



KEWIRAUSAHAAN

Buku ajar untuk mahasiswa

DR. ISTIANINGSIH, M.S.AK., C.A., CSRA., CACP

KEWIRAUSAHAAN



Dr. Istianingsih Sastrodihardjo, M.S. Ak., CA., CSRA, CMA, CACP

Selain sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Direktur utama pada PT. Sinar Lintang Sejahtera Jakarta dan PT. Karisma Metadeta Sinergi ini juga merupakan Ketua Forum Dosen Akuntansi Perguruan Tinggi DKI – Ikatan Akuntan Indonesia Kompartemen Akuntan Pendidik. Penulis yang merupakan Dosen Tetap Prodi Akuntansi Ubhara Jaya ini juga mengajar pada program studi Magister Akuntansi di STEI Indonesia, Program Magister Manajemen di Institut Bisnis Nusantara, juga mengajar pada Program Doktor Ekonomi Konsentrasi Akuntansi Universitas Trisakti.

Penulis menyelesaikan S1 pada program studi Manajemen di Universitas Terbuka dan program Studi Akuntansi di Universitas Mercu Buana Jakarta. Menyelesaikan program A4 di Universitas Negeri Jakarta dan PPA Universitas Trisakti. Menempuh pendidikan S2 pada PPIA Fakultas Ekonomi di Universitas Indonesia. Penulis menyelesaikan pendidikan S3 di Program Doktor Ilmu Akuntansi PPIA Universitas Indonesia dengan predikat Cumlaude pertama. Penulis juga telah selesai menjalani Program Postdoctoral di School of Governance, Murdoch University, Perth Australia.

KATA PENGANTAR

Buku Kewirausahaan sudah cukup banyak ditulis orang baik untuk kepentingan akademik atau buku-buku populer. Ada beragam pandangan mengenai kewirausahaan atau entrepreneurship baik karena didasari keyakinan keilmuan yang berbeda maupun penangkapan yang berbeda dalam memaknai entrepreneurship tersebut. Entrepreneurship dalam beberapa tulisan masih disamakan dengan bisnis hanya sekalanya saja yang berbeda. Bisnis dianggap berskala besar, sedangkan entrepreneurship berskala kecil seperti Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Kesalahpahaman semacam ini yang kemudian disebarkan ke banyak orang dapat menyebabkan kesesatan masyarakat dalam memaknai entrepreneurship. Kesalahpahaman tersebut dicoba diluruskan dalam buku ini. Kesalahpahaman makna entrepreneurship itu barangkali yang menyebabkan Indonesia belum dapat makmur meski sudah ada 3,1% dari jumlah penduduk yang menjadi entrepreneur, padahal David Mc Clelland, mensyaratkan agar suatu negara bisa makmur minimal 2% dari jumlah penduduknya menjadi entrepreneur. Apa yang salah dengan Indonesia? Hal tersebut dibahas dalam buku ini. Indonesia sebenarnya potensial untuk pengembangan entrepreneurship, tetapi mengapa banyak anak muda memilih menjadi PNS daripada menjadi entrepreneur? Hal tersebut karena jiwa entrepreneur tidak tertanamkan dalam hidup sehari-hari. Karena itu, buku ini membahas pentingnya jiwa entrepreneurship dalam hidup sehari-hari, dan keuntungan serta kerugian menjadi seorang entrepreneur.

Buku ajar ini menguraikan bahwa kewirausahaan atau entrepreneurship bukan sekadar pada etos kerja, karena etos kerja hanya merupakan salah satu sel dari entrepreneurship. Entrepreneurship adalah sebuah proses yang dinamis dimana orang menciptakan kekayaan *incremental*. Kekayaan tersebut diciptakan oleh entrepreneur dengan mengimplementasikan perubahan-perubahan di pasar melalui kombinasi-kombinasi baru. Kombinasi yang dimaksud adalah menemukan bahan baku baru, membuka pasar baru, atau mengelola sebuah industri dengan organisasi baru.

Akhirnya syukur kami panjatkan kepada Tuhan, buku ini dapat sampai ke tangan pembaca setelah melewati berbagai kesulitan. Buku yang ada di tangan pembaca. Buku ini kami dedikasikan khusus untuk para mahasiswa baik sarjana maupun pascasarjana yang mengambil matakuliah Kewirausahaan sebagai bekal untuk menjado wirasuahawan sejati. Kami menghaturkan terimakasih kepada banyak pihak yang telah memberi dorongan dan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan buku ini.

Bekasi, Mei 2019

Penulis

DAFTAR ISI

Cover.....	i
Kata Pengantar.....	ii
Daftar Isi.....	iv
Bab I. Pengantar Kuliah Kewirausahaan	
1. Pengantar	1
2. Deskripsi Singkat Kuliah Kewirausahaan.....	4
3. Capaian Pembelajaran.....	6
Bab II. Pentingnya Jiwa Entrepreneurship dalam Hidup Sehari-Hari	
1. Pendahuluan.....	7
2. Penyajian Materi	14
3. Rangkuman	14
4. Tugas	14
Bab III. Karakteristik Entrepreneur	
1. Pendahuluan	15
2. Materi	15
3. Rangkuman	34
4. Tugas	34
Bab IV. Pentingnya komunikasi Yang Efektif dalam Kewirausahaan	
1. Pendahuluan	36
2. Materi	36
3. Pertanyaan Pendalaman Materi.....	45
4. Rangkuman	45
5. Tugas	45
Bab V. Kematangan Emosi Dan Motivasi Kerja	
1. Pendahuluan	47
2. Materi	47
3. Rangkuman	53
4. Tugas	53
Bagian VI. Apakah Entrepreneur Memang Dibutuhkan?	
1. Pendahuluan	54
2. Materi	54
3. Rangkuman	61
4. Tugas	62

Bagian VII. Merintis Usaha Baru Dan Model Pengembangannya

1.	Pendahuluan	63
2.	Materi	63
3.	Rangkuman	75
4.	Tugas	75

Bagian VIII. Mengurus Perijinan UMKM

1.	Pendahuluan	77
2.	Materi	77
3.	Rangkuman	83
4.	Diskusi	83

Bagian IX. Pengelolaan Usaha: Strategi Membangun Usaha Berkelanjutan

1.	Pendahuluan	85
2.	Materi	85
3.	Rangkuman	89
4.	Diskusi	89

Bagian X. Menghitung Biaya Investasi dan Pencatatan Keuangan

1.	Pendahuluan	91
2.	Materi	91
3.	Rangkuman	95
4.	Latihan	95

Bagian XI. Menyusun Proposal Bisnis

1.	Pendahuluan	97
2.	Materi	97
3.	Rangkuman	102
4.	Latihan/Tugas	102
5.	Rujukan.....	102

Bagian XII. Survey dan Pemasaran Produk

1.	Pendahuluan	104
2.	Materi	104
3.	Rangkuman	108
4.	Latihan/Tugas	108
5.	Rujukan.....	109

Bagian XIII. Keuntungan dan Kerugian Menjadi Seorang Entrepreneur

1.	Pendahuluan	110
2.	Materi	110
3.	Rangkuman	115

4.	Latihan/Tugas	115
5.	Rujukan.....	115

Bagian XIV. Norma dan Berwirausaha

1.	Pendahuluan	116
2.	Materi	116
3.	Rangkuman	126
4.	Refleksi	126
5.	Rujukan.....	126

Bagian V. Soal Ujian

BAB I

PENGANTAR KULIAH KEWIRAUSAHAAN

1. Pengantar

1.1. Capaian Pembelajaran

Setelah perkuliahan ini diharapkan mahasiswa:

- 1) Dapat menjelaskan gambaran singkat matakuliah kewirausahaan
- 2) Dapat menyebutkan capaian pembelajaran matakuliah kewirausahaan
- 3) Dapat menjelaskan isi kontrak perkuliahan

1.2. *Entry behavior*

- 1) Matakuliah kewirausahaan adalah matakuliah wajib perguruan tinggi (Ubhara Jaya). Matakuliah ini menjadi mata kuliah wajib Ubhara Jaya karena Ubhara Jaya ingin membekali mahasiswa dengan pengetahuan dan keterampilan yang memungkinkan lulusan Ubhara Jaya dapat mandiri berwirausaha. Ubhara Jaya ingin mendukung kebijakan pemerintah yang mengharapkan adanya 15% entrepreneurship yang dapat mendukung kesejahteraan warga Negara.
- 2) Sikap yang dibutuhkan dalam perkuliahan ini: matakuliah kewirausahaan berisi bukan hanya pengetahuan, melainkan juga keterampilan. Oleh karena itu, mahasiswa diharapkan terbuka untuk berlatih mandiri berwirausaha. Ukuran akhir keberhasilan matakuliah kewirausahaan adalah mahasiswa dapat mempunyai unit usaha yang legal.

1.3. Keterkaitan matakuliah kewirausahaan dengan matakuliah yang lain:

- 1) Matakuliah kewirausahaan adalah matakuliah yang bersifat lintas disiplin ilmu. Artinya matakuliah kewirausahaan dapat dikaji dari sudut ilmu ekonomi, psikologi, kebudayaan, pendidikan dan ilmu-ilmu yang lain.
- 2) Matakuliah kewirausahaan dapat mendukung penerapan matakuliah yang lain dalam kehidupan. Sebagai contoh: bagi mahasiswa program studi Teknik Informatika, matakuliah kewirausahaan dapat mendukung seorang berpendidikan IT untuk mandiri berwirausaha dalam bidang IT.

2. Deskripsi Singkat Kuliah Kewirausahaan

2.1. Perkuliahan kewirausahaan berisi pengajaran mengenai konsep-konsep dasar kewirausahaan, analisis isu-isu strategis bidang kewirausahaan, dan latihan ketrampilan-ketrampilan dasar kewirausahaan, serta ketrampilan praktis seperti penggunaan aplikasi untuk pencatatan keuangan dan mengurus perijinan.

2.2. Matakuliah kewirausahaan menggunakan disiplin lintas ilmu. Maksudnya adalah bahwa kajian kewirausahaan dalam perkuliahan ini menggunakan berbagai disiplin ilmu, antara lain: ekonomi, psikologi, sosiologi, antropologi, dan kajian spiritualitas (kerohanian).

2.3. Secara singkat pengertian kewirausahaan (*entrepreneurship*): kewirausahaan dalam bahasa Indonesia berasal dari kata *Wira* berarti pejuang, pahlawan, manusia unggul, teladan, berbudi luhur, gagah berani dan berwatak agung. *Usaha* adalah perbuatan amal, bekerja, dan berbuat sesuatu. Jadi wirausaha adalah pejuang atau pahlawan yang berbuat sesuatu. Kata kewirausahaan merupakan terjemahan kata *entrepreneurship* dalam bahasa Inggris. Kata Entrepreneurship berasal dari bahasa Prancis, *entreprenre* yang dapat diartikan sebagai memulai atau berusaha melakukan tindakan.

2.4. Ada kesalahpahaman berkaitan dengan entrepreneurship (kewirausahaan) dengan Bisnis. Banyak pihak menganggap kewirausahaan (*entrepreneurship*) dianggap bisnis berskala kecil. Ini adalah pemahaman yang salah. Untuk itu, harus dipahami dengan benar istilah entrepreneurship (kewirausahaan). Istilah Entrepreneurship diadopsi dari bahasa Perancis *entreprenre* yang berarti melakukan (*to under take*), memulai atau berusaha melakukan tindakan mengorganisir dan mengatur. Istilah Entrepreneurship mulai diperkenalkan dalam tulisan Richard Cantillon yang berjudul *Essai Sur la Nature du Commerce en General* tahun 1755 (Hannah Orwa Bula, 2012).

Selain menjelaskan entrepreneurship Cantillon juga menjelaskan pelaku dari entrepreneurship yaitu entrepreneur. Menurut Cantillon entrepreneur adalah "*agent who buys means of production at certain prices in order to combine them*" (agen yang membeli alat produksi dengan harga tertentu untuk menggabungkannya). Entrepreneur merupakan agen untuk perubahan social (Brodsky, 1998) yang difokuskan pada bagaimana mengubah dunia, bukan untuk diri sendiri, tetapi untuk orang lain, membebaskan dari belenggu ruang kreasi, dari yang kurang baik menuju kebaikan, dari yang kurang adil menuju keadilan, dari yang kurang berguna menuju ke sangat berguna. Entrepreneur adalah orang yang menggabungkan sumber daya berdasarkan ide-ide baru untuk menambah nilai pada produk baru atau yang sudah ada atau menambah inovasi dalam layanan yang diberikan. Seperti yang dijelaskan Schumpeter (Croitoru, 2012), Entrepreneur adalah inovator yang menyediakan produk baru, metode produksi baru, pasar baru, dan bentuk organisasi baru. Untuk waktu yang lama, orang memahami entrepreneurship dalam konteks ekonomi.

Namun, Entrepreneurship jauh lebih luas daripada sekadar makna ekonomi, lebih lagi pada persoalan bisnis dan membuka usaha. Entrepreneurship lebih luas dari itu. Entrepreneurship dapat meliputi semua bidang kehidupan, termasuk bidang social yang kemudian dikenal sebagai *sosio entrepreneurship*. Hisrich dan Bush mendefinisikan entrepreneurship sebagai *proses penciptaan sesuatu yang baru pada nilai, menggunakan waktu dan upaya yang diperlukan, menanggung risiko keuangan, fisik, serta risiko sosial yang mengiringi, menerima imbalan moneter yang dihasilkan, serta kepuasan dan kebebasan pribadi* (Robert D Hisrich dan Candida G. Bush, 1985).

Setiap Entrepreneur itu unik. Karena keunikan ini, tidak ada definisi tunggal tentang menjadi seorang entrepreneur. Demikianpun menjadi tidak mungkin untuk menyatukan begitu banyak definisi tentang entrepreneurship. Entrepreneurship itu kompleks, kontekstual dan konstruktif. Ada beberapa faktor yang berkontribusi

terhadap pengembangan entrepreneurship. Namun demikian, dalam perkuliahan ini akan dipakai pengertian atau definisi entrepreneurship yaitu pertama-tama adalah **soal adanya keyakinan kuat yang ada dalam diri seseorang untuk mengubah dunia melalui ide dan inovasinya, dan selanjutnya menggunakan daya upaya untuk mewujudkan ide tersebut menjadi kenyataan** (Istianingsih dan Suraji, 2020). Dalam definisi di atas ada kata keyakinan kuat, mengubah, ide, inovasi, daya upaya, dan mewujudkan. Definisi di atas selanjutnya dalam perkuliahan kewirausahaan ini yang akan kita ikuti.

- 2.5. Entrepreneurship adalah soal carta berpikir. Banyak orang beranggapan bahwa matakuliah entrepreneurship sama dengan matakuliah pemasaran. Oleh karena itu, tidak mengherankan bahwa dalam kuliah kewirausahaan mahasiswa diminta untuk berjualan. Ini adalah pemahaman yang salah! Entrepreneurship adalah tentang membayangkan cara-cara baru untuk menyelesaikan masalah dan menciptakan nilai. Ini karena, nilai-nilai penting bagi seorang entrepreneur untuk memahami entrepreneurship dan makna serta tujuan kegiatan entrepreneurship. Kalau dalam tulisan ini selanjutnya mengkaitkan entrepreneurship dengan spiritualitas karena persoalan makna, tujuan dan nilai-nilai juga merupakan elemen utama dari spiritualitas. Studi entrepreneurship hanya mungkin dilakukan dengan memahami nilai-nilai dan makna yang dimiliki oleh entrepreneurship. Semua aktivitas mereka biasanya didasarkan pada nilai-nilai mereka, tujuan, dan makna yang mereka pegang (Istianingsih dan Suraji, 2020).

Penting untuk diketahui bahwa entrepreneurship adalah soal jiwa, soal semangat, soal spiritual. Istianingsih dan Suraji (2020) menyatakan bahwa spiritualitas dalam entrepreneurship adalah tentang kemauan yang kuat dan kemampuan untuk melihat, percaya, dan membayangkan masa depan yang tidak dilihat atau dipercaya oleh orang lain. Dengan cara ini, spiritualitas berfungsi sebagai kekuatan pendorong bagi para entrepreneur. Entrepreneur benar-benar orang spiritual. Ini adalah tentang upaya untuk mengatasi keterbatasan seseorang dan terlibat dalam mengikuti visi melalui menjelajah tidak peduli seberapa tidak berwujud atau sesaat tampaknya pada awalnya. Makna hidup di sini adalah mengajukan pertanyaan tentang apa itu tujuan saya di sini sebagai entrepreneur? Kontribusi apa yang saya buat dan apa yang saya tawarkan yang penting? Apa yang ingin saya tinggalkan di sini? Makna hidup harus dibedakan dari konstruk terkait yang bermakna sebagai entrepreneur. Makna dalam hidup mensyaratkan pentingnya keberadaan - perasaan, pengalaman atau persepsi bahwa keberadaan seseorang itu penting. Ini berkaitan dengan perasaan berkomitmen dan memenuhi tujuan hidup yang lebih tinggi. Kepenuhan tujuan ini memberi seseorang alasan untuk hidup; itu membuat hidup lebih dari sekedar pencarian bertahan hidup, tetapi lebih tepatnya mengalami hidup seseorang karena dibuat untuk membuat perbedaan di dunia. Panggilan ini berasal dari diri. Ini adalah ekspresi dari esensi pribadi, inti dalam, suara di dalam yang harus muncul, dan itu dapat dilihat sebagai diri yang lebih dalam, menyerukan aktualisasi dan integrasi. Ini adalah kekuatan pendorong yang mendorong para entrepreneur untuk berhasil melakukan dalam bisnis.

3. Capaian Pembelajaran

Setelah mengikuti kuliah Kewirausahaan ini diharapkan mahasiswa memiliki nilai-nilai, sikap, dan tindakan sebagai berikut:

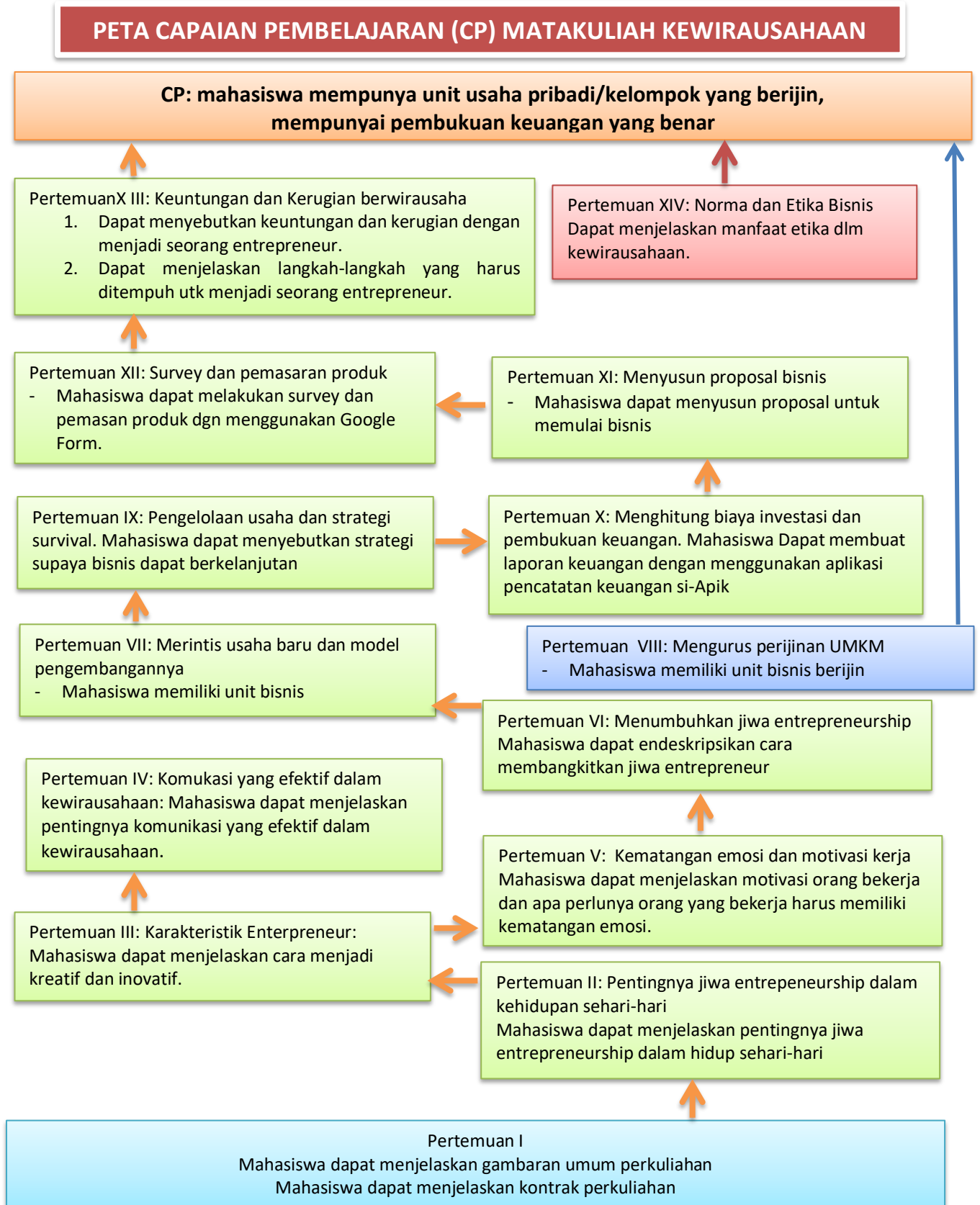
- 3.1. Bertaqwa kepada Tuhan YME dan mampu menunjukkan sikap religius dan berkarakter;
- 3.2. Mahasiswa berpartisipasi aktif, bertanggungjawab, dan memiliki motivasi mengembangkan diri;
- 3.3. Mahasiswa memiliki jiwa kewirausahaan dalam mengembangkan pola pikir yang kreatif;
- 3.4. Mahasiswa mampu menganalisis perkembangan kewirausahaan seperti sociopreneurship dan creativepreneurship;
- 3.5. Mahasiswa memiliki kemampuan berkomunikasi secara efektif, berpikir kritis dan membuat keputusan yang tepat; dan
- 3.6. Mahasiswa mempunyai unit usaha pribadi/kelompok yang berijin, mempunyai pembukuan keuangan yang benar

4. Materi Pembelajaran

Perkuliahan kewirausahaan berlangsung selama 16 kali pertemuan dalam satu semester. Dari 16 kali pertemuan itu termasuk satu kali pertemuan untuk Ujian Tengah Semester dan satu pertemuan untuk Ujian Akhir Semester. Materi pembelajaran 14 pertemuan adalah sebagai berikut:

- 4.1. Pertemuan pertama: Pengantar Kuliah Kewirausahaan
- 4.2. Pertemuan kedua: Pentingnya jiwa entrepreneurship dalam kehidupan sehari-hari
- 4.3. Pertemuan Ketiga: Karakteristik Entrepreneur: kreatifitas, inovasi
- 4.4. Pertemuan Keempat: Komunikasi yang efektif dalam kewirausahaan
- 4.5. Pertemuan Kelima: Kematangan emosi dan motivasi kerja
- 4.6. Pertemuan Keenam: Menumbuhkan jiwa entrepreneurship
- 4.7. Pertemuan Ketujuh: Merintis usaha baru dan model pengembangannya
- 4.8. Pertemuan Kesembilan: Mengurus perijinan UMKM
- 4.9. Pertemuan Kesepuluh: Pengelolaan usaha dan strategi survival
- 4.10. Pertemuan Kesebelas: Menghitung biaya investasi dan pembukuan keuangan
- 4.11. Pertemuan Keduabelas: Menyusun proposal untuk memulai bisnis
- 4.12. Pertemuan Ketigabelas: Survey dan pemasaran produk
- 4.13. Pertemuan Keempatbelas: Keuntungan dan kerugian berwirausaha
- 4.14. Pertemuan Kelimabelas: Norma dan etika bisnis

5. Peta Kompetensi



6. Kontrak Perkuliahan

6.1. Proses Pembelajaran

- 1) Perkuliahan akan dilaksanakan sebanyak 16 X pertemuan, termasuk UTS dan UAS
- 2) UTS dan UAS dalam bentuk paper project dan laporan perkembangan unit usaha.
- 3) Target: Mahasiswa diharapkan memiliki unit usaha pribadi/kelompok yang berjalan dengan baik

6.2. Bentuk-Bentuk Perkuliahan

- 1) Mengikuti aturan pemerintah: Perkuliahan kita laksanakan secara Daring.
- 2) Absensi pada daring tetap dihitung sebagai tanda kehadiran.
- 3) Materi kuliah secara tertulis akan selalu diberikan, bahan dapat diakses kapan saja.

6.3. Penilaian

NO	KOMPONEN	PERSENTASE
01	Kehadiran	10
02	Penugasan	20
03	Ujian Tengah Semester	30
04	Ujian Akhir Semester	40

7. Tugas

7.1. Silahkan Googling, carilah definisi kewirausahaan.

7.2. Bandingkan dengan definisi yang tertulis point 2.4. dengan hasil googling anda, unsur apa saja yang berbeda?

8. Penutup perkuliahan

8.1. Pada bagian penutup ini dosen memberi rangkuman dan penegasan mengenai materi perkuliahan dan proses perkuliahan yang akan ditempuh.

8.2. Doa

Perkuliahan diakhiri dengan doa penutup.

BAB II

PENTINGNYA JIWA ENTREPRENEURSHIP DALAM HIDUP SEHARI-HARI

1. Pendahuluan

1.1. Capaian Pembelajaran

Materi pertemuan II tentang Pentingnya Jiwa Entrepreneurship Dalam Hidup Sehari-Hari ini bertujuan untuk menyadarkan mahasiswa bahwa entrepreneur itu bukan pembawaan sejak lahir atau sesuatu yang jatuh dari langit, melainkan harus ditumbuhkan dan dipupuk dalam hidup sehari-hari. Seorang entrepreneur yang handal hanya lahir dari masyarakat yang memiunyai budaya entrepreneurship dalam hidup harian mereka.

