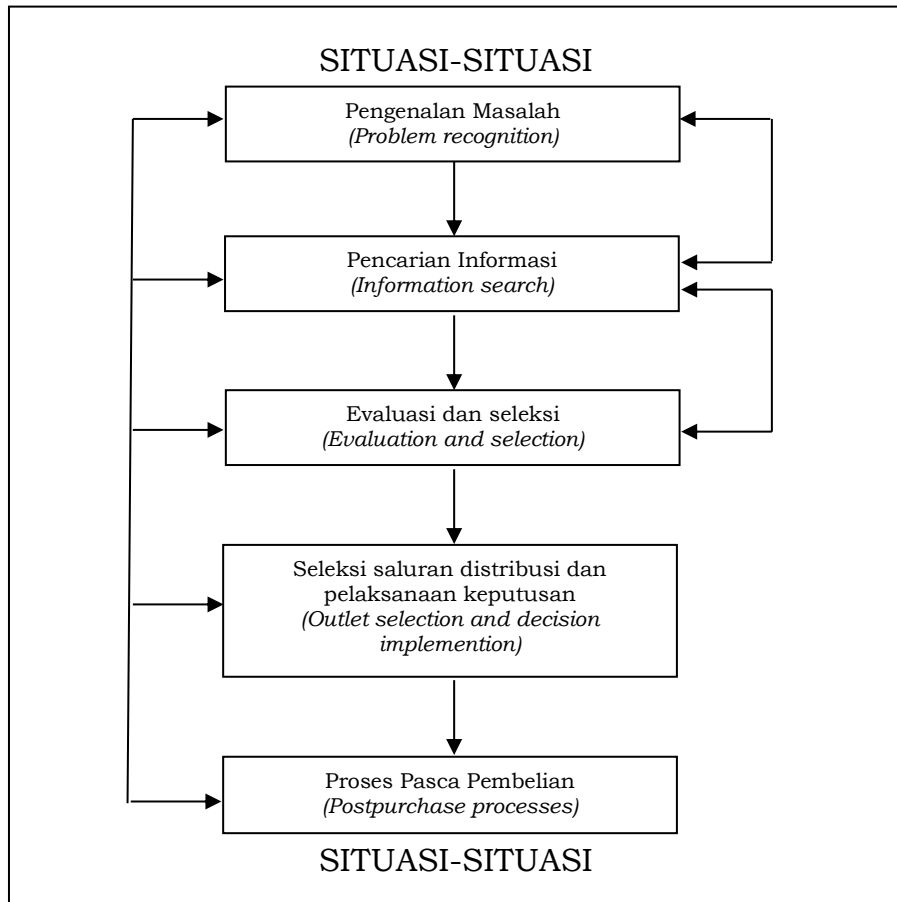
Aspek-aspek tertentu dari perilaku konsumen dapat secara langsung diamati dalam situasi sehari-hari. Pengamatan dimulai dari pengunjung memasuki gang dagangan dengan tujuan membeli dan berakhir ketika mereka meninggalkan tempat tersebut. Penelitian ini ingin mendapatkan jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan berikut :

- Siapa saja yang membeli produk (dengan memperhitungkan proporsi wanita, pria dan anak-anak)?
- Siapa yang mempengaruhi pembelian jika ternyata pembeli tidak datang sendirian?
- Apakah pengunjung mencari merek khusus?
- Apakah mereka menguji atau membandingkan harga?
- Apakah mereka memeriksa bungkus dan membaca label sebelum membeli?

### C. Proses Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan untuk membeli atau menggunakan barang dan/ jasa, konsumen dipengaruhi, selain oleh faktor-faktor dalam dirinya (kognitif, afektif dan ciri-ciri kepribadian), juga oleh faktor di luar dirinya (kebudayaan, keluarga, status sosial, kelompok acuan). Kognitif menyangkut pengetahuan, Afektif bisa berkaitan

motivasi dan sikap, ciri-ciri kepribadian, yaitu: a) Pemangsaan pasar, b) Kelompok konsumen, : pria, wanita, remaja dan lanjut usia), c) Kelompok Psikografis : gaya hidup dari konsumen dgn menafsirkan dimensi-dimensi gaya hidup seperti : aktivitas, minat, pendapat.



Gambar 8.2. Model Proses Pengambilan Keputusan Konsumen

#### D. Proses Penawaran

Sistem industri konsumen yang menghasilkan barang atau jasa perlu berusaha agar produk yang dihasilkan diserap atau digunakan/dibeli oleh konsumen. Penawaran produk-produk dilakukan dengan berbagai macam cara yang pada dasarnya bertujuan untuk memberi informasi kepada konsumen tentang tersedianya produk-produk. Selain pemberitahuannya bersifat informatif diupayakan pula agar pemberitahuannya bersifat

persuasif. Pendekatannya bukan komunikasi tapi berfungsi untuk menimbulkan proses pengambilan keputusan untuk membeli. Cara penawaran dilakukan melalui iklan di berbagai media massa, atau melalui penyebaran brosur, buku kecil, atau melalui manusia (para wiraniaga).

### 1. Iklan

Iklan sering juga dikenal dengan sebutan advertensi yang merupakan penyesuaian kata dari kata dalam bahasa Belanda *advertentie*. Kata lain dalam bahasa Belanda untuk *advertentie* ialah *reklame* yang artinya ‘memberitahu’. Fungsi informatif iklan sampai sekarang masih dipertahankan, di samping itu iklan sekarang memiliki fungsi yang lain, yaitu fungsi persuasif.

Dengan fungsi informatif maka iklan menekankan komunikasi, memberitahukan informasi tentang produk kepada konsumen. Untuk dapat menawarkan produk secara efektif, perlu fungsi persuasif digunakan dalam periklanan.

### 2. Efektivitas Iklan

Tinggi rendahnya tingkat efektivitas iklan ditentukan oleh cara-cara yang digunakan oleh produsen dalam mengiklankan dagangannya. Menurut Burrt, sumbangan psikolog dalam bidang periklanan terutama berkaitan dengan daya tarik yang digunakan untuk untuk membujuk calon konsumen untuk membeli, dengan mengendalikan perhatiannya calon konsumen untuk membeli, dengan mengendalikan perhatiannya dan memberi kesan yang disimpan dalam ingatannya sehingga bila dibutuhkan produk tersebut munculah merek produk tersebut dari ingatannya.

Faktor-faktor yang dianggap ikut menentukan tingkat ekeftivitas iklan ialah yang diakronimkan sebagai **AIDA**, yang artinya :

- 1) **Attention.** Pertama-tama iklan harus dapat menarik perhatian calon konsumen. Dewasa ini dengan begitu banyak produk yang ditawarkan di pasar kepada konsumen, banyak juga iklan yang dipasang di media massa. Jika tidak menarik perhatian iklan tidak akan dibaca, kecuali oleh calon konsumen yang memerlukan produk tertentu dan mencari adanya produk tersebut melalui iklan.
- 2) **Interest.** Setelah calon konsumen mulai tertarik pada iklan, diharapkan ia berminat untuk membaca iklannya. Penting di sini adalah jenis huruf (mudah dan enak dibaca) dan kata-kata yang digunakan (mudah dipahami dan diingat).
- 3) **Desire.** Selama membaca iklan diharapkan akan timbul keinginannya untuk membeli produk yang ditawarkan. Isi iklan hendaknya memberi keyakinan bahwa produk yang ditawarkan. Isi iklan hendaknya memberi keyakinan bahwa produk yang ditawarkan akan memenuhi kebutuhan dan harpannya.
- 4) **Action.** Dengan timbulnya keinginan pada calon konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan, telah terbentuk pula sikap yang positif terhadap produk tersebut. Diharapkan bahwa informasi yang diberikan dalam iklan akan mengarahkan calon konsumen untuk sadar akan masalahnya dan mulai dengan proses pengambil keputusan

### 3. Penelitian Periklanan

Penelitian periklanan meliputi penelitian tentang efektivitas periklanan dan penelitian tentang berbagai aspek dari iklan cetak, periklanan lewat televisi dan radio, dan media lainnya.

#### a. Pengujian Efektivitas Periklanan.

Efektivitas periklanan mencakup efektivitas periklanan majalah, harian, penawaran melalui surat (*direct mail*), papan reklame, iklan

melalui radio dan melalui televisi. Teknik-teknik yang digunakan ialah :

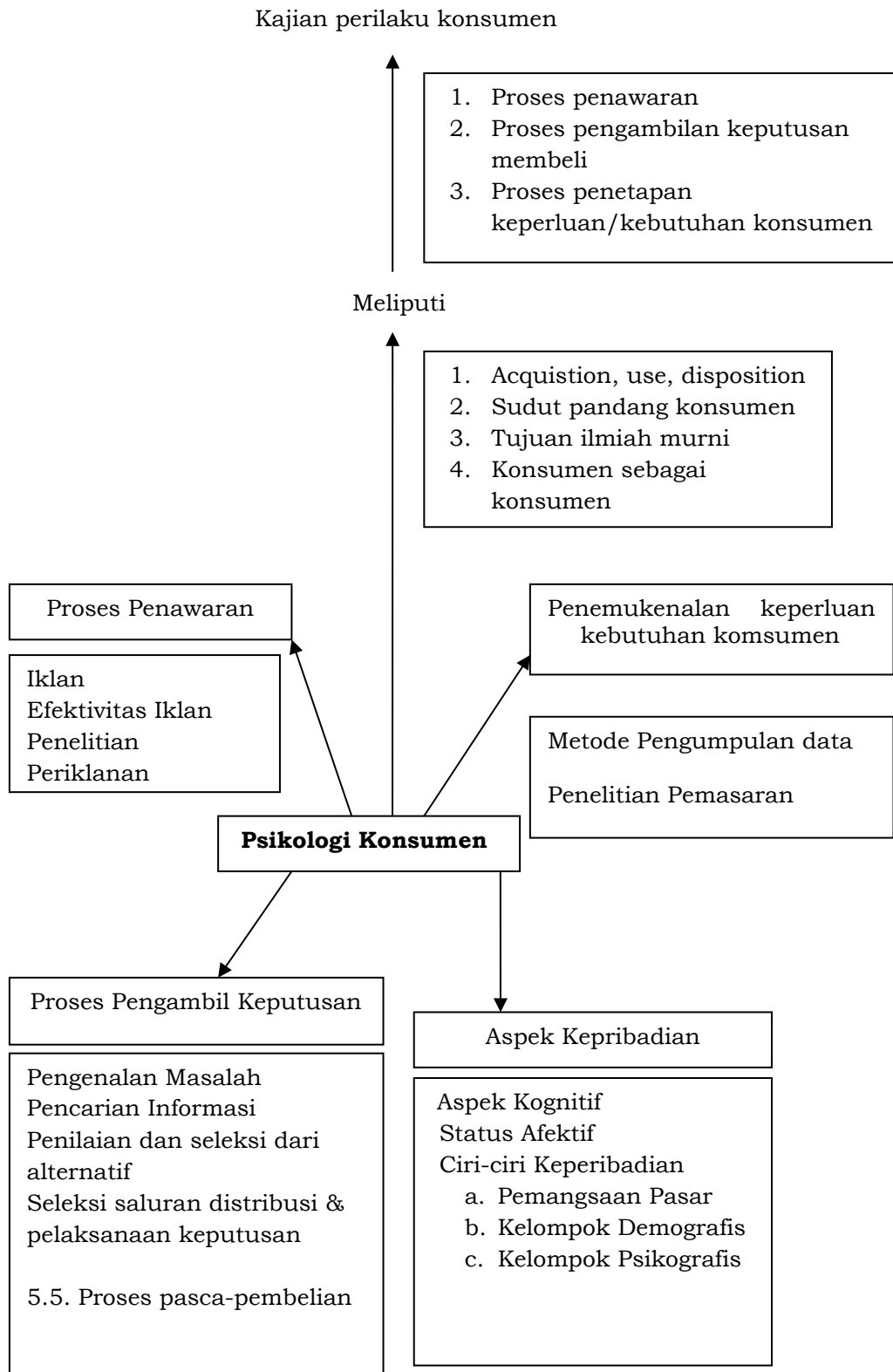
- Simulasi eksperimental. Salah satu jenisnya ialah melalui penggunaan *dummy magazine*, majalah tiruan dari majalah yang beredar. Misalnya dalam majalah tiruan ini iklan dipersiapkan dalam ukuran yang berbeda-beda, sedangkan warna, ilustrasi posisi dan aspek iklan lainnya tetap sama. Tujuannya ialah menguji efek ukuran iklan terhadap perhatian dan ingatan.
- Peralatan mekanikal. Salah satu jenisnya ialah alat tekan tombol (*push botton*). Cara ini digunakan dalam riset reaksi *audience* terhadap program radio dan televisi. Sejumlah konsumen diundang datang ke studio untuk melihat atau mendengar suatu program siaran. Setiap peserta diberi sebuah tombol warna merah dan hijau. Instruksinya ialah menekan tombol warna hijau untuk program yang disukai dan tombol warna merah jika program tidak disukai.
- Survei pembaca dan pendengar. Survei diadakan terhadap pembaca dan pendengar untuk mengukur pengenalan kembali terhadap iklan-iklan yang spesifik, sikap mereka terhadap iklan-iklan tertentu.
- Pembelian dan pencarian keterangan dengan pemesanan pos. cara ini digunakan untuk mengukur efektivitas penjualan berdasarkan penawaran melalui surat yang dikirimkan melalui pos dibandingkan dengan penawaran lewat iklan-iklan yang lain.

b. Citra dari Beberapa Media Massa

Beberapa kajian tentang citra dari radio, televisi dan surat kabar yang dilakukan memberikan hasil antara lain adalah :

- Surat kabar, dibandingkan dengan radio dan televisi, dianggap unggul dalam sifat-sifat *intelligence*, kemenarikan (*attractiveness*), kredibilitas, moralita, keberanian, dan keandalan.
- Dibandingkan dengan radio dan televisi, surat kabar dinilai paling rendah dalam sifat ‘tidak berprasangka’.
- Televisi, dibandingkan dengan radio dan surat kabar, dinilai paling unggul dalam ‘kehangatan’ tetapi dinilai paling rendah untuk ‘moralitas’
- Dibandingkan dengan radio, televisi lebih unggul dalam sifat-sifat *intelligence* dan ‘kemenarikan’





Gambar 8.3. Kajian Perilaku Konsumen

## **BAB IX**

### **MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA**

---

#### **A. Sumber Daya Manusia**

Salah satu aspek yang tak kalah pentingnya untuk dikelola oleh wirausahawan adalah sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki. Manusia (karyawan) sebagai motor penggerak kegiatan usaha perlu dikelola secara profesional. Pengelolaan manusia sebagai asset yang paling penting dalam perusahaan dimulai dari :

- Langkah ke-1 analisis jabatan yang meliputi : (a) penentuan jabatan yang dibutuhkan perusahaan, (b) penentuan tugas, kewenangan dan tanggung jawab masing-masing kegiatan, (c) penentuan kualifikasi seseorang untuk menduduki jabatan tertentu.
- Langkah ke-2 adalah perencanaan tenaga kerja, yang meliputi (a) menentukan jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan, dan (b) persyaratan yang diinginkan
- Langkah ke-3 adalah pengadaan tenaga kerja yang meliputi (a) penarikan/rekrutmen dan (b) seleksi
- Langkah ke-4 adalah pendidikan dan pelatihan tenaga kerja
- Langkah ke-5 adalah menentukan upah/gaji/kompensasi yang akan diterima karyawan
- Langkah ke-6 adalah perencanaan karir pegawai
- Langkah ke-7 kebijakan kesejahteraan pegawai
- Langkah ke-8 adalah pemutusan hubungan kerja dengan pensiun.