Maka setelah pertemuan yang kedua ini:

- 1) Mahasiswa dapat menjelaskan pentingnya jiwa entrepreneurship dalam hidup sehari-hari
- 2) Mahasiswa dapat menyebutkan ciri-ciri jiwa entrepreneurship
- 3) Mahasiswa dapat menyebutkan karakteristik entrepreneurship

1.2. *Entry behavior*

Kewirausahaan bukan hanya soal pengetahuan, keterampilan, modal uang, tetapi lebih-lebih adalah soal jiwa atau semangat. Oleh karena itu, sikap yang dibutuhkan dalam pertemuan kedua ini adalah keterbukaan dan semangat untuk mau belajar mandiri dan berinovasi dalam hidup sehari-hari.

1.3. Keterkaitan materi bab II dengan bab yang lain

Pemahaman soal Pentingnya Jiwa Entrepreneurship Dalam Hidup Sehari-Hari ini sangat penting dan menjadi landasan ketika mahasiswa mempelajari bab tiga tentang Dasar-dasar kewirausahaan yakni: kreatifitas dan inovasi.

2. Penyajian Materi

2.1. Pentingnya Jiwa Entrepreneurship

Dalam Bab I kewirausahaan (entrepreneurship) didefinisikan sebagai adanya **keyakinan kuat yang ada dalam diri seseorang untuk mengubah dunia melalui ide dan inovasinya**. Oleh karena itu, entrepreneurship tidak sama dengan bisnis karena entrepreneurship mempunyai jangkauan yang lebih luas dari dunia bisnis. Entrepreneurship dapat meliputi seluruh bidang kehidupan. Contohnya: Seorang guru Sekolah Dasar (SD) yang mengajar di daerah pedalaman Papua karena keyakinannya bahwa pendidikan dapat mengubah Papua menjadi lebih baik, maka dengan berbagai inovasi dalam situasi keterbatasan ia mengajar penuh dedikasi. Guru tersebut dapat disebut sebagai seorang entrepreneur. Demikian juga seorang ibu rumah tangga, dengan keterbatasan anggaran, setiap hari ia harus memasak makanan untuk anak-anak dan suaminya, maka ia melakukan berbagai inovasi agar makanannya dapat dinikmati oleh suami serta anaknya dan bermanfaat untuk kehidupan mereka. Ibu rumah tangga

yang demikian itu juga termasuk seorang entrepreneur. Para entrepreneur dapat hadir dan dibutuhkan dimanapun.

Jiwa entrepreneurship sangat dibutuhkan oleh setiap individu, bukan hanya demi mampu bersaing dalam dunia kerja saja, tetapi lebih-lebih agar dunia sekitar menjadi hidup dan bergairah. Tak hanya itu, entrepreneurship juga membantu individu dalam mengembangkan ide-ide cemerlang dalam memperkembangkan hidup di tengah dunia ini, termasuk di dalamnya adalah berwirausaha. Entrepreneurship merupakan suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan dan mencari peluang dari masalah yang dihadapi oleh setiap orang dalam kehidupan sehari-hari (Apidana, 2014). Oleh karena itu, keberadaan entrepreneur-entrepreneur memang sangat dibutuhkan oleh hidup bersama.

Membangun jiwa entrepreneurship haruslah dimulai dengan kemauan kreatif dan inovatif seseorang untuk mencapai suatu tujuan dalam hidupnya. Banyak orang yang berhasil dan sukses karena memiliki kemampuan berfikir kreatif dan inovatif. Hal tersebut penting untuk dipahami mengingat selama ini dalam kehidupan sehari-hari, masih banyak orang yang menafsirkan dan memandang bahwa entrepreneurship identik dengan apa yang dimiliki dan dilakukan oleh “wirausaha” atau “wiraswasta”. Untuk mendorong berkembangnya jiwa entrepreneurship, maka seseorang haruslah memiliki kompetensi. Kompetensi tersebut merupakan syarat utama bagi seseorang yang ingin melakukan proses perjalanan kreativitas berfikir dan inovasi tentang keinginan yang diharapkannya. Seorang entrepreneur tidak hanya memerlukan pengetahuan tapi juga keterampilan, diantaranya keterampilan:

- 1) manajerial;
- 2) konseptual;
- 3) memahami, mengerti, berkomunikasi, dan berelasi;
- 4) merumuskan masalah dan mengambil keputusan; serta
- 5) mengatur dan menggunakan waktu.

2.2. Teknik Membangun Kepribadian Entrepreneur

Secara garis besar, teknik membangun kepribadian yang sehat dalam diri adalah dengan meningkatkan kedewasaannya dalam mengaktualisasikan sikap dan perilaku yang dapat diterima oleh orang lain dilihat dari sisi rohani, sosial, emosional, dan intelektual yang bersumber dari kepercayaan diri. Adapun teknik membangun kepribadian entrepreneurship, maka seseorang harus :

- 1) Menyadari: arti sukses, nilai potensi diri, nilai potensi orang lain, dan nilai waktu. Kepribadian yang sukses adalah akibat dari sebab-sebab yang kita lakukan. Tidak ada sukses tanpa tindakantindakan tertentu yang mengawalinya.
- 2) Menginginkan: keinginan yang terumuskan secara jelas dalam bentuk target-target yang cukup berharga untuk diperjuangkan, maka akan mampu menggerakkan kita menuju hasil akhir sukses.
- 3) Memperjuangkan: lima unsur kepribadian yang harus diperjuangkan, yaitu antusiasme (semangat dan motivasi), komitmen, tindakan nyata, ulet, tidak mudah putus asa, dan doa.

Dengan demikian, seseorang dapat memfokuskan atau mengarahkan pikirannya dalam suatu situasi sebagai peluang ataupun sebagai hambatan seperti halnya hari yang mendung dapat terasa indah, dapat pula terasa buruk. Oleh karena itu, yang dapat menentukan suatu persepsi sebagai suatu proses memandang atau menafsirkan lingkungan seseorang adalah diri sendiri.

Memiliki jiwa entrepreneur akan membuat orang lebih mandiri dan tidak bergantung pada orang lain, mampu berpikir kreatif dan inovatif, serta lebih menghargai uang dan barang. Jiwa entrepreneur harus ditumbuhkan sejak usia dini. Dalam pembahasan ini dikemukakan pengembangan jiwa entrepreneur mulai dari masa kanak-kanak. Jiwa entrepreneur yang perlu dikembangkan sekurang-kurangnya meliputi:

1) **Inovatif dan kreatif**

Sifat yang paling utama dari entrepreneurship adalah **inovatif** dan kreatif. Sifat ini kalau dilatihkan pada anak-anak dapat membantu anak-anak untuk berkreasi menciptakan sesuatu yang baru sejak dini.

Inovasi dan kekreativitasan dapat diibaratkan sebagai pondasi yang akan menopang sebuah usaha. Mengapa demikian? Dengan berani berinovasi serta menuangkan ide-ide dalam bisnis yang dirintis, maka pengalaman dan wawasan yang dalam terkait dengan bisnis tersebut akan dirasakan oleh sang pelaku bisnis. Selain itu, inovasi dan kreativitas juga akan berperan dalam perkembangan bisnis. Tanpa kedua hal tersebut, sebuah bisnis akan kesulitan untuk terus maju dan memiliki daya saing. Untuk itu, bagi para orangtua dan calon orangtua penting untuk mengajarkan pada anak-anak anda untuk menciptakan ruang untuk solusi kreatif dan usaha.

2) **Tidak mudah menyerah.**

Untuk para mahasiswa yang nantinya akan menjadi orangtua, ada baiknya pada saatnya nanti anda mengajarkan kepada anak untuk belajar dari kegagalan. Sifat entrepreneurship tersebut dirasa akan membuat sang anak untuk tidak mudah menyerah.

Kegagalan dalam berbisnis merupakan sebuah hal yang tidak bisa dihindari. Seseorang yang mudah menyerah akan kesulitan membangun bisnisnya dan berkompetisi di pasar karena tidak siap menghadapi tekanan yang datang. Penting bagi setiap pelaku bisnis untuk memiliki mental baja dan selalu bangkit saat gagal. Berusahalah untuk tetap bangkit dan tetap optimis setelah mengalami kegagalan dan tetap berpikir positif.

3) **Pengambil keputusan**

Untuk anda yang sedang belajar, penting untuk percaya diri ketika anda akan mengambil sebuah keputusan. Untuk menumbuhkan jiwa kepemimpinan, belajarlah untuk berani mengambil keputusan ketika dihadapkan pada suatu masalah.

4) **Mandiri**

Sifat mandiri yang merupakan salah satu sifat entrepreneurship yang patut diajarkan kepada anak anda. Sebagai orangtua sebaiknya jangan terlalu memanjakan anak dengan selalu menuruti semua keinginannya. Didik anak untuk

mandiri dan tidak terlalu sering merajuk. Boleh saja sesekali menuruti permintaannya, tetapi jangan terlalu mudah terbujuk rengekan atau tangisannya ketika meminta sebuah barang.

5) **Jiwa Pemimpin**

Sifat pemimpin juga harus diajarkan mulai dari dini. Penting sekali bagi para orangtua dan calon orangtua untuk memahami ini. Untuk membangun dan menerapkan jiwa kepemimpinan yang amanah dan jujur anak perlu dilatih terus-menerus dari kecil. Jiwa pemimpin bukan hanya diajarkan tetapi dilatihkan dalam kehidupan sehari-hari

Mengajarkan nilai-nilai entrepreneurship kepada anak baik untuk mengembangkan sifat pribadi anak itu sendiri serta membantu untuk menanamkan sifat positif pada anak-anak sedari kecil. Orangtua bisa memberi contoh kepada anak di kehidupan sehari-hari.

Untuk dapat menjadi seorang entrepreneur yang handal perlu dibangun kebiasaan-kebiasaan yang menjadi fondasi hidup seorang entrepreneur. Berikut ada 10 kebiasaan rutin harian yang harus dilatihkan supaya menjadi entrepreneur yang baik:

1) **Lakukan Rutinitas**

Setiap pagi dan malam melakukan hal yang sama, seperti: Bangun, cuci muka / sikat gigi, meditasi (terbaik saat Anda masih sedikit melamun), olahraga berat badan, sarapan, berangkat kerja. Setiap malam memiliki rutinitas terpisah yang melibatkan kebersihan, penjurnalan, dan persiapan untuk hari esok. Ini membantu orang tetap tegar dan konsisten.

Entrepreneur terbaik membangun rutinitas harian, mingguan dan bulanan seperti tambang didasarkan pada menjaga diri mereka tetap waras, produktif dan bahagia. Entrepreneurship membuat stres dan anda akan menemukan rutinitas yang stabil menjadi landasan Anda di mana Anda menyusun hidup Anda.

2) **Mulailah dengan hari-hari tugas yang paling sulit**

Dikenal sebagai "Makan Katak", ini artinya ketika anda yang paling segar di awal hari memulai dengan tugas yang paling membuat frustrasi, melelahkan, atau menunda-nunda. Ini memiliki berbagai manfaat.

Hal itu membuat setiap tugas lain tampak lebih mudah dengan perbandingan. Ini segera memberi anda aliran dopamin untuk mencapai sesuatu yang berharga. Ini mencegah anda menunda-nunda tugas-tugas penting terlalu lama.

3) **Latihan dan Renungkan**

Rutinitas akan mudah dilaksanakan begitu saja ketika hidup itu mudah. Akan tetapi, ketika hidup berjalan tidak seperti yang dipikirkan dan direncanakan maka rutinitas menjadi tidak mudah untuk dijalani. Namun demikian hal tersebut tidak dapat menjadi pembenaran alasan bagi seorang entrepreneur. Jangan mencari alasan. Kebugaran dan ketenangan mental sangat penting untuk gaya hidup yang bahagia. Mereka adalah blok bangunan produktivitas tidak hanya selama sehari-hari, berminggu-minggu, atau berbulan-bulan. Tetapi bertahun-tahun dan puluhan tahun. Seorang entrepreneur ingin menjadi anggota yang bersemangat dari komunitasnya hingga usia tua, dan melakukan sedikit usaha setiap hari untuk

kesehatan. Anda adalah bagaimana anda sampai di sana. Temukan beberapa kegiatan, olahraga, atau latihan yang cocok untuk anda dan biasakan dengan membuat diri anda bertanggung jawab.

4) Rencanakan besok, hari ini

Beberapa orang menjalani bagian dari rutinitas malam harinya dengan membuat daftar tugas untuk esok hari, merencanakan bagaimana berbagai pertemuan, janji temu dan seterusnya. Semua akan dirantai bersama. Hal itu, memungkinkan mereka membuat persiapan untuk hari esok dengan baik. Jadi ketika mereka bangun mereka tidak perlu khawatir tentang berbagai hal mengenai bagaimana hari ini akan mereka jalani.

Cobalah ini malam ini, Anda akan merasa bahwa ini membutuhkan waktu yang jauh lebih sedikit daripada yang Anda pikirkan. Itu memberi Anda pemahaman tentang hari esok yang belum Anda miliki sebelumnya (termasuk apa yang “dimakan katak” Anda), dan itu membantu Anda menangkap hal-hal yang mungkin Anda lewatkan (pertemuan yang Anda lupakan dan lain-lain).

5) Sejajarkan Diri dengan Prioritas Anda

Cara umum melakukan ini adalah penetapan tujuan. Ada orang yang menyimpan lembar bentang Excel dengan sasaran jangka pendek, menengah, dan panjang dan sering merujuknya untuk menjaga gambaran pekerjaannya yang lebih besar dalam fokus. Beberapa orang merasa memiliki jangka waktu seperti 1, 3 dan 5 tahun dan hal dapat membantu, tetapi sebagian merasa lebih mudah untuk menunda-nunda yang kemudian. Trik dengan sistem ini adalah untuk terus menarik tujuan ke depan saat situasi dalam hidup Anda berubah.

6) Melacak Kemajuan Anda

Ada baiknya bahwa anda menemukan cara terbaik adalah membuat jurnal harian. Ada orang yang lebih suka menulis jurnal hariannya dengan tangan karena itu membuatnya dapat menuliskannya secara mendalam, tetapi beberapa orang yang lain lebih suka mengetiknya di computer atau handhone karena lebih rapi dan mudah dibawa kemana-mana.

Temukan beberapa sistem untuk diri Anda yang berfungsi. Melacak hari, minggu, bulan, pikiran, ide, impian, dan persepsi Anda sangat penting untuk tetap berpijak pada kehidupan Anda sendiri. Lewat pelacakan di jurnal ada orang yang menemukan bahwa dirinya ternyata jauh lebih tidak berbelas kasih, keluar dan empati ketika dia tidak meluangkan waktu untuk memahami pengalamannya sendiri. Oleh karena itu, Jika Anda belum pernah membuat jurnal sebelumnya, silakan coba. Anda akan dengan cepat menemukan itu cara yang sangat menyenangkan untuk mengakhiri hari Anda, dan manfaatnya beriak sepanjang hidup Anda, baik secara profesional maupun pribadi.

7) Luangkan Waktu Untuk Komunitas Anda

Setiap orang masing-masing memiliki komunitas yang berbeda. Beberapa orang merasa bahwa komunitas itu yang pertama-tama adalah keluarga, kemudian beberapa teman sekolah menengah, beberapa teman Universitas, dan beberapa orang yang ditemui di berbagai acara, bahkan komunitas karena terhubung lewat FaceBook Messenger. Bagi orang lain komunitas itu mungkin klub olahraga, kawan

se-hobby, rekan kerja, atau siapa pun yang anda temukan menikmati menikmati menghabiskan waktu dengan sosial dan yang memperkaya hidup anda. Pada umumnya setiap orang memiliki komunitas, apa pun wujud komunitas itu. Hal itu adalah tanggung jawab mereka dan juga diri kita sendiri untuk memastikan kita tetap terhubung dengan mereka secara berkelanjutan.

Banyak orang menemukan dalam hidup mereka, ketika mereka sibuk dan berhenti melihat teman-teman nya, dan berhenti hadir secara emosional dan intelektual dengan keluarga nya, mereka jauh lebih rentan untuk menjadi terlepas, terbakar, atau mudah marah. Orang-orang yang kita hargai ini sangat penting untuk kebahagiaan kita, sangat memalukan betapa mudahnya untuk berhenti memberi mereka waktu yang pantas bagi mereka.

Pastikan anda mengenali siapa komunitas anda, dan menjadikannya prioritas untuk dilibatkan, empatik, dan hadir dengan mereka masing-masing setidaknya sekali seminggu (bervariasi jelas tergantung pada apakah itu anak-anak Anda, pasangan, atau rekan kerja Anda).

8) Dorong Tim Anda

Tidak peduli apa pun entrepreneurship yang anda bangun, anda memiliki semacam tim yang mendukung kesuksesan anda. Tim tersebut dapat saja keluarga, rekan kerja, anak buah, bisa jadi suplayer anda, bahkan bisa menjadi bos Anda. Itu tidak masalah. Tim Anda adalah siapa pun yang terhubung langsung dengan Anda dalam kehidupan profesional yang Anda andalkan.

Luangkan waktu untuk mendorong orang-orang ini, melakukan check-in dan memastikan mereka selaras dengan tujuan mereka. Pastikan mereka berkembang baik secara pribadi maupun profesional. Jika kehidupan keluarga atau rumah mereka tidak sinkron, itu akan mempengaruhi kinerja mereka. Ajukan pertanyaan dan selami secara mendalam apa yang mereka impikan di dalam hati mereka. Hal-hal ini penting dan para pemimpin yang membuat dampak, para Pemimpin Tingkat 5 yang mengubah dunia tahu bahwa mereka adalah tim mereka, dan hanya dapat berhasil jika tim mereka melakukannya.

9) Prioritaskan Pekerjaan Mendalam

Pengusaha paling berpengaruh menemukan waktu setiap hari untuk bekerja dalam pada tujuan paling penting mereka. Pekerjaan yang dalam adalah produk dari waktu yang Anda habiskan untuk mengerjakan rintangan paling penting untuk mencapai tujuan Anda, dikalikan dengan kedalaman fokus yang dapat Anda bawa untuk mengerjakannya.

$\text{Karya Berkualitas Tinggi Diproduksi} = (\text{Menghabiskan Waktu}) \times (\text{Intensitas Fokus})$

Mengetahui apa tugas itu, berasal dari poin 2 dan memakan kodok. Tetapi mampu membawa tingkat fokus terdalam Anda ke tugas adalah keterampilan yang sama sekali berbeda. Membutuhkan ruang kerja yang hati-hati untuk menghilangkan warna, objek, dan stimulus sensorik yang mengganggu. Membutuhkan mengabaikan email, media sosial, dan pekerjaan dangkal seperti memesan hal yang pasti Anda butuhkan sekarang di Amazon. Tugas-tugas kecil itu harus berada di

pinggiran hari kerja Anda, dilakukan setelah kemauan Anda habis dan Anda lelah dan telah menyelesaikan apa yang Anda butuhkan.

Ada orang yang menjadwalkan dua blok untuk pekerjaan berat setiap hari, dengan hasil yang direncanakan dengan hati-hati dan orang tersebut melakukan pekerjaan sampingannya seperti email di malam hari begitu mentalnya terkuras dan siap untuk bersantai. Coba dan lacak berapa banyak waktu yang Anda habiskan untuk benar-benar bekerja dalam dan jika Anda terkejut dengan jumlahnya, ambil tindakan untuk mengubahnya menjadi lebih baik. Anda akan menemukan tingkat produktivitas yang tidak Anda sadari.

10) Jadwalkan Beberapa Pembelajaran Setiap Hari

Pengusaha perlu terus belajar. Dunia terus berubah, dan entrepreneur paling berpengaruh mengembangkan "Profil Berbentuk T" mereka dengan terus-menerus terlibat dengan koridor pengetahuan di pinggiran keahlian mereka.

Ada orang yang latar belakangnya dalam desain dan strategi, tetapi saya menemukan sebagai entrepreneur. Dia secara konsisten diharuskan untuk mengetahui beberapa teknik dan ilmu komputer untuk berkontribusi lebih bermakna bagi usahanya. Dia tidak terlalu mahir dalam hal ini. Tetapi setiap hari dia meluangkan waktu untuk mempelajarinya melalui membaca buku, melakukan latihan, dan mendengarkan podcast. Melalui investasi kecil waktu setiap hari, keterampilan dan pemahamannya telah maju beberapa mil dalam beberapa bulan terakhir.

Lihatlah ke sasaran masa depan Anda dan identifikasi keterampilan atau kemampuan apa yang mungkin pada akhirnya menjadi penghalang bagi Anda dan mulailah belajar hari ini untuk siap menghadapi tantangan-tantangan itu. Bagi banyak insinyur dan desainer, penghalang jalan itu mungkin manajemen, perencanaan proyek, atau keuangan. Apa punyamu mungkin mengejutkanmu.

Tidak peduli apa yang Anda anggap paling penting, setiap orang memiliki beberapa subjek yang bisa mereka pelajari lebih lanjut, dan lebih banyak pemahaman tentang dunia akan selalu menjadi keunggulan kompetitif bagi Anda. Anggap saja sebagai investasi kecil hari ini yang membayar dividen selama sisa hidup Anda.

"Belajarlah seolah-olah Anda akan hidup selamanya" (Mahatma Gandhi).

Anda mungkin telah memperhatikan tren keterampilan entrepreneurhip ini. Tak satu pun dari mereka yang benar-benar tentang bisnis. Entrepreneur paling sukses bukanlah pemodal paling licin atau pembicara publik paling karismatik. Mereka adalah orang-orang yang dapat berkomitmen untuk mewujudkan perubahan di dunia, dan mengatasi maraton yang diperlukan untuk melihat perubahan itu terjadi. Tidak pernah mudah, sering membuat frustrasi dan menyenangkan luar biasa. Ini mengharuskan Anda untuk menyusun seluruh hidup Anda di sekitar misi itu untuk memastikan Anda tidak terbakar atau meninggalkan sisa hidup Anda, dan bahwa Anda tetap konsisten, bahagia bahagia. Pada akhirnya, satu-satunya kesuksesan nyata adalah kesuksesan pribadi. Sekarang pergilah ke sana dan ubahlah dunia.

3. Rangkuman

Kewirausahaan atau dalam bahasa Inggris entrepreneurship adalah adanya keyakinan kuat yang ada dalam diri seseorang untuk mengubah dunia melalui ide dan inovasinya. Kewirausahaan atau entrepreneurship tidak sama dengan bisnis karena entrepreneurship mempunyai jangkauan yang lebih luas dari dunia bisnis. Entrepreneurship dapat meliputi seluruh bidang kehidupan. Jiwa entrepreneurship sangat dibutuhkan oleh setiap individu, bukan hanya demi mampu bersaing dalam dunia kerja saja, tetapi lebih-lebih agar dunia sekitar menjadi hidup dan bergairah. Tak hanya itu, entrepreneurship juga membantu individu dalam mengembangkan ide-ide cemerlang dalam memperkembangkan hidup di tengah dunia ini, termasuk di dalamnya adalah berwirausaha. Membangun jiwa entrepreneurship haruslah dimulai dengan kemauan kreatif dan inovatif seseorang untuk mencapai suatu tujuan dalam hidupnya. Banyak orang yang berhasil dan sukses karena memiliki kemampuan berfikir kreatif dan inovatif. Untuk mendorong berkembangnya jiwa entrepreneurship, maka seseorang haruslah memiliki kompetensi. Memiliki jiwa entrepreneur akan membuat orang lebih mandiri dan tidak bergantung pada orang lain, mampu berpikir kreatif dan inovatif, serta lebih menghargai uang dan barang. Jiwa entrepreneur yang perlu dikembangkan sekurang-kurangnya meliputi: Inovatif dan kreatif, Tidak mudah menyerah., Pengambil keputusan, Mandiri, dan Jiwa Kepemimpinan.

4. Latihan dan Tugas

4.1. Diskusi

- 1) Siapakah entrepreneur dalam hidup sehari-hari di sekitar anda?
- 2) Apakah anda seorang yang kreatif dan inovatif? Apa tandanya?

4.2. Tugas

Buatlah tulisan sebanyak 1 halaman, mengenai apa yang akan anda lakukan untuk menjadi seorang entrepreneur?

5. Rujukan

Istianingsih dan Suraji. 2020. *Kekuatan Spiritualitas Dalam Entrepreneurship*. Pena Persada.

6. Bacaan Yang Dianjurkan

Kuratko, D. 2012. *Entrepreneurship: theory, process, and practice, 9th edn*. USA: South-Western.

BAB III

KARAKTERISTIK ENTREPRENEUR

(Kreatifitas dan Inovasi)

1. Pendahuluan

1.1. Capaian Pembelajaran

Pada pertemuan ketiga ini mahasiswa diperkenalkan dengan karakteristik entrepreneur, terutama kreatifitas dan inovasi. Dengan memahami materi tentang karakteristik entrepreneur ini diharapkan mahasiswa termotivasi untuk meningkatkan diri sehingga memiliki karakter entrepreneur terutama kreatif dan inovatif.

Maka setelah pertemuan yang ketiga ini:

- 1) Mahasiswa diharapkan dapat menjelaskan karakteristik entrepreneur.
- 2) Mahasiswa diharapkan dapat menyebutkan contoh-contoh perilaku kreatif dan inovatif

1.2. Entry behavior

Karakter kreatif dan inovatif diyakini oleh banyak orang bukanlah suatu karakter bawaan sejak lahir atau keturunan. Pribadi yang kreatif dan inovatif diyakini sebagai buah dari latihan dan pembiasaan terus-menerus. Dengan demikian, sikap yang dibutuhkan dalam pertemuan ketiga ini adalah keterbukaan untuk memahami dan untuk berlatih terus-menerus.

1.3. Keterkaitan materi bab III dengan bab yang lain

Pemahaman tentang karakteristik entrepreneur khususnya: kreatifitas dan inovasi menjadi dasar untuk memahami bab-bab selanjutnya.

2. Materi

2.1. Karakteristik Entrepreneur

Seorang entrepreneur dimanapun berada ia akan selalu dapat membuat dunia sekitarnya menjadi lebih hidup dan bergairah karena selalu ada hal-hak yang baru dan orisinil yang ia tawarkan. Berfikir mengenai hal tersebut maka seorang entrepreneur sekurang-kurangnya memiliki 12 (dua belas) karakteristik. Karakteristik tersebut yaitu: 1) memiliki motif yang kuat, 2) selalu perspektif, 3) berdaya cipta tinggi, 4) memiliki perilaku inovatif tinggi, 5) memiliki komitmen dalam pekerjaan, 6) memiliki etos kerja dan tanggung jawab, 7) mandiri atau tidak tergantung pada orang lain, 8) berani menghadapi resiko, 9) selalu mencari peluang, 10) memiliki jiwa kepemimpinan, 11) memiliki kemampuan manajerial, dan 12) memiliki kemampuan personal.

1) Memiliki Motivasi

Motivasi berasal dari bahasa latin yang berarti "*movere*" yang berarti *to move* atau menggerakkan (Steers dan Porter, 1991). Motivasi merupakan dorongan, hasrat, atau kebutuhan seseorang untuk berperilaku tertentu guna mencapai tujuan tertentu. Motif

akan menghasilkan mobilisasi energi (semangat) dan menguatkan perilaku seseorang, serta kendaraan untuk membawa dan mengarahkan perilaku seseorang (Beck, 1990). Seseorang memiliki minat berwirausaha karena adanya motif tertentu, yaitu motif berprestasi (*achievement motive*). Motif berprestasi merupakan nilai sosial yang menekankan pada hasrat untuk mencapai yang terbaik guna mencapai kepuasan secara pribadi. Faktor dasar yang melandasi motivasi adalah kebutuhan yang harus dipenuhi. Abraham Maslow (1934) menjelaskan teori motivasi dengan menjelaskan tingkatan kebutuhan sebagai landasan yang melatar belakangi lahirnya motivasi bagi seseorang, yaitu:

- (1) kebutuhan fisiologis (*physiological needs*),
- (2) kebutuhan akan rasa aman dan perlindungan (*security needs*),
- (3) Kebutuhan akan kasih sayang dan rasa memiliki (*Belonging needs*),
- (4) kebutuhan akan penghargaan (*esteem needs*) dan
- (5) kebutuhan akan aktualisasi diri (*self-actualization needs*).

Faktor yang mempengaruhi timbulnya motivasi terdiri atas faktor pendorong dan faktor pemelihara (Herzberg). Faktor pendorong timbulnya motivasi terdiri atas kebersihan, pengakuan, kreativitas dan tanggung jawab. Sedangkan faktor pemelihara motivasi meliputi lingkungan kerja, insentif kerja, hubungan kerja dan keselamatan kerja. Kebutuhan berprestasi wirausaha terlihat dalam bentuk tindakan untuk melakukan sesuatu yang lebih baik dan lebih efisien dibandingkan sebelumnya.

(1) Motivasi Berprestasi

Ciri-ciri seorang wirausaha yang memiliki motif berprestasi adalah:

- (a) ingin mengatasi sendiri kesulitan dan persoalan-persoalan yang timbul pada dirinya,
- (b) selalu memerlukan umpan balik yang segera untuk melihat keberhasilan atau kegagalannya
- (c) memiliki tanggung jawab personal yang tinggi,
- (d) berani menghadapi resiko dengan penuh perhitungan,
- (e) menyukai tantangan dan melihat tantangan secara seimbang.

Berdasarkan teori atribusi Weiner (Gedler, 1991) ada 2 (dua) hal penyebab seseorang berhasil atau berprestasi dalam usaha, yaitu penyebab intrinsik dan ekstrinsik. Penyebab intrinsik terdiri atas:

- (a) kemampuan,
- (b) usaha,
- (c) suasana hati atau mood, seperti kelelahan dan kesehatan.

Sedangkan lokus penyebab ekstrinsik meliputi:

- (a) sukar tidaknya tugas,
- (b) nasib baik atau keberuntungan dan
- (c) pertolongan orang lain.

Selain itu Mc Clelland (1976) menjelaskan bahwa motivasi berprestasi mengandung dua aspek, yaitu:

- (a) mencirikan ketahanan dan ketakutan akan kegagalan, serta

(b) meningkatkan kerja keras yang berguna mendorong keberhasilan.

Berdasarkan pendapat tersebut terdapat sekurang-kurangnya dua indikator dalam motivasi berprestasi, yaitu mengharapkan sukses dan takut akan kegagalan (Traver, 1982). Hakikat motivasi berprestasi adalah rangsangan-rangsangan atau daya dorong yang ada dalam diri seseorang untuk belajar dan berprestasi belajar tinggi sesuai yang diharapkan.

(2) Motivasi afiliasi (*affiliation motivation*)

Motivasi afiliasi adalah dorongan untuk berhubungan dengan orang-orang atas dasar sosial. Orang-orang yang bermotivasi afiliasi bekerja lebih baik apabila mereka dipuji karena sikap dan kerja sama mereka yang menyenangkan.

(3) Motivasi kompetensi (*competence motivation*)

Motivasi kompetensi adalah dorongan untuk mencapai keunggulan kerja, meningkatkan ketrampilan dalam memecahkan masalah, dan berusaha keras untuk inovatif. Umumnya, mereka cenderung melakukan pekerjaan dengan baik karena kepuasan batin yang mereka rasakan dari melakukan pekerjaan itu dan penghargaan yang diperoleh dari orang lain.

(4) Motivasi kekuasaan (*power motivation*)

Motivasi kekuasaan adalah dorongan untuk mempengaruhi orang-orang dan mengubah situasi. Orang-orang yang bermotivasi kekuasaan ingin menimbulkan dampak dan mau memikul resiko untuk melakukan hal itu. Seseorang yang memiliki power motivation akan bermain dengan teliti dan penuh strategi (Dion Mahesa, 2012:17).

2) Selalu Perspektif

Selalu prespektif mencerminkan bahwa seorang entrepreneur harus berfikir, berusaha dan memanfaatkan peluang dengan penuh perhitungan untuk meraih masa depannya secara optimis. Untuk mencapai masa dengan yang optimis, maka seorang wirausaha harus mempunyai kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru serta berbeda dengan yang sudah ada (*ability to create the new and different*). Orang yang selalu memandang masa depan secara optimis, akan mempunyai dorongan untuk berkarya dan berkarya dalam menyongsong masa depannya. Itulah sebabnya Drucker (1959) menekankan pada *ability to create the new and different* sebagai kunci utamanya. Masa depan adalah suatu kejadian (event) yang mengandung ketidak pastian (uncertainty). Maka dalam menyongsong masa depan tersebut seorang entrepreneur harus mampu memperhitungkan resiko yang timbul dan dengan cerdas dan tabah menghadapi tantangan akibat pilihan yang diambilnya. Pada akhirnya, dapat dinyatakan bahwa seorang entrepreneur yang berjiwa entrepreneurship selalu tidak akan puas dengan hasil yang dicapainya dan akan terus mencari peluang baru untuk memperbaiki dan mengembangkan kehidupan usahanya agar lebih baik dibandingkan yang sudah dicapainya.

3) Memiliki Kreativitas (Daya Cipta) Tinggi

Memiliki kreativitas tinggi berarti mempunyai kemampuan untuk berfikir yang baru dan berbeda (*thinking new thing and different*). Namun demikian untuk berfikir yang baru dapat bersumber dari sesuatu yang lama tetapi dilakukan dengan cara-cara yang baru dan tidak harus seluruhnya baru. Ide-ide kreativitas sering muncul ketika seorang entrepreneur melihat sesuatu yang lama dan berfikir sesuatu yang baru dan berbeda. Kreativitas adalah berfikir untuk menciptakan sesuatu dari yang asalnya tidak ada (*generating something from nothing*). Sedangkan inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan-persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan. Dengan demikian kreativitas (daya cipta) mengandung beberapa aspek penting, antara lain:

- (1) menciptakan sesuatu yang sebelumnya tidak ada (*generating something from nothing*),
- (2) muncul ketika melihat sesuatu yang lama dan berfikir sesuatu yang baru dan berbeda (*arise when look at something old and think something new and different*), dan
- (3) menggantikan sesuatu dengan sesuatu yang lebih sederhana dan lebih baik (*change something with something more simple and better*).

Dengan demikian rahasia entrepreneurship adalah menciptakan nilai tambah barang dan jasa dengan menerapkan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan meraih peluang yang dihadapi setiap hari tanpa menunggu perintah (berinisiatif sendiri).

Zimmerer (1996) menyebutkan adanya 7 (tujuh) tahap dalam proses berfikir kreatif dalam entrepreneurship, yaitu :

- (1) Tahap 1 : Persiapan (*Preparation*)
- (2) Tahap 2 : Penyelidikan (*Investigation*)
- (3) Tahap 3 : Transformasi (*Transformation*)
- (4) Tahap 4 : Penetasan (*Incubation*)
- (5) Tahap 5 : Pencerahan (*Illumination*)
- (6) Tahap 6 : Pengujian (*Verification*)
- (7) Tahap 7 : Implementasi (*Implementation*)

4) Memiliki Perilaku Inovatif Tinggi

Memiliki perilaku inovatif tinggi merupakan salah satu kunci dari semangat entrepreneurship. Sebenarnya setiap orang dibekali talenta atau jiwa entrepreneur walaupun dalam derajat kapabilitas yang berbeda-beda. Jika jiwa entrepreneur atau talenta tersebut diberikan wadah yang baik, maka perkembangan dan kemajuannya akan memberikan hasil sebagaimana mana yang diharapkan. Jiwa entrepreneur yang terdapat pada setiap orang itu tumbuh karena beberapa hal:

- (1) setiap orang pasti memiliki cita-cita, impian dan harapan untuk meningkatkan kualitas hidup,
- (2) setiap orang mempunyai intuisi untuk bekerja dan berusaha,
- (3) setiap orang mempunyai daya imajinasi yang dapat digunakan untuk berfikir kreatif,
- (4) setiap orang mempunyai kemampuan untuk belajar sesuatu yang sebelumnya tidak dikuasainya.

Itulah modal awal dan faktor dominan yang diberikan oleh Tuhan kepada manusia dan bukan makhluk lainnya, sehingga setiap manusia pada dasarnya memiliki akal budi dan kecerdasan yang merupakan landasan dasar dari jiwa wirausaha. Manusia juga dikarunia bekal kemampuan untuk belajar dari pengalaman masa lalunya. Sejumlah pengalaman hidup yang terkait aspek keberhasilan dan kegagalan, kebahagiaan, kesedihan, kesulitan, tantangan, peluang, kelemahan dan kekuatan semuanya akan membentuk *mind-set* manusia yang dapat menghasilkan perilaku inovatif tinggi khususnya untuk mengambil keputusan yang terbaik bagi hidupnya yang akan datang. Setiap orang akan terkait dengan beberapa perspektif waktu, yaitu masa lalu yang merupakan pengalaman hidup yang sudah dilaluinya dan sebagai masa untuk melakukan pembelajaran. Saat ini adalah masa menjadi kenyataan hidup yang sedang dilalui dan menjadi persiapan untuk masa selanjutnya dengan mengkaji masa lalu, serta masa depan yang menjadi harapan dan cita-cita yang ingin diraihinya. Ketiga masa itulah yang akan membentuk manusia memiliki keberanian untuk menyongsong masa depan dengan berperilaku inovatif yang tinggi.

Ingatlah semboyan bahwa Tuhan tidak akan merubah nasib suatu bangsa jika bangsa itu tidak mau mengubah nasibnya sendiri. Setiap orang yang memiliki keberanian untuk mengambil keputusan dapat belajar menjadi entrepreneur dan berperilaku seperti entrepreneur. Hal ini memberikan pemahaman bahwa entrepreneurship lebih merupakan perilaku daripada gejala kepribadian yang dasarnya terletak pada konsep dan teori yang mengarahkan orang kepada kepemimpinan. Padahal perilaku, konsep dan teori merupakan hal yang dapat dipelajari oleh siapapun yang menganut konsep belajar berkesinambungan dan seumur hidup. Oleh karena itu, belajar entrepreneurship dapat dilakukan oleh siapa saja, meskipun tidak harus menjadi entrepreneur besar namun sekurang-kurangnya dalam setiap kegiatannya manusia dapat menerapkan jiwa entrepreneurship di dalamnya. Suatu kenyataan bahwa beberapa entrepreneur terkemuka dan terkaya dunia bukanlah orang yang mempunyai kemampuan akademik optimal, seperti Warren Buffet (pialang saham terkemuka) dan Bill Gate (pemilik Microsoft). Khusus di Indonesia, hasil Sakernas (2003) memperlihatkan bahwa dari lulusan perguruan tinggi, hanya 26,29% yang menjadi entrepreneur sedangkan untuk lulusan SLTA dan di bawahnya mencapai 73,71%. Inilah data yang mengindikasikan bahwa di Indonesia, semakin tinggi pendidikannya semakin rendah jiwa entrepreneurshipnya. Kunci keberhasilan kedua entrepreneur itu (Warren Buffet dan Bill Gate) dalam sejarah tercatat karena beberapa hal yaitu:

- (1) mempunyai kemauan belajar yang terus menerus,
- (2) mempunyai ketabahan dalam menghadapi kegagalan atau tantangan,
- (3) berani membuat inovasi baru dan tampil beda dengan yang lain,
- (4) tidak puas dengan setiap hasil usaha yang dilakukan,
- (5) mempunyai kemampuan beradaptasi, baik dengan lingkungan internal maupun eksternal.

Inilah sebabnya maka Ansoff (1990) mengatakan bahwa “organisasi yang sukses bukanlah organisasi yang besar tetapi organisasi yang sukses adalah organisasi yang dapat beradaptasi dengan perubahan lingkungannya”. Untuk menjadi seorang entrepreneur pada dasarnya tidak memerlukan orang-orang yang luar biasa dengan IQ tinggi, tetapi orang-orang dengan IQ sedang dan rendahpun dapat belajar melakukannya. Goleman menjelaskan bahwa kesuksesan seseorang 80% ditentukan oleh kecerdasan emosional (EQ) dan hanya 20%

ditentukan oleh kecerdasan intelektual (IQ). Kecerdasan emosional adalah kecerdasan sosial, yang ketiadaannya akan mendorong seseorang berperilaku agresif, cemas, menghindari tantangan dan tidak dapat memanfaatkan peluang, serta tidak dapat menerapkan manajemen konflik secara produktif. Sebaliknya, penguasaan terhadap kecerdasan emosional akan menghasilkan individu yang lebih ramah, kemauan untuk bekerjasama dan meningkatnya kemampuan untuk menerapkan manajemen konflik yang produktif.

Kiat-kiat berwirausaha yang sukses dan dapat diterapkan pada berbagai tingkatan IQ adalah sebagai berikut :

- (1) Digerakkan oleh ide dan impian (visi).
- (2) Lebih mengandalkan kreativitas.
- (3) Menunjukkan keberanian.
- (4) Percaya pada hoki, tetapi lebih percaya pada dunia nyata.
- (5) Melihat masalah sebagai peluang.
- (6) Memilih usaha sesuai hobi dan minat.
- (7) Mulai dengan modal seadanya.
- (8) Senang mencoba hal baru.
- (9) Selalu bangkit dari kegagalan, dan
- (10) Tidak mengandalkan gelar akademis semata-mata.

5) Memiliki Komitmen dalam Pekerjaan

Memiliki komitmen dalam pekerjaan memberikan makna bahwa setiap entrepreneur hendaknya memiliki komitmen dalam mengelola usahanya yang dilakukan dengan cara bersungguh-sungguh dan memberikan curahan perhatian sepenuhnya. Oleh karena itu, seorang entrepreneur yang memiliki komitmen atas pekerjaannya tidak akan membiarkan usahanya berjalan di tempat, tetapi selalu berfikir dan berusaha agar usahanya itu dapat berkembang dan mempunyai keunggulan kompetisi dengan yang lainnya. Untuk maksud tersebut, maka seorang entrepreneur harus sepenuh hati dalam menjalankan usahanya dan berani mengambil resiko usaha yang sudah diperhitungkan sebelumnya. Entrepreneur yang memiliki komitmen terhadap pekerjaannya harus berani bangkit dari kegagalannya dan menjadikan masalah yang dihadapi sebagai peluang. Tidak setengah-setengah dalam mengelola usaha dapat diartikan bahwa seorang entrepreneur harus memiliki semangat entrepreneurship. Sejak jaman Orde Baru Indonesia pemerintah Indonesia sudah mempunyai kesadaran akan pentingnya entrepreneurship ini. Hal tersebut terbukti dengan adanya Instruksi Presiden Nomor 4 Tahun 1995 memberikan petunjuk tentang semangat entrepreneurship yang meliputi :

- (1) Mempunyai kemauan kuat untuk berusaha dengan semangat mandiri;
- (2) Mampu membuat keputusan yang tepat dan berani mengambil resiko;
- (3) Kreatif dan inovatif;
- (4) Tekun, teliti dan produktif;
- (5) Berkarya dengan semangat kebersamaan dan etika bisnis yang sehat.

Sayang bahwa inpres tersebut tidak ditindaklanjuti dengan usaha yang realistic pada masa-masa sesudahnya.

6) Memiliki Etos Kerja dan Tanggung Jawab

Etos kerja akan membentuk suatu produktivitas sedangkan tanggung jawab akan menumbuhkan entrepreneurship yang adil dan bertanggung jawab terhadap semua pemangku kepentingan (stakeholder) yang berhubungan dengan usaha dan hasil usahanya. Dalam pengertian bisnis modern, tanggung jawab tersebut ditunjukkan dengan adanya tanggung jawab sosial (*social responsibility*) antara lain dengan melindungi stakeholder dan lingkungannya dari adanya kerugian moral maupun material atas keberadaan perusahaan dan hasil produksinya. Mengenai etos kerja Max Weber menyatakan bahwa etos kerja orang Jerman adalah rasional, disiplin tinggi, kerja keras, berorientasi pada kesuksesan material, hemat dan bersahaja, tidak mengumbar kesenangan dan investasi. Sementara itu orang Jepang menghayati “bushido” yang merupakan etos para samurai sebagai perpaduan dari Shintoisme dan Zen Buddhism sebagai “karakter dasar budaya kerja bangsa Jepang” (Sinamo H.J, 1999).

Ada 7 (tujuh) prinsip bushido yang menjadi budaya kerja bangsa Jepang dan diterapkan secara konsisten, instan dan berkualitas sehingga bangsa Jepang mengalami kemajuan, yaitu:

- (1) Gi, bahwa keputusan yang benar, diambil dengan sikap benar berdasarkan kebenaran, jika harus mati demi keputusan itu, matilah dengan gagah dan terhormat
- (2) Yu, berani dan ksatria,
- (3) Jin, murah hati, mencintai dan bersikap baik terhadap sesama,
- (4) Re, bersikap santun dan bertindak benar,
- (5) Melyo, tulus setulus-tulusnya, sungguh-sungguh-sungguhnya dan tanpa pamrih, dan
- (6) Chugo, mengabdikan dan loyal.

Bangsa Indonesia sebagai bangsa yang besar sebenarnya juga sudah mempunyai falsafah yang nilai-nilainya disarikan dalam “Pancasila”. Namun sayangnya lima sila yang terkandung dalam Pancasila belum diterapkan secara konsisten dan berkualitas sehingga belum mampu mencerminkan budaya kerja atau etos kerja bangsa Indonesia. Mubyarto dan Boediono (1994) sebagai editor sebuah buku yang berjudul “Ekonomi Pancasila”, yaitu sebuah buku yang mencoba mengelaborasi nilai-nilai Pancasila dalam tatanan ekonomi kerakyatan, menjadi pelopor yang memprakarsai sistem ekonomi Pancasila. Namun sayangnya buku tersebut belum mampu menghasilkan konsep ekonomi kerakyatan yang mampu menjadi ciri khas etos kerja bangsa Indonesia.

Sinamo H.J (1999) mengembangkan 8 (delapan) etos kerja unggulan yang meliputi unsur-unsur :

- (1) Kerja itu suci, kerja adalah panggilanmu dan aku sanggup bekerja benar.
- (2) Kerja itu sehat, kerja adalah aktualisasimu dan aku sanggup bekerja keras.
- (3) Kerja itu rahmat, kerja adalah terimakasihmu dan aku sanggup bekerja tulus.
- (4) Kerja itu amanah dan kerja adalah tanggung jawabmu dan aku sanggup bekerja tuntas.
- (5) Kerja itu seni, kerja adalah kesukaanmu dan aku sanggup bekerja kreatif.
- (6) Kerja itu ibadah, kerja adalah pengabdianmu dan aku sanggup bekerja sungguh-sungguh.
- (7) Kerja itu mulia, kerja adalah pelayananku dan aku sanggup bekerja sempurna.
- (8) Kerja itu kehormatan, kerja adalah kewajibanku dan aku sanggup bekerja unggul

Dapat juga ditambahkan bagi mereka yang religius bahwa kerja juga merupakan ibadah, kerja menjadi doa, dan bekerja adalah panggilan dari yang ilahi.

7) Mandiri atau Tidak Tergantung Orang Lain

Mandiri atau tidak tergantung kepada orang lain akan menumbuhkan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*create new and different*). Melalui kemandirian dalam berfikir kreatif dan bertindak inovatif, seorang wirausaha dapat menciptakan peluang dalam menghadapi tantangan hidup. Oleh sebab itu, seorang wirausaha harus mempunyai kemampuan kreatif dalam mengembangkan ide dan pikirannya terutama dalam menciptakan peluang usaha bagi dirinya dan bagi orang lain. Dengan demikian seorang wirausaha dituntut untuk selalu menciptakan hal yang baru dengan jalan mengkombinasikan sumber daya yang ada disekitarnya melalui pengembangan teknologi baru, menemukan pengetahuan baru, menemukan cara baru untuk menghasilkan barang dan jasa yang berbeda dari kompetitornya secara lebih efisien, memperbaiki produk yang sudah ada dan menemukan cara baru untuk memberikan kepuasan kepada para konsumennya.

8) Berani Menghadapi Resiko

Berani mengambil resiko tidak sama dengan spekulasi. Artinya resiko yang ditanggung oleh seorang entrepreneur adalah resiko yang sudah diperhitungkan secara matang. Richard Cantillon adalah orang yang pertama menggunakan istilah entrepreneur dan mengatakan bahwa entrepreneur adalah seseorang yang berani menanggung resiko. Keberanian menanggung resiko yang disertai perhitungan yang mapan merupakan karakteristik entrepreneur yang unggul. Keberanian untuk menanggung resiko juga merupakan peubah pertama yang mendorong timbulnya inisiatif dan mendorong sifat untuk menyukai usaha-usaha yang lebih menantang. Namun, resiko yang menjadi nilai dalam entrepreneurship adalah resiko yang sudah diperhitungkan dan penuh realistis. Pilihan terhadap alternatif resiko yang diambil tergantung pada beberapa faktor, yaitu :

- (1) Daya tarik setiap alternatif.
- (2) Kesiediaan untuk menanggung kerugian.
- (3) Perhitungan terhadap peluang sukses atau gagal.

Selain itu, kemampuan untuk melakukan pilihan terhadap alternatif resiko yang diambil tergantung dari beberapa faktor, yaitu :

- (1) Keyakinan pada diri sendiri.
- (2) Kesiediaan untuk menggunakan kemampuan dalam mencari peluang dan kemungkinan mendapatkan keuntungan.
- (3) Kemampuan untuk menilai situasi resiko secara realistis.

Keberanian dalam mengambil resiko terkait langsung dengan kepercayaan pada diri sendiri. Dengan demikian, semakin besar keyakinan seseorang pada kemampuan sendiri, maka semakin besar pula keberaniannya dalam mengambil resiko yang diperhitungkannya sebagai tindakan yang kreatif inovatif. Oleh karena itu, orang yang berani mengambil resiko diketemukan pada pada orang-orang yang kreatif dan inovatif dan merupakan bagian terpenting dari perilaku entrepreneurship.

9) Selalu Mencari Peluang

Selalu mencari peluang dimaknakan bahwa seorang entrepreneur yang mempunyai jiwa entrepreneurship harus memberikan tanggapan positif terhadap peluang yang ada dalam kaitannya dengan mendapatkan keuntungan untuk usahanya (organisasi bisnis) atau memberikan pelayanan yang lebih baik kepada masyarakat (organisasi nirlaba). Pakerti (1997), mengartikan entrepreneurship sebagai tanggapan terhadap peluang usaha yang terungkap dalam seperangkat tindakan serta membuahkan hasil berupa organisasi usaha yang melembaga, produktif dan inovatif. Stevenson memahami entrepreneurship sebagai suatu pola tingkah laku manajerial yang terpadu dalam upaya pemanfaatan peluang-peluang yang tersedia tanpa mengabaikan keterbatasan sumber daya yang dimiliki dan Drucker menekankan bahwa seorang entrepreneur harus mampu mengalihkan alokasi sumber dayanya dari bidang-bidang yang memberikan hasil rendah ke bidang lain yang memberikan hasil tinggi. Pada akhirnya Mossi menyatakan bahwa entrepreneur adalah seseorang yang merasakan adanya peluang, mengejar peluang-peluang yang sesuai dengan situasi dirinya dan percaya bahwa kesuksesan merupakan suatu hal yang dapat dicapai.