#### **B. Analisis Jabatan**

Komponen organisasi dan SDM yang paling penting adalah penentuan pekerjaan atau jabatan. Untuk mencapai tujuan

perusahaan perlu menetapkan jenis-jenis pekerjaan yang harus dilaksanakan. Manajer mutlak perlu mempunyai data yang lengkap mengenai semua jabatan yang ada agar dapat melaksanakan setiap fungsi manajemen. Data mengenai jabatan tersebut diperoleh dari hasil analisis jabatan. Yaitu proses mempelajari dan mengumpulkan berbagai informasi yang berhubungan dengan suatu jabatan dalam perusahaan. Untuk itu perlu diketahui jabatan apa saja yang harus dikerjakan, bagaimana mengerjakannya, mengapa pekerjaan itu harus dilakukan serta persyaratan untuk menduduki suatu jabatan. Dari hasil analisis jabatan akan diperoleh 2 hal yaitu: (a) uraian jabatan (b) spesifikasi jabatan. Uraian jabatan meliputi hal-hal sebagai berikut: (1) identitas atau nama jabatan (2) fungsi jabatan (3) uraian tugas pekerjaan (4) wewenang (5) pejabat (6) tanggung jawab pejabat (7) hubungan kerja (8) bahan, alat, dan mesin yang digunakan, dan (9) kondisi kerja.

Sedangkan spesifikasi jabatan memuat syarat-syarat minimum yang harus diopenuhi oleh seseorang yang dapat melaksanakan pekerjaan tersebut. Isi uraian jabatan meliputi: (1) persyaratan pendidikan (2) persyaratan pengalaman (3) persyaratan psikologi (4) persyaratan khusus lainnya.

### **C. Perencanaan Tenaga Kerja**

Perencanaan sumber daya manusia adalah kegiatan merencanakan jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan sesuai dengan hasil analisis jabatan yang sudah dibuat. Perencanaan meliputi penentuan jumlah tenaga kerja, serta persyaratan yang diinginkan. Perkiraan tentang jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan perusahaan didasarkan pada berbagai pertimbangan antara lain tentang rencana produksi yang dihasilkan serta perkiraan jumlah ini dapat dipakai untuk memperkirakan jumlah tenaga kerja untuk mengerjakan kegiatan tersebut. Untuk tenaga pada level manajerial biasanya

didasarkan pada jumlah jabatan yang tersedia dalam struktur organisasi tersebut. Perencanaan tenaga kerja dilakukan untuk (a) memenuhi kebutuhan karyawan baru akibat pembukaan usaha baru atau pembukaan cabang, dan (b) adanya karyawan yang keluar karena pensiun atau dikeluarkan oleh perusahaan.

#### **D. Pengadaan Tenaga Kerja**

Pengadaan karyawan merupakan upaya untuk memperoleh jumlah dan jenis tenaga kerja yang tepat untuk memenuhi kebutuhan organisasi dalam rangka mencapai tujuan bisnis. Kebutuhan tenaga kerja telah ditentukan perlu direkrut sesegera mungkin. Oleh karena itu, pengadaan tenaga kerja ini meliputi (a) penarikan tenaga kerja (b) seleksi tenaga kerja dan (c) penempatan tenaga kerja. Penarikan merupakan upaya mencari calon karyawan yang memenuhi syarat tertentu sehingga di perusahaan dapat memilih orang-orang yang paling tepat untuk mengisi lowongan yang ada. Proses penarikan pegawai juga disesuaikan dengan kebutuhan dan persyaratan yang diinginkan. Penarikan dapat dilakukan melalui kenalan, iklan, bursa tenaga kerja, dari perguruan tinggi dan dari pusat-pusat pelatihan calon pegawai. Agar dapat terjaring tenaga kerja yang sesuai dengan keinginan, maka dalam informasi perlu dijelaskan persyaratannya, misalnya usia, jenis kelamin, pendidikan, pengalaman dan persyaratan lainnya.

Tenaga kerja dapat berasal dari dalam perusahaan (sumber internal) atau sumber dari luar perusahaan (eksternal). Sumber internal berasal dari karyawan dalam perusahaan itu sendiri untuk menduduki jabatan pada perusahaan yang baru. Sementara sumber eksternal (dari luar perusahaan) dapat diperoleh melalui iklan, perguruan tinggi atau sumber lainnya. Perusahaan ekspansi atau perluasan, dapat menggunakan sumber internal dan eksternal.

Setelah penarikan, selanjutnya dilakukan seleksi. Seleksi adalah proses untuk mendapatkan tenaga kerja yang memenuhi syarat sesuai ketentuan organisasi. Tujuan seleksi adalah untuk mendapatkan tenaga kerja yang paling tepat untuk menduduki jabatan tertentu. Menyeleksi calon tenaga kerja dapat dilakukan dengan: (1) seleksi surat lamaran, (2) tes umum, (3) wawancara, (4) psikotes, dan (5) tes kesehatan.

Bagi karyawan yang telah lolos seleksi mereka dapat langsung memperoleh penempatan kerja karena sudah berpengalaman. Penempatan kerja berkaitan dengan pencocokan seseorang dengan jabatan yang akan diupangkunya berdasarkan kebutuhan jabatan. Selanjutnya diadakan orientasi/pengenalan di mana uraian tugas digunakan untuk menyampaikan informasi tentang tugas-tugas dan kewajiban yang harus dilaksanakan. Tetapi bagi mereka yang belum berpengalaman perlu diberikan pendidikan dan pelatihan lebih dahulu.

#### **E. Pelatihan dan Pengembangan**

Bagi pelamar yang belum memiliki pengalaman kerja perlu diberi pelatihan. Tujuan untuk membiasakan mereka bekerja dilingkungan perusahaan. Diharapkan setelah mengikuti pelatihan keahlian mereka bertambah atau meningkat sehingga mereka siap untuk dipekerjakan. Materi pelatihan diberikan kepada mereka sesuai dengan keahlian yang dibutuhkan. Di samping itu dipertimbangkan juga minat dan bakat karyawan. Jangka waktu pelatihan pun ditentukan sesuai kebutuhan pengalaman karyawan. Tempat pelatihan bisa dipilih didalam atau diluar perusahaan.

Begitu juga manajemen harus melaksanakan fungsi pengembangan pada karyawan yang sudah bekerja sebelumnya melalui pendidikan dan pelatihan. Pelatihan ini untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka sehingga mampu memenuhi

tuntutan organisasi dalam menghadapi perkembangan dan persaingan.

#### **F. Kebijakan Kompensasi**

Program kompensasi perlu diperhatikan dalam rangka mempertahankan karyawan yang profesional dan berkualitas. Kompensasi adalah imbalan yang diterima sebagai balas jasa untuk kerja mereka. Kompensasi pada umumnya terdiri dari upah atau gaji, tunjangan perumahan, tunjangan hari tua, intensif dan premi. Tugas perusahaan adalah untuk menentukan kompensasi yang akan diterima karyawan. Besarnya kompensasi dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain: (a) jabatan, (b) pendidikan, (c) kewenangan dan tanggung jawab, (d) faktor-faktor lainnya. Kompensasi dari waktu ke waktu akan meningkatkan dan diberikan dalam bentuk uang maupun bukan uang.

#### **G. Perencanaan Karir dan Kesejahteraan**

Perencanaan karir adalah perjalanan kerja karyawan selama berada dalam perusahaan. Karyawan dapat merencanakan karirnya sejak mulai kerja sampai berhenti bekerja. Karir karyawan banyak ditentukan oleh karyawan yang bersangkutan. Selain perencanaan karir, perusahaan juga harus melakukan evaluasi kinerja karyawan. Penilaian kinerja merupakan proses untuk menilai prestasi kerja karyawan sehingga dapat memberikan umpan balik kepada karyawan dan organisasi tentang pelaksanaan kerja mereka dan dapat dijadikan dasar sebagai program perbaikan kinerja, penyesuaian kompensasi/upah, promosi jabatan dan pengembangan karir.

Kebijakan kesejahteraan karyawan dapat diberikan dalam bentuk keselamatan dan kesehatan kerja, baik fisik maupun mental karyawan. Kondisi fisik meliputi penyakit dan kecelakaan kerja, seperti kehilangan nyawa, cacat atau penyakit lainnya. Sedangkan

kesehatan psikologis mental adalah penyakit akibat stress dan kondisi kerja yang tidak memuaskan.

#### **H. Pemutusan Hubungan Kerja**

Pemutusan hubungan kerja merupakan kebijakan perusahaan untuk memberhentikan karyawan. Pemutusan hubungan kerja dapat disebabkan oleh sebagai berikut:

- a. Memasuki masa pensiun karena usia
- b. Permintaan pengunduran diri
- c. Pemecatan karena melakukan kesalahan
- d. Pensiun dini
- e. Meninggal dunia.

#### **I. Mengelola Produksi**

Manajemen produksi adalah suatu proses secara berkesinambungan dan efektif menggunakan fungsi-fungsi manajemen untuk mengintegrasikan berbagai sumber daya secara efisien dalam rangka mencapai tujuan. Manajemen produksi merupakan kegiatan manajemen yang berhubungan dengan pembuatan barang dan jasa.

Fungsi manajemen produksi:

- Pada fungsi perencanaan, mencakup penentuan peranan dari kegiatan produksi termasuk perencanaan produk, perencanaan fasilitas, dan perencanaan penggunaan sumber daya produksi.
- Pada fungsi pengorganisasian, mencakup penentuan struktur organisasi dan kebutuhan sumberdaya yang diperlukan dibagian produksi untuk mencapai tujuan operasi serta mengatur wewenang dan tanggung jawab yang diperlukan dalam pelaksanaannya
- Pada fungsi penggerakan, mencakup kegiatan memotivasi karyawan bagian produksi untuk melaksanakan tugasnya.

- Pada fungsi kontrol, mencakup kegiatan mengembangkan standar kualitas, standar waktu kerja dan standar hasil kerja pada bagian produksi.

### 1. Ukuran Produktivitas

Ukuran utama yang digunakan untuk mengukur kinerja dari manajemen operasi adalah produktivitas. Produktivitas merupakan ukuran bagaimana baiknya suatu sumber daya diatur dan dimanfaatkan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Secara umum produktivitas dapat dinyatakan sebagai berikut:

Produktivitas =  $\frac{\text{keluaran}}{\text{biaya (biaya tenaga kerja + biaya mesin + material)}}$ .

#### Contoh:

Perusahaan roti “Nissin” biscuit pada tahun 2010 menghasilkan 28.000 kg roti kering. Perusahaan menggunakan input: tenaga kerja 10.000/jam @ Rp.6.000/jam, energy listrik 8.000KVA @ Rp.5.000/KVA dan bahan baku 40.000 kg @Rp.1.000/kg maka produktivitas=  $\frac{28.0000\text{kg}}{(10 \times 5 + 8 \times 5 + 40 \times 1)}$  = 2.000 kg/juta rupiah.

### 2. Perencanaan Fasilitas

Perencanaan fasilitas adalah menentukan bagaimana suatu ases tetap perusahaan digunakan secara efektif dan efisien dalam menunjang kegiatan produksi. Adapun tujuan perencanaan fasilitas adalah:

- Peningkatan pengadaan dan penyimpanan bahan baku
- Menggunakan tenaga kerja, peralatan, ruang dan energy secara efektif
- Meminimalkan investasi modal
- Mempermudah pemeliharaan fasilitas
- Meningkatkan keselamatan dan kepuasan kerja.

Perencanaan fasilitas produksi meliputi kegiatan-kegiatan:



- Tetapkan jenis barang yang akan di produksi
- Tentuka proses produksi yang diperlukan
- Tentukan hubungan antar departemen
- Tentukan kebutuhan ruangan untuk semua bagian dalam produksi
- Susun rencana fasilitas
- Pemeliharaan fasilitas.

Perencanaan fasilitas produksi dapat dibedakan menjadi 2, yaitu:

- a. Perencanaan lokasi. Tujuan perencanaan lokasi adalah untuk menentukan tempat pabrik sebaik mungkin agar dapat memproduksi dengan lancar, dengan biaya operasi yang murah dan memungkinkan perluasan dimasa depan. Penentuan lokasi pabrik perlu mempertimbangkan: (a) mudah dijangkau oleh konsumen, (b) dekat dengan bahan baku, (c) ketersediaan tenaga kerja, (d) ketersediaan tenaga listrik, (e) ketersediaan air, (f) ketersediaan alat transportasi dan (g) memungkinkan perluasan di masa depan.
- b. Perencanaan tata letak pabrik. Perencanaan tata letak merupakan salah satu tahap perencanaan fasilitas yang bertujuan untuk mengembangkan suatu sistem produksi yang efektif dan efisien, sehingga mampu mencapai kapasitas optimal dan biaya produksi paling ekonomis.

Tujuan penyusunan tata letak adalah:

- Pemanfaatan peralatan pabrik secara optimal
- Penggunaan jumlah tenaga kerja paling minimum
- Aliran bahan baku dan produk yang lancar
- Kebutuhan persediaan yang rendah
- Pemakaian ruang yang efisien

- Ruang gerak yang cukup untuk kegiatan operasional dan pemeliharaan
- Biaya produksi dan investasi yang rendah
- Keselamatan kerja yang tinggi
- Suasana kerja yang menyenangkan

### 3. Pengaturan Tata Letak Mesin Produksi

Tata letak proses artinya bahwa penyusunan tata letak mesin dimana alat produksi yang sejenis atau berfungsi sama ditempatkan pada bagian yang sama. Model tata letak ini cocok untuk perusahaan yang membuat produk bervariasi. Keuntungan model tata letak (*layout mesin*) ini adalah: (a) pemanfaatan mesin yang tinggi, (b) memungkinkan penggunaan mesin yang multiguna sehingga cepat mengikuti perubahan produk, (c) investasi yang rendah karena dapat mengurangi duplikasi mesin, (d) sangat fleksibel dalam mengalokasikan personel. Namun ada juga kelemahannya yaitu: (a) pengawasan produksi sulit, karena satu mesin bisa dipakai bermacam produk, (b) waktu produksi perunit lebih lama, (c) memerlukan skil yang tinggi, (d) tidak dapat digunakan model ban berjalan.

Tata letak produk yaitu bahwa penyusunan tata letak didasarkan pada tahapan operasi yang sama sejak awal hingga akhir. Model tata letak ini cocok untuk perusahaan yang proses produksinya sudah di standarkan dan produksi masal dalam jumlah besar. Keuntungan model tata letak adalah: (a) aliran material yang simple dan langsung, (b) total waktu produksi lebih cepat, (c) tidak memerlukan skil tenaga kerja yang tinggi, (d) pengawasan proses produksi mudah, (e) dapat digunakan mesin otomatis, (f) dapat digunakan model ban berjalan. Namun kelemahannya adalah: (a) kerusakan pada sebuah mesin tertentu dapat menghentikan produksi, (b) perubahan desain produk akan mengubah tata letak

mesin, (c) memerlukan investasi yang besar, (d) karena proses monoton mengakibatkan kebosanan para personil.

#### 4. Menentukan Tingkat Produksi

Salah satu keputusan penting dalam perusahaan adalah menentukan tingkat (volume) produksi. Penentuan volume produksi harus disesuaikan dengan jumlah permintaan pasar. Tingkat produksi terlalu besar dibanding permintaan pasar dapat mengakibatkan pemborosan biaya seperti biaya penyimpanan, biaya modal dan biaya kerusakan barang selama penyimpanan. Tetapi tingkat produksi yang terlalu kecil dibanding permintaan juga mengakibatkan hilangnya kesempatan memperoleh keuntungan dan hilangnya para pelanggan kita. Salah satu cara penentuan volume produksi adalah menggunakan model peramalan (estimasi). Estimasi dapat dilakukan dengan: (a) metode kuantitatif yaitu membuat ramalan dengan bantuan metode statistik dan matematika, (b) metode kualitatif yaitu memperkirakan jumlah produksi dengan pendapat ahli peramal.

## **BAB X**

### **MENILAI KELAYAKAN USAHA**

---

#### **A. Pengertian Kelayakan Usaha**

Usaha yang akan dijalankan diharapkan dapat memberikan penghasilan sesuai dengan target yang telah ditetapkan. Pencapaian tujuan usaha harus memenuhi beberapa kriteria kelayakan usaha. Artinya, jika dilihat dari segi bisnis, suatu usaha sebelum dijalankan harus dinilai pantas atau tidak untuk dijalankan. Pantas artinya layak atau akan memberikan keuntungan dan manfaat yang maksimal.

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

Namun, kadang-kadang sekalipun telah dilakukan studi secara baik dan benar faktor kegagalan suatu usaha tetap ada, apalagi yang tanpa dilalui studi sebelumnya. Hal ini terjadi karena, untuk mencapai tujuan banyak sekali hambatan yang akan dihadapi dan risiko yang mungkin timbul setelah usaha berjalan.

Untuk menghindari kegagalan, perlu dilakukan studi sebelum proyek tersebut dijalankan. Studi ini dikenal dengan nama studi kelayakan usaha atau bisnis. Salah satu tujuan dilakukan studi kelayakan adalah untuk mencari jalan keluar agar dapat meminimalkan hambatan dan risiko yang mungkin timbul dimasa yang akan datang yang penuh dengan ketidakpastian.

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

Studi kelayakan usaha dilakukan untuk mengidentifikasi kemungkinan melesetnya hasil yang ingin dicapai dalam suatu investasi. Studi kelayakan usaha memperhitungkan hambatan atau peluang dari investasi yang akan dijalankan. Jadi, studi kelayakan usaha dapat memberikan pedoman dan arahan pada usaha yang akan dijalankan.

Dapat disimpulkan bahwa pengertian studi kelayakan usaha adalah :

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

Mempelajari secara mendalam berarti meneliti secara sungguh-sungguh data dan informasi yang ada, kemudian mengukur, menghitung, dan menganalisa hasil penelitian tersebut dengan menggunakan metode-metode tertentu. Penelitian yang dilakukan terhadap usaha yang akan dijalankan menggunakan ukuran tertentu sehingga diperoleh hasil yang maksimal.

Kelayakan artinya penelitian yang dilakukan secara mendalam bertujuan untuk menentukan apakah usaha yang dijalankan akan memberikan mamfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang akan dikeluarkan. Dengan kata lain, kelayakan dapat berarti bahwa usaha yang dijalankan akan memberikan keuntungan finansial dan non finansial sesuai dengan tujuan yang mereka inginkan. Layak juga dapat memberikan keuntungan tidak hanya

bagi perusahaan yang menjalankannya, tetapi juga bagi investor, kreditor, pemerintah, dan masyarakat luas.

Untuk menentukan layak atau tidaknya suatu usaha dapat dilihat dari berbagai aspek. Setiap aspek harus memiliki standar nilai tertentu. Namun, kepuasan penilaian tidak hanya dilakukan pada salah satu aspek, tetapi pada seluruh aspek yang akan dinilai.

Ukuran kelayakan masing-masing jenis usaha sangat berbeda misalnya antara usaha jasa dan usaha non jasa sebagai contoh pendirian hotel berbeda dengan usaha pembukaan perkebunan kelapa sawit atau usaha perternakan berbeda dengan usaha pendidikan. Akan tetapi, aspek-aspek yang digunakan untuk menyatakan layak atau tidaknya usaha tersebut sama meskipun bidang usahanya berbeda.

Penilaian masing-masing aspek harus dilakukan secara keseluruhan bukan berdiri sendiri. Jika ada aspek yang kurang layak, akan diberikan beberapa saran perbaikan sehingga memenuhi kriteria layak dan apabila tidak dapat memenuhi kriteria tersebut, sebaiknya usaha tersebut tidak dijalankan.

Aspek-aspek yang dinilai dalam studi kelayakan bisnis meliputi aspek hukum, pasar dan pemasaran, keuangan, teknis/operasional, manajemen, ekonomi dan sosial, serta dampak lingkungan. Untuk menilai semua aspek tersebut perlu dibentuk semacam tim yang terdiri dari orang-orang yang berasal dari berbagai bidang keahlian.

## **B. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis**

Studi kelayakan sebelum suatu usaha atau proyek dijalankan sangat diperlukan agar apabila usaha tersebut dijalankan tidak akan sia-sia atau tidak membuat membuang uang, tenaga, atau pikiran secara percuma serta tidak akan menimbulkan masalah yang tidak perlu dimasa yang akan datang. Bahkan, adanya usaha atau proyek

diharapkan dapat memberikan keuntungan serta manfaat kepada berbagai pihak.

Paling tidak ada lima tujuan mengapa sebelum usaha dijalankan perlu dilakukan studi kelayakan.

#### 1. Menghindari risiko kerugian

Studi kelayakan yang bertujuan untuk menghindari risiko kerugian dimasa yang akan datang yang penuh ketidakpastian. Kondisi ini ada yang dapat diramalkan akan terjadinya atau terjadinya tanpa dapat diramalkan. Dalam hal ini fungsi studi kelayakan adalah untuk meminimalkan risiko yang tidak diinginkan, baik risiko yang dapat dikendalikan maupun yang tidak dapat dikendalikan.

#### 2. Memudahkan perencanaan

Ramalan tentang apa yang akan terjadi dimasa yang akan datang, dapat mempermudah kita dalam melakukan perencanaan.

Perencanaan meliputi :

- Berapa jumlah dana yang digunakan;
- Kapan usaha akan dijalankan;
- Di mana lokasi yang akan dibangun;
- Siapa yang akan melaksanakannya;
- Bagaimana cara menjalankannya;
- Berapa besar keuntungan yang akan diperoleh;
- Bagaimana mengawasinya jika terjadi penyimpangan.

Dalam perencanaan sudah terdapat jadwal pelaksanaan usaha, mulai dari usaha dijalankan sampai waktu tertentu.

#### 3. Memudahkan pelaksanaan pekerjaan

Berbagai rencana yang sudah disusun sangat memudahkan pelaksanaan usaha. Para pelaksana bisnis telah memiliki pedoman yang harus dikerjakan. Pengerjaan usaha dapat dilakukan secara sistematis, sehingga tepat sasaran dan sesuai dengan rencana

yang disusun. Rencana yang sudah disusun dijadikan acuan dalam mengerjakan setiap tahap yang sudah direncanakan.

#### 4. Memudahkan pengawasan

Pelaksanaan usaha atau proyek sesuai rencana akan memudahkan perusahaan untuk melakukan pengawasan terhadap jalannya usaha. Pengawasan ini perlu dilakukan agar tidak terjadi penyimpangan dari rencana yang telah disusun. Pelaksanaan usaha dapat sungguh-sungguh melakukan pekerjaannya karena merasa ada yang mengawasi sehingga tidak terhambat oleh hal-hal yang tidak perlu.

#### 5. Memudahkan pengendalian

Adanya pengawasan dalam pelaksanaan pekerjaan mendeteksi terjadinya suatu penyimpangan sehingga dapat dilakukan pengendalian atas penyimpangan tersebut. Tujuan pengendalian adalah untuk mengendalikan pelaksanaan pekerjaan yang melenceng sehingga tujuan perusahaan akan tercapai.

### **C. Pihak-pihak yang Berkepentingan**

Hasil penilaian melalui studi kelayakan sangat dibutuhkan oleh berbagai pihak, terutama pihak-pihak yang berkepentingan terhadap usaha atau proyek yang akan dijalankan. Perusahaan yang melakukan studi kelayakan akan bertanggung jawabkan hasilnya sehingga pihak yang berkepentingan yakin dan percaya atas hasil studi kelayakan tersebut.

Pihak-pihak yang berkepentingan terhadap hasil studi kelayakan tersebut adalah sebagai berikut.

#### 1. Pemilik usaha

Para pemilik perusahaan sangat berkepentingan terhadap hasil analisis studi kelayakan yang telah dibuat karena mereka tidak mau jika modal yang ditanamkan mengalami kerugian. Oleh sebab itu, hasil studi kelayakan yang sudah dibuat sudah benar-benar



dipelajari oleh para pemilik, apakah akan memberikan keuntungan atau tidak.

## 2. Lembaga keuangan

Jika modal perusahaan berasal dari dana pinjaman bank atau lembaga keuangan lainnya, pihak merekapun sangat berkepentingan terhadap hasil studi kelayakan yang telah dibuat. Bank atau lembaga keuangan lainnya tidak mau kredit atau pinjaman yang diberikan macet akibat tidak layaknya usaha atau proyek yang dijalankan. Oleh karena itu, untuk usaha-usaha tertentu pihak perbankan akan melakukan studi kelayakan terlebih dahulu secara mendalam sebelum pinjaman dikucurkan kepada pihak peminjam.

## 3. Pemerintah

Bagi pemerintah pentingnya studi kelayakan adalah untuk meyakinkan apakah usaha yang dijalankan akan memberikan manfaat, baik bagi perekonomian secara umum maupun gaji masyarakat luas, seperti penyediaan lapangan pekerjaan. Pemerintah juga berharap usaha yang akan dijalankan tidak merusak lingkungan sekitarnya, baik terhadap manusia, binatang, maupun tumbuh-tumbuhan.

## 4. Masyarakat luas

Bagi masyarakat luas, adanya bisnis akan memberikan manfaat, seperti tersedia lapangan kerja baik pekerjaan sekitar lokasi proyek maupun masyarakat lainnya. Manfaat lain adalah terbukanya wilayah tersebut dari ketertutupan (terisolasi). Dengan adanya usaha akan tersedia sarana dan prasarana berupa fasilitas umum, seperti jalan, jembatan, listrik, telepon, rumah sakit, sekolah, sarana ibadah, sarana olahraga, taman dan fasilitas lainnya.

## 5. Manajemen

Hasil studi kelayakan usaha merupakan ukuran kinerja bagi pihak manajemen perusahaan untuk menjalankan tujuannya. Kinerja tersebut dapat dilihat dari hasil yang telah dicapai sehingga terlihat prestasi kerja pihak manajemen yang menjalankan usaha.

#### **D. Aspek-aspek dalam Penilaian**

Tahap-tahap dalam pembuatan dan penilaian studi kelayakan hendaknya dilakukan secara benar dan lengkap. Setiap tahapan memiliki berbagai aspek yang harus diteliti, diukur, dan dinilai sesuai dengan ketentuan.

Ada beberapa aspek yang perlu dikaji untuk menentukan kelayakan suatu usaha. Masing-masing aspek tidak berdiri sendiri tetapi saling berkaitan. Jika salah satu aspek tidak dipenuhi, perlu dilakukan perbaikan atau tambahan.

Urutan penilaian aspek mana yang harus dihalukan tergantung pada kesiapan penilaian perlengkapan dan kelengkapan data yang ada. Dalam hal ini dengan pertimbangan prioritas mana yang harus didahulukan dan mana yang berikutnya.

Secara umum prioritas aspek-aspek yang perlu dilakukan dalam studi kelayakan adalah sebagai berikut:

##### 1. Aspek hukum

Dalam aspek ini yang akan dibahas adalah masalah kelengkapan dan keabsahan dokumen perusahaan. Mulai dari bentuk badan usaha sampai izin-izin yang dimiliki. Kelengkapan dan keabsahan dokumen sangat penting karena hal ini merupakan dasar hukum yang harus dipegang apabila dikemudia hari timbul masalah. Keabsahan dan kesempurnaan dokumen dapat diperoleh dari pihak-pihak yang menerbitkan atau mengeluarkan dokumen tersebut. Dokumen yang diperlukan meliputi :

- Bentuk badan usaha serta keabsahannya dan untuk badan usaha tertentu, seperti perseroan terbatas atau yayasan harus di sahkan oleh Dapertemen Kehakiman;
- Tanda Daftar Perusahaan (TDP);
- Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).