10) Memiliki Jiwa Kepemimpinan

Jiwa kepemimpinan, keteladanan dan kepeloporan selalu dimiliki oleh seorang entrepreneur yang sukses. Seorang yang memiliki jiwa kepemimpinan pada umumnya ingin tampil berbeda, lebih dahulu (lebih cepat) dan lebih menonjol. Hal inilah yang melandasi mengapa seorang entrepreneur yang memiliki jiwa kepemimpinan akan menggunakan kemampuan kreativitas dan inovasinya untuk menghasilkan barang dan jasa dengan lebih cepat dipasarkan dan berbeda dari pesaingnya. Entrepreneur seperti inilah yang menganggap perbedaan sebagai suatu peluang untuk menambah nilai barang dan jasa yang dihasilkan, sehingga ia akan menjadi leader, baik dalam bidang produksi maupun pemasaran. Seorang wirausaha yang memiliki jiwa kepemimpinan selalu ingin mencari peluang, terbuka menerima kritik dan menjadikan saran sebagai pertimbangan dalam melakukan perbaikan. Seorang entrepreneur yang memiliki *leadership ability* akan mampu menggunakan pengaruh tanpa kekuatan (power) dan mengutamakan strategi mediator dan negosiator dibandingkan cara-cara diktator. Berdasarkan semangat, perilaku dan kemampuannya dalam kepemimpinan (*leadership ability*) maka Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 1995 mengelompokkan kemampuan entrepreneur dalam 3 (tiga) tingkatan, yaitu wirausaha andal, wirausaha tangguh dan wirausaha unggul.

Namun, Suryana (2003) membedakan wirausaha dalam 2 (dua) kelompok, yaitu administrative entrepreneur dan innovative entrepreneur. Dalam hal ini administrative entrepreneur adalah wirausaha yang perilaku dan kemampuannya lebih menonjol dalam memobilisasi sumber daya dan dana, serta mentransformasikannya menjadi output dan memasarkannya secara efisien, sedangkan innovative entrepreneur adalah wirausaha yang perilaku dan kemampuannya lebih menonjol dalam bidang kreativitas, inovasi serta menonjol dalam mengantisipasi dan menghadapi resiko.

11) Memiliki Kemampuan Manajerial

Memiliki kemampuan manajerial merupakan salah satu aspek yang harus ada pada setiap entrepreneur. Kemampuan manajerial merupakan kemampuan untuk mengambil

keputusan usaha dan melaksanakan seluruh fungsi manajemen, yaitu membuat rencana usaha, mengorganisasikan usaha, mengelola usaha (termasuk mengelola sumber daya manusia), melakukan publikasi/promosi hasil usaha dan mengontrol pelaksanaan usaha. Seluruh kemampuan manajerial harus dilakukan secara konsisten dan terintegrasi sehingga seluruh aspek manajerial tersebut tidak saling kontra produktif terhadap pencapaian tujuan organisasi. Kemampuan manajerial seorang wirausahawan harus mampu membuat organisasi menjadi “fit” dengan lingkungannya. Suatu organisasi (khususnya organisasi bisnis) harus dinamis dan fleksibel, dikelola oleh manajer yang bervisi ke depan dan mempunyai lingkungan kerja yang kondusif. Selain itu, pengembangan organisasi atau perusahaan harus didasarkan atas visi, misi dan tujuan yang jelas sehingga dapat berkembang (sukses) dan hidup untuk selama-lamanya (going concern). Agar perusahaan dapat sukses dan going concern, terdapat 8 (delapan) roh organisasi, yaitu:

- (1) roh kesucian dan kesehatan,
- (2) roh kebaikan dan kemurahan,
- (3) roh cinta dan suka cita,
- (4) roh keunggulan dan kesempurnaan, dan
- (5) dikelola oleh manajer bervisi ke depan.

Manajer yang bervisi ke depan adalah manajer yang selalu optimis dan menganggap setiap masalah organisasi sebagai suatu peluang. Dengan demikian manajer yang bervisi ke depan dapat mengarahkan organisasi untuk menyongsong masa depannya secara optimis dan realistis. Terdapat 8 (delapan) kompetensi yang harus dimiliki oleh manajer yang bervisi ke depan, yaitu:

- (1) memiliki kemampuan strategi,
- (2) memiliki kemampuan sintesis,
- (3) memiliki kemampuan berorganisasi,
- (4) memiliki kemampuan komunikasi,
- (5) memiliki kemampuan negosiasi,
- (6) memiliki kemampuan presentasi (publikasi ide kreativitas),
- (7) memiliki kemampuan yang dinamis dan tangguh (mengembangkan diri), dan
- (8) memiliki lingkungan kerja yang kondusif.

Lingkungan kerja yang kondusif merupakan salah satu syarat utama agar suatu organisasi dapat memberikan kenyamanan dan ketenangan kepada pemilik, pengelola (manajer) dan pekerjanya. Persyaratan agar suatu lingkungan kerja dapat disebut kondusif ada 8 (delapan), yaitu adanya :

- (1) upah yang layak
- (2) kondisi (peralatan) kerja yang aman dan sehat
- (3) kesempatan untuk belajar dan menggunakan ketrampilan-ketrampilan baru
- (4) kesempatan untuk mengembangkan karir
- (5) integrasi sosial ke dalam organisasi
- (6) perlindungan terhadap hak-hak individu (pekerja)
- (7) keseimbangan antara berbagai tuntutan (tuntutan kerja dan bukan kerja)
- (8) rasa bangga terhadap pekerjaannya dan terhadap organisasi

12) Memiliki Ketrampilan Personal

Memiliki ketrampilan personal diartikan sebagai wirausaha andal. Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 1995 Tentang Gerakan Nasional Memasyarakatkan dan Membudayakan Entrepreneurship menyebutkan adanya 8 (delapan) ciri wirausaha andal, yaitu :

- (1) Percaya diri dan sikap mandiri yang tinggi untuk berusaha mencari penghasilan dan keuntungan melalui perusahaan.
- (2) Mau dan mampu mencari dan menangkap peluang usaha yang menguntungkan serta melakukan apa saja yang perlu untuk memanfaatkannya.
- (3) Mau dan mampu bekerja keras dan tekun dalam menghasilkan barang dan jasa, serta mencoba cara kerja yang lebih tepat dan efisien.
- (4) Mau dan mampu berkomunikasi, tawar menawar dan musyawarah dengan berbagai pihak yang besar pengaruhnya pada kemajuan usaha terutama para pembeli/pelanggan (memiliki kemampuan salesmanship).
- (5) Menghadapi hidup dan menangani usaha dengan terencana, jujur, hemat dan disiplin.
- (6) Mencintai kegiatan usahanya dan perusahaannya serta lugas dan tangguh tetapi cukup luwes dalam melindunginya.
- (7) Mau dan mampu meningkatkan kapasitas diri sendiri dan kapasitas perusahaan dengan memanfaatkan dan memotivasi orang lain (Leadership/Managerialship) serta melakukan perluasan dan pengembangan usaha dengan resiko yang moderat.
- (8) Berusaha mengenal dan mengendalikan lingkungan serta menggalang kerjasama yang saling menguntungkan dengan berbagai pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan.

Ada delapan syarat yang harus dipenuhi agar seorang wirausaha dapat mengembangkan profesinya, yaitu :

- (1) Mampu bekerja keras (*capacity for hard work*).
- (2) Mampu bekerjasama dengan orang lain (*getting things done with and through people*).
- (3) Berpenampilan yang baik (*good appearance*).
- (4) Mempunyai keyakinan (*self confident*).
- (5) Pandai membuat keputusan (*making sound decision*).
- (6) Bersedia menambah ilmu pengetahuan (*college education*).
- (7) Mempunyai ambisi/kemauan untuk maju (*ambition drive*).
- (8) Pandai berkomunikasi (*ability to communicate*)

Sedangkan Zimmerer (1996) menyebutkan 13 (tiga belas) hal yang dapat mencerminkan karakteristik wirausaha yang sukses, yaitu :

- (1) Komitmen tinggi terhadap tugas.
- (2) Mau bertanggung jawab.
- (3) Mempertahankan minat entrepreneurship dalam diri sendiri.
- (4) Peluang untuk mencapai obsesi.
- (5) Toleransi terhadap resiko dan ketidak pastian.
- (6) Yakin pada diri sendiri.
- (7) Kreatif dan fleksibel.
- (8) Ingin memperoleh umpan balik dengan cepat.
- (9) Mempunyai energik tinggi.

- (10) Mempunyai motivasi yang lebih unggul.
- (11) Berorientasi ke masa depan.
- (12) Mau belajar dari kegagalan.
- (13) Mempunyai kemampuan memimpin.

Sementara itu, Munawir (1999) yang melakukan penelitian tentang Standarisasi Tes Potensi Entrepreneurship Pemuda Versi Indonesia menemukan adanya 11 (sebelas) ciri atau indikator entrepreneurship, yaitu :

- (1) Motivasi berprestasi.
- (2) Kemandirian.
- (3) Pengambilan Resiko (moderat).
- (4) Keuletan.
- (5) Orientasi masa depan.
- (6) Komunikatif dan reflektif.
- (7) Kepemimpinan.
- (8) Locus of control.
- (9) Perilaku instrumental.
- (10) Penghargaan terhadap uang.

Sejumlah ciri entrepreneurship tersebut menunjukkan bahwa wirausaha yang sukses adalah wirausaha yang dapat menjalin hubungan secara baik dengan lingkungannya, baik lingkungan internal (dalam perusahaan) maupun lingkungan eksternal (pemerintah, masyarakat, pemasok, pesaing, dll). Teknik menjalin hubungan baik antara wirausaha dengan lingkungannya dilakukan dalam suatu etika wirausaha, yang dicirikan dengan tingkah laku yang baik, sopan santun, tolong menolong, tenggang rasa, hormat menghormati dan tatakrama lainnya dalam etika wirausaha lainnya.

Etika entrepreneur meliputi 8 (delapan) hal, yaitu :

- (1) Entrepreneur adalah tugas mulia dan kebiasaan baik (bertugas mewujudkan suatu kenyataan hidup berdasarkan kebiasaan baik di dalam berwirausaha).
- (2) Menempa pikiran untuk maju (melatih dan membiasakan diri berprakarsa baik, bertanggung jawab, percaya diri dan meningkatkan daya saing dan daya juang untuk maju).
- (3) Kebiasaan membentuk watak yang mulia (bersikap mental dan berfikir terbuka, bersih dan teliti untuk mencapai kemajuan).
- (4) Membersihkan diri dari kebiasaan berfikir negatif (tidak menyakiti orang lain dan menggantungkan pada nasib).
- (5) Kebiasaan berprakarsa (membiasakan diri untuk berprakarsa dalam kegiatan pengelolaan usaha dan memberikan saran baik, serta dapat menolong dirinya sendiri).
- (6) Kepercayaan pada diri sendiri (yakin dan beriman serta dapat meningkatkan nilai-nilai kehidupan di dalam berwirausaha).
- (7) Membersihkan diri dari hambatan yang dibuatnya sendiri (yakin dan tidak ragu-ragu terhadap hasil produksinya sendiri).
- (8) Mempunyai kemauan, daya upaya dan perencanaan (rencana mengejar cita-cita berdasarkan prinsip-prinsip entrepreneurship).

2.2. Kreatifitas dan Inovasi

Kata kreativitas dan inovasi mempunyai makna yang berdekatan. Oleh karena itu, tidak mengherankan bahwa ada yang mendefinisikan dua kata tersebut sama saja, padahal kedua kata tersebut merupakan dua hal yang berbeda. Pada bagian ini akan diuraikan pengertian kata kreatifitas dan inovasi, ciri-ciri, manfaat dan cara meningkatkannya.

1) Kreatifitas

(1) Pengertian Kreatifitas

Kreatif diambil dari bahasa Latin yaitu “Creo”, yang berarti “to create” dalam bahasa Inggris. Kata kuncinya adalah “buat”. Kata kreatif berarti menciptakan sesuatu yang belum pernah ada sebelumnya, dan dalam Bahasa Inggris adalah 'create' yang artinya menciptakan, membuat, atau menimbulkan dan 'creative' yang artinya memiliki daya cipta. Kreativitas atau creativity adalah sebuah istilah yang dicetuskan oleh Alfred North Whitehead untuk menunjukkan suatu daya di alam semesta yang memungkinkan hadirnya entitas aktual yang baru berdasarkan entitas aktual-entitas aktual yang lain (Sudarminta, 1991). Kreativitas adalah prinsip kebaruan, novelty. Kreatifitas merupakan kemampuan seseorang untuk memikirkan, melahirkan atau menciptakan sesuatu yang baru baik berupa gagasan atau karya nyata yang relative berbeda dengan apa yang pernah ada sebelumnya. Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), kreativitas adalah kemampuan untuk mencipta, perihal berkreasi & kekreatifan. Sedangkan menurut kamus Webster, kreativitas adalah kemampuan seseorang guna mencipta yang ditandai dengan orinilitas dalam berekspresi yang bersifat imajinatif.

Para ahli mengemukakan pendapat yang berbeda mengenai kreatifitas. Misalnya, Sternberg (1995) menyatakan bahwa orang yang kreatif adalah orang yang dapat berpikir secara sintesis artinya dapat melihat hubungan-hubungan dimana orang lain tidak mampu melihatnya yang mempunyai kemampuan untuk menganalisis ide-idenya sendiri serta mengevaluasi nilai ataupun kualitas karya pribadinya, mampu menterjemahkan teori dan hal-hal yang abstrak ke dalam ide-ide praktis sehingga individu mampu menyakinkan orang lain mengenai ide-ide yang akan dikerjakannya. Sementara Rogers (1992) menyebutkan bahwa kreativitas adalah proses munculnya hasil-hasil baru dalam suatu tindakan. Sedangkan Torrance (1981) berpendapat bahwa kreativitas adalah proses kemampuan individu untuk memahami kesenjangan-kesenjangan atau hambatan-hambatan dalam hidupnya, merumuskan hipotesis-hipotesis baru dan mengkomunikasikan hasil-hasilnya, serta sedapat mungkin memodifikasi dan menguji hipotesis-hipotesis yang telah dirumuskan. Kreativitas, oleh Zimmerer (1996) diartikan sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dan menghadapi peluang (*Creativity is the ability to develop new ideas and to discover new ways of looking at problems and opportunities*).

(2) Ciri-ciri Pribadi Yang kreatif

- (a) Selalu bertanya, “ Apakah ada cara yang baik? “.
- (b) Selalu menantang kebiasaan, tradisi dan kebiasaan rutin.
- (c) Berefleksi/ merenung, berfikir dalam.
- (d) Berani bermain mental, mencoba melihat masalah dari perpektif yang berbeda.
- (e) Menyadari kemungkinan banyak jawaban dari pada satu jawaban yang benar.
- (f) Melihat kegagalan dan kesalahan hanya sebagai jalan untuk mencapai sukses.
- (g) Mengkorelasikan ide-ide yang masih samara terhadap masalah untuk menghasilkan pemecahan inovasi.
- (h) Memiliki kemampuan untuk bangkit di atas kebiasaan rutin dan melihat permasalahan dari perpektif yang lebih luas kemudian memfokuskannya pada kebutuhan untuk berubah.
- (i) Bersikap rendah hati, tetapi pada saat yang sama ia bangga akan karyanya.
- (j) Cenderung mandiri bahkan suka menantang, tetapi di lain pihak mereka dapat tetap tradisional dan konservatif.
- (k) Sikap keterbukaan dan sensitifitas pribadi kreatif sering membuat mereka menderita jika mendapat banyak kritikan terhadap hasil jerih payah mereka, namun di saat yang sama mereka juga merasakan kegembiraan yang luar biasa.

(3) Cara meningkatkan kreatifitas dalam organisasi

- (a) Memasukkan kreativitas sebagai nilai inti organisasi
Para wirausahawan memiliki tanggung jawab untuk membentuk budaya inovatif dalam perusahaan mereka dan membuat nuansa kreatif dalam perusahaan yang dimulai dengan misi perusahaan.
- (b) Merangkul keragaman
Salah satu cara terbaik untuk menggali budaya kreativitas adalah dengan mempekerjakan berbagai macam angkatan kerja dan berbagai macam latar belakang.
- (c) Mengharapkan kreativitas
Karyawan cenderung untuk bangkit atau surut sesuai dengan tinggi rendahnya harapan wirausahawan terhadap karyawan tersebut.
- (d) Mengharapkan dan memberi ruang pada kegagalan
Ide-ide kreatif akan menghasilkan kegagalan dan kesuksesan.
- (e) Mendorong rasa ingin tahu.
Wirausahawan dan karyawan harus selalu mengajukan pertanyaan.
- (f) Melakukan perubahan tata ruangan secara periodic.
Lingkungan fisik tempat orang bekerja mempengaruhi tingkat kreativitasnya.
- (g) Memandang masalah sebagai tantangan
Setiap masalah menawarkan peluang untuk inovasi.

- (h) Memberikan pelatihan kreativitas
Hampir setiap orang memiliki kapasitas untuk menjadi kreatif, tetapi mengembangkan kapasitas tersebut memerlukan pelatihan.
- (i) Memberikan dukungan
Para wirausahawan harus memberikan alat dan sumber daya yang diperlukan oleh karyawannya agar bisa menjadi kreatif.
- (j) Mengembangkan prosedur untuk menangkap ide-ide
Para pekerja dalam setiap organisasi bisa memunculkan ide kreatif.
- (k) Berbicara dengan pelanggan
Perusahaan yang inovatif akan meluangkan waktu untuk mendapatkan umpan balik mengenai cara pelanggan tersebut menggunakan produk atau jasa perusahaan, atau mendapatkan ide-ide baru.
- (l) Mencari tahu kegunaan produk atau jasa perusahaan
Memfokuskan diri pada penggunaan “tradisional” produk atau jasa perusahaan, akan membatasi kreativitas dan juga penjualan perusahaan.
- (m) Memberi penghargaan terhadap kreativitas
Wirausahawan dapat mendorong kreativitas dengan cara memberikan penghargaan ketika kreativitas muncul.

2) Inovasi

(1) Pengertian Inovasi

Kata Inovasi berasal dari bahasa Latin yaitu *innovationem*, yang merupakan kata benda untuk tindakan inovasi. Sedangkan kata kerjanya *innovare* yang berarti mengubah atau memperbaiki. Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), inovasi adalah pemasukan atau pengenalan hal-hal yang baru, atau pembaharuan. Pengertian dari inovasi lainnya adalah usaha yang dilakukan oleh seseorang dengan mendayagunakan pemikiran, kemampuan imajinasi, berbagai stimulan, dan individu yang mengelilinginya. Inovasi adalah proses menemukan atau mengimplementasikan sesuatu yang baru ke dalam situasi yang baru. Konsep kebaruan ini berbeda bagi kebanyakan orang karena sifatnya relative (apa yang dianggap baru oleh seseorang atau pada suatu konteks dapat menjadi sesuatu yang merupakan lama bagi orang lain dalam konteks lain).

Kata Inovasi sendiri diartikan berbeda-beda oleh beberapa ahli. Dalam arti luas inovasi tidak hanya menyangkut masalah produk, akan tetapi dapat juga berupa ide, cara-cara maupun obyek yang dipersiapkan oleh seseorang untuk menjadikan sesuatu yang baru. Menurut Everett M. Rogers (1961) dalam karyanya yang berjudul *Diffusion of Innovation*, inovasi adalah sebuah ide, gagasan, ojek, dan praktik yang dilandasi dan diterima sebagai suatu hal yang baru oleh seseorang atau pun kelompok tertentu untuk diaplikasikan atau pun diadopsi. Inovasi, oleh Zimmerer (1996) diartikan sebagai kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan-persoalan dan peluang untuk mempertinggi dan meningkatkan taraf hidup (*Innovation is the ability to apply creative solutions to those problems and opportunities to*

enchanse or tto enrich people's live). Inovasi juga dimaknai sebagai memikirkan dan melakukan sesuatu yang baru yang menambah atau menciptakan nilai-nilai manfaat (sosial/ekonomik) (Gde Raka, 2001). Inovasi adalah transformasi pengetahuan kepada produk, proses dan jasa baru; tindakan menggunakan sesuatu yang baru (Rosenfeld, 2002); Inovasi merupakan eksploitasi yang berhasil dari suatu gagasan baru (the successful exploitation of a new idea; (Mitra, 2001 dan the British Council, 2000), atau dengan kata lain Inovasi merupakan ("proses atau hasil") mobilisasi pengetahuan, keterampilan teknologis dan pengalaman untuk menciptakan produk, proses dan jasa baru; Inovasi adalah kegiatan penelitian, pengembangan, dan/atau perekayasaan yang bertujuan mengembangkan penerapan praktis nilai dan konteks ilmu pengetahuan yang baru, atau cara baru untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada ke dalam produk atau proses produksi (UU No. 18 tahun 2002).

Peter Drucker (1985) mengatakan inovasi memiliki fungsi yang khas bagi wirausahawan. Dengan inovasi wirausahawan menciptakan baik sumberdaya produksi baru maupun pengelolaan sumber daya yang ada dengan peningkatan nilai potensi untuk menciptakan sesuatu yang tidak ada menjadi ada. Inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan kreatifitas dalam rangka pemecahan masalah dan menemukan peluang (*doing new thing*). Sementara menurut Vontana (2009:20) inovasi diartikan sebagai kesuksesan ekonomi & sosial berkat diperkenalkannya cara baru ataupun kombinasi baru dari cara cara lama dalam mentransformasi antara nilai guna dan harga yang ditawarkan kepada konsumen dan / atau pengguna, komunitas, sosietas dan lingkungan.

(2) Ciri-ciri pribadi yang inovatif

Mitchell Ditkoff (Sudrajat. 2008), Direktur dari Idea Champions, mengetengahkan tentang kualitas dari seorang inovator, dengan ciri-ciri sebagai berikut:

- (a) Challenges status quo; tidak merasa cepat puas dengan keadaan yang ada dan selalu mempertanyakan otoritas dan rutinitas serta mengkonfrontasikan asumsi-asumsi yang ada.
- (b) Curious; senantiasa mengeksplorasi lingkungannya dan menginvestigasi kemungkinan-kemungkinan baru, memiliki rasa kekaguman (sense of awe)
- (c) Self-motivated; tanggap terhadap kebutuhan dari dalam (inner needs) senantiasa secara proaktif memprakarsai proyek-proyek baru, menghargai setiap usaha.
- (d) Visionary; memiliki imaginasi yang tinggi dan memiliki pandangan yang jauh ke depan.
- (e) Entertains the fantastic; memunculkan ide-ide "gila", memandang sesuatu yang tidak mungkin menjadi sebuah kemungkinan, memimpikan dan menghayalkan sesuatu yang besar-besar.
- (f) Takes risks; melampaui wilayah yang dianggap menyenangkan, berani mencoba dan menanggung kegagalan.

- (g) Peripatetic; merubah lingkungan kerja sesuai yang dibutuhkan, senang melakukan perjalanan (travelling) untuk memperoleh inspirasi atau pemikiran segar.
- (h) Playful/humorous; memiliki ketertarikan terhadap hal-hal yang aneh dan mengagumkan, berani tampil beda, bertindak nekad, serta mudah dan sering tertawa layaknya seorang anak kecil.
- (i) Self-accepting; dapat mempertahankan ide-idenya dan menganggap "kesempurnaan sebagai musuh kebaikan", tidak terikat dengan apa-apa yang diipandang baik menurut orang lain.
- (j) Flexible/adaptive –terbuka bagi setiap perubahan, mampu melakukan penyesuaian terhadap rencana-rencana yang telah dibuat, menyajikan berbagai solusi dan gagasan
- (k) Makes new connections;mampu melihat hubungan-hubungan diantara unsur-unsur yang terputus, mensintesa dan mengkombinasikannya.
- (l) Reflective, menginkubasi setiap masalah dan tantangan, mencari dan merenungkan berbagai pertimbangan dalam mengambil keputusan.
- (m) Recognizes (and re-cognizes) patterns; perseptif terhadap sesuatu dan dapat membedakannya, dapat melihat kecenderungan dan prinsip serta mampu mengorganisasikannya, dapat melihat "the Big Picture."
- (n) Tolerates ambiguity, merasa nyaman dalam situasi kacau (chaos), dapat menyajikan situasi paradoks, tidak tergesa-gesa membenarkan terhadap suatu ide yang muncul.
- (o) Committed to learning; berusaha mencari pengetahuan secara terus menerus, mensintesa segala in put, menyeimbangkan setiap informasi yang terkumpul dan menyelaraskan setiap tindakan.
- (p) Balances intuition and analysis memilih dan memilah diantara pemikiran divergen dan pemikiran konvergen, memiliki intuisi tertentu sebelum melakukan analisis, meyakini apa yang sudah dianalisis dan menggunakannya secara hati-hati dengan menggunakan akal.
- (q) Situationally collaborative; berusaha menyeimbangkan pemikiran dari setiap individu, membuka pelatihan dan mencari dukungan organisasi.
- (r) Formally articulate; mengkomunikasikan setiap gagasan secara efektif, menterjemahkan konsep abstrak ke dalam bahasa penuh arti, menciptakan prototype atau model yang dianggap paling mudah
- (s) Resilient; merefleksikan hal-hal dianggap mengecewakan atau yang tidak diinginkan, belajar dengan cepat dari umpan balik, berkemauan untuk mencoba dan terus mencoba lagi
- (t) Persevering; bekerja keras dan tekun, memperjuangkan gagasan-gagasan baru dengan gigih, memiliki komitmen terhadap hasil-hasil yang telah digariskan.