Disamping dokumen diatas, perusahaan juga harus memiliki izin-izin terntu sesuai dengan jenis bidang usaha perusahaan. Izin-izin perusahaan tersebut antara lain:

- Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP),
- Surat Ijin Usaha Industri,
- Izin usaha tambang,
- Izin usaha perhotelan dan parawisata,
- Izin usaha farmasi dan rumah sakit,
- Izin usaha dan pertenakan dan pertanian,
- Izin domisili, dimana perusahaan/lokasi proyek berada,
- Izin gangguan,
- Izin Mendirikan Bangunan (IMB),
- Izin tenaga kerja asing jika perusahaan menggunakan tenaga kerja asing.

Disamping keabsahan di atas, yang tidak kalah pentingnya adalah penelitian dokumen lainnya, yaitu:

- a. Bukti diri (KTP atau SIM),
  - b. Sertifikat tanah,
  - c. Bukti Kepemilikan Kendaraan Bermotor (BPKB),
  - d. Serta surat-surat atau sertifikat lainnya yang dianggap perlu
- Mengenai hal ini, untuk lebih jelasnya dapat dibaca lagi dalam Bab III, yaitu tentang cara memulai usaha

## 2. Aspek pasar dan pemasaran

Setiap usaha yang akan dijalankan harus memiliki pasar yang jelas. Faktor ada tidaknya konsumen yang akan membeli dan

besarnya pasar yang ada perlu diketahui terlebih dahulu. Disamping itu, perusahaan juga harus mengetahui perilaku konsumen sebagai calon pembeli dan pesaing yang ada, baik saat ini maupun yang akan datang. Setelah itu, perusahaan mengatur strategi pemasaran yang tepat untuk meraup konsumen.

Dalam aspek pasar dan pemasaran hal-hal yang perlu dijabarkan adalah :

- a. Ada tidaknya pasar (konsumen calon pembeli);
- b. Jika ada, seberapa besar pasar yang ada (pasar nyata dan pasar potensial);
- c. Bagaimana peta kondisi pesaing terutama untuk produk sejenis sekarang;
- d. Bagaimana perilaku konsumen (menyangkut selera dan kebiasaan);
- e. Strategi apa yang harus dijalankan untuk memenangkan persaingan dan merebut pasar yang ada sekarang dan yang akan datang.

Untuk mengetahui ada tidaknya pasar dan seberapa besarnya pasar baik pasar nyata, potensi pasar yang ada, maupun perilaku konsumen, maka perlu dilakukan riset pasar. Riset pasar dilakukan dengan cara:

1. Terjun langsung ke lapangan melalui observasi, wawancara, maupun kuesioner.
2. Mengumpulkan data dari berbagai sumber.

Setelah diketahui pasar nyata dan potensi pasar yang ada baru disusun strategi pemasarannya yang meliputi:

- a. Strategi produk,
- b. Strategi harga,
- c. Strategi lokasi dan distribusi,
- d. Strategi promosi.

### 3. Aspek keuangan.

Dalam aspek keuangan hal-hal yang perlu digambarkan adalah jumlah investasi, biaya-biaya dan pendapatan yang akan diperoleh. Besarnya investasi berarti jumlah dana yang dibutuhkan, baik untuk modal investasi pembelian aktiva tetap maupun modal kerja. Selain itu, juga biaya-biaya yang diperlakukan selama umur investasi dan pendapatan. Semua ini pada akhirnya dibuat seperti dalam bab sebelumnya, yaitu menilai jumlah kebutuhan investasi dan pembuatan *cashflow*. Setelah itu baru dinilai kelayakan usaha melalui metode penilaian investasi.

Metode penilaian yang akan digunakan antara lain:

- *Payback Periode*,
- *Average Rate of Return*,
- *Net present value*,
- *Internal Rate of Return*,
- *Profitability Index*,
- *Break Event point*,
- Serta rasio-rasio keuangan.

Metode *Payback Periode* (PP) merupakan teknik penilaian terhadap jangka waktu (periode) pengembalian investasi suatu proyek atau usaha. Artinya, seberapa lama uang yang diinvestasikan itu akan kembali.

*Average Rate of Return* (ARR) merupakan cara untuk mengukur rata-rata pengembalian bunga dengan cara membandingkan antara rata-rata laba sebelum pajak (IAT) dengan rata-rata investasi.

*Net present value* (NPV) atau nilai bersih sekarang merupakan perbandingan antara PP Kas bersih (PV of proceed) dengan PV investasi (capital outlays) selama umur investasi. Selisih antara nilai kedua PV tersebut dikenal dengan *Net present value* (NPV).

*Internal Rate of Return* (IRR) merupakan alat untuk mengukur tingkat pengembalian hasil intern.

*Profitability Index* (PI) atau *benefit and cost ratio* (B/C Ratio) merupakan ratio yang mengukur dengan membandingkan antara penerimaan bersih yang akan datang dengan nilai sekarang, dengan pengeluaran investasi selama umur investasi.

#### 4. Aspek teknis/operasi.

Dalam aspek teknis/operasi yang akan digambarkan secara lengkap adalah :

- a. Lokasi usaha, baik kantor pusat, cabang, pabrik, atau gudang (penelitian mengenai lokasi meliputi berbagai pertimbangan, apakah harus dekat pasar, bahan baku, tenaga kerja, pemerintahan, lembaga keuangan, pelabuhan, atau pertimbangan lainnya);
- b. Penentuan layout gedung rumah, mesin, dan peralatan, serta layout ruangan sampai pada usaha perluasan selanjutnya;
- c. Teknologi yang akan digunakan (penggunaan teknologi padat karya atau padat modal), jika menggunakan padat karya, maka akan memberikan kesempatan kerja, namun jika padat modal justru sebaliknya.

Mengenai hal ini untuk lebih jelasnya dapat dibaca lagi dalam Bab IX tentang penentuan lokasi dan layout.

#### 5. Aspek manajemen/organisasi

Dalam aspek manajemen dan organisasi yang perlu diteliti dan dinilai adalah:

- a. Pemilik usaha (jumlah dan komposisi modal);
- b. Pengelola usaha (manajemen) dengan jumlah serta kualifikasi (pendidikan dan pengalaman);
- c. Struktur organisasi yang ada sekarang, serta gambaran mengenai jabatan;

- d. Rencana kerja seperti pencapaian target, sasaran, dan tujuan;  
Untuk lebih jelas mengenai hal ini dapat dibaca lagi dalam Bab IV yaitu tentang bentuk organisasi usaha.

6. Aspek ekonomi social

Gambaran dalam aspek ekonomi adalah untuk melihat seberapa besar pengaruh yang ditimbulkan jika proyek tersebut dijalankan. Pengaruh tersebut terutama terhadap ekonomi secara luas serta dampak sosialnya terhadap masyarakat secara keseluruhan.

Dampak ekonomi menggambarkan:

- a. Jumlah tenaga kerja yang tertampung, baik yang bekerja di pabrik atau masyarakat diluar pabrik;
- b. Peningkatan pendapatan masyarakat.

Demikian pula, perusahaan perlu mencantumkan dampak sosial yang ada dalam hasil penelitian. Dampak sosial yang muncul akibat adanya usaha berupak tersedianya sarana dan prasarana, antara lain:

- a. Pembangunan jalan.
- b. Pembangunan jembatan.
- c. Penerangan.
- d. Sarana telepon.
- e. Sarana air minum.
- f. Tempat kesehatan.
- g. Lembaga pendidikan.
- h. Sarana olahraga.
- i. Sarana ibadah.
- j. Dan sarana lainnya.

7. Aspek dampak lingkungan

Aspek dampak lingkungan merupakan analisis yang paling dibutuhkan pada saat ini, karena setiap proyek yang dijalankan memiliki dampak sangat besar terhadap lingkungan sekitarnya.

Dampak lingkungan yang perlu diperhatikan antara lain:

- a. Terhadap tanah
- b. Terhadap air
- c. Terhadap udara
- d. Terhadap kesehatan manusia.

Pada akhirnya pendirian usaha akan berdampak terhadap kehidupan fisik, flora, dan fauna yang ada disekitar usaha secara keseluruhan.





## **BAB XI**

### **KUNCI KEBERHASILAN DALAM BERUSAHA**

---

#### **A. Keberhasilan Bagi Wirausaha**

Banyak pendapat tentang arti daripada sukses, bahkan sebagian besar masyarakat yang sukses itu yang banyak hartanya atau dengan kata lain orang yang kaya dengan hartanya dan ada juga bila menduduki jabatan tertentu, sehingga dijadikan ukuran oleh keluarga, kelompok, atau masyarakat luas. Oleh karenanya, sering kali menjadikan arena untuk saling berebut dan bahkan menjadikan objek perselisihan antara sesama. Akibat, diantara para pengusaha saling bersaing yang kurang sehat dan menganggap bahwa pesaing itu musuh, implikasinya saling menjatuhkan dan saling menekan atau dapat menimbulkan iri dan dendam.

Situsasi seperti yang diuraikan diatas sering kita jumpai dan mendengar baik dari kolega maupun berita melalui media massa. *Nah*, melalui bab ini diharapkan bagi mereka yang membaca setidaknya dapat memahami dan bila memungkinkan mampu untuk mensosialisasikan kepada sesama, agar dapat menumbuhkan kerja sama yang baik dan saling mendukung atau saling melengkapi satu sama lain di antara mereka.

Pemikiran dari seorang wirausaha yang sejati tentu memiliki perbedaan pandangan tentang keberhasilan atau sering kita sebut sebuah kesuksesan. Sebenarnya arti dari sukses atau berhasil tidak lebih dari apa yang diharapkan atau yang diinginkan dan biasanya merupakan cita-cita dari setiap individu bisa terbukti atau tercapai. Jadi sukses itu bila cita-citanya terlaksana, padahal kalau kita analogikan bahwa cita-cita atau keinginan setiap individu itu selalu berbeda dan sangat tergantung pada wawasannya masing-masing.

Oleh karena itu, setiap individu memiliki visi yang berbeda satu sama lain dan dari ungkapan harapan yang dituangkan sebagai visi itu menjadi dasar munculnya stimuli atau motivasi seseorang untuk mencapai apa yang dicita-citakan. Namun, banyak pula yang mengeluh karena tidak tercapainya cita-cita, walaupun motivasinya cukup tinggi. Hal ini, justru menjadikan fenomena yang cukup menarik untuk dikaji lebih lanjut dan munculah berbagai pertanyaan, apa yang menyebabkan cita-citanya tidak tercapai? Padahal, motivasinya cukup besar dan bahkan telah menunjukkan usahanya untuk mencapai. Akan tetapi, tidak tercapai juga apa yang diharapkan, sehingga menimbulkan rasa putus asa dan mengeluh yang akhirnya motivasinya mengalami penurunan.

Berdasarkan fenomena tersebut, penulis berpikir pasti ada sesuatu yang kurang lengkap, secara kebetulan dari pengalaman hasil pertemuan dan pembicaraan dengan orang berkebangsaan Cina pada saat perjalanan menuju Hongkong pada intinya bahwa sebagian besar dari mereka berdasarkan buku kunonya, telah ditanamkan kepada keturunannya tentang pemikiran mengenai cita-cita yang kita artikan sebagai visi dari individu masing-masing. Secara singkat terungkap bahwa dalam menjalani kehidupannya selalu tersirat ungkapan yang dapat diartikan sebagai filsafat dalam kehidupan, yaitu “capailah cita-cita setiap saat“, berbeda dengan bangsa Indonesia yang sebagian besar ditanamkan oleh orang tua yaitu : “ capailah cita-cita setinggi langit “.

Memerhatikan perbedaan dan pandangan antara bangsa Cina dengan bangsa Indonesia jelas terlihat, bahwa ada sesuatu yang terlewatkan dalam menjalani kehidupannya masing-masing. Dengan mengacu pada filsafat yang diungkapkan oleh orang cina berarti masih ada satu komponen lagi yang perlu menjadi dasar pertimbangan dalam mencapai kesuksesan pribadi, yaitu mengenai

**kemampuan** atau faktor internal yang ada pada diri kita sendiri perlu diperhitungkan atau dapat kita sebut sebagai kompetensi pada diri sendiri.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka pengertian dari sukses itu diformulasikan sebagai berikut: Sukses (S) adalah fungsi dari Visi (V), Motivasi (M), dan Kompetensi (K) individu dan ini suatu modal secara logika adalah sebagai berikut :  $S = f(V, M, K)$ . Dan, secara matematisnya adalah  $S = V + M + K$  artinya, tercapainya suatu keberhasilan sangat tergantung pada visi, motivasi, dan kompetensi dari setiap individu. Apabila seseorang tidak tercapai suatu kesuksesan, kemungkinan disebabkan visinya selalu tinggi, sedangkan kompetensinya rendah walau motivasinya cukup tinggi sebenarnya komponen tersebut saling berkaitan dan saling mendukung satu sama lain. Terutama dalam menetapkan visi dari individu perlu memerhatikan kemampuan yang ada pada diri kita masing-masing. Jadi jangan berpikir ingin mencapai cita-cita setinggi langit karena tidak jelas dan kemungkinan besar tidak akan tercapai. Adapun orang cina selalu berpikir dalam menentukan cita-citanya disesuaikan dengan kemampuan yang ada pada dirinya, sehingga cita-citanya selalu tercapai.

Pada dasarnya, setiap individu boleh saja dan bahkan dianjurkan untuk memiliki atau menentukan cita-citanya hanya perlu memperhatikan kemampuan dan jangkauan yang memungkinkan untuk tercapai. Makna yang dapat diambil dari ungkapan bangsa Cina itu banyak mengandung arti, yaitu tentang kedisiplinan, kemampuan dalam kaitannya dengan usaha, maka sangat berkaitan dengan modal dan biaya yang menjadi tanggungannya sehingga perlu pengelolaan yang lebih terstruktur serta motivasi dengan pengertian adanya upaya dan usaha, tidak berdiam diri dan tergantung kepada orang lain atau kepada pihak

manapun. Disisi lain, mengandung pengertian bahwa cita-cita tidak harus berpikir terlalu jauh dan bukan merupakan akhir dari usaha maupun kehidupan. Jadi, cita-cita atau visi itu sebaiknya bertahap sehingga kemungkinan untuk tercapai akan lebih mudah dan bila telah tercapai kita harus menentukan kembali apa yang ingin dicapai selanjutnya.

Merujuk dari pengertian keberhasilan atau sukses, maka dalam mengukur keberhasilan bagi wirausaha dapat dibuktikan oleh prestasi yang dicapai, yaitu pertumbuhan dari perusahaan yang dikelolanya. Pertumbuhan ini dibuktikan oleh penjualan, aset yang dimiliki perusahaan, dan jumlah karyawan. Pencapaian bukan harus sekaligus dibuktikan, melainkan tercapai keberhasilan itu dilakukan secara bertahap. Untuk meraih keberhasilan itu, tentunya mempunyai kiat-kiat dalam menciptakan peluang usaha. karena tahap pemanfaatan dan pengembangan kesempatan sudah menjadi hal yang rutin. Ide-ide inovatif seperti hal tersebut akan membantu dalam memotivasi pengusaha yang ingin maju. Wawasan dan pengalaman praktis serta perilaku usaha serta motifprestasi dan keberhasilan ini akan sangat mempengaruhi pengusaha-pengusaha lain. Ada beberapa kunci yang harus dilakukan dan diperhatikan wirausaha untuk mencapai suatu keberhasilan, yaitu :

1. (*Implementation*) kemampuan dan keberanian untuk mengimplementasikan gagasannya;
2. (*Time*) pemanfaatan waktu yang efektif dan efisien ;
3. (*Cost*) pengelolaan biaya;
4. (*Process*) melalui suatu proses;
5. (*Value*) pengembangan menciptakan nilai-nilai;
6. (*Standard*) menentukan standar dari produk/jasa yang disediakan.

## **B. Mengimplementasikan Ide Atau Gagasan**

Sebagian besar masyarakat mengalami kesulitan untuk memulai melakukan aktivitasnya, mengimplementasikan gagasannya, dan mencoba untuk meraih atau mengisi peluang yang sudah ada. Berbagai gangguan, godaan, bisikan teman atau faktor lain yang biasanya menghambat untuk melakukan atau melaksanakannya. Hal inilah yang disebut sebagai faktor penghambat untuk meraih keberhasilan dari seseorang. Pada umumnya, orang selalu menunggu atau mengharapkan fasilitas dari pihak terkait atau pihak lain, sehingga menimbulkan keraguan, sungkan, malas, akhirnya tidak melakukan atau mengerjakan apapun, alhasil nihil outputnya. Bila seperti itu, mana mungkin sesuatu yang dicita-citakan dapat tercapai, kemudian yang bersangkutan selalu berdalih dan menyalahkan orang lain bila peluang tersebut diambil oleh orang yang memiliki jiwa wirausaha. Sebagaimana kita ketahui, tidak sedikit dari para pengusaha yang ada selalu tergantung pada orang lain atau pihak terkait, seperti memohon bantuan dari pemerintah dan sebagainya, sebagai alasan kurang majunya usaha yang mereka lakukan. Tentu memiliki berbagai gagasan, serta mengetahui ada peluang yang bersumber dari berbagai pihak namun dalam kenyataannya sering mengalami kesulitan untuk dilaksanakan dan biasanya alasan klasik yang dikemukakan oleh para calon pengusaha adalah masalah permodalan atau biaya yang masih terbatas atau menunggu bantuan dari orang lain. Inilah yang mencerminkan bahwa para pengusaha yang ada sangat manja dan bukan sebagai wirausaha sejati.

Dari hasil observasi dan beberapa hasil penelitian yang pernah dilakukan oleh penulis terhadap beberapa pengusaha yang ada di beberapa kota besar di pulau Jawa, ternyata sebagian besar dari pengusaha yang ada khususnya usaha mikrokecil dan menengah

(UMKM), belum dapat dikatakan sebagai *entrepenuer* atau sebagai wirausaha. Bahkan sebagian besar dari usaha mikro yang ada sebenarnya mereka yang menggelar usahanya atau berhadapan langsung dengan konsumen, sebagian besar (sekitar 70%) bukan pemiliknya langsung melainkan hanya sebagai pekerja dari para pemilik modal, namun sering kali dimanfaatkan untuk dijadikan tameng atau menjadi umpan dan dikendalikan oleh pemilik modal untuk memperoleh bantuan modal.

Dari beberapa hasil diskusi dengan *entrepenuer* atau pengusaha yang memiliki jiwa wirausaha sejati, pada dasarnya mereka mengeluhkan terhadap pengusaha yang sifatnya masih memohon bantuan dana untuk modal, karena dapat menimbulkan adanya persaingan yang kurang sehat dan menurunkan motivasi untuk bekerja keras dan akhirnya ketergantungan kepada orang lain serta menyalahkan pihak lain bila usahanya gagal.

Sebagian besar dari pengusaha sukses yang penulis amati, ternyata dalam mengimplementasikan usahanya bagi para pengusaha yang memiliki jiwa wirausaha, mereka tidak menunggu hingga modalnya terkumpul lebih dahulu. Bila ada ide atau gagasannya dengan modal yang tersedia, tanpa menunda waktu mereka segera memulainya dengan berbagai cara seperti membina kerelasiaan dengan pihak-pihak terkait. Contoh: Seorang pengusaha yang membuka rumah makan atau warteg yang diutamakan adalah menelusuri tempat atau lokasi yang strategis, kemudian mereka tidak merekrut tenaga untuk memasak, tetapi mencari pathner dan menyeleksinya untuk pengadaan makanan-makanan yang khas sebagai produk yang ditawarkan ke pasar, sehingga tidak memerlukan modal besar dan tidak perlu menggaji pegawai secara tetap, yang penting kontinuitas usahanya dapat terjami baik kualitas maupun kuantitasnya serta pengendalian yang dilakukan

secara terstruktur. Karenanya perlu ditentukan standarnya baik untuk barang dan jasa dan sistem penyampaiannya, implikasi sangat erat dengan peningkatan nilai dari perdagangan pengguna atau pelanggan.

Ada satu ungkapan cukup menggelitik dan mendasar sekali dari para pengusaha yang memiliki jiwa wirausaha yaitu: “dengan peluang yang hanya satu persen justru disitulah keberhasilan diperoleh”. Artinya, peluang itu tidak harus besar, karena kalau peluangnya besar pasti siapapun akan bisa melakukannya. Disinilah sebenarnya tuntutan bagi para wirausahawan, terutama tingkat kejeliannya dan ketajaman serta usaha meraihnya dan melaksanakannya.

Untuk mengimplementasikan gagasan maupun ide pada suatu perusahaan tentunya tidak sekedar melaksanakannya dengan secara sembarangan tetapi dituntut untuk belajar dan menguasai baik dari segi manajemen maupun teknologinya dengan memperhatikan situasi dan kondisi lingkungan dan internal dimana kita berada. Oleh karena itu, peranan pemimpin atau pemilik usaha sangatlah menentukan akan keberhasilan dari suatu usahanya.

Dalam pembelajaran organisasi peranan manajer atau pimpinan sangat strategis khususnya untuk menghasilkan dan menggeneralisasikan pembelajaran organisasi melalui penetapan tujuan strategis, melakukan pengukuran, *me-monitoring*, mengomunikasikan kepada public, dan memunculkan tanda-tanda simbolik bahwa memang organisasi kita merupakan organisasi pembelajar (Bennis dan Starkey, 1998:537). Dalam hal ini yang dimaksud dengan manajer atau pimpinan bagi UMK adalah para pemilik usaha *owner*. Dengan menerapkan konsep organisasi pembelajar yang ditandai dengan budaya berbagi informasi, budaya eksperimentasi dan menerima risiko kegagalan, budaya kerja dalam



kelompok dengan keanggotaan dan tugas yang sering berubah, budaya toleransi terhadap gagasan baru, dan budaya fokus pada proses untuk mencapai tujuan, diharapkan akan mampu mendorong kepada tercapainya keberhasilan usaha.

Melalui pembelajaran serta pemahanan yang sabagaimana di ungkapkan di atas, untuk mencapainya keberhasilan pada intinya dapat dilakukan melalui langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Apa yang diinginkan: biasanya berkaitan dengan cita-cita berdasarkan kepada sudut pandang dari masing-masing individu, sebagian besar sangat tergantung kepada tingkat pengetahuannya. Jadi, apa yang dicita-citakan sebaiknya yang harus yang bisa dijangkau dan memiliki kemampuan untuk menjangkanya, jangan terlalu muluk sebab kemungkinan gagal bisa terjadi.
- b. Pikirkan, artinya apakah cita-cita tersebut terjangkau atau tidak? Logis atau tidak? Kemudian pikirkan juga dampaknya. Apabila terjangkau dan berdampak positif bagi semua pihak, sebaiknya segera diaplikasikan. Misalnya ada gagasan yang baru, apabila menuda bisa saja pikiran atau gagasan tersebut diambil dan dilaksanakan oleh orang lain.
- c. Apa yang diucapkan: artinya setiap cita-cita yang diucapkan harus logis, jadi jangan berbicara panjang lebar tetapi kenyataannya nihil. Perhatikan juga reaksi orang lain yang mendengarkan. Apabila sudah memperoleh reaksi yang positif sebaiknya langsung lakukan dan buktikan bahwa apa yang diucapkan itu bisa terealisasi dan dilakukan oleh sendiri tanpa harus dilakukan oleh orang lain. Hindari istilah NATO (*No Action Talk Only*).
- d. Pahami, artinya terlebih dahulu harus dipelajari dengan seksama, jangan memahami sepintas atau sebagian saja. Dikhawatirkan bila tidak memahaminya akan terjadi kegagalan yang sangat fatal.

- e. Ketahui, dalam hal ini kita harus mengetahui dan mempelajari seluk beluk dari aktivitas atau usaha yang dipikirkan dan diinginkan serta lingkungan dimana aktivitas atau usaha akan dilaksanakan. Misalnya, mengenai prosedur untuk membuka usaha tentunya ada peraturan dan tata kerja yang berlaku, agar usaha yang dilakukan dapat berjalan dengan lancar.
- f. Bisa, artinya dapat dilakukan dan dilaksanakan serta dibuktikan sebagaimana mestinya baik mengenai sumberdaya nya maupun pasarnya, bukan hanya membayangkan atau berandai-andai saja, tetapi kenyataannya memang bisa diaplikasikan dan diterima semua pihak.
- g. Kuasai, pada kenyataannya sering menjadi hambatan karena pengusaha akan lingkup kegiatan atau usaha masih terbatas, terutama yang berkaitan dengan risiko, perizinan, dan pasarnya. Akan lebih baik dikuasai terlebih dahulu tentang usaha yang akan dilakukan. Dalam hal ini perlu pemagangan pada suatu perusahaan yang sejenis atau terkait.

Dari penjelasan tersebut, kemungkinan tercapainya keberhasilan memiliki kesempatan yang lebih besar, karena apa yang diinginkan tentunya harus sesuai dengan daya jangkauan kita sendiri, misalnya menggunakan uang dari hasil pinjaman tentunya akan disesuaikan dengan kemampuan untuk mengembalikannya, apabila melebihi, dari daya jangkauan yang dimiliki kemungkinan akan menjadi masalah dan menimbulkan rasa tidak tenang atau selalu gelisah dalam hidupnya. Oleh karena itu, perlu merancang terlebih dahulu aktivitas atau usaha yang akan dilakukan. Mulailah dari estimasi tentang permintaan pasar dan rancangan pemasarannya, jangan memikirkan hitung modal dan bergeraklah dengan komposisi modal yang ada dan terjangkau.

### **C. Pemanfaatan Waktu**

Sebenarnya filosofi dari waktu itu mempunyai hubungan yang erat dengan penghasilan, kesempatan, serta nilai bagi seseorang yang mampu memanfaatkannya. Namun, sebagian besar orang kurang mampu dan kurang menghargai terhadap waktu, sehingga sering sekali mengalami kegagalan dalam mencapai apa yang diinginkan atau yang dicita-citakan. Akibatnya, banyak diantara kita melakukan aktivitas setiap harinya tidak produktif, karena kurang bisa memanfaatkan waktu.

Banyak orang yang menyia-nyiakan waktu, misalnya datang tidak tepat waktu dengan datang pada jam delapan tiga puluh menit bukan jam delapan tepat: menghabiskan dua puluh menit pertama dengan minum-minum kopi atau membaca koran; Mengobrol-ngobrol selama jam kerja; berjalan-jalan kesana kemari tanpa keperluan, misalnya ketempat air minum atau kamar mandi; bersantai-santai; melakukan percakapan telepon pribadi; yang bertele-tele atau melakukan kepentingan sendiri selama jam kerja; sengaja memperpanjang jam istirahat; mengambil istirahat siang lebih awal; datang terlambat dari istirahat siang; pulang awal. Bagaimana kita mencuri waktu dari diri sendiri dan orang lain? Kita mencuri waktu ketika kita tidak merencanakan aktivitas kita pada hari itu atau dalam kehidupan kita, ketika kita tidak punya tenggat waktu yang jelas untuk menyelesaikan suatu tugas atau pekerjaan. Kita mencuri waktu kita sendiri dan waktu orang lain ketika kita suka menunda-nunda, mengugulur-ulur waktu untuk menangani masalah atau suatu tugas yang harus dihadapi dan diselesaikan segera.

Benjamin Franklin pernah mengatakan, “apakah anda mencintai hidup ini? maka janganlah buang-buang waktu, karena waktulah bahan pembuat kehidupan ini. ”orang yang suka membuang-buang waktu memboroskan kehidupan mereka sendiri. Ketika kita

memboroskan waktu, menjadi begitu frustrasi. Ada keresahan yang tidak disadari yang sangat mengganggu. Kita merasa tidak nyaman dengan apa yang saya lakukan dan dengan diri sendiri. Tetapi ketika kita bisa mengganti waktu yang terbuang percuma ketika bisa menebus waktu yang hilang, kita bisa membuat waktu menjadi kawan bukan musuh, kita merasa lebih bertanggung jawab, lebih produktif, lebih bersemangat. Kita juga bisa menghormati diri sendiri dengan lebih baik dan lebih percaya diri. Begitu juga orang lain akan lebih menghargai kita juga. Jika kita ingin benar-benar sukses di tempat kerja, jangan boroskan waktu. Manfaatkanlah waktu semaksimal mungkin karena hari-hari ini tidak saja jahat, tetapi juga pendek.

Untuk mengefektifkan waktu, maka buatlah rencana tertulis, susun prioritas, dan tentukan kerangka waktunya untuk menyelesaikan masing-masing item dalam rencana itu. Jika tidak, kita akan menanggung risiko diganggu oleh hal-hal kecil yang tidak penting. Contoh, tahukah rata-rata masyarakat kita melihat atau mendengar 560 siaran iklan dalam satu hari? Tanpa prioritas yang tertulis, “simpang siur” kehidupan sehari-hari akan terus mengganggu perhatian kita dan menggagalkan usaha kita.