(3) Cara meningkatkan inovasi

Paul Sloane (2007) dalam sebuah tulisannya yang berjudul *The Innovative Leader* menyetengahkan 10 cara untuk meningkatkan inovasi dalam suatu organisasi, yakni:

- (a) **Memiliki visi untuk berubah**
Jangan berharap suatu tim akan menjadi inovatif apabila mereka tidak mengetahui tujuan yang hendak dicapai ke depan. Inovasi harus memiliki tujuan dan seorang pemimpin harus mampu menyatakan dan mendefinisikan tujuan secara jelas sehingga setiap orang dapat memahami dan mengingatnya.
- (b) **Memerangi ketakutan akan perubahan**
Para pemimpin inovatif senantiasa mengobarkan semangat pentingnya perubahan. Mereka berusaha menggantikan kepuasan atas keamanan yang ada dengan kehausan akan ambisi. Mereka akan berkata, " Saat ini kita memang sedang melakukan hal yang baik, tetapi kita tidak boleh berhenti dan berpuas diri dengan kemenangan yang ada, kita harus melakukan hal-hal yang lebih baik lagi".
- (c) **Berfikir Seperti Pemodal yang Berani Mengambil Resiko**
Seorang pemodal yang berani mengambil resiko akan menggunakan pendekatan portofolio, berusaha mencari keseimbangan antara kegagalan dengan kesuksesan. Mereka senang mempertimbangkan berbagai usulan atau gagasan tetapi tetap merasa nyaman dengan berbagai pemikiran yang menggambarkan tentang kegagalan-kegagalan yang mungkin akan diterima.
- (d) **Memiliki Suatu Rencana Usulan yang Dinamis**
Anda harus memfokus pada rencana usulan yang benar-benar hebat, setiap rencana mudah dilaksanakan, sumber tersedia dengan baik, responsif dan terbuka untuk semuanya. Berikan penghargaan dan respons yang wajar kepada karyawan serta para senior harus memiliki komitmen agar karyawan tetap dapat menjaga kesehariannya dalam melaksanakan setiap pekerjaan.
- (e) **Mematahkan Aturan**
Untuk mencapai inovasi yang radikal, Anda harus memiliki keberanian manantang berbagai asumsi aturan yang ada di sekitar lingkungan. Bisnis bukan seperti permainan olah raga yang selalu terikat dengan aturan dan keputusan wasit, tetapi bisnis tak ubahnya seperti seni, yang di dalamnya memiliki banyak kesempatan untuk berfikir secara lateral, sehingga mampu menciptakan cara-cara baru tentang aneka benda dan jasa yang diinginkan para pelanggan.
- (f) **Beri Setiap Orang Dua Pekerjaan**
Berikan setiap orang dua pekerjaan pokok. Mintalah kepada mereka untuk melaksanakan pekerjaan sehari-hari mereka secara efektif dan pada saat yang bersamaan kepada mereka diminta pula untuk menemukan cara-cara baru dalam melaksanakan pekerjaannya.

- (g) Kolaborasi
Beberapa eksekutif perusahaan memandang kolaborasi sebagai kunci sukses dalam inovasi. Mereka menyadari bahwa tidak semua dapat dilakukan hanya dengan mengandalkan pada sumber-sumber internal. Oleh karena itu, mereka melihat dunia luar dan mengajak organisasi lain sebagai mitra, sehingga bisa saling bertukar pengalaman dan keterampilan dalam team.
- (h) Menerima kegagalan
Pemimpin inovatif mendorong terbentuknya budaya eksperimen. Setiap orang harus dibelajarkan bahwa setiap kegagalan merupakan langkah awal dari perjalanan jauh menuju kesuksesan. Untuk menjadi orang benar-benar cerdas dan tangkas, setiap orang harus diberi kebebasan berinovasi, bereksperimen dan memperoleh kesuksesan dalam melakukan pekerjaannya, termasuk didalamnya mereka juga harus diberi kebebasan akan kemungkinan terjadinya kegagalan.
- (i) Membangun prototype
Anda harus berani mencobakan suatu ide baru yang biaya dan resikonya relatif rendah ke dalam pasar (dunia nyata), kemudian lihat apa reaksi dari pelanggan dan orang-orang. Di sana sesungguhnya Anda akan lebih banyak belajar tentang dunia nyata, dibandingkan jika Anda hanya melakukan uji coba dalam laboratorium atau terfokus pada sekelompok orang saja.
- (j) Bersemangat
Anda harus fokus terhadap segala sesuatu yang ingin dirubah. Siap dan senantiasa bergairah dan bersemangat dalam menghadapi dan menanggulangi berbagai tantangan. Energi dan semangat yang Anda miliki akan menular dan mengilhami setiap orang. Tak ada gunanya jika Anda mengisi bus dengan penumpang yang selalu merasa asyik dengan dirinya sendiri. Anda membutuhkan dan menghendaki orang-orang dan para pendukung Anda dengan semangat yang berkobar-kobar. Anda mengharapkan setiap orang dapat meyakini bahwa upaya mencapai tujuan merupakan sesuatu yang amat penting dan bermanfaat.

3) Perbedaan Kreatifitas dan Inovasi

Kreativitas	Inovasi
Memikirkan sesuatu hal yang baru	Membuat pemikiran yang baru tersebut menjadi nyata
Menghasilkan gagasan	Membawa gagasan ini ke kehidupan

Berhubungan dengan pengalaman	Berhubungan dengan Sebuah pengamatan
Jika anda menciptakan sesuatu yang baru maka, dapat dikatakan anda telah menciptakan.	jika Anda telah memperbaiki sesuatu yang sudah ada, Anda bisa dikatakan telah melakukan inovasi

4) **Berpikir Kreatif**

Pemikiran kreatif berarti memikirkan hal baru atau berpikir dengan cara baru.” Seringkali, kreativitas dalam pengertian ini melibatkan apa yang disebut pemikiran lateral, atau kemampuan untuk memahami pola yang tidak jelas. Detektif fiksi Sherlock Holmes menggunakan pemikiran lateral dalam satu cerita terkenal saat dia menyadari bahwa seekor anjing yang tidak menggonggong merupakan petunjuk penting dalam kasus pembunuhan.

Beberapa orang secara alami lebih kreatif daripada yang lain, namun pemikiran kreatif bisa diperkuat dengan latihan. Anda dapat berlatih berpikir kreatif dengan memecahkan teka-teki, dengan menyadari dan melepaskan asumsi Anda, dan melalui permainan – apa pun yang tidak terstruktur dan santai. Bahkan melamun pun bisa membuat anda berpikir kreatif.

3. **Rangkuman**

Pada bab tiga ini mahasiswa diperkenalkan dengan karakteristik seorang entrepreneur. Seorang entrepreneur dimanapun berada ia akan selalu dapat membuat dunia sekitarnya menjadi lebih hidup dan bergairah karena selalu ada hal-hak yang baru dan orisinil yang ia tawarkan. Ada sekurang-kurangnya 12 (dua belas) karakteristik yang harus dimiliki seorang entrepreneur. Karakteristik itu antara lain: motifasi yang kuat, punya perspektif, berdaya cipta tinggi, perilaku inovatif, memiliki komitmen, memiliki etos kerja dan tanggung jawab, mandiri, berani menghadapi resiko, dll. Seorang entrepreneur juga harus kreatif dan inovatif. Kreatifitas merupakan kemampuan seseorang untuk memikirkan, melahirkan atau menciptakan sesuatu yang baru baik berupa gagasan atau karya nyata yang relative berbeda dengan apa yang pernah ada sebelumnya. Sedangkan Inovasi adalah proses menemukan atau mengimplementasikan sesuatu yang baru ke dalam situasi yang baru.

4. **Latihan/Tugas**

- 4.1. Cari contoh kreativitas dan inovasi dan hubungannya dengan kewirausahaan
- 4.2. Sajikan temuan anda dalam ppt 2 slides saja minggu depan

5. **Rujukan**

- Drucker, Peter F. 1985. Innovation And Entrepreneurship. HarperBusiness.
 Goleman. Daniel, dkk. (2005). The Creative Spirit (terjemahan). Penerbit MLC: Bandung.
 Sloane, Paul. 2012. The Innovative Leader. Bhuana Ilmu Populer.

Sternberg, RJ, & Lubart, TI (1995): Defying the crowd: Cultivating creativity in a culture of conformity . New York: Free Press.

Sudarminta. 1991, Filsafat Proses, Sebuah Pengantar Sistematis Filsafat Alfred North Whitehead. Yogyakarta: Kanisius.

Sudrajat, Akhmad. 2008. Blog Pendidikan. <https://akhmadsudrajat.wordpress.com/2008/03/15/inovatif/>

6. Bacaan Yang Dianjurkan

Agung Pramono, dkk. 2020. Dasar-Dasar Kewirausahaan: Untuk Perguruan Tinggi dan Dunia Bisnis. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.

Hendro. 2011. Dasar-dasar Kewirausahaan : Panduan bagi mahasiswa untuk mengenal, memahami. dan memasuki dunia bisnis. Erlangga.

BAB IV

PENTINGNYA KOMUNIKASI YANG EFEKTIF DALAM KEWIRAUSAAN

1. Pendahuluan

1.1. Capaian Pembelajaran

Seorang wirausaha sangat memerlukan kemampuan komunikasi. Komunikasi merupakan dasar bagi seorang wirausaha untuk menyampaikan pesan, mendekati pelanggan, memimpin karyawan dan memotivasi. Seorang wirausaha sekalipun memiliki produk unggulan, konsep layanan prima dan gagasan-gagasan kreatif, tetapi tidak dikomunikasikan kepada orang lain, maka hal tersebut menjadi tidak berguna. Komunikasi menjadi salah satu elemen terpenting dalam menjalankan kewirausahaan. Hal tersebut dikarenakan seorang wirausahawan adalah seorang leader dan seorang leader mutlak harus mampu mendirect bawahannya untuk mencapai tujuan organisasi. Maka setelah pertemuan yang keempat ini diharapkan:

- (1) Mahasiswa dapat menyebutkan tujuan komunikasi.
- (2) Mahasiswa dapat menjelaskan manfaat komunikasi yang efektif.
- (3) Mahasiswa dapat menjelaskan pentingnya komunikasi yang efektif dalam kewirausahaan.

1.2. Entry behavior

Dengan memahami pentingnya komunikasi yang efektif dalam kewirausahaan ini diharapkan mahasiswa melatih diri untuk berkomunikasi dengan baik guna mempersiapkan masa depannya.

1.3. Keterkaitan materi bab IV dengan bab yang lain

Keterampilan berkomunikasi merupakan hal yang mendasar dalam kewirausahaan. Menyadari hal tersebut maka komunikasi yang efektif menjadi pembahasan khusus dalam buku ini dengan harapan bab ini akan menjadi pendukung bagi pemahaman dan keterampilan yang dipelajari dalam bab yang lain.

2. Materi

2.1. Pengertian Komunikasi

Kata atau istilah komunikasi berasal dari bahasa Inggris "*communication*". Secara etimologis atau menurut asal katanya adalah dari bahasa Latin *communicatus*, yang mempunyai makna "berbagi" atau "menjadi milik bersama" yaitu suatu usaha yang memiliki tujuan untuk kebersamaan atau kesamaan makna.

Berdasarkan asal kata di atas, secara luas komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media; proses penyampaian bentuk interaksi gagasan kepada orang lain dan proses penciptaan arti terhadap gagasan atau ide yang disampaikan, baik sengaja maupun tidak disengaja.

Pengertian komunikasi sudah banyak didefinisikan oleh banyak orang, yaitu jumlahnya sebanyak orang yang mendefinisikannya. Dari banyak pengertian tersebut jika dianalisis pada prinsipnya dapat disimpulkan bahwa komunikasi mengacu pada tindakan, oleh satu orang atau lebih, yang mengirim dan menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan (*noise*), terjadi dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik.

2.2. Komponen Komunikasi

1) Lingkungan komunikasi

Lingkungan (konteks) komunikasi setidaknya-tidaknnya memiliki 3 (tiga) dimensi di antaranya :

- (1) Fisik, adalah ruang di mana komunikasi berlangsung nyata atau berwujud.
- (2) Sosial-psikologis, misalnya tata hubungan status di antara pihak yang terlibat, peran yang dijalankan orang dan aturan budaya masyarakat di mana orang-orang berkomunikasi. Lingkungan atau konteks ini mencakup rasa persahabatan atau permusuhan, formalitas atau informalitas, serius atau senda gurau.
- (3) Temporal (waktu), mencakup waktu dalam hitungan jam, hari, atau sejarah di mana komunikasi berlangsung.

Ketiga dimensi lingkungan ini saling berinteraksi : yaitu masing-masing mempengaruhi dan dipengaruhi oleh yang lain. Sebagai contoh, terlambat memenuhi janji dengan seseorang (dimensi temporal), dapat mengakibatkan berubahnya suasana persahabatan-permusuhan (dimensi sosial-psikologis), yang kemudian dapat menyebabkan perubahan kedekatan fisik dan pemilihan rumah makan untuk makan malam (dimensi fisik). Perubahan-perubahan tersebut dapat menimbulkan banyak perubahan lain. sehingga proses komunikasi tidak pernah statis.

2) Sumber-Penerima

Kita menggunakan istilah sumber (komunikator)-penerima (komunikan) sebagai satu kesatuan yang tak terpisahkan untuk menegaskan bahwa setiap orang yang terlibat dalam komunikasi adalah sumber (atau pembicara), sekaligus penerima (atau pendengar). Anda mengirimkan pesan ketika anda berbicara, menulis, atau memberikan isyarat tubuh. Anda menerima pesan dengan mendengarkan, membaca, membaui, dan sebagainya.

Tetapi, ketika anda mengirimkan pesan, anda juga menerima pesan. Anda menerima pesan anda sendiri (mendengar diri sendiri, merasakan gerakan sendiri, dan melihat banyak isyarat tubuh sendiri) serta anda menerima pesan dari orang lain (secara visual, melalui pendengaran, atau bahkan melalui rabaan dan penciuman). Ketika anda berbicara dengan orang lain, anda memandangnya untuk mendapatkan tanggapan (untuk mendapatkan dukungan, pengertian, simpati, persetujuan, dan sebagainya). Ketika anda menyerap isyarat-isyarat non-verbal ini, anda menjalankan fungsi penerima.

3) *Enkoding-Dekoding*

Dalam ilmu komunikasi kita menamai tindakan menghasilkan pesan (misalnya,

berbicara atau menulis) sebagai enkoding (encoding atau penyandian). Dengan menuangkan gagasan-gagasan kita ke dalam gelombang suara atau ke atas selembar kertas, maka kita menjelmakan gagasan-gagasan tadi ke dalam kode tertentu. Kita menamai tindakan menerima pesan (misalnya, mendengarkan atau membaca) sebagai dekoding (decoding atau pemecahan sandi). Dengan menerjemahkan gelombang suara atau kata-kata di atas kertas menjadi gagasan, sehingga dapat diuraikan kode tadi. Jadi, anda melakukan dekoding.

Oleh karenanya, kita menamai pembicara atau penulis sebagai enkoder (encoder) dan pendengar atau pembaca sebagai dekoder (decoder). Seperti halnya sumberpenerima, kita menuliskan enkoding-dekoding sebagai satu kesatuan yang tak terpisahkan untuk menegaskan bahwa anda menjalankan fungsi-fungsi ini secara simultan. Ketika anda berbicara (enkoding), anda juga menyerap tanggapan dari pendengar (dekoding).

4) Kompetensi Komunikasi

Kompetensi komunikasi mengacu pada kemampuan seseorang untuk berkomunikasi secara efektif (Spitzberg dan Cupach, 1989). Kompetensi ini mencakup hal-hal seperti pengetahuan tentang peran lingkungan (konteks) dalam mempengaruhi kandungan (content) dan bentuk pesan komunikasi (misalnya, pengetahuan bahwa suatu topik mungkin layak dikomunikasikan kepada pendengar tertentu di lingkungan tertentu, tetapi mungkin tidak layak bagi pendengar dan lingkungan yang lain). Pengetahuan tentang tatacara perilaku nonverbal (misalnya, kepatutan sentuhan, suara yang keras, kedekatan fisik) merupakan bagian dari kompetensi komunikasi.

Dengan meningkatkan kompetensi, anda akan mempunyai banyak pilihan berperilaku. Makin banyak anda tahu tentang komunikasi (artinya, makin tinggi kompetensi anda), makin banyak pilihan, yang anda punyai untuk melakukan komunikasi sehari-hari. Proses ini serupa dengan proses mempelajari perbendaharaan kata yaitu semakin banyak kata anda ketahui (artinya, makin tinggi kompetensi perbendaharaan kata anda), maka makin banyak cara yang anda miliki untuk mengungkapkan diri.

5) Pesan

Pesan komunikasi dapat mempunyai banyak bentuk. Kita mengirimkan dan menerima pesan ini melalui salah satu atau kombinasi tertentu dari panca indra. Walaupun kita menganggap pesan selalu dalam bentuk verbal (lisan atau tertulis), ini bukanlah satu-satunya jenis pesan. Kita juga berkomunikasi secara nonverbal (tanpa kata atau isyarat, gerak dan mimik). Sebagai contoh, busana yang kita kenakan, seperti juga cara kita berjalan, berjabat tangan, menggelengkan kepala, menyisir rambut, duduk dan tersenyum. Pendeknya, segala hal yang kita ungkapkan dalam melakukan komunikasi.

6) Saluran

Saluran komunikasi adalah media yang dilalui pesan. Jarang sekali komunikasi berlangsung melalui hanya satu saluran, yaitu umumnya kita menggunakan dua, tiga, atau empat saluran yang berbeda secara simultan. Sebagai contoh, dalam interaksi tatap muka kita berbicara dan mendengarkan (saluran suara), tetapi kita

juga memberikan isyarat tubuh dan menerima isyarat ini secara visual (saluran visual). Kita juga memancarkan dan mencium bau-bauan (saluran olfaktorik). Seringkali kita saling menyentuh, inipun merupakan komunikasi (saluran taktil).

7) Umpan Balik

Umpan balik adalah informasi yang dikirimkan balik ke sumbernya. Umpan balik dapat berasal dari anda sendiri atau dari orang lain. Dalam diagram universal komunikasi tanda panah dari satu sumber-penerima ke sumber-penerima yang lain dalam kedua arah adalah umpan balik. Bila anda menyampaikan pesan, misalnya dengan cara berbicara kepada orang lain anda juga mendengar diri anda sendiri.

Artinya, anda menerima umpan balik dari pesan anda sendiri. Anda mendengar apa yang anda katakan, anda merasakan gerakan anda, anda melihat apa yang anda tulis. Selain umpan balik sendiri ini, anda menerima umpan balik dari orang lain. Umpan balik ini dapat datang dalam berbagai bentuk: Kerutan dahi atau senyuman, anggukan atau gelengan kepala, tepukan di bahu atau tamparan di pipi, semuanya adalah bentuk umpan balik.

8) Gangguan

Gangguan (noise) adalah gangguan dalam komunikasi yang mendistorsi pesan. Gangguan menghalangi penerima dalam menerima pesan dan sumber dalam mengirimkan pesan. Gangguan dikatakan ada dalam suatu sistem komunikasi, hal ini membuat pesan yang disampaikan berbeda dengan pesan yang diterima. Gangguan ini dapat berupa gangguan fisik (ada orang lain berbicara), psikologis (pemikiran yang sudah ada di kepala kita), atau semantik (salah mengartikan makna).

Gangguan dalam komunikasi tidak terhindarkan. Semua komunikasi mengandung gangguan dan walaupun tidak dapat meniadakannya samasekali, kita dapat mengurangi gangguan dan dampaknya. Untuk itu menggunakan bahasa yang lebih akurat, mempelajari keterampilan mengirim dan menerima pesan nonverbal, serta meningkatkan keterampilan mendengarkan dan menerima, serta mengirimkan umpan balik adalah beberapa cara untuk menanggulangi gangguan.

2.3. Lima Kaidah Komunikasi

Telah dikenal 5 (lima) Kaidah Komunikasi efektif (*The 5 Inevitable Laws of Effective Communication*), dirangkum dalam satu kata yang mencerminkan esensi dari komunikasi itu sendiri, yaitu REACH (*Respect, Empathy, Audible, Clarity, dan Humble*), yang berarti merengkuh atau meraih. Ada keyakinan bahwa komunikasi itu pada dasarnya adalah upaya bagaimana meraih perhatian, cinta kasih, minat, kepedulian, simpati, tanggapan, maupun respon positif dari orang lain. Berikut ini uraian dari kelima kaidah komunikasi efektif tersebut dalam konteks dan berfungsi sebagai fondasi untuk mengembangkan kemampuan berbicara di depan publik.

1) *Respect*

Kaidah pertama dalam berkomunikasi secara efektif, khususnya dalam berbicara di depan publik adalah sikap hormat dan sikap menghargai terhadap khalayak atau hadirin. Hal ini merupakan kaidah pertama dalam berkomunikasi dengan orang lain, termasuk berbicara di depan publik. Pembicara atau presenter harus memiliki sikap

(attitude) menghormati dan menghargai hadirin. Harus diingat bahwa pada prinsipnya manusia ingin dihargai dan dianggap penting diakui. Jika dalam presentasi harus mengkritik seseorang, lakukanlah dengan penuh respect terhadap harga diri dan kebanggaan orang tersebut.

2) *Empathy*

Kaidah kedua adalah empati, yaitu kemampuan untuk menempatkan diri pada situasi atau kondisi yang dihadapi oleh orang lain. Rasa empati akan memberi kemampuan untuk dapat menyampaikan pesan (*message*) dengan cara dan sikap yang akan memudahkan penerima pesan (*receiver*) menerimanya. Oleh karena itu, dalam berbicara di depan publik, pembicara harus terlebih dulu memahami latar belakang, golongan, lapisan sosial, tingkatan umur, pendidikan, kebutuhan, minat, harapan dan sebagainya, dari calon hadirin (*audiences*). Jadi sebelum membangun komunikasi atau mengirimkan pesan, pembicara perlu mengerti dan memahami dengan empati calon penerima pesan, sehingga nantinya pesan akan dapat tersampaikan dengan tanpa ada halangan psikologis atau penolakan dari penerima. Empati berarti kemampuan untuk mendengar dan bersikap perseptif atau siap menerima masukan ataupun umpan balik apapun dengan sikap yang positif. Banyak sekali dari orang yang tidak mau mendengarkan saran, masukan apalagi kritik dari orang lain. Padahal esensi dari komunikasi adalah aliran dua arah. Komunikasi satu arah tidak akan efektif, manakala tidak ada umpan balik (*feedback*) yang merupakan arus balik dari penerima pesan. Oleh karena itu, dalam berbicara di depan publik, pembicara harus siap untuk menerima masukan atau umpan balik dengan sikap positif.

3) *Audible*

Kaidah ketiga adalah audible, yaitu dapat didengarkan atau dimengerti dengan baik. Audible dalam hal ini berarti pesan yang disampaikan dapat diterima oleh penerima pesan. Kaidah ini mengatakan bahwa pesan harus disampaikan melalui medium atau *delivery channel*, sedemikian dapat diterima dengan baik oleh penerima pesan. Hukum ini mengacu pada kemampuan untuk menggunakan berbagai media maupun perlengkapan atau alat bantu audio visual yang akan membantu, agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik.

4) *Clarity*

Kaidah keempat adalah kejelasan dari pesan yang disampaikan (*clarity*). Selain bahwa pesan harus dapat diterima dengan baik, maka kaidah keempat yang terkait dengan itu adalah kejelasan dari pesan itu sendiri, sehingga tidak menimbulkan multi interpretasi atau berbagai penafsiran yang berlainan. Clarity juga sangat tergantung pada mutu suara dan bahasa yang digunakan. Penggunaan bahasa yang tidak dimengerti oleh hadirin, akan membuat pidato atau presentasi tidak dapat mencapai tujuannya. Seringkali orang menganggap remeh pentingnya Clarity dalam public speaking, sehingga tidak menaruh perhatian pada suara (*voice*) dan kata-kata yang dipilih untuk digunakan dalam presentasi atau pembicaraannya.

5) *Humble*

Kaidah kelima dalam komunikasi yang efektif adalah sikap rendah hati. Sikap ini merupakan unsur yang terkait dengan hukum pertama untuk membangun rasa

menghargai orang lain, biasanya didasari oleh sikap rendah hati yang dimiliki. Kerendahan hati juga berarti tidak sombong dan menganggap diri penting ketika berbicara di depan publik. Justru dengan kerendahan hatilah, pembicara atau presenter dapat menangkap perhatian dan respon positif dari publik pendengarnya. Kelima hukum komunikasi tersebut sangat penting untuk menjadi dasar dalam melakukan pembicaraan di depan publik. Dari pemahaman terhadap prinsip komunikasi, diharapkan seseorang dapat berkomunikasi lebih baik, terutama berkomunikasi dengan efektif dengan pihak lain, yaitu memahami hakikat komunikasi, proses terjadinya komunikasi, syarat-syarat terjadinya komunikasi dan komunikasi antar pribadi secara efektif.