Ada beberapa tips untuk membuat perencanaan harian menjadi kebiasaan yang berguna:

1. Pelajari dengan seksama tugas-tugas kita
2. Tentukan prioritas yang akan memberikan keuntungan yang terbesar bagi kita.
3. Ciptakan kerutinan untuk hal-hal yang harus kita lakukan setiap minggu atau setiap hari. Umpamanya, jika ada rapat staff, lakukanlah pada hari dan jam sama setiap minggu. Jika setiap bulan harus memangkas waktu, jadwalkan untuk jam dan hari yang sama

4. Deligasikan dengan bijaksana dan jangan sampai membebani. Ini membuktikan pemahaman secara khusus atas kemampuan dan juga orang disekitar kita. Kita bisa memastikan setiap orang siap untuk menerima tanggung jawab apa saja yang harus diselesaikan
5. Jadwalkan untuk sendirian, berdiskusilah dengan diri sendiri. Orang-orang sukses sangat menghargai saat perenungan seperti ini untuk menyatukan potongan-potongan persoalan, melakukan apa yang dikatakan beberapa orang sebagai “pemikiran canggih”. Pemikiran kita sangat penting tetapi harus menggunakannya dengan bijaksana.

Jhon F. Kennedy dikenal orang yang tak suka berdiam diri. Apapun yang ia lakukan kemanapun ia pergi, dia selalu kelihatan tergesa-gesa untuk melakukan pekerjaan yang lain. Dia tidak pernah memperlihatkan sikap bahwa dia mempunyai waktu untuk bersantai. Dia selalu kelihatan berada ditengah jalan, selalu berbuat, selalu bergerak, selalu menghargai waktu untuk orang dan pekerjaannya, tetapi selalu ditengah jalan menuju prioritas berikutnya. Sikap dan tingkah laku “direncanakan terlebih dahulu” itu harus diupayakan.

Akan sangat menguntungkan bagi kita untuk duduk dan menyusun daftar untuk memberi titik tolak untuk membuang pemboros waktu kita. Ambil suatu hari tipikal, daftarlh segala yang anda lakukan bahkan menelepon, berjalan ke kamar mandi, dan saat untuk istirahat, dan makan siang, kemudian periksa kembali daftar kegiatan itu mencari apa yang bisa dibuang. Anda harus tegas dalam menandai pemboros-pemboros waktu itu.

Saat menyusun jadwal mingguan, yang terpenting adalah menyiapkan waktu untuk pekerjaan yang paling diprioritaskan:

1. Siapakan hari tertentu dalam minggu itu. Umpanya, selasa atau selasa pagi untuk proyek-proyek utama.
2. Bahkan jika jadwal anda terganggu oleh interupsi kita bisa mengusahakan agar jatah waktu tertentu tetap tidak terganggu untuk prioritas bernilai tinggi. Ingat, selalu ada waktu hal-hal yang penting.
3. Dengan melakukan hal yang sama pada waktu yang sama setiap hari akan menghemat dan membangkitkan tenaga. Kita mempunyai dua waktu utama:
  - a. Waktu utama internal adalah saat tahu kita menghasilkan yang terbaik dalam pekerjaan, apakah pagi atau sore.
  - b. Waktu utama eksternal adalah saat yang terbaik untuk bertemu dengan orang lain, mereka yang harus dihubungi dalam masalah pekerjaan, sosial, atau di rumah tangga.
  - c. Usahakan menyisihkan waktu eksternal untuk proyek-proyek penting.
4. Beri unsur flesibilitas dalam jadwal kegiatan:
  - a. Cadangkan satu jam dalam satu hari yang kosong
  - b. Beri kelonggaran waktu untuk interview, pecakapan, atau apasaja yang mungkin berlangsung lebih lama dari yang dijadwalkan
  - c. Sisihkan waktu untuk membaca surat-surat dan menyelesaikan pekerjaan kertas.
5. Jangan lupakan kehidupan pribadi, masukan juga dalam jadwal kegiatan kita.

Sebagian besar orang berpendapat bahwa waktu adalah uang, dan bahkan ada yang mengungkapkan waktu itu justru sangat sensitive dengan nilai dan keberuntungan dari segi usaha. jadi sering diartikan lain dengan kenyataannya, padahal bila dikaji dan dipikirkan secara logika memang waktu mempunyai kaitan dengan

strategi dalam menjalankan usaha. oleh karena itu, bagi para wirausaha dalam memulai atau melaksanakan usahanya harus melakukan penyesuaian dengan kondisi, situasi, lingkungan bisnis, posisi, sosial dan budaya, dan karakter usaha. untuk tercapainya keberhasilan bagi individu wirausaha, maka faktor-faktor tersebut agar menjadi perhatian yang sangat mendasar apabila kurang diperhatikan atau dipertimbangkan kemungkinan kegagalan akan terjadi, seperti jam buka toko swalayan itu bisa ditentukan sesuai dengan kondisi lingkungannya, bila diperlukan bisa saja buka selama 24 jam. Hal ini sangat tergantung pada situasi dan lingkungan dimana tempat atau lokasi serta pasar yang dijadikan saran, selain itu perhatikan tentang masalah sosial dan budaya dari pasarnya.

#### **D. Pengelolaan Dana**

Pada persiapannya, strategi pembiayaan sebuah perusahaan selalu diarahkan kepada tersedianya dana dari sumber pembiayaan yang murah, yang diperlukan untuk menunjang kegiatan usaha perusahaan dan penggunaan dana yang tersedia secara efisien dan efektif. Biasanya perusahaan akan menggunakan dana untuk pembiayaan dari usahanya.

- Modal mandiri
- Kredit-kredit dagangan
- Kredit bank
- Lembaga / perusahaan pembiayaan

Pada pelaksanaannya para pengusaha yang memulai usahanya selalu berpikir untuk investasi perusahaan biasanya diarahkan pada penyediaan sarana-sarana penunjang kegiatan perusahaan yang dapat berupa mesing-mesin, alat pengangkutan, gudang kantor, inventaris kantor, dan sebagainya atau penyertaan-penyertaan perusahaan lain, dalam artian ikut menanam modal pada orang lain.

Bagi perusahaan yang sedang berjalan, tentunya harus mempertimbangkan sumber-sumber pembiayaan atas dasar pilihan seperti:

- Modal sendiri
- Laba ditahan
- Penjualan aktiva tetap yang tidak berguna lagi
- Kredit investasi
- Sumber pembiayaan jangka panjang dari pihak ke-III

Pimpinan atau pemilik perusahaan perlu mengetahui tindakan apa yang harus dilakukan dan dilaksanakan serta oleh siapa, untuk menerapkan strategi/usaha dalam rangka mencapai sasaran bisnis/usaha serta tujuan-tujuan dan target-target penunjangnya. Oleh karena itu, perlu sekali memerinci waktu dan biaya tindakan-tindakan tersebut dalam rangka menghasilkan program-program, dalam hal ini adanya anggaran (*budget*) perusahaan bukan saja sebagai dasar pegangan mengoperasikan rencana perusahaan melainkan juga sebagai alat pengendalian. Oleh karena itu, anggaran perusahaan berfungsi ganda sebagai pedoman mengoperasikan rencana-rencana perusahaan sekaligus juga sebagai alat pengendalian.

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan didalam menyusun anggaran yang baik, sehingga anggaran dapat bermanfaat sebagai mana mestinya. Suatu anggaran dapat dikualifikasi (digolongkan) baik apabila :

1. Sistematis

Artinya, bahwa anggaran tersebut disusun dengan berurutan dan berdasarkan atas logika.

2. Realistis

Sesuai dengan keadaan yang ada / yang dihadapi, baik ekstern maupun intern juga selalu optimis, tetapi juga terlalu pesimis.



### 3. Fleksibel

Tidak terlalu kaku (luwes), mempunyai kemungkinan penyesuaian dengan keadaan yang mungkin berubah.

### 4. Continue

Mebutuhkan perhatian yang terus menerus dan tidak merupakan usaha yang sifatnya insidental (kadang-kadang).

Setelah sasaran ditetapkan, strategi dirumuskan, rencana dijabarkan dalam bentuk program dan anggaran perusahaan, dan penerapannya dimulai, maka kegiatan selanjutnya adalah melakukan kegiatan pengendalian agar dapat memonitor prestasi dan kemajuan, serta mengenal bidang-bidang yang memerlukan tindakan koreksi/perbaikan. Untuk dapat melaksanakan kegiatan pengendalian dan sekaligus menilai perusahaan, sudah barang tentu harus ditetapkan terlebih dahulu standar yang akan digunakan sebagai tolak ukur yang berpedoman pada sasaran, dan rencana salah satu dari alat-alat yang paling banyak dipakai untuk melaksanakan pengendalian adalah anggaran perusahaan. Cara sederhana dalam rangka melaksanakan pengendalian usaha adalah dengan membandingkan setiap periodik minimal sebulan sekali. Antara realisasi (prestasi) dengan rencana yang hal ini adalah anggaran.

Pada awalnya yang harus dipertimbangkan oleh wirausaha untuk memulai usahanya atau mengembangkan usahanya adalah menilai tentang kelayakan usaha secara ekonomi, apakah usaha tersebut memberikan manfaat kepada pengelola/pengusaha? Selain itu juga, agar suatu usaha dapat dikatakan berhasil maka secara minimal dapat memenuhi ciri-ciri sebagai berikut:

1. Produk yang ditawarkan harus jelas terlebih dahulu mengukur potensi permintaan pasarnya, agar dapat

memprediksi hasil penjualannya yang merupakan pendapatan bagi perusahaan.

2. Usaha harus dapat menghasilkan cukup pendapatan untuk membayar semua biaya peralatan yang digunakan dalam kegiatan tersebut.
3. Usaha dapat harus menghasilkan pendapatan yang dapat digunakan untuk membayar bunga modal yang digunakan didalam usaha/proyek tersebut, baik modal sendiri maupun modal yang dipinjam dari pihak luar.
4. Usaha harus dapat membayar upah seluruh tenaga kerja yang digunakan dalam menghasilkan sejumlah produk secara layak .
5. Perusahaan yang mengerjakan suatu usaha harus paling sedikit berada dalam keadaan seperti semula. Jadi, harus dapat memelihara dirinya sendiri.

Dalam rangka untuk mencapai keberhasilan dari suatu usaha, utamanya harus memerhatikan terlebih dahulu tentang kelayakan usaha secara ekonomi, selain itu perlu juga memerhatikan faktor-faktor apa saja yang dapat menentukan tercapainya apa yang diharapkan oleh wirausaha yang bersangkutan. Ada berapa hal yang perlu diperhitungkan dan dipertimbangkan dalam rangka mencapai keberhasilan usaha, yaitu :

Kelayakan usaha, energi yang dimiliki, mampu untuk menahan diri tidak emosi, setiap pengeluaran disesuaikan dengan waktunya, setiap pengeluaran agar diperhitungkan manfaatnya, memperhitungkan jumlah risiko serta mempertimbangkan besarnya dana yang tersedia.

Sebagai contoh seorang mahasiswa pada waktu itu teman penulis seangkatannya dan masih kuliah, awalnya iseng dia membuat sate daging sapi dan temannya merasakan enak rasanya.

Kemudian dia membeli 1 kg daging lalu dibuat sate dengan bumbunya yang lengkap, lalu dititipkan kepada salah satu warung nasi dilingkungan tempat kos mahasiswa. Ternyata laku dan kegiatan itu berlanjut dengan menitipkan kebeberapa warung nasi yang cukup strategis dengan menambah pembelian daging sapinya dari hasil usahanya. Ternyata yang bersangkutan sekarang sudah memiliki usaha *catering* dan berkembang sampai dengan berbagai usaha termasuk *weeding organizing*. Itulah perjalanannya mulai dari modal yang sangat kecil sekali.

Dalam rangka mewujudkan keberhasilan suatu usaha, bukanlah didasarkan dari besarnya modal, melainkan kemampuan individu sebagai wirausaha dengan modal yang terbatas tetapi dapat memperoleh hasil yang maksimal. Karenanya, tidak menunggu terkumpulnya modal yang besar atau menunggu turunnya pinjaman, tetapi dituntut untuk lebih kreatif dalam memanfaatkan dana yang tersedia untuk memulai usaha dari modal yang seadanya kemudian kita kelola serta memanfaatkannya semaksimal mungkin atau mengembangkan usahanya. Sebaiknya untuk memulai usaha gunakan modal seminimal mungkin, jangan langsung menggunakan modal yang besar, sebab bila usahanya kurang berhasil akibatnya akan mengalami kerugian yang besar pula. Oleh karena itu, lakukanlah usaha dari mulai yang kecil dengan menggunakan dana yang tersedia tanpa harus menunggu dalam jumlah yang besar, agar risikonya kecil bila mengalami kegagalan.

#### **E. Proses Menuju Keberhasilan**

Setiap keberhasilan seseorang tidak akan mungkin datang dengan tiba-tiba, tetapi pasti akan selalu melalui proses yang dilakukan dan tentunya bukan dalam waktu yang singkat. Umumnya orang melihat bukan tanpa mengetahui apa yang pernah dilakukan atau aktivitas apa yang dijalani oleh mereka yang dapat mencapai

keberhasilan, itu semua tentunya melalui suatu proses dan memerlukan waktu. Sebaliknya, bila terjadi peningkatan kesejateraan seseorang dalam waktu yang singkat justru akan menimbulkan kecurigaan dan ini dinilai kurang baik sehingga banyak bukti terbukti bahwa yang bersangkutan telah melakukan penyimpangan di jalan keliru, tentunya berakibat buruk dalam menjalani kehidupan pada masa yang akan datang.

Seseorang memiliki jiwa kewirausahaan tentunya tidak akan berpikir ingin mencapai keberhasilan dalam waktu yang singkat tanpa ada aktivitas yang dilakukannya. Oleh karena itu, tugas atau pekerjaan yang sempurna adalah tugas yang dapat tepat waktu. Ini tentu saja membutuhkan energi, tetapi pekerjaan yang tidak sempurna akan lebih menguras energi dan waktu. Oleh sebab itu, para wirausaha yang mampu mengerjakan tugas-tugasnya dengan segera dan tidak ditunda-tunda, termasuk memotivasi bawahan bila ada melaksanakan setiap tugasnya dengan tepat waktu. Oleh sebab itu, para wirausaha harus mampu mengerjakan tugas-tugasnya dengan segera dan tidak ditunda-tunda, termasuk memotivasi bawahan bila ada untuk melaksanakan setiap tugasnya dengan tepat waktu. Oleh karena itu, perlu ada program kerja untuk mencapai tujuan yang akan dicapai dalam waktu yang telah ditetapkan , termasuk pemberian insentif bagi bawahannya bila ada.

Sikap mental yang positif ditunjukkan dengan perilaku positif bisa dilihat dengan ciri-ciri antara lain:

1. Pantang menyerah dan tetap sabar mengejar ketinggalan. Orang yang memiliki karakter ini akan selalu mengerjakan setiap pekerjaannya dengan sungguh-sungguh, tidak ogah-ogahan, tidak setengah-setengah, dan tidak pernah menyerah dalam menghadapi setiap kesulitan

2. Disiplin, dan selalu memegang teguh dan apa yang telah diucapkannya. Orang ini memiliki karakter ini akan selalu menghargai waktu orang lain, sehingga jika sudah janji dia lebih baik menunggu daripada orang lain yang harus menunggu, tepat waktu dalam menyelesaikan setiap tugas, dan jika sudah berjanji akan selalu menepatinya
3. Selalu berupaya untuk meningkatkan kemampuannya, baik yang berhubungan dengan *knowledge*, *skill*, dan *attitude*-nya. Orang yang memiliki karakter ini tidak mau diam untuk bertanya dan belajar, kepada siapapun, dimanapun, dan apa pun. Prinsipnya adalah belajar dan belajar sehingga kinerja akan selalu lebih baik. Setiap kesulitan selalu dijadikannya sebagai tantangan untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuannya
4. Selalu melakukan evaluasi diri. Jika ada kesalahan dalam pekerjaannya tidak pernah mencari-cari siapa yang salah, tetapi dia akan selalu bertanya apa salahnya dan dimana letak kesalahan berkesinmabungan, yang pada akhirnya kinerja yang dihasilkannya pun akan selalu lebih baik dari waktu ke waktu.
5. Menghargai setiap pendapat orang lain, dan diterimanya kritikan sebagai input yang berharga, sehingga pengetahuannya selalu bertambah.

Langkah-langkah kerja untuk membangun dan mempertahankan sikap mental positif ini merupakan gambaran tahap-tahap yang harus dilalui sebagai akumulasi dari proses, agar dapat mencapai sasaran yang diinginkan. Tahap-tahap ini mencakup:

1. Mengubah fokus dan melihat ke arah positif
2. Kembangkan sikap mensyukuri
3. Membangun self-esteem yang positif

4. Hindarilah pengaruh-pengaruh negatif
5. Belajar menyukai sesuatu dan melaksanakannya
6. Memulai hari dengan sesuatu yang positif.

Salah satu bagian yang sangat penting dari setiap proses adalah menghadapi perubahan, karena setiap saat orang dalam kehidupannya menghendaki perubahan. Demikian pula, sebagai wirausaha harus selalu siap dengan perubahan-perubahan yang terjadi, agar tercapainya keberhasilan dalam usahanya. Setiap orang tentu memiliki pendekatan yang berbeda terhadap perubahan. Dalam kaitannya dalam tahap-tapap perubahan yang dilakukan didalam suatu organisasi, mungkin beberapa individu akan menjadi proaktif terhadap perubahan tersebut, atau mungkin juga terdapat sebagian orang yang sangat antusias dengan perubahan, sedangkan yang lainnya tampak lebih hati-hati. Pada umumnya manakala dihadapkan pada opsi atau pilihan sebagian orang akan mampu menciptakan solusinya sendiri dan yang lain memerlukan lebih banyak dukungan.

Bila diamati secara seksama, sebenarnya perubahan itu terjadi karena adanya pembelajaran, karena dengan pembelajaran tentunya menambah wawasan dan biasanya orang yang ingin maju tentu akan belajar dan kemudian mengalami perubahan pada dirinya. Demikian pula wirausaha untuk mengubah dalam menjalani kehidupannya tentu akan melakukan pembelajaran, sebab belajar adalah suatu proses terjadinya perubahan pada dirinya, gagasan inti dari proses belajar antara lain: (i) belajar akan menyebabkan terjadinya perubahan tingkah lau yang di observasi maupun yang tidak. Perubahan itu biasanya akan meningkatkan kualitas kapabilitas dalam berbagai penampilan, dan dalam hal disposis yang berubah sikap, minat, atau pandangannya tentang nilai-nilai. (ii) perubahan tingkat laku sebagai akibat peristiwa belajar dan perubahan tingkah

laku akibat kematangan peristiwa atau proses belajar terjadi bila individu yang sedang belajar berinteraksi dengan lingkungan sedang kematangan terjadi karena pertumbuhan dalam diri individu tersebut (Hilgard, dalam Sudjana, 1999;34).

Dengan demikian, suatu kombinasi yang tersusun meliputi unsur-unsur manusiawi, material, fasilitas, pembelajaran. Peningkatan kapabilitas SDM pada suatu organisasi antara lain dapat dilakukan dengan melakukan transformasi organisasi untuk menjadi organisasi pembelajar atau *learning organization*.

Lingkungan kerja yang produktif tentu menjadi dambaan semua pemilik dan manajemen perusahaan serta seluruh karyawan. Menciptakan lingkungan kerja yang produktif memerlukan usaha dan kerja keras.

Berdasarkan penjelasan diatas, pada dasarnya dalam mengimplementasikan kegiatan bagi para wirausaha perlu memperhatikan proses untuk mencapai keberhasilan. Oleh karenanya, proses tersebut berkaitan dengan waktu yang dibutuhkan untuk tercapainya tujuan yang hendak dicapai, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam proses pencapaian keberhasilan yaitu memerlukan waktu, maka gunakan *time schedule*; apa yang bisa dilakukan, lakukanlah jangan tergantung pada sesuatu yang belum jelas; selalu berpikir positif; perhatikan aspek-aspek yang terdapat di lingkungan; peduli terhadap perubahan yang terjadi di lingkungan; manfaatkan fasilitas yang tersedia semaksimal mungkin; dan tentukan sistem operasional yang sesuai dengan usahanya.

#### **F. Mengembangkan Nilai-nilai**

Pada dasarnya setiap orang akan menilai apa yang dilakukan dan apa yang dihasilkan serta proses yang dilakukan. Jadi, bila kita melakukan sesuatu jangan terlena atas keinginan sendiri atau

semaunya sendiri, karena orang lain baik itu pelanggan, pemimpin, teman, maupun pihak yang berkepentingan akan menilai menurut pandangannya masing-masing. Nilai merupakan suatu kebiasaan yang diyakini kebenarannya untuk mencapai tujuan dan meraih kesuksesan. Nilai dari setiap individu atau perusahaan merupakan kriteria mutlak yang harus dimiliki demi *sustainable success*, dan *sustainability* dari *high performance organization*, dan ini sangat ditentukan oleh sistem penciptaan nilai yang dibangun oleh perusahaan, yang salah satunya adalah berkaitan dengan produk atau jasa yang dirasakan oleh pihak pengguna. Pembentukan nilai ini, bisa saja dilakukan dengan mewujudkan etos kerja di lingkungan organisasi yang bersangkutan.

Tidak dipungkiri lagi, bahwa untuk meraih kesuksesan perlu didukung dengan “etos kerja” yang benar dan tepat, supaya sukses yang diraih tidak bersifat semu, kesuksesan memang tidak selalu dicapai, yang penting harus selalu disadari bahwa mereka yang telah berhasil bukannya tidak pernah gagal sebelumnya. Tetapi mereka tahu bagaimana cara mengatasi kegagalan itu, tahu bagaimana membangun “daya juang” yang tangguh. Sehingga kegagalan itu tidak sampai membuat mereka kehabisan energi, tidak membuat mereka putus asa., dan kemunduran itu untuk melompat lebih jauh kedepan. Mereka yang berhasil mengatasi kegagalan, umumnya mereka memiliki prinsip mendasar dalam hal bertahan dan menangani kegagalan dengan “semangat juang” yang tinggi, untuk kemudia melewatinya penuh rasa optimis, penuh rasa damai dan akhirnya mendatkan kemenangan. Prinsip ini adalah juga kristalisasi dari nilai-nilai yang ada dalam sebuah etos kerja.

Jika demikian, kita bisa melihat betapa pentingnya kita memiliki “etos kerja” sebagai panduan, pedoman, agar tidak saja bekerja



keras, tetapi juga bekerja dengan berhasil, bermanfaat bagi kepentingan orang banyak secara mulia dan secara terhormat.

Etos kerja yang dilandasi dalam upaya untuk mewujudkan suatu nilai yang berguna bagi pihak yang membutuhkan adalah sebuah paradigma kerja yang dilandasi dari konsep, prinsip dan aturan yang berlaku. Sehingga setiap apa yang menjadi dasar pemikirannya untuk melakukan suatu tindakan tertentu dalam bentuk perilaku kerja adalah apa-apa yang seharusnya dan sebaiknya dilakukan atau tidak sebaliknya dilakukan sesuai dengan kehendak sendiri. Dengan demikian, orang yang didalam melakukan aktivitas kerjanya melandaskan kepada pembentukan output yang bernilai sebagaimana disepakati. Setiap individu, suatu organisasi atau suatu usaha mempunyai kesempatan untuk mewujudkan nilai yang berguna bagi para pihak yang terkait, yaitu dengan :

- a. Berpikirlah untuk memberikan yang terbaik kepada pihak yang membutuhkan.
- b. Berusaha mewujudkan sesuatu yang berbeda dari yang lain, baik dari segi psikologi, manfaatnya, tampilan, maupun kualitas.
- c. Berpikirlah untuk menyenangkan orang lain dan jangan sampai menyusahkan siapapun.
- d. Tumbuh kepercayaan untuk semua pihak yang terkait
- e. Wujudkan kebenaran dan jujur
- f. Bertindak sesuai dengan peruntukannya.

Dengan memahami dan menerapkan hal tersebut, biasanya pihakn yang membutuhkan atau yang berkepentingan akan menghargai dan implikasi dalam nilai rupiah. Artinya, pihak yang membutuhkan tidak akan merasa rugi dengan harga yang tinggi bila dapat memenuhi apa yang diharapkan. Demikian pula seorang pimpinan akan memperhatikan bila kita dapat memberikan yang terbaik dan dipercaya.

## G. Menentukan Standar

Berbagai macam pengertian tentang standar, semua ini sangat bergantung dari sudut pandangnya masing-masing. Sering sekali orang menganggap bahwa standar itu berkaitan dengan hasil produksi berupa barang yang dapat dilihat (*product tangible*), namun tidak menutup kemungkinan diterapkan bagi output atau hasil usaha yang bergerak di sektor bisnis jasa (*product intangible*). Untuk itu, pada bahasan disini mengenai standar mencakupi dua sisi, yaitu: (a) standar terhadap barang yang ditawarkan ditentukan berdasarkan kualitas dari fisik barangnya. (b) standar bagi jasa yang disediakan berdasarkan kepada proses penyampaiannya (*delivery system*).

Berkaitan dengan penetapan standar, tidak hanya berdasarkan kepada uji secara teknis seperti sebuah barang yang selalu berinisial SNI (Standar Nasional Indonesia), tetapi untuk sebuah usaha yang bergerak di sektor bisnis jasa, ini sangat berbeda dengan standar yang ditetapkan untuk barang.

Dalam rangka mencapai keberhasilan dalam usaha akan lebih baik bila dilengkapi dengan menetapkan standar dalam setiap kegiatan atau aktivitas yang ada pada suatu perusahaan. Kegunaan dari standar tersebut, untuk dijadikan alat dalam mengendalikan usahanya dan sebagai pedoman bagi pihak pelaksana bila terjadi pergantian atau rotasi pegawai, sehingga pegawai tersebut akan lebih cepat memahami apa yang harus mereka lakukan.

Ada beberapa manfaat yang diperoleh dengan adanya standar dalam melaksanakan aktivitas, pekerjaan, atau usaha: (i) sebagai panduan dalam mengukur tingkat efisiensi dan efektifitas tentang pencapaian keberhasilan usaha yang menjadi cita-cita dari wirausaha. (ii) sebagai alat evaluasi bagi pimpinan atau pemilik usaha atas pencapaiannya dalam suatu periode. (iii) menambah

kepercayaan bagi pelanggan atau pihak yang membutuhkan atau terkait; (iv) dapat meningkatkan nilai terhadap output atau produk yang ditawarkan; (v) dapat dijadikan pedoman dalam menentukan kompensasi atau upah bagi pegawai atau pihak lain yang terlibat dalam kegiatan usaha; (vi) sebagai alat analisis untuk menggali informasi dalam pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.

- Menentukan SOP untuk setiap aktifitas
- Melakukan pengendalian terhadap operasional
- Memantau kegiatan yang dilakukan
- Mengevaluasi kegiatan
- Mengidentifikasi faktor pendorong dan penghambat
- Mendayagunakan dan mensinergikan sumber daya yang tersedia
- Menentukan standar produk/jasa yang dapat diterima oleh semua pihak.

Dengan adanya standar yang sesuai dengan peruntukannya, maka setiap kegiatan usaha yang dilakukan dapat dicapai sesuai dengan apa yang dicita-citakan. Tetapi pada kenyataannya seringkali orang kurang memperhatikan tentang standar dan meremehkannya, sehingga kurang mampu bersaing dan akan terjadi pemborosan baik biaya maupun waktu. Bila ingin mencapai sukses sebaiknya kita tentukan standar terlebih dahulu. Misalnya: *pizza hut* menentukan bahwa setiap pesanan sampai dengan siap saji ditentukan 15 menit, bila lebih dari yang ditentukan akan ada potongan harga ini semua diberlakukan dimanapun sehingga konsumen sudah mengetahuinya dan memperkirakan waktu tunggu untuk menerima pesanan.

#### **H. Konsentrasi Pada Tujuan (Fokus)**

Dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan, mulailah dengan melakukan kegiatan yang mempunyai hubungan dan tujuan tersebut. Sebaiknya setiap aktivitas selalu berkaitan jangan sampai keluar dari jalurnya. Jadi, kita harus mulai

merintisnya dari tahap awal dan jangan langsung berpikir tentang pencapaiannya sebagaimana kita melihat dan mengetahui orang yang sukses. Pada umumnya orang kurang memperhatikan dan kadang tidak mau tahu kegiatan apa saja yang pernah dilakukan sebelumnya oleh orang yang di anggap sukses.

Mengenai fokus itu, dapat diartikan bahwa seseorang harus konsentrasi pada suatu hal yang telah dipilih sebelumnya. Jadi pikiran cepat berubah. Kalaupun mengalami perubahan, sangat tergantung kepada situasi dan kondisi pada saat perjalanan kita menuju apa yang di cita-citakan.