2.4. Fungsi Komunikasi

Berikut ini adalah 20 fungsi dan tujuan komunikasi dalam kehidupan sehari-hari dari berbagai sektor dan bidang yang sering kita jumpai:

- 1) Memberikan informasi
Fungsi komunikasi yang utama adalah memberikan informasi. Informasi akan diberikan pada subjek komunikasi kepada orang yang menjadi objek komunikasi tersebut.
- 2) Menyampaikan pikiran atau pendapat
Komunikasi juga berfungsi untuk menyampaikan pikiran, perasaan atau pendapat seseorang. Pendapat tersebut kemudian disampaikan dalam bentuk komunikasi yang diterima orang lain.
- 3) Melakukan interaksi dengan orang lain
Tujuan komunikasi adalah untuk berinteraksi dengan orang lain dan sesama. Adanya komunikasi membuat terjadinya sebuah interaksi sosial antara dua orang atau lebih.
- 4) Menambah wawasan dan pengetahuan
Komunikasi juga bisa menambah wawasan dan pengetahuan. Komunikasi memiliki fungsi edukasi yang bisa membuat terjadinya transfer ilmu, wawasan atau pengetahuan tertentu.
- 5) Mengisi waktu luang
Fungsi komunikasi juga dapat digunakan untuk mengisi waktu luang. Jika ada waktu luang, seseorang bisa menggunakannya untuk berkomunikasi dengan orang lain.
- 6) Membujuk orang lain
Komunikasi juga bisa digunakan untuk membujuk orang lain dengan cara-cara persuasif. Nantinya diharapkan orang tersebut akan melakukan sesuai yang kita komunikasikan.
- 7) Mengenal diri sendiri
Peran komunikasi juga penting untuk aktualisasi diri sendiri. Dengan komunikasi, seseorang dapat menyatakan keberadaan dan potensi diri pada orang lain serta membantu agar lebih mengenal dirinya sendiri.
- 8) Mengurangi sikap tegang
Komunikasi dapat digunakan pula untuk mencairkan suasana. Tujuannya adalah mengurangi sikap tegang dalam sebuah kegiatan atau aktivitas tertentu.

- 9) Mendapatkan hiburan
Fungsi komunikasi juga bisa digunakan untuk mendapatkan hiburan atau menghibur orang lain. Komunikasi dapat digunakan untuk mendapatkan kesenangan berupa hiburan.
- 10) Menjaga tali silaturahmi
Komunikasi penting untuk menjaga hubungan atau kontak sosial dengan orang lain. Dengan berkomunikasi dapat terus menjaga tali silaturahmi antar keluarga, teman atau kenalan.
- 11) Menjaga diri agar tidak terisolasi di masyarakat
Komunikasi juga berfungsi agar seseorang tidak terasing dalam sebuah lingkungan masyarakat. Komunikasi menjaga diri agar tetap menjadi bagian dari sebuah kelompok masyarakat.
- 12) Mempelajari peristiwa yang terjadi
Fungsi komunikasi lain adalah untuk mengetahui atau mempelajari dari peristiwa di lingkungan. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan komunikasi dan kontak sosial dengan sesama.
- 13) Merubah sikap serta perilaku kebiasaan
Fungsi dan tujuan komunikasi berikutnya adalah merubah sikap serta perilaku kebiasaan. Hal ini dapat diwujudkan dengan komunikasi yang intens dan seksama.
- 14) Mengendalikan dan mengawasi kegiatan
Komunikasi juga digunakan untuk fungsi pengendalian dan pengawasan. Fungsi ini dapat diwujudkan berupa aturan-aturan yang dikomunikasikan pada masyarakat.
- 15) Memotivasi orang lain
Fungsi komunikasi lain adalah untuk memotivasi orang lain mencapai tujuan yang dikehendaki. Komunikasi dengan kata dan lisan penting untuk memberi dorongan dan motivasi agar menjadi lebih baik.
- 16) Mengambil keputusan yang tepat
Komunikasi dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan. Dilakukannya komunikasi tentu membantu pengambilan keputusan agar menjadi tepat.
- 17) Melakukan kegiatan ritual atau religious
Peran komunikasi juga penting dalam hal-hal sakral, seperti ritual atau religius. Misalnya saat kita beribadah perlu melakukan komunikasi, contohnya saat bersedekah atau membayar zakat.
- 18) Mengekspresikan emosi
Emosi dalam jiwa terkadang terus mengendap. Ada baiknya kita meluapkan emosi dan perasaan kita, salah satu caranya adalah dalam wujud komunikasi.
- 19) Menghindari kesalahpahaman
Adakalanya terjadi hal-hal yang dapat membuat salah paham yang berujung konflik dan permusuhan. Semuanya bisa dilakukan dengan melakukan komunikasi dua arah.
- 20) Menjaga hubungan baik

Komunikasi penting dalam menjaga hubungan baik. Hal ini berlaku pada semua sektor, dari mulai individu ke individu hingga kelompok ke kelompok, termasuk dalam ruang lingkup internasional.

2.5. Komunikasi Yang Efektif

Komunikasi yang Efektif Komunikasi akan dapat berjalan dengan efektif manakala ada beberapa aturan dan kaidah yang diikuti, yaitu:

- 1) Komunikator menghargai setiap individu, orang maupun kelompok yang dijadikan sasaran komunikasi. Hal ini mensyaratkan bahwa seseorang yang melakukan komunikasi bisa menempatkan diri, tidak menganggap dirinya sebagai orang yang paling tahu dan paling benar.
- 2) Komunikator harus mampu menempatkan diri pada situasi atau kondisi yang dihadapi orang lain. Setiap orang yang melakukan komunikasi harus mampu mendengar dan siap menerima masukan apapun dengan sikap yang positif. Hal ini akan sangat sulit dilakukan manakala orang tersebut tidak dapat dikritik atau tidak siap menerima kritik. Menerima kritik memang tidak mudah. Tetapi kemampuan untuk menerima apapun masukan dengan sikap baik akan membawa pengaruh positif pada orang tersebut.
- 3) Pesan diterima oleh penerima pesan dan dapat didengarkan dengan baik. Hal ini berkaitan dengan media yang digunakan. Seringkali orang melakukan komunikasi dengan individu maupun kelompok, tetapi pesan tidak dapat dipahami karena media atau alat yang digunakan tidak mendukung. Misalnya, suara di telepon putus-putus, atau microphon yang mendengung, atau suara di telepon yang terlalu lemah. Beberapa hal tersebut mengakibatkan penerima pesan kesulitan memahami isi pesan. Akibatnya selain tidak respon, pemberi pesan justru tidak akan didengarkan atau diperhatikan.
- 4) Kejelasan pesan sehingga tidak menimbulkan multi interpretasi. Hampir mirip efeknya dengan permasalahan media yang rusak, maka bagian ini berkaitan dengan kejelasan isi pesan itu sendiri. Misalnya apabila pemberi pesan menggunakan istilah-istilah yang sulit dipahami oleh penerima pesan, maka jelas akan sulit bagi penerima pesan untuk memahami isi pesan dan akhirnya umpan balik juga tidak akan muncul. Demikian juga bila pemberi pesan tidak jelas dalam menyampaikan pesan akibat penggunaan bahasa yang tidak sesuai dengan latar belakang penerima pesan, maka akan muncul berbagai interpretasi. Akhirnya isi pesan akan bergeser, dan komunikasi tidak dapat mencapai tujuannya.
- 5) Berkaitan dengan sikap rendah hati dan mau mendengarkan orang lain Hal ini berkaitan dengan karakter dan sikap individu masing-masing, baik pemberi maupun penerima pesan. Termasuk di dalam sikap dan sifat ini adalah kerelaan untuk rendah hati, menghargai, dan mau mendengarkan orang lain.

2.6. Pentingnya komunikasi yang efektif bagi entrepreneur/wirausaha

Tak banyak orang yang menyadari betapa pentingnya fungsi komunikasi bagi wirausaha agar ia bisa sukses dalam bisnisnya. Sebenarnya membicarakan fungsi-fungsi komunikasi untuk para wirausahawan tidak akan jauh-jauh dengan komunikasi bisnis. Wirausahawan dengan cara komunikasi yang baik tentunya akan memiliki kesempatan yang lebih besar lagi untuk

sukses dalam usahanya. Tidak bisa dibayangkan apabila tidak ada proses komunikasi yang dilakukan oleh seorang wirausahawan. Mengapa kemudian hal ini menjadi sangat penting? Berikut ini adalah fungsi dari komunikasi yang menjadi alasan penting mengapa harus dilakukan oleh para wirausahawan:

1) **Menjalin hubungan kerja sama**

Fungsi paling dasar dari komunikasi bagi para wirausahawan tentu saja adalah tentang menjalin hubungan kerja sama. Tanpa adanya komunikasi, tidak mungkin seseorang bisa menjalin hubungan kerja sama dengan baik. Bagaimana menerapkan komunikasi bisnis dengan baik adalah salah satu pekerjaan rumah yang perlu dipelajari lebih lanjut bagi para pelaku usaha.

Kerja sama juga bisa tercapai apabila terjadi proses komunikasi yang efektif. Itulah mengapa mempelajari komunikasi itu penting. Ada cara-cara tertentu yang perlu diperhatikan untuk bisa berkomunikasi dengan baik kepada orang lain, khususnya para konsumen. Ini akan menjadi nilai tambah tersendiri bagi wirausahawan apabila berhasil dilakukan.

2) **Cepat untuk menyelesaikan masalah**

Fungsi komunikasi bagi wirausaha selanjutnya yaitu bisa mempercepat penyelesaian masalah. Pelaku usaha seringkali mengalami permasalahan atau kendala tertentu terhadap konsumennya. Bila terjadi masalah atau kesalahpahaman, komunikasi menjadi hal penting yang kemudian bisa menjadi solusi paling efektif. Setidaknya fungsi ini bisa mudah dipahami karena memang komunikasi itu penting untuk dilakukan apabila ada suatu masalah yang timbul antara kedua belah pihak.

3) **Membuat proses promosi lebih mudah**

Komunikasi juga akan membuat promosi lebih mudah. Pebisnis ada baiknya mulai memperhatikan bagaimana cara promosi yang lebih efektif terhadap produknya melalui komunikasi pemasaran. Tanpa adanya komunikasi, tidak mungkin promosi bisa mudah dilakukan. Kita mengenal adanya komunikasi massa, dimana bentuk komunikasi tersebut juga bisa menjadi salah satu media untuk promosi dari jasa atau produk yang kita tawarkan.

4) **Memberikan kesan professional**

Umumnya, seorang wirausahawan akan dikenal baik bila ia mampu berkomunikasi dengan baik pula. Kesan bekerja secara profesional akan ia dapatkan ketika pelanggan atau konsumen puas dengan kinerjanya. Salah satu indikatornya adalah terjalin hubungan komunikasi yang baik di antara wirausahawan (sebagai komunikator) dan konsumennya (sebagai komunikan).

5) **Memberikan proses umpan balik untuk perbaikan**

Umpan balik atau *feedback* adalah salah satu fungsi komunikasi dua arah bagi wirausaha agar bisa semakin sukses. Seorang pebisnis yang baik juga harus mampu mendengarkan apa yang menjadi penilaian kinerjanya atau kepuasan pelanggannya. Dengan adanya komunikasi, umpan balik bisa diterima kepada pelaku usaha sehingga ia bisa memperbaiki kualitas dari usaha yang sedang dijalaninya.

6) **Meningkatkan produktivitas**

Dengan adanya perbaikan di sana dan di sini karena umpan balik tersebut, maka produktivitas pun akan meningkat. Ini adalah logika sederhana yang menggambarkan bagaimana komunikasi bisa meningkatkan produktivitas. Manfaat dari komunikasi ini bisa langsung dirasakan pelaku usaha bila ia mampu menerapkannya dengan baik.

7) **Memperluas jaringan**

Dengan adanya komunikasi, pelaku usaha juga bisa memperluas jaringan lebih luas lagi. Biasanya proses komunikasi akan berjalan secara terus menerus. Ini merupakan model komunikasi transaksional dimana proses tersebut akan terbagi menjadi beberapa kali episode komunikasi. Tak heran, konsumen akan melakukan komunikasi dengan konsumen lainnya sehingga usaha yang dimiliki seseorang kemudian akan semakin dikenal.

8) **Meningkatkan kepercayaan pelanggan**

Terakhir, komunikasi juga bisa meningkatkan kepercayaan pelanggan. Seorang pelaku usaha bisa mendapatkan manfaat yang lebih dengan menerapkan proses komunikasi dalam usahanya. Selain ia lebih profesional dalam bekerja, ia juga bisa mendapatkan kepercayaan pada pelanggan sehingga bisa saja usahanya semakin berkembang.

3. Pertanyaan Pendalaman Materi

- 1) Tuliskan lima tujuan komunikasi yang sering anda lakukan.
- 2) Apa sebabnya sering terjadi miss-komunikasi?
- 3) Apa problem utama anda dalam komunikasi?
- 4) Apa manfaat komunikasi yang efektif dalam hidup anda sehari-hari?
- 5) Apa sajakah kaidah yang harus diikuti agar komunikasi dapat efektif?
- 6) Mengapa seorang entrepreneur perlu berkomunikasi secara efektif?

4. Rangkuman

Kemampuan berkomunikasi menentukan keberhasilan seseorang dalam berwirausaha. Secara singkat komunikasi dimengerti sebagai proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain. Ada lima kaidah dalam komunikasi, yakni: *Respect, Empathy, Audible, Clarity, dan Humble*. Ada keyakinan bahwa komunikasi itu pada dasarnya adalah upaya bagaimana meraih perhatian, cinta kasih, minat, kepedulian, simpati, tanggapan, maupun respon positif dari orang lain. Ada sekurang-kurangnya dua puluh fungsi komunikasi, mulai dari yang bersifat hiburan sampai kepada hubungan kerja. Seorang wirausahawan yang mampu berkomunikasi secara efektif akan sukses dalam bisnisnya. Wirausahawan dengan cara komunikasi yang baik tentunya akan memiliki kesempatan yang lebih besar lagi untuk sukses dalam usahanya. Komunikasi yang efektif bagi wirausahawan berguna untuk: Menjalin hubungan kerja sama, Cepat untuk menyelesaikan masalah, Membuat proses promosi lebih mudah, Memberikan proses umpan balik untuk perbaikan, Memperluas jaringan, Meningkatkan kepercayaan pelanggan, dan lain-lain.

5. Tugas

Silahkan anda mencari informasi dan menuliskan dalam 1 halaman A4:

- 1) Bagaimanakah kaidahnya bila anda harus menelephone rekan bisnis anda atau atasan anda?
- 2) Bagaimana kaidahnya bila anda menghubungi rekan bisnis/atasan menggunakan WA atau SMS?

6. Rujukan

Purwanto, Djoko. 2006. *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Prijosaksono, Ariwibowo dan Roy Sembel. 2007. *Komunikasi yang Efektif*. www.sinarharapan.co.id, 14 agustus 2007.

7. Bacaan Yang Dianjurkan

Mulyana, Deddy. 2004. *Komunikasi Yang Efektif: Suatu Pendekatan Lintas Budaya*. Bandung: PT. Remaja Rodakarya.

BAB V

KEMATANGAN EMOSI DAN MOTIVASI KERJA

1. Pendahuluan

1.1. Capaian Pembelajaran

Sukses seseorang bukan hanya ditentukan oleh intelektualitasnya, tetapi juga oleh kemampuannya dalam mengelola emosinya. Kemampuan mengelola emosi akan mempengaruhi motivasinya dalam bekerja. Kematangan emosi dan motivasi kerja menjadi pembahasan tersendiri, dengan harapan bahwa setelah mengikuti perkuliahan ini maka mahasiswa dapat:

- 1) Menyebutkan pengertian emosi dan kematangan emosi.
- 2) Menjelaskan motivasi orang bekerja.
- 3) Menjelaskan apa perlunya orang yang bekerja harus memiliki kematangan emosi.

1.2. Entry behavior

Diperlukan keterbukaan dan sikap reflektif analitis dalam mempelajari bab ini.

1.3. Keterkaitan materi bab IV dengan bab yang lain

Keterampilan mengelola emosi menjadi modal yang sangat penting untuk meraih kesuksesan dalam bekerja. Pemahaman mengenai kematangan emosi dan motivasi kerja menjadi landasan bagi pemahaman keterampilan pada bab-bab yang lain.

2. Materi Perkuliahan

2.1. Kematangan Emosi

1) Pengertian Emosi

Emosi” berasal dari kata dalam bahasa Latin “*emotus*” atau “*emovere*” yang berarti mencerca atau menggerakkan (*to stir up*). Sedangkan kematangan emosi yaitu sesuatu yang mendorong terhadap sesuatu dalam diri manusia, emosi merupakan penyesuaian organis yang timbul secara otomatis pada manusia dalam menghadapi situasi-situasi tertentu.

Emosi merupakan keadaan perasaan atau reaksi perasaan yang datangnya secara tiba-tiba terhadap perubahan situasi yang begitu melampaui batas sehingga untuk mengadakan hubungan dengan sekitarnya seseorang mungkin dapat terganggu, karena biasanya tidak dikendalikan oleh rasio atau akal. Emosi merupakan reaksi utama psikis terhadap stimuli dari lingkungan dan reaksi terhadap stimuli yang berasal dari dalam dirinya sendiri. Manusia dapat merasakan emosi sebagai suatu respon terhadap pikiran, ingatan, dan perasaan tubuh yang muncul dalam dirinya. Emosi merupakan perasaan yang ditujukan kepada seseorang, atau reaksi terhadap seseorang atau kejadian. Rasa sedih, senang, bahagia, marah, dan depresi merupakan rasa yang berbeda dan diungkapkan dengan cara yang berbeda pula. Emosi berfungsi sebagai energizer dan messenger. Sebagai energizer, emosi berfungsi sebagai pembangkit energi. Emosi dapat memberikan semangat dalam bekerja bahkan juga semangat untuk hidup, seperti perasaan cinta dan sayang.

Namun, emosi juga dapat memberikan dampak negatif yang membuat merasakan hari-hari yang suram dan nyaris tidak ada semangat untuk hidup, seperti perasaan sedih dan benci. Sebagai messenger, emosi berfungsi sebagai pembawa pesan. Emosi memberi tahu bagaimana keadaan orang-orang yang berada di sekitarnya, terutama orang-orang yang dicintai dan disayangi, sehingga mereka dapat memahami dan melakukan sesuatu yang tepat dengan kondisi tersebut.

2) Kematangan Emosi

Seseorang dikatakan mencapai kematangan emosional, bilamana dia menunjukkan indikasi sebagai berikut:

- (1) Dia tidak meledak di depan orang banyak, karena dapat menahan emosi-emosinya.
- (2) Dia mempertimbangkan dengan kritis terlebih dahulu suatu situasi sebelum memberikan reaksi yang dikuasai oleh emosi-emosinya.
- (3) Dia lebih stabil dalam pemberian reaksi terhadap salah satu bentuk emosi yang dialami.

Emosi pada dasarnya dapat dikendalikan, sehingga seseorang tidak sampai kehidupannya dikuasai oleh emosi, bahkan sebaliknya memanfaatkan emosi untuk kegiatan yang positif. Untuk itulah diperlukan kematangan emosi.

Dengan demikian kematangan emosi merupakan kondisi dimana seorang individu bisa menerima suatu keadaan atau kondisi dengan timbulnya emosi yang sesuai dengan apa yang terjadi pada dirinya tanpa berlebihan atau meledak-ledak. Individu tersebut dapat berfikir secara kritis terlebih dahulu sebelum menyatakan apa yang dirasakannya sehingga dia bisa mengutarakan hal tersebut di waktu yang tepat dan dengan cara yang dapat diterima orang lain.

3) Pendapat Ahli

Kematangan emosi menurut **Wolman** sebagai kondisi yang ditandai oleh perkembangan emosi dan pemunculan perilaku yang tepat sesuai dengan tingkat kedewasaan usia 39 semakin bertambah dewasa usia individu diharapkan ia semakin objektif dalam merespon stimuli, apa pun bentuknya, ia semakin mampu membedakan antara perasaan dan kenyataan, mampu bertindak atas dasar fakta dari pada perasaan.

Caplin berpendapat bahwa emotional maturity adalah suatu keadaan atau kondisi mencapai tingkat kedewasaan dari perkembangan emosi dan karena itu yang bersangkutan tidak lagi menampilkan pola emosional yang tidak pantas.

Hurlock mengemukakan terdapat tiga kriteria seseorang dikatakan matang emosinya, yaitu:

- (1) dapat melakukan kontrol diri yang dapat diterima oleh lingkungan sosialnya;
- (2) mampu memahami dirinya sehingga mengetahui seberapa besar upaya untuk mengontrol emosi yang dibutuhkan demi memuaskan kebutuhannya yang diterima oleh masyarakat sekitar; dan
- (3) mampu menggunakan kemampuan kritis mental, yakni kemampuan seseorang untuk menilai suatu respon secara kritis baru meresponnya.

Smith mendefinisikan kematangan emosi mengkaitkan dengan karakteristik orang yang berkepribadian matang. Orang yang demikian mampu mengekspresikan rasa cinta dan takutnya secara cepat dan spontan silabus.web.id. Sedangkan pribadi yang tidak matang memiliki kebiasaan menghambat perasaan-perasaannya, sehingga dapat dikatakan pribadi yang matang dapat menggerakkan energi emosi ke aktivitas-aktivitas yang sifatnya kreatif dan produktif.

Feinberg mengklasifikasi ada beberapa karakteristik atau tanda mengenai kematangan emosi seseorang, yaitu kemampuan seseorang untuk:

- (1) dapat menerima diri sendiri;
- (2) menghargai orang lain;
- (3) menerima tanggung jawab;
- (4) percaya pada diri sendiri; dan
- (5) sabar serta mempunyai rasa humor.

Rajakumar dan **Soundararajan** mendeskripsikan karakteristik seseorang yang memiliki kematangan emosi sebagai berikut:

- (1) *Manifestation of emotions is very much refined. Usually he expresses his emotions in a socially desirable way.*
 - (2) *He is able exercise control over his emotions. Sudden inappropriate emotional outbursts are rarely found in him.*
 - (3) *He is able to hide his feelings and check his emotional tide.*
 - (4) *The person perceives things in their real perspective. He is not a daydreamer and does not possess the desire to run away from realities.*
 - (5) *His intellectual powers like thinking and reasoning are properly exercised by him in making any decision. He is guided more by his intellect than his emotions.*
 - (6) *He does not possess the habit of rationalization i e he never argues in defense of his undesirable or improper conduct.*
-
- (a) *Also he never shifts the responsibility of his mistakes on others.*
 - (b) *He is always honest in his behaviour.*
 - (c) *He possesses adequate self-concept and self-respect. He never likes to do things or show such behaviour that can injure his self-respect and is adverse to his ideals.*
 - (d) *He is not confined to himself. He thinks about others and is keen to maintain sosial relationships. He never engages himself in such behaviour as is antisosial and can result in sosial conflicts and strain his sosial relationship.*
 - (e) *He can exercise his emotions at a proper time in a proper place.*
 - (f) *Matured emotional behaviour is characterized by greater stability. A person having such maturity does not sudden shift from one emotion to another.*

4) Karakteristik Kematangan Emosi

Berdasarkan pendapat tersebut karakteristik kematangan emosi seseorang adalah sebagai berikut:

- (1) Manifestasi emosi yang sangat halus. Biasanya ia mengungkapkan emosinya dengan cara yang secara sosial diinginkan.

- (2) Dia mampu mengontrol emosinya. Ledakan emosional yang tidak pantas jarang ditemukan dalam dirinya.
 - (3) Dia mampu menyembunyikan perasaannya dan mampu memeriksa turunan-emosionalnya.
 - (4) Orang lain merasakan bahwa pikiran-pikiran mereka berada dalam perspektif riil mereka. Dia tidak suka menghayal dan tidak memiliki keinginan untuk melarikan diri dari kenyataan.
 - (5) Kekuatan intelektual—seperti berpikir dan penalaran yang benar— dilakukan olehnya dalam membuat keputusan apapun. Dia dikendalikan oleh akal ketimbang emosinya.
 - (6) Dia tidak memiliki kebiasaan rasionalisasi, ia tidak pernah berpendapat dalam membela tindakannya yang tidak diinginkan atau tidak layak.
 - (7) Ia tidak pernah melimpahkan tanggung jawab kesalahannya pada orang lain.
 - (8) Dia selalu jujur dalam perilakunya.
 - (9) Dia memiliki konsep diri dan harga diri yang memadai.
 - (10) Dia tidak pernah suka melakukan hal-hal atau menunjukkan perilaku seperti yang bisa melukai dirinya menghormati dan merugikan citacitanya.
 - (11) Dia tidak terbatas pada dirinya sendiri. Dia berpikir tentang orang lain dan tertarik untuk mempertahankan hubungan sosial. Dia tidak pernah terlibat dalam perilaku dirinya seperti yang anti sosial dan yang dapat mengakibatkan konflik sosial serta ketegangan hubungan sosialnya.
 - (12) Ia dapat melatih emosinya pada waktu yang tepat di tempat yang tepat.
 - (13) Perilaku emosional matang ditandai dengan stabilitas yang lebih besar. Seseorang yang memiliki kematangan emosi seperti itu tidak mudah mengalami pergeseran secara tiba-tiba dari satu emosi ke emosi yang lain.
- 5) Ciri-ciri orang yang memiliki kematangan emosi antara lain adalah:
- (1) Kemampuan untuk merespon secara berbeda-beda dalam kaitannya dengan kebutuhan dan faktor-faktor di luar dirinya yang terlibat dalam situasi tertentu.
 - (2) Kemampuan menyalurkan tekanan-tekanan impuls dan emosi-emosi dalam bentuk perilaku yang konstruktif serta dapat mengarahkannya ke arah tujuan yang positif.
 - (3) Kemampuan membangun pola hubungan interdependensi dan mampu memelihara peran-perannya secara fleksibel.
 - (4) Kemampuan memperkaya keterampilan dan memahami potensi-potensi dan keterbatasan-keterbatasannya sendiri, serta mencari penyelesaian atas problem-problemanya secara kreatif dan mendapat persetujuan dari orang lain.
 - (5) Kemampuan untuk berhubungan secara efektif dengan orang lain, juga mampu memandang dirinya dengan orang lain dengan rasa hormat.
 - (6) Kemampuan mempertimbangkan dan memulai alternatif-alternatif, konsekuensi-konsekuensi dari pelakunya.

2.2. Motivasi Kerja

Setelah lulus dari bangku sekolah atau kuliah, sebagai generasi muda kita harus menentukan arah jalan hidup. Apa yang akan kita lakukan selanjutnya, apakah langsung Menikah? Meneruskan usaha orangtua? Membangun bisnis sendiri? Atau bekerja di perusahaan impian?? Jika jawabannya adalah bekerja, mengapa? Ada banyak sekali alasan yang melatarbelakangi keputusan seseorang untuk memilih bekerja di perusahaan yang sesuai dengan passion mereka.

Orang-orang bekerja karena macam-macam alasan atau tujuan. Alasan atau tujuan paling mendasar adalah untuk mencari nafkah, yaitu mendapatkan hal-hal mendasar yang kita butuhkan untuk bisa terus hidup, seperti makanan, pakaian dan tempat tinggal. Untuk mendapatkan semua itu dibutuhkan biaya dan orang perlu bekerja untuk dapat membayar biaya tersebut.

Tujuan bekerja yang lebih tinggi tingkatannya adalah untuk berkarier. Apa yang dimaksud berkarier? Karier mengandung pengertian pengembangan diri atau kemajuan diri. Misalnya ada yang pandai menulis, pandai menggambar, atau pandai menghitung. Dengan bekerja, keahliannya digunakan setiap hari sehingga keahlian itu makin baik dan makin berkembang. Dia akan makin maju dan posisinya dalam pekerjaan pun makin meningkat. Itulah yang disebut dengan karier.

Karier adalah kebutuhan yang tingkatannya sudah lebih tinggi dibanding kebutuhan pokok. Orang-orang mengejar karier apabila kebutuhan pokoknya sudah terpenuhi. Selain itu, untuk berkarier setiap orang perlu memiliki keahlian tertentu. Bagi banyak orang, keahlian tersebut diperoleh melalui pendidikan di sekolah, walaupun sekolah bukan satu-satunya tempat untuk mempersiapkan kamu masuk ke dunia kerja. Ambil contoh seorang tenaga mekanik di bengkel mobil. Mengapa dia harus bekerja? Karena dia perlu biaya untuk hidup (mencari nafkah). Selain itu dia kebetulan terlahir dengan bakat pandai mengutak-atik mesin kendaraan. Dengan bekerja dia setiap hari menggunakan bakatnya dan bakatnya semakin berkembang, keahliannya semakin baik. Itulah gunanya bekerja. Apabila dia tidak bekerja, maka bakat yang telah diberikan dari Tuhan tidak terpakai, sungguh disayangkan.

Pada tingkatan paling tinggi, seorang bekerja tidak lagi karena alasan uang sama sekali. Tujuan terakhir ini disebut panggilan hidup. Orang-orang yang bekerja pada tahapan ini misalnya para rohaniwan dan para relawan, yang mengabdikan hidupnya untuk menjalankan panggilan hidup mereka, tidak peduli dengan imbalannya.

Motivasi orang untuk bekerja juga dapat dilihat pada gambar piramida kebutuhan menurut Abraham Maslow di bawah ini.



Berikut ini adalah 8 alasan mengapa kita harus bekerja dan apa tujuannya:

- 1) Mencari Pendapatan.
Tujuan bekerja yang dapat dibilang paling dasar adalah mencari pendapatan atau nafkah untuk menjalani kehidupan yang layak. Ajukan nominal atau besaran gaji sesuai dengan kemampuan masing-masing. Sedangkan bagi perusahaan, berikan penawaran gaji sesuai dengan beban kerja yang akan dilakukan karyawan.
- 2) Mencari Pengalaman
Bagi beberapa orang, tujuan bekerja bagi mereka adalah mencari pengalaman. Mereka tak berfokus pada pendapatan sehingga tak segan untuk meminta pekerjaan tambahan atau bersemangat dalam menyelesaikan tugas-tugas baru. Pengalaman-pengalaman yang didapat di dalam perusahaan juga dapat digunakan untuk menunjang CV yang baik bagi karir mereka selanjutnya.
- 3) Memenuhi Kebutuhan Sosial
Ada karyawan yang bekerja untuk memenuhi kebutuhan sosial dengan cara menjalin relasi kerja. Karyawan dengan tujuan bekerja seperti ini juga menganggap bahwa relasi kerja merupakan investasi jangka panjang yang besar kemungkinan berguna di masa depan. Karyawan seperti ini sangat senang apabila dapat menjalin hubungan dan berbaur dengan karyawan lain yang berasal dari berbagai latar belakang.
- 4) Bekerja Adalah Ibadah
Untuk karyawan yang memiliki keyakinan bekerja adalah ibadah, mereka menganggap bahwa apa yang dikerjakan dapat memberikan mereka pahala. Dalam menjalankan pekerjaannya karyawan dengan tujuan ini akan berusaha agar tidak menimbulkan kerugian bagi orang lain atau berbuat curang. Ia juga akan berhati-hati dalam bekerja agar tidak menimbulkan dosa.
- 5) Mencari Pengakuan Diri / Aktualisasi Diri
Tujuan bekerja lainnya bagi sebagian orang adalah untuk mendapat pengakuan atas kemampuannya. Pekerjaan dapat diartikan sebagai identitas diri dan menimbulkan kepuasan diri apabila pekerjaan tersebut diakui dan dihargai oleh orang-orang yang berada di sekelilingnya.
- 6) Mencari Modal Usaha
Ada karyawan yang bekerja hanya dalam jangka waktu pendek. Pasalnya, ia sudah menetapkan diri akan berapa lama ia akan bertahan di dalam perusahaan.

Tujuannya hanya satu yaitu mengumpulkan upah yang ia terima dan memahami sistem bisnis dalam perusahaan sebagai bekal untuk modal usahanya. Setelah itu ia akan segera resign dari perusahaan dan membuka usaha sendiri berbekal modal dan pemahaman bisnis yang telah dipelajari.

7) Mencari Karir dan Jabatan

Dalam bekerja ada karyawan yang berambisi dalam mengejar peningkatan karir dan jabatan. Pada umumnya orang bekerja mulai dari level bawah dulu yaitu menjadi Staff, lalu meningkat menjadi posisi yang lebih baik di perusahaan.

Seiring berjalannya waktu, skill yang dimiliki pun semakin bertambah sehingga karyawan bisa mendapatkan kepercayaan sebagai Manajer yang memiliki bawahan. Karyawan tersebut biasanya akan berusaha lebih aktif dan bekerja secara maksimal agar mendapatkan peningkatan karir dan jabatan.

8) Panggilan Hidup

Pada tahap ini orang bekerja bukan lagi demi uang atau imbalan lainnya termasuk aktualisasi diri. Dia bekerja untuk mengabdikan hidupnya demi menjalankan panggilan hidup mereka, tidak peduli dengan imbalannya. Motivasi yang seperti ini dapat kita jumpai pada relawan-relawan social (meskipun tidak semua relawan motivasinya sama). Ada prinsip yang mereka pegang, yaitu: *become man/women for others*.

3. Rangkuman

Kemampuan seseorang mengelola emosinya akan menentukan kesuksesannya dalam bekerja. Kemampuan mengelola emosi akan mempengaruhi motivasinya dalam bekerja. Emosi pada dasarnya dapat dikendalikan, sehingga seseorang tidak sampai kehidupannya dikuasai oleh emosi, bahkan sebaliknya memanfaatkan emosi untuk kegiatan yang positif. Untuk itulah diperlukan kematangan emosi. Ciri orang yang mempunyai kematangan emosi antara lain: mampu untuk merespon secara berbeda-beda dalam kaitannya dengan kebutuhan dan faktor-faktor di luar dirinya yang terlibat dalam situasi tertentu. Kematangan emosi ini juga ikut menentukan motivasi orang ketika dia bekerja.

4. Diskusi:

- 4.1. Apakah anda termasuk orang yang memiliki kematangan emosi? Jelaskan! Dalam skala nilai 1 – 10, kematangan emosi anda di angka berapa?
- 4.2. Apa yang menjadi motivasi anda (akan) bekerja?

5. Rujukan

- Haryono. 1996. *Kematangan Emosi, Pemikiran Moral, dan Kenakalan Remaja*. Semarang: FIP- IKIP Semarang.
- Albin, R S. 1996. *Emosi Bagaimana Mengenal, Menerima dan Mengarahkannya*. Yogyakarta: Kanisius.

6. Bacaan Yang Dianjurkan

- Maslow, A.H. 1943. "A theory of human motivation". Psychological Review.

BAB VI

APAKAH ENTREPRENEUR MEMANG DIBUTUHKAN? **(Menumbuhkan Jiwa Entrepreneur)**

1. Pendahuluan

1.1. Capaian Pembelajaran

Banyak orangtua jaman dahulu bercita-cita supaya anaknya kelak dapat menjadi “pegawai” (negeri). Menjadi pegawai identik dengan status social dan ekonomi yang lebih baik. Hidup lebih enak dan terhormat. Sampai saat ini minat menjadi pegawai negeri tidak pernah sepi, terbukti kalau ada test penerimaan pegawai negeri berbondong-bondong orang datang mengikutinya, bahkan kalau perlu dan bisa memakai joki atau lewat maklar. Kalau orientasi sebagian besar anggota masyarakat masih menjadi pegawai negeri mungkinkah entrepreneur menjadi pilihan profesi bagi masyarakat kita? Seberapa penting keberadaan entrepreneur bagi bangsa Indonesia? Apa memang butuh? Pertanyaan-pertanyaan tersebut akan menjadi dasar pembahasan dalam bab enam ini.

Oleh karena itu, sesudah pertemuan VI mahasiswa diharapkan dapat:

- 1) Menjelaskan pentingnya entrepreneur bagi kelangsungan hidup bangsa.
- 2) Mendeskripsikan cara membangkitkan jiwa entrepreneur

1.2. Entry behavior

Mahasiswa dituntut untuk memahami, sekaligus mempertimbangkan diri dengan baik untuk terjun menjadi entrepreneur.

1.3. Keterkaitan materi bab VI dengan bab yang lain

Materi bab VI ini bersifat informatif dan motivasional. Bersifat informative karena ada data-data yang harus dipahami. Bersifat motivasional karena bertujuan menumbuhkan jiwa entrepreneur di kalangan mahasiswa. Bab VI ini tidak dapat dipisahkan dari bab-bab yang lain karena ada saling keterkaitan.

2. Materi Perkuliahan

2.1. Pentingnya Entrepreneur Bagi Hidup Bangsa

David Mc Clelland, seorang Sosiolog dalam bukunya *"The Achieving Society"* (Van Nostrand, 1961), menulis bahwa suatu negara bisa makmur apabila minimal 2% dari jumlah penduduknya menjadi pengusaha. Teori ini sangat populer dan sering dijadikan salah satu indikator dalam mengukur tingkat kemakmuran/kemajuan suatu negara. Pada praktiknya, teori ini menemukan kebenarannya jika melihat profil negara-negara maju di dunia. Terbukti bahwa banyaknya jumlah pengusaha dalam suatu negara akan berbanding lurus dengan kemajuan negaranya. Semakin besar jumlahnya, semakin maju pula negara tersebut. Beberapa negara maju dan ratio wirausaha di negara masing-masing misalnya; Malaysia 5 %, Singapura 7 %, China 10 %, Jepang 11 % dan Amerika 12 %. Lalu bagaimana dengan Indonesia?.

Sampai akhir tahun 2019 jumlah entrepreneur di Indonesia sudah mencapai 3,1% dari jumlah penduduk sekitar 260 juta jiwa. Sudah melewati angka minimal 2% sebagaimana yang disyaratkan David Mc Clelland untuk dapat menjadi Negara makmur. Pertanyaannya, sudahkah Indonesia menjadi Negara makmur? Melihat realitas hidup di tengah masyarakat rasanya Indonesia belum dapat dikatakan sebagai Negara makmur. Kita juga harus lebih tajam memahami maksud rasio ideal 2 % sebagaimana dimaksud Mc. Clelland. Artinya, hal terpenting bukan sekadar mengejar target angka tersebut. Kita juga harus mampu mengukur seberapa besar efek/dampak jumlah entrepreneur yang kita miliki untuk menyerap jumlah tenaga kerja yang tersedia. Dengan kata lain, angka 3,1 % entrepreneur kita saat ini masih harus diuji "kualitasnya". Hal ini tentu membutuhkan penelitian tersendiri.

Agar Indonesia mampu bersaing dengan Negara-negara maju, maka kiranya apa yang menjadi target pemerintahan Presiden Jokowi bahwa Indonesia harus memiliki 14% entrepreneur harus direalisasikan. Upaya menghasilkan wirausaha-wirausaha baru merupakan hal mutlak yang harus terus dikerjakan. Semakin banyak wirausaha di negara ini tentu akan semakin baik karena memberi dampak positif untuk menciptakan kemajuan dan kesejahteraan. Semua pihak harus bahu-membahu untuk mewujudkannya. Pemerintah harus mampu menciptakan suasana stabilitasi nasional kondusif guna mendukung tumbuh kembangnya iklim berwirausaha. Sementara pihak lain, misalnya swasta pun tak ketinggalan dan bisa memberikan kontribusi positif pula. Global Talent Competitiveness Index (GTCI) telah merilis hasil riset terbaru mereka tentang pemeringkatan kemampuan daya saing global negara-negara yang ada di dunia. Tahun 2019, laporan GTCI berfokus pada daya saing global khususnya bidang kewirausahaan terutama bagaimana entrepreneurship ini didorong, dipelihara dan dikembangkan di seluruh dunia dan bagaimana hal ini memengaruhi daya saing relatif dari berbagai negara. Hasil pemeringkatan tersebut menempatkan Swiss sebagai peringkat pertama dengan skor 81,82, diikuti Singapura sebagai peringkat kedua dengan skor 77,27, dan Amerika Serikat ada di peringkat ketiga dengan skor 76,67. Dalam pemeringkatan tersebut, Indonesia memperoleh skor 38,61 dan berada di posisi ke-67 dunia. Posisi ini berada setingkat di bawah negara tetangga ASEAN, Thailand yang memiliki skor 38,62. Indonesia masih unggul dari beberapa negara Asia lain antara lain; Meksiko (posisi 70), Brazil (72), India (80), Mesir (96) dan Iran (97). Dalam peringkat negara Asia, Indonesia memperoleh ranking 9 setelah berturut-turut negara Singapura, Jepang, Malaysia, Korea Selatan, Brunei, China dan Filipina dan Thailand.

Indonesia tengah berupaya melepaskan diri dari “perangkap negara berpendapatan menengah” (*middle income trap*) untuk mencapai visi Indonesia 2045, yaitu menjadi negara dengan PDB kelima terbesar di dunia. Salah satu syarat agar mimpi itu terwujud adalah mencapai pertumbuhan ekonomi di atas lima persen. Sebab jika tidak, maka sulit bagi Indonesia mengejar negara-negara lain yang pertumbuhannya dinamis di atas lima persen. Itu artinya, mustahil mewujudkan mimpi bersanding dengan Cina sebagai negara dengan valuasi ekonomi tertinggi di dunia. Untuk mencapai visi tersebut, pemerintah harus berhadapan dengan tantangan “jebakan pertumbuhan 5%” dalam dua dekade terakhir.

Stagnasi pertumbuhan ekonomi Indonesia disebabkan oleh banyak faktor. Namun sering kali dalam berbagai kesempatan, para pengambil kebijakan mengemukakan kurangnya *entrepreneur* sebagai salah satu pemicunya. Kementerian Perindustrian bahkan menyebut Indonesia membutuhkan 8 juta wirausaha untuk mendorong pertumbuhan ekonomi. Gagasan tersebut tidak sepenuhnya benar. Sebab jumlah pelaku usaha tidak serta merta bisa melepaskan Indonesia dari stagnasi pertumbuhan.

William J. Boumol dalam artikelnya berjudul *Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive* yang ditulis tahun 1990, mengemukakan hipotesisnya tentang *entrepreneur*. Ia kurang setuju dengan gagasan bahwa menambah jumlah pengusaha merupakan cara mendorong pertumbuhan ekonomi dan menganggap itu sebagai argumentasi mentah/tanpa dasar. Mendorong pertumbuhan tidak melulu masalah menambah jumlah pengusaha, tapi yang paling penting adalah motif. Berdasar argumentasi ini, Boumol jelas membedakan antara pelaku usaha berdasarkan orientasi para pelaku usaha, yaitu berburu keuntungan atau menghasilkan inovasi. Yang disebut terakhir sangat identik dengan inovasi. Ini kiranya menjawab pertanyaan di atas, Indonesia memiliki 3,1% *entrepreneur* tetapi hidup masyarakat masih belum makmur karena kualitas *entrepreneur*nya yang belum sesuai harapan.

Pentingnya inovasi bagi pertumbuhan ekonomi sudah dikemukakan banyak ekonom, salah satunya adalah Paul Rommer. Dalam artikelnya berjudul *The Origins of Endogenous Growth*, Romer menjelaskan pentingnya inovasi/teknologi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi jangka panjang. Berbeda dengan teori pertumbuhan klasik yang menganggap teknologi/inovasi sebagai faktor eksogen, Romer justru menyebut inovasi sebagai faktor endogen yang dipengaruhi oleh kualitas sumber daya manusia dan kegiatan kelitbangan (R&D). Tanpa keduanya, pertumbuhan ekonomi akan stagnan.

Model inovasi Schumpeter atau *Schumpeterian Model* merupakan salah satu rujukan penting dalam ilmu ekonomi berkaitan dengan inovasi. Ia pula yang pertama kali memperkenalkan istilah *entrepreneurship* dan membedakannya dengan pelaku bisnis biasa, misalnya pedagang. Schumpeter menyebut *entrepreneurship* sebagai inventor (penemu). Menurutnya, inovasi dapat dibagi ke dalam lima bentuk yaitu memperkenalkan produk baru, memperkenalkan metoda/cara produksi baru, membuka pasar baru, berhasil menemukan sumber bahan baku baru, dan terakhir adalah melakukan restrukturisasi industri.

Stagnasi pertumbuhan ekonomi Indonesia bukan disebabkan oleh sedikitnya pelaku bisnis, tapi rendahnya *entrepreneurship* atau inventor. Cina bisa menjadi salah satu negara di Asia yang memiliki banyak inovasi berdasarkan data *Global Innovation Index 2019*. Indeks inovasi global merupakan angka indeks yang mengukur 80 indikator penunjang inovasi. Berdasarkan data tersebut, Cina berada pada peringkat 14 dari 129 negara, mengalami perbaikan peringkat dari tahun 2018 yang menempati ranking 17. Dua komponen paling signifikan memengaruhi perkembangan inovasi di Cina adalah pengetahuan dan output teknologi. Berkat perkembangan inovasinya, PDB Cina mencapai \$14 triliun, tertinggi kedua setelah Amerika Serikat.

Ada empat alasan mengapa para wirausaha (*entrepreneurs*) penting di dalam masyarakat, yaitu:

- 1) Untuk mendayagunakan faktor-faktor memproduksi seperti tanah, modal, teknologi, informasi dan berbagai sumber daya manusia (SDM) di dalam memproduksi tugas-tugas yang efektif (*producing effective tasks*).
- 2) Mengidentifikasi berbagai peluang di dalam lingkungan dengan meningkatkan n aktivitas yang akan memberikan manfaat kepada setiap orang (*beneficial to everyone*).
- 3) Untuk memilih pendekatan yang terbaik dalam mendayagunakan semua faktor produksi agar supaya meminimalkan pemborosan di dalam berbagai kegiatan entrepreneurship (*minimize wastage in entrepreneurial activities*).
- 4) Untuk kemanfaatan generasi mendatang (*benefit of the future generation*).

Pentingnya entrepreneur di dalam masyarakat tersebut tidak sekedar menjadi 'alat' untuk melakukan perbaikan dan perubahan di dalam kualitas hidup diri dan masyarakat, tetapi juga entrepreneur juga dibuktikan dapat berperan signifikan di dalam mewujudkan kualitas diri masyarakat dan bangsa. Negara-negara yang telah berhasil maju dan juga berhasil dalam meningkatkan kemakmuran rakyatnya seperti Jepang, Korea Selatan, Taiwan, Singapura, Amerika Serikat, Kanada, Negara-negara Eropa Barat, Australia, Inggris, dan lain sebagainya disebabkan oleh salah satu utamanya adalah karena Negara-negara tersebut memiliki banyak entrepreneurs. Bukti ini diperkuat lagi dengan hasil studi oleh Peter F. Drucker dalam bukunya berjudul *Innovation and Entrepreneurship*, Drucker menemukan bahwa entrepreneur (wirausaha) mempunyai peran yang besar di dalam menciptakan lapangan kerja di Amerika Serikat (AS) dalam kurun waktu 1965-1985. Sedangkan pada waktu tersebut kondisi ekonomi AS sangat tidak menguntungkan yang disebut oleh Drucker sebagai *the -nogrowth economy*. Drucker mengatakan, " *In no other peace time period has the United States created as many new jobs, whether measured in percentage or in absolute number*".

Untuk mencapai tingkat kemakmuran bukan hal yang mudah. Diperlukan, perubahan, usaha dan kerja keras yang terfokus serta sistematis oleh Negara, pemerintah, dan keluarga, terutama individual rakyat untuk mentransformasikannya dari kondisi sekarang untuk menjadi entrepreneur. Menjadi entrepreneur bukan sebagai alternative profesi, tetapi menjadi entrepreneur adalah sebuah pilihan strategis yang harus dibuat dengan tekad yang bulat dan kuat. Pada kondisi sekarang ini dapat dikatakan bahwa kunci kemakmuran adalah entrepreneur, dan entrepreneur adalah sebuah profesi yang sangat menjanjikan bagi kebaikan dalam kualitas hidup dengan meningkatkan daya beli. Daya beli tercipta dengan tingginya pendapatan yang diperoleh sebagai akibat dari profesi yang ditekuni. Pada saat ini, Singapura yang miskin sumber daya alam, tetapi memperoleh pendapatan per kapita sebesar US\$ 65,233.000 pada tahun 2019, dibanding dengan Indonesia yang hanya memiliki sekitar US\$ 4.174,9 pada tahun yang sama. Angka ini memberikan pesan dan kesan bahwa entrepreneur sebuah profesi mulia yang perannya untuk membangun masyarakat dan Negara yang makmur sangat jelas dan besar, khususnya bila kita mengkaji kemajuan-kemajuan yang dicapai oleh Negara-negara maju lainnya di dunia baik itu di Eropa, Amerika, Australia dan Asia. Karena Negara-negara tersebut, khususnya pemerintah dan rakyat telah memilih entrepreneur sebagai profesi utama yang sangat penting dan ditumbuhkembangkan secara sengaja

(intentionally). Pilihan untuk menjadi seorang entrepreneur juga disebabkan karena adanya keyakinan yang kuat secara individual bahwa profesi sebagai entrepreneur merupakan 'jalan yang baik' (road map) untuk melakukan perubahan dalam kualitas kehidupan baik secara individual maupun bermasyarakat. Kualitas diri yang diinginkan adalah secara ekonomis menjadi lebih sejahtera dan kemudian makmur.

Untuk alasan ini masyarakat kemudian melihat bahwa menjadi atau berprofesi sebagai seorang entrepreneur mempunyai keuntungan mendasar (Z. Heflin Frinces, 2009) yaitu:

- 1) Peluang untuk dapat mengontrol nasib diri sendiri.
- 2) Peluang untuk mencapai potensi penuh diri sendiri.
- 3) Peluang untuk memperoleh keuntungan secara keuangan.
- 4) Peluang untuk memberikan kontribusi kepada masyarakat dan diakui atas usahanya.
- 5) Dapat mengatur waktu sendiri sesuai dengan kehendaknya dan sesuai dengan tantangan kerja saat itu.
- 6) Dapat menjadi wahana yang tepat untuk membuktikan kemauan dan keyakinan pribadinya bahwa dia dapat melakukan sesuatu yang berguna dan bahkan lebih baik.
- 7) Dapat mensetting persaingan antara dirinya dengan orang lain atau pihak lain bahwa dirinya juga akan mampu melakukan hal yang sama atau bahkan lebih baik.

Dalam dimensi yang lebih luas, entrepreneur sangat diperlukan karena perannya di dalam mendinamisasikan kegiatan ekonomi bisnis keluarga, masyarakat, daerah dan Negara, yaitu dengan munculnya para pelaku ekonomi bisnis baru yang disebut entrepreneur. Bila dinamisasi kegiatan ekonomi bisnis ini dapat dipertahankan dan bahkan ditingkatkan dalam waktu yang cukup lama, maka hal ini akan dapat membuat fondasi yang kuat bagi ketahanan (resilience) ekonomi negara terhadap fluktuasi dan krisis ekonomi global (Z. Heflin Frinces, 2009) seperti yang pernah terjadi pada tahun 1998 dan 2008 hingga saat ini.

Bentuk kegiatan ekonomi bisnis baru yang dapat dilahirkan oleh entrepreneur antara lain:

- 1) Memunculkan kegiatan baru bisnis:
 - (1) Impor dan ekspor produk dan jasa serta adanya pertukaran tenaga ahli atau tenaga teknis akibat kerjasama bisnis.
 - (2) Sebagai penghasil bahan baku, penghasil produk dan jasa dan juga berperan menciptakan unit usaha baru lainnya.
 - (3) Terciptanya pedagang atau pengusaha perantara dalam berbagai skala mikro, kecil dan menengah.
 - (4) Munculnya banyak pengusaha mikro dan kecil yang berperan sebagai agensi dari perusahaan yang berskala menengah / besar.
 - (5) Menciptakan dinamisme dan strategi pemasaran baru bagi usaha untuk memenangkan persaingan bisnis dengan menggunakan berbagai bentuk media untuk promosi dan pemasaran.

- (6) Munculnya berbagai jenis dan skala usaha atau kegiatan bisnis seperti tersebut di atas membawa manfaat yang besar bagi masyarakat untuk dapat mencari lapangan kerja, dan juga memunculkan lapangan alternatif usaha baru.
- 2) Memunculkan pembudayaan semangat persaingan bisnis yang tinggi:
 - (1) Membangun lingkungan kerja dan organisasi serta budaya korporat yang kondusif untuk pertumbuhan kreativitas sumber daya manusia (SDM) dan persaingan antar staf untuk berprestasi tidak saja dalam hal inovasi produk, jasa, dan system baru, tetapi juga lebih peka / sensitif terhadap pemuasan kepada konsumen dan antisipatif dalam pemecahan masalah yang dihadapi oleh organisasi.
 - (2) Untuk menang dalam persaingan bisnis para pelaku bisnis harus mempunyai daya saing yang tinggi. Untuk mempunyai ini seorang wirausaha harus mempunyai kreativitas yang tinggi agar dapat memunculkan berbagai inovasi baru baik dalam penciptaan produk dan jasa, dalam desain, kemasan dan kualitas, strategi dan pemasaran, dan dalam penguasaan keahlian dan teknologi.
 - 3) Pemenuhan kebutuhan pasar dengan cepat: Salah satu watak atau perilaku seorang wirausaha adalah kemampuannya untuk membaca kondisi pasar. Hasil bacaan tersebut kemudian dihitung dengan cepat dan pada akhirnya akan dapat disimpulkan besarnya keuntungan yang akan diperoleh sebagai hasil dari usaha aktif dalam pemenuhan kebutuhan pasar, dan juga akan diketahui dengan jelas berapa besar skala potensi pasar tersebut. Apa yang akan dilakukan oleh wirausaha tersebut akan memunculkan hal-hal sbb:
 - (1) Menyediakan banyaknya pilihan atau pilihan alternatif produk dan jasa baru dalam pasar (new products and services).
 - (2) Menciptakan alternatif tempat / lokasi baru untuk transaksi bisnis (new place of business transaction).
 - (3) Menciptakan konsumen baru dengan munculnya produk dan jasa baru (new buyers).
 - (4) Cara baru dalam berbisnis (new way of doing business).
 - (5) Mencoba menciptakan kepemimpinan baru dalam pasar (new market leader).
 Dari berbagai butir argumentasi tersebut di atas, maka pilihan untuk berprofesi sebagai entrepreneur pada intinya tertuju pada beberapa hal penting yaitu:
 - (1) Kemampuan untuk melakukan perubahan atas kualitas diri pribadi dan masyarakat.
 - (2) Kemampuan untuk mendayagunakan peluang dan potensi secara fektif dan menguntungkan.
 - (3) Kemampuan melakukan inovasi baru atas produk, jasa, system, dan strategi bisnis untuk meningkatkan daya saing agar menghasilkan usaha yang profitabel / menguntungkan.

2.2. Menumbuhkan Jiwa Entrepreneur

Siapa pun tentu ingin menjadi wirausahawan atau entrepreneur sukses. Namun, seringkali yang serius menjalankannya hanya segelintir orang. Hambatan dalam wirausaha pun kerap datang dari diri seorang calon entrepreneur. Maka, untuk

membangun sebuah wirausaha dan mewujudkan impian menjadi entrepreneur sukses, seseorang harus lebih dulu menumbuhkan jiwa entrepreneur. Memiliki jiwa entrepreneur akan membuat orang lebih mandiri dan tidak bergantung pada orang lain, mampu berpikir kreatif dan inovatif, serta lebih menghargai uang dan barang. Jiwa entrepreneur yang perlu dikembangkan sekurang-kurangnya meliputi:

1) Mempunyai keyakinan yang kuat

Memulai berwirausaha dengan niat dan keyakinan yang kuat adalah kunci dasar yang harus dimiliki oleh wirausahawan. Bagaimana tidak? Bila kita membuka berwirausaha tanpa adanya niat dan keyakinan, pasti usaha tersebut tidak akan berjalan maksimal. Jadikan niat dan keyakinan untuk berwirausaha sebagai pondasi membangun sebuah wirausaha. Jika sudah berniat untuk berwirausaha, langkah selanjutnya adalah menumbuhkan keyakinan untuk membangun wirausaha menjadi nyata dan meraih sukses.

2) Inovatif dan kreatif

Sifat yang paling utama dari kewirausahaan adalah inovatif dan kreatif. Sifat ini dapat membantu anak-anak untuk berkreasi menciptakan sesuatu yang baru. Inovasi dan kekreativitasan dapat diibaratkan sebagai pondasi yang akan menopang sebuah usaha. Mengapa demikian? Dengan berani berinovasi serta menuangkan ide-ide dalam bisnis yang dirintis, maka pengalaman dan wawasan yang dalam terkait dengan bisnis tersebut akan dirasakan oleh sang pelaku bisnis. Selain itu, inovasi dan kreativitas juga akan berperan dalam perkembangan bisnis. Tanpa kedua hal tersebut, sebuah bisnis akan kesulitan untuk terus maju dan memiliki daya saing. Ajarkan anak-anak Anda untuk menciptakan ruang untuk solusi kreatif dan usaha.

3) Tidak mudah menyerah.

Untuk Anda orang tua, ada baiknya untuk mengajarkan kepada anak untuk belajar dari kegagalan. Sifat kewirausahaan tersebut dirasa akan membuat sang anak untuk tidak mudah menyerah.

Kegagalan dalam berbisnis merupakan sebuah hal yang tidak bisa dihindari. Seseorang yang mudah menyerah akan kesulitan membangun bisnisnya dan berkompetisi di pasar karena tidak siap menghadapi tekanan yang datang. Penting bagi setiap pelaku bisnis untuk memiliki mental baja dan selalu bangkit saat gagal. Ajarkan kepada mereka untuk tetap bangkit setelah mengalami kegagalan dan tetap berpikir positif.

4) Pengambil keputusan

Ajarkan kepada anak Anda untuk percaya diri ketika akan mengambil sebuah keputusan. Untuk menumbuhkan jiwa kepemimpinan tersebut, tanamkan selalu kepada anak anda untuk berani mengambil keputusan ketika dihadapkan pada suatu masalah.

5) **Mandiri**

Sifat mandiri yang merupakan salah satu sifat kewirausahaan yang patut diajarkan kepada anak anda. Sebagai orangtua sebaiknya jangan terlalu memanjakan anak dengan selalu menuruti semua keinginannya. Didik anak untuk mandiri dan tidak terlalu sering merajuk. Boleh saja sesekali menuruti permintaannya, tetapi jangan terlalu mudah terbujuk rengekan atau tangisannya ketika meminta sebuah barang.

6) **Jiwa Pemimpin**

Sifat pemimpin harus diajarkan kepada anak dari kecil, penting sekali bagi anda sebagai orangtua untuk membangun dan menerapkan jiwa kepemimpinan yang amanah dan jujur pada diri anak. jiwa pemimpin dapat diajarkan dalam kehidupan sehari-hari

Mengajarkan nilai-nilai kewirausahaan kepada anak baik untuk mengembangkan sifat pribadi anak itu sendiri serta membantu untuk menanamkan sifat positif pada anak-anak sedari kecil. Orangtua bisa memberi contoh kepada anak di kehidupan sehari-hari.

7) **Tidak menunda-nunda pekerjaan**

Banyak orang menunda dan beralasan untuk tidak memulai bisnisnya sehingga impiannya untuk memiliki bisnis hanya jalan di tempat tanpa tindakan untuk mewujudkannya. Seorang calon entrepreneur sukses harus memiliki keberanian untuk take action dan menghilangkan ketakutan-ketakutannya serta langsung terjun ke dalam wirausaha yang direncanakannya. Jika telah memulai dan menjalankan wirausaha dengan konsisten, dengan sendirinya mental dan jiwa entrepreneurship akan terbentuk.

3. Rangkuman

Teori sosiologi menyatakan bahwa jumlah pengusaha dalam suatu negara akan berbanding lurus dengan kemajuan negaranya. Semakin banyak pengusaha di Negara tersebut maka semakin maju pula negara tersebut. Dengan demikian kalau menginginkan Indonesia menjadi Negara yang maju, maka jumlah entrepreneur di Negara Indonesia harus diperbanyak. Upaya menghasilkan wirausaha-wirausaha baru merupakan hal mutlak yang harus terus dikerjakan. Pentingnya entrepreneur di dalam masyarakat tersebut tidak sekedar menjadi 'alat' untuk melakukan perbaikan dan perubahan di dalam kualitas hidup diri dan masyarakat, tetapi juga entrepreneur juga dibuktikan dapat berperan signifikan di dalam mewujudkan kualitas diri masyarakat dan bangsa. Dalam dimensi yang lebih luas, entrepreneur sangat diperlukan karena perannya di dalam mendinamisasikan kegiatan ekonomi bisnis keluarga, masyarakat, daerah dan Negara, yaitu dengan munculnya para pelaku ekonomi bisnis baru yang disebut entrepreneur. Memiliki jiwa entrepreneur akan membuat orang lebih mandiri dan tidak bergantung pada orang lain, mampu berpikir kreatif dan inovatif, serta lebih menghargai uang dan barang. Jiwa entrepreneur yang perlu dikembangkan sekurang-kurangnya meliputi: Mempunyai keyakinan yang kuat, inovatif dan kreatif, tidak mudah menyerah, pengambilan keputusan, mandiri, berjiwa pemimpin, dan tidak menunda-nunda pekerjaan.

4. Diskusi dan Tugas

4.1. Diskusi

- 1) Menurut David Mc Clelland: suatu negara bisa makmur apabila minimal 2% dari jumlah penduduknya menjadi pengusaha (entrepreneur). Indonesia sudah memiliki entrepreneur 3,1% kok belum makmur. Menurut anda apa sebabnya?
- 2) Anda memiliki jiwa entrepreneur yang mana?

4.2. Tugas

- 1) Buatlah rencana bisnis yang mungkin untuk anda wujudkan.
- 2) Dikumpulkan minggu depan.

5. Rujukan

- Boumol, William J. 1990. *Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive*. The University of Chicago Press.
- Drucker, Peter. 1985. *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. London, William Heinemann Ltd,.
- Mc Clelland, David. 1961. *The Achieving Society*. Van Nostrand.
- Romer, Paul M. 1994. The Origins of Endogenous Growth, *Journal Of Economic Perspectives*. Vol. 8, No. 1, Winter 1994, pp. 3 - 22.

6. Bacaan Yang Dianjurkan

- Frinces, Z. Heflin. 2009. *Kepemimpinan berbasis kewirausahaan (Terjemahan)*. Jakarta, Mida Pustaka.

BAB VII

MERINTIS USAHA BARU DAN MODEL PENGEMBANGANNYA

1. Pendahuluan

1.1. Capaian Pembelajaran

Indonesia membutuhkan banyak wirausahawan. Namun sayangnya, minat untuk menjadi wirausahawan masih terbatas. Salah satu yang menjadi kendala bagi mereka yang akan memulai usaha adalah bagaimana merintis usaha baru tersebut. Pada bab VII ini mahasiswa akan dibekali dengan pemahaman dan keterampilan membuka usaha baru dan model pengembangannya. Maka, sesudah pertemuan VII mahasiswa diharapkan dapat:

- 1) Menyebutkan perbedaan ide dan peluang berwirausaha.
- 2) Menyebutkan strategi untuk menciptakan peluang berwirausaha.
- 3) Menjelaskan kompetensi wirausaha yang dibutuhkan
- 4) Menjelaskan strategi pengembangan usaha.

1.2. Entry behavior

Materi bab VII ini cukup padat dan membutuhkan perhatian yang sungguh-sungguh. Untuk itu, sikap yang dibutuhkan dari mahasiswa adalah focus perhatian pada pembelajaran ini.

1.3. Keterkaitan materi bab IV dengan bab yang lain

Merintis usaha baru dan model pengembangannya termasuk materi inti dari mata kuliah kewirausahaan. Materi ini menjadi landasan pembahasan materi pada bab-bab selanjutnya.

2. Materi Perkuliahan

2.1. Latar Belakang

Paradigma pembangunan yang berorientasi pada kewirausahaan adalah suatu keniscayaan yang harus menjadi dasar dalam pengembangan program dan pelaksanaan kegiatan pembangunan Indonesia. Dengan demikian kegiatan pembangunan mulai dari proses perencanaan sampai dengan pelaksanaan, monitoring, dan evaluasi harus diwarnai oleh karakter kewirausahaan. Demikian besar peran yang dapat disumbangkan oleh wirausaha terhadap pembangunan bangsa, namun masih saja orang kurang berminat menekuni profesi tersebut. Hal ini dikarenakan latar belakang pandangan yang negatif dalam masyarakat terhadap profesi wirausaha. Wirausaha ini kegiatannya banyak bergerak dalam bidang bisnis. Dalam kegiatan bisnis termasuk kegiatan perdagangan. Banyak faktor psikologis yang membentuk sikap negatif masyarakat sehingga mereka kurang berminat terhadap profesi wirausaha, antara lain bersaing, egois, tidak jujur, sumber penghasilan tidak stabil, pekerjaan rendah, kurang terhormat dan sebagainya. Pandangan semacam ini dianut oleh sebagian besar penduduk, sehingga mereka tidak tertarik. Mereka tidak menginginkan anak-anaknya menerjuni bidang ini, dan berusaha mengalihkan perhatian anak untuk menjadi pegawai negeri,

apalagi bila anaknya sudah bertitel lulus perguruan tinggi. Landasan filosofis inilah yang menyebabkan rakyat Indonesia tidak termotivasi terjun ke dunia bisnis, sehingga tertinggal jauh dari negara tetangga, yang seakan-akan memiliki spesialisasi dalam profesi bisnis.

Di negara tetangga, mereka dapat mengembangkan bisnis besar-besaran mulai dari industri hulu sampai ke industri hilir, meliputi usaha jasa, perbankan, perdagangan besar (grosir), perdagangan eceran besar (departemen store, swalayan), eceran kecil (retail), eksportir, importir dan berbagai bentuk usaha lainnya dalam berbagai jenis komoditi. Hal inilah yang merupakan salah satu ketertinggalan kita dalam mengarungi kancah bisnis, yang harus kita kejar, mengingat potensi baik alam maupun sumberdaya manusia amat berlimpah di negeri ini. Berawal dari pemikiran ini, perlulah kita menggali potensi yang ada, yang akan menghidupkan dunia kewirausahaan kita, sebagai negeri pemberi kerja bukan pencari kerja bagi masyarakatnya.

Oleh sebab itu, wirausahawan merupakan potensi pembangunan, baik dalam jumlah maupun dalam mutu wirausahaan itu sendiri. Sekarang ini kita menghadapi kenyataan bahwa jumlah wirausahawan Indonesia masih sedikit dan mutunya belum bisa optimal, sehingga persoalan pembangunan wirausahawan Indonesia merupakan persoalan mendesak bagi suksesnya pembangunan.

2.2. Ide dan Peluang Usaha

Berawal dari ide-ide yang masih potensial, maka agar menjadi peluang bisnis yang riil, sosok wirausahawan harus bersedia melakukan evaluasi terhadap peluang secara terus menerus. **Ide** dan **peluang** merupakan dua unsur penting dalam kewirausahaan. Agar ide menjadi peluang, maka harus dievaluasi dengan cara screening (penjaringan), yaitu:

- 1) Ide harus dimunculkan dalam bentuk yang riil (barang dan jasa baru) yang berbeda di pasar. Barang dan jasa yang berbeda itu harus menciptakan nilai efisiensi baik bagi konsumen maupun pembeli potensial;
- 2) Mengamati pintu (asal-usul) peluang;
- 3) Menjamin jumlah dan kualitas produk yang dihasilkan;
- 4) Menaksir biaya awal;
- 5) Memperhitungkan risiko yang mungkin terjadi.

Menurut Thomas W. Zimmerer, ada beberapa keadaan yang menciptakan peluang, yaitu:

- 1) Produk baru harus segera dipasarkan;
- 2) Kerugian teknik harus rendah;
- 3) Ketika pesaing tidak agresif mengembangkan strategi produk;
- 4) Pesaing tidak memiliki teknologi canggih;
- 5) Pesaing tidak memiliki strategi dalam memperbaiki posisinya;
- 6) Perusahaan yang baru dirintis memiliki sumber-sumber dan kemampuan dalam menghasilkan produknya.

2.3. Memasuki Dunia Usaha

Untuk memasuki dunia usaha (bisnis) seseorang harus berjiwa wirausaha. Wirausaha adalah seorang yang mengorganisir, mengelola, dan memiliki keberanian menghadapi risiko. Sebagai pengelola dan pemilik usaha atau pelaksana usaha kecil, ia harus memiliki kecakapan untuk bekerja, mampu mengorganisir, kreatif, serta menyukai tantangan. Ada tiga cara yang dapat dilakukan untuk memasuki dunia usaha, yaitu:

- 1) Merintis usaha baru (starting), yaitu membentuk dan mendirikan usaha baru dengan menggunakan modal, ide, organisasi dan manajemen yang dirancang sendiri. Ada tiga bentuk usaha baru yang dirintis, yaitu:
 - (1) Perusahaan milik sendiri (proprietorship), yaitu bentuk usaha yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang;
 - (2) Persekutuan (partnership), yaitu suatu kerjasama (asosiasi) dua orang atau lebih yang secara bersama-sama menjalankan usaha bersama, dan
 - (3) Perusahaan berbadan hukum (corporation), yaitu perusahaan yang didirikan atas dasar badan hukum dengan modal saham-saham.
- 2) Membeli perusahaan orang lain (buying), yaitu dengan membeli perusahaan yang telah didirikan atau dirintis dan diorganisir oleh orang lain dengan nama dan organisasi usaha yang sudah ada.
- 3) Kerja sama manajemen (franchising), yaitu suatu kerja sama antara entrepreneur (franchisee) dengan perusahaan besar (franchisor/parent company) dalam mengadakan persetujuan jual-beli hak monopoli untuk menyelenggarakan usaha. Kerja sama ini biasanya dengan dukungan awal seperti pemilihan tempat, rencana bangunan, pembelian peralatan, pola arus kerja, pemilihan karyawan, advertensi, pembukuan, pencatatan dan akuntansi, standar, promosi, pengendalian kualitas, riset, nasihat hukum, dan sumber-sumber permodalan.

Hasil survei yang dilakukan oleh Lambing (Suryana, 2001), hampir setengah atau 43 persen responden (wirausaha) menggunakan sumber ide bisnisnya dari pengalaman yang diperoleh ketika bekerja di beberapa perusahaan atau tempat-tempat profesional lainnya. Sebanyak 15 persen mencobanya karena merasa mampu melakukan dengan lebih baik. Sebanyak 11 persen menyatakan, mereka memulai usaha untuk memenuhi peluang pasar. Sedangkan 46 persen lagi dikarenakan hobby. Menurut Lambing, keunggulan dari datangnya perusahaan baru ke pasar, adalah dapat mengidentifikasi “kebutuhan pelanggan” dan “kemampuan pesaing”. Untuk memulai usaha, seorang calon wirausaha harus memiliki kompetensi usaha, yang meliputi:

- 1) Kemampuan teknik, yaitu kemampuan tentang bagaimana memproduksi barang dan jasa serta cara menyajikannya.
- 2) Kemampuan pemasaran, yaitu kemampuan tentang bagaimana menemukan pasar dan pelanggan serta harga yang tepat.
- 3) Kemampuan finansial, yaitu kemampuan tentang bagaimana memperoleh sumber-sumber dana dan cara menggunakannya.
- 4) Kemampuan hubungan, yaitu kemampuan tentang bagaimana cara mencari, memelihara dan mengembangkan relasi, dan kemampuan komunikasi serta negosiasi.

2.4. Upaya Merintis Usaha Baru

Ada beberapa unsur yang harus diperhatikan dalam merintis perusahaan baru, di antaranya:

- 1) Bidang dan Jenis Usaha yang Dimasuki. Pemilihan jenis usaha tergantung pada kebutuhan pasar dan sumber-sumber yang tersedia. Beberapa bidang usaha yang bisa dimasuki, diantaranya:
 - (1) Bidang Usaha Pertanian (Agriculture), meliputi usaha pertanian, kehutanan, perikanan, dan perkebunan;
 - (2) Bidang usaha pertambangan (Mining), meliputi usaha galian pasir, galian tanah, batu dan bata;
 - (3) Bidang Usaha Pabrikasi (Manufacturing), meliputi usaha industri, assembling dan sintesis;
 - (4) Bidang Usaha Konstruksi (Construction), meliputi usaha konstruksi bangunan, jembatan, pengairan dan jalan raya;
 - (5) Bidang Usaha Perdagangan (Trade), meliputi usaha perdagangan kecil, grosir, agen, dan ekspor-impor;
 - (6) Bidang Usaha Jasa Keuangan (Financial Service), meliputi usaha perbankan, asuransi dan koperasi;
 - (7) Bidang Usaha Jasa Perorangan (Personal Service), meliputi usaha potong rambut, salon, laundry dan catering;
 - (8) Bidang Jasa-jasa Umum (Public Service), meliputi usaha pengangkutan, pergudangan, wartel dan distribusi;
 - (9) Bidang Jasa Wisata (Tourism), meliputi berbagai kelompok. Berdasarkan UU No. 9 tahun 1990 tentang Kepariwisata ada 86 jenis usaha yang bisa dirintis, yang terbagi kedalam tiga kelompok usaha wisata, yaitu:
 - a) Kelompok Usaha Jasa Pariwisata (meliputi: Jasa Biro Perjalanan; Jasa Agen Perjalanan Wisata; Jasa Pramuwisata; Jasa Konvensi Perjalanan Wisata Intensif dan Pameran; Jasa Impresariat; Jasa Konsultan Pariwisata; dan Jasa Informasi Pariwisata).
 - b) Pengusahaan Objek dan Daya Tarik Wisata, (meliputi: Pengusahaan objek dan daya tarik wisata alam; Pengusahaan objek dan daya tarik wisata budaya; Pengusahaan objek daya tarik wisata minat khusus)
 - c) Usaha Sarana Wisata, (meliputi: Penyediaan akomodasi; Penyediaan makanan dan minuman; Penyediaan angkutan wisata; Penyediaan sarana wisata dan sebagainya)
- 2) Bentuk Usaha dan Bentuk Kepemilikan Perusahaan
Pemilihan bentuk kepemilikan badan usaha ditentukan oleh besar kecilnya skala usaha dan sumber daya yang dimiliki. Beberapa bentuk kepemilikan usaha yang bisa dipilih, diantaranya:
 - (1) Perusahaan Perorangan (sole proprietorship), yaitu suatu perusahaan yang dimiliki dan diselenggarakan oleh satu orang;
 - (2) Persekutuan (partnership), yaitu suatu asosiasi yang didirikan oleh dua orang atau lebih yang menjadi pemilik bersama dari suatu perusahaan

- (3) Perseroan (Corporation), yaitu suatu perusahaan yang anggotanya terdiri atas para pemegang saham (pesero/stockholder), yang mempunyai tanggung jawab terbatas terhadap utang-utang perusahaan sebesar modal yang disetor.
 - (4) Firma, suatu persekutuan yang menjalankan perusahaan di bawah nama bersama. Apabila untung, maka keuntungan dibagi bersama, sebaliknya bila rugi ditanggung bersama.
- 3) Tempat Usaha yang Akan Dipilih
- Pemilihan tempat usaha harus mempertimbangkan aspek efisiensi dan efektifitas, dengan mempertimbangkan beberapa hal di bawah ini:
- (1) Apakah tempat usaha tersenut mudah dijangkau oleh konsumen atau pelanggan atau pasar? Bagaimana akses pasarnya?
 - (2) Apakah tempat usaha dekat ke sumber tenaga?
 - (3) Apakah dekat ke akses bahan baku dan bahan penolong lainnya seperti alat angkut dan jalan raya?
- Untuk menentukan lokasi atau tempat usaha, ada beberapa alternatif yang bisa dipilih, yaitu:
- (1) Membangun bila ada tempat yang strategis;
 - (2) Membeli atau menyewa bila lebih strategis dan menguntungkan;
 - (3) Kerja sama bagi hasil, bila memungkinkan.
- 4) Organisasi Usaha yang Akan Digunakan
- Kompleksitas organisasi usaha tergantung pada lingkup atau cakupan usaha, semakin besar lingkup usaha, semakin kompleks organisasinya. Sebaliknya, semakin kecil lingkup usaha, maka semakin sederhana organisasinya.
- 5) Lingkungan Usaha
- Lingkungan usaha dapat menjadi pendorong maupun penghambat jalannya perusahaan. Lingkungan mikro dan lingkungan makro berpengaruh terhadap kegagalan dan keberhasilan usaha. Lingkungan mikro adalah lingkungan yang ada kaitannya dengan operasional perusahaan, seperti pemasok, karyawan, pemegang saham, manajer, direksi, distributor, pelanggan/konsumen dan lainnya. Sedangkan lingkungan makro adalah lingkungan di luar perusahaan yang dapat mempengaruhi daya hidup perusahaan secara keseluruhan, yang meliputi:
- (1) lingkungan ekonomi;
 - (2) lingkungan teknologi;
 - (3) lingkungan sosiopolitik; dan
 - (4) lingkungan demografi serta gaya hidup.

Dengan banyaknya pilihan ide dan peluang usaha baru, diharapkan bermunculan sosok wirausaha yang dapat menyediakan sebanyak-banyaknya lapangan kerja bagi tenaga kerja yang ada, dengan demikian pembangunan di negeri ini dapat berlangsung dengan cepat, serta dapat bersaing dengan negara lain yang selama ini memberikan lapangan kerja.

2.5. Cara Mengembangkan Usaha

Memulai suatu bisnis memang tidak mudah. Ada berbagai langkah yang harus dilakukan terlebih dahulu untuk mencapai titik di mana usaha bisa didirikan. Setelah berdiri, masih