Pada hakikatnya kita harus konsentrasi, tetapi yang dimaksud dengan fokus disini jangan diartikan menjadi kaku atau terpaksa pada sesuatu yang telah ditetapkan. Jadi, gunakanlah logika dengan memperhitungkan adanya perubahan yang terjadi dilingkungan, misalnya, perubahan peraturan sehingga kita harus mampu menyesuaikan dan jangan menyalahkan orang lain. Misalnya, kita ingin membuka usaha rumah makan atau memiliki rumah makan. Apabila kita langsung membukanya tentu membutuhkan modal yang sangat besar. Dan ini tidak mungkin dalam waktu dekat dapat tercapai, kecuali bagi mereka yang memang memiliki modal besar. Tetapi bagi mereka yang modalnya terbatas tidak mungkin dapat tercapai dalam waktu yang singkat, untuk itu, kita mulai dari membuat makanan atau menyediakan makanan yang dapat kita lakukan seperti yang contohkan sebelumnya tentang pemilik *catering* sebelumnya dia hanya membuat sate dan kemudian dititipkan ke warung nasi. Orang tersebut, tetap jalurnya dibidang makanan dan fokus pada proses pembuatan makanan.

Pada dasarnya, yang dimaksud fokus disini adalah konsentrasi pada bidang atau jalurnya yang relevan dengan apa yang dicita-citakan. Jika ahli dibidang konveksi atau garmen sebaiknya terus

melakukan usaha yang ada kaitannya dengan gamen atau konveksi tersebut, sehingga keahlian yang dimiliki dapat tetap pada jalur semula. Jangan dengan mudah beralih usaha, karena kita harus mempelajarinya terlebih dahulu, kecuali memang sudah mampu menguasainya. Adapun hal yang perlu diketahui untuk mewujudkan apa yang diinginkan, dapat diikuti beberapa hal sebahai berikut:

- Tentukan tujuan utaman berdasarkan urutan prioritas.
- Konsentrasi pikiran dan tenaga pada sesuatu yang akan dicapai.
- Mulailah dengan apa yang ada dan di miliki.
- Cari informasi yang sesuai dengan apa yang diinginkan atau usaha yang akan dilakukan.
- Berpikir tentang keterkaitan antara apa yang akan dituju dengan faktor lain.
- Jangan mudah terpengaruh dengan isu-isu yang akan membuyarkan konsentrasi atau tujuan yang hendak dicapai.
- Kuatkan pendirian dan kepribadian dari godaan yang akan menghancurkan cita-cita.
- Berpikir praktis dan sesuaikan dengan realitas.
- Hindari emosi yang berlebihan.
- Belajar dari kegagalan dari orang lain.

Apa yang dikemukakan tersebut, merupakan hasil pengamatan penulis dari beberapa pengusaha yang berhasil, sehingga dapat dijadikan landasan bagi mereka yang ingin mencapai keberhasilan. Jadi, konsentrasi dengan sepenuh hati, niscaya apa yang dicita-citakan dapat dicapai, biasanya dalam perjalanan untuk mencapai keberhasilan selalu ada gangguan atau godaan dan mereka yang kuat bertahan dan serta berkonsentrasi penuh, itulah tanda kemenangan seseorang yang dikatakan berhasil.

## **I. Lakukan Apa Yang Dapat dilakukan (*Do It*)**

Tercapainya cita-cita tentu tidak terwujud dengan seketika tanpa ada usaha sebelumnya, orang yang kaya sudah dipastikan ada aktivitas yang dilakukan, dan kaya dengan harta itu bukanlah menjadi tujuan dari wirausaha karena kaya itu adalah akibat atas usaha yang dilakukan. Jadi pada intinya, bila kita ingin mencapai sesuatu keberhasilan janganlah berdiam diri, melamun, dan berkhayal. Ini bukan lah seorang wirausaha dan akibatnya apa yang di inginkan tidak akan tercapai sampai kapanpun.

Keberhasilan dari seorang biasanya melalui berbagai tahapan dan tidak sekaligus dapat dicapai tanpa ada proses terlebih dahulu. Oleh karena itu, mulailah dengan apa yang dapat kita lakukan pada saat ini kerjakanlah jangan merasa terpaksa, tetapi harus dipikirkan bahwa kerjaan yang sekarang pasti ada dampaknya untuk dikemudian hari. Sebaiknya kita harus berpikir bahwa hidup itu harus bekerja, bergerak, beramal, dan berbuat untuk memberikan yang terbaik kepada mereka yang membutuhkan. Bekerja lah dengan sepenuh hati tanpa memikirkan berapa yang akan aku peroleh sebab penilaian bukan ada pada diri kita sendiri melainkan orang lain yang membutuhkannya. Oleh karena itu, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan bila ingin mencapai keberhasilan dalam, yaitu:

- Prioritas tujuan utama setiap tindakan yang diambil
- Mulailah dengan aktivitas yang sederhana dan dapat dijangkau atau dilakukan
- Berpikirlah untuk memenuhi tuntutan orang banyak bukan untuk diri sendiri, niscaya akan muncul kreativitas untuk bertindak
- Tanamkan pada pikiran kita bahwa dengan bekerja itu adalah menyenangkan, menyehatkan, dan beramal, niscaya tidak mudah mengeluh dan meresahkan
- Manfaatkan secara optimal apa yang tersedia dan dimiliki sendiri.

- Lakukan apa yang biasa dilakukan sesuai dengan bidang keahlian yang dimiliki dan bersinegri dengan tujuan yang akan dicapai
- Jangan cepat menyerah bila ada sesuatu yang menghambat
- Berpikir lebih fleksibel dan jangan tergantung kepada sesuatu yang menghabiskan waktu dan energi
- Siapkan diri untuk bekerja keras, efektif dan efisien.

Mengenai apa yang diungkapkan diatas adalah diperoleh dari pengalaman dan hasil diskusi penulis dengan beberapa pengusaha maupun individu yang dapat dikatakan berhasil dalam menjalankan usahanya atau mendapatkan posisi pada pekerjaannya. Jadi dapat disimpulkan, bahwa keberhasilan itu dapat diperoleh bila kita mau melakukan apa yang dapat kita lakukan untuk kepentingan orang banyak dan jangan hanya untuk kepentingan diri kita sendiri. Apabila kita mementingkan diri kita sendiri, maka kita akan merasa berat dan merasa sulit untuk melakukannya, karena tidak dengan sepenuh hati dan hasilnya kurang dapat diterima oleh pihak yang berkepentingan implikasinya nilai dari pihak yang menggunakan menjadi rendah.

#### **J. Senyum dan Bersyukur Apapun Yang Diperoleh (*Smile dan Smiling*)**

Setiap individu pasti menghendaki apa yang dicita-citakan dapat tercapai, bila tidak tercapai maka terjadilah kekecewaan dan menyesali dirinya sendiri, kemudian bersedih dan putus asa. Itulah sifat manusia yang menyadari akan keberadaan Pencipta alam semesta dan biasanya terlupakan akan kehendaknya, sehingga terjadilah ketidakpercayaan pada dirinya sendiri atau menyalahkan pihak lain. Padahal bila kita sadar, semua itu bukan semata-mata kesalahan dari kita atau orang lain, melainkan kehendaknya untuk kemudia akan diberikan jalan yang lebih baik bila kita meyakini-Nya. Walaupun demikian, kita sebagai manusia yang dituntut untuk

berpikir tentu kita evaluasi terhadap apa yang pernah dilakukan selama ini. Apakah telah sesuai dengan apa yang seharusnya? Atau faktor penghambat yang kurang diperhitungkan sebelumnya. Apabila kita mengalami kegagalan, bukanlah sesuatu yang menjadikan akhir dari perjalanan untuk mencapai keberhasilan, tetapi justru harus kita pahami bahwa keberhasilan itu bukan sesuatu yang dapat dicapai dalam sekali tindakan/aktivitas, tetapi kemungkinan kegagalan sekarang adalah merupakan tahap awal yang merupakan dasar untuk kemudian akan diperoleh jalan berikutnya atau ada tahapan lain yang harus dilalui untuk mencapai apa yang dicita-citakan. Oleh karena itu, sebaiknya dalam menentukan tujuan kita harus mempersiapkan diri bila tujuan tersebut belum tercapai, dan janganlah bersedih atau putus asa. Kita harus mampu menerima kenyataan dan menghadapinya dengan senyum dan tenangkan diri, kemudian berpikir kembali untuk melakukan aktivitas lebih baik dari yang sebelumnya.

Kegagalan yang dialami bukanlah titik akhir dari akitivitas kita selama menjalani kehidupan atau kegiatan usaha selama ini. Melainkan merupakan pembelajaran bagi diri kita untuk lebih cerdas dan berhati-hati agar kegagalan dapat dihindari seminimal mungkin, jadi harus ingat bahwa keberhasilan yang akan kita capai tentunya tidak akan sempurna betul, pasti ada kekuranganm dan kekurangan inilah yang harus kita minimalkan. Untuk menenangkan diri, sadarilah bahwa kita sebagai makhluk dari Yang Maha Esa, jadi apa yang telah dicapai bersyukurlah dan menerima dengan sepenuh hati tanpa putus asa. Lanjutkan usaha yang telah ada dan berupaya untuk lebih baik lagi. Sebagai pegangan dalam menjalankan kehidupan, maka perlu diperhatikan beberapa hal sebagai berikut:

- Siapkan diri untuk mampu menerima apapun yang akan terjadi.



- Apabila mengalami kegagalan sebaiknya bersikap tenang dengan senyum dan tersenyumlah.
- Sadari bahwa apa yang bisa dicapai itu adalah kemampuan diri kita yang terbatas.
- Jangan menyesali apapun yang terjadi atau apapun yang dapat kita capai. Sadari bahwa apapun yang terjadi adalah kehendak-Nya (Tuhan YME).

Apa yang diungkapkan diatas, merupakan ungkapan yang pernah dialami oleh beberapa pengusaha berhasil. Sebagian besar dari mereka mengemukakan pernah mengalami kegagalan dan pernah tidak mencapai hasil sebagaimana yang diharapkan. Namun, mereka selalu menyadari bahwa hidup ini bukanlah semata-mata dari aktivitas yang dilakukan, melainkan selalu menyadari akan keberadaan Pencipta yang juga sebagai penentu bagi setiap individu selama hidup di dunia ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abu Ahmadi. 2003. *Psikologi Umum*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Andreas, H. 2004. *Inovasi Kewirausahaan Untuk Semua Orang*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Andwiani Sinarasri 2013. *Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan* (Studi Kasus pada Pedagang Kaki Lima Bidang Kuliner di Semarang) Prosiding Seminar Nasional Menuju Masyarakat Madani dan Lestari.
- Basrowi, 2011. *Kewirausahaan untuk Perguruan Tinggi*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Buchari Alma. 2006. *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa dan Umum*. Alfabeta. Bandung.
- Coulter, Mary. 2000. *Entrepreneur in Action*. Prentice Hall. USA
- Drucker, Peter F. 2002. *The Diciplin of Inovation in HRB on the Innovative*. Harvard Business School Press. Boston.
- Fandy Tjiptono, dkk. 2008. *Pemasaran Strategik*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Kao, Raymond W.Y. 1997. *An Entrepreneur Approach to Cooperate Management*. Prentice Hall. Singapore.
- Keegan, Warren J, 1999. *Marketing Plans That Work*. PT. Gelora Aksara Pratama. Jakarta.
- Mamduh, Ariati Anomsari, 2011. *Analisis Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, dan Strategi Bisnis dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan* (Studi Pada Usaha Kecil Menengah di Kawasan Usaha Barito Semarang).

- Mas'ud Machfoedz, 2006. *Kewirausahaan (Metode, Manajemen, dan Implementasi)*. BPFE. Yogyakarta.
- Meridith, Geoffrey, G. 2005. *The Practice of Entrepreneurship*. International Labor Organization. Geneva.
- Michael A, dkk. 2002. *Manajemen Strategis; Daya Saing dan Globalisasi*, Buku 2. Salemba Empat. Jakarta.
- Moeheriono. 2014. *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Philip Kotler. 1996. *Marketing Management*. Prentice Hall Inc.
- Porter, Michael E. 1994. *Keunggulan Bersaing Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. Terjemahan Tim Penerjemah Binarupa Aksara. Jakarta.
- Priosambodo, E. 1998. *Pengusaha Kecil Lokomotif di tengah Krisis*. Artha Print Sejati. Jakarta.
- Rohmadi, Rusdi. 1995. *Menjadi Wiraswasta Mandiri*. CV. Rusdi Setia Karya. Kedu
- Rambat Lupiyoadi dan Jero wacik. 1998. *Wawasan Kewirausahaan Cara Mudah menjadi Wirausaha*. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Ropke, J. 1995. *Kewirausahaan Koperasi*. Terjemahan Yuyun Wirasasmita, Ikopin Jatinangor. Sumedang
- Ropke, J. 2004. On Creating Entrepreneurial Energy in the Ekonomi Rakyat the case of Indonesia Cooperatives. *Jurnal Ekonomi Kewirausahaan*. Volume II No.2. Juli 2004; 43-61. ISEI.Bandung
- Saiman, Leonardus. 2009. *Kewirausahaan: Teori, Praktik, dan kasus-kasus*. Salemba Empat. Jakarta
- Sofjan Assauri, 2013. *Strategi Marketing*. Raja Grafindo Persada.

Jakarta.

Sopiah, Syihabudhin. 2008. *Manajemen Bisnis Ritel*, Andi Offset, Yogyakarta.

Suharyadi. 2007. *Kewirausahaan. Membangun Usaha Sukses Sejak Usia Muda Bibliografi*. Salemba Empat. Jakarta.

Suryana. 2003. *Kewirausahaan. Pedoman Praktis, Kiat, dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat. Jakarta.

Totok S. Wiryasaputra. 2004. *Entrepreneur ; Anda Merdeka jadi Bos*. Tridharma Manunggal. Jakarta.

Wibowo, 2103. *Manajemen Kinerja*. Rajawali Pers. Jakarta.

Yuyun Wirasasmita, 2003. *Pembangunan Ekonomi dan Kewirausahaan. Analisis Jawa Barat*. Unpad Press. Bandung.

Yuyun Wirasasmita. 1999. *Pemikiran Kewirausahaan, Kreativitas, Inovasi dan Kewirausahaan*. Laboratorium Manajemen Fakultas Ekonomi Unpad. Bandung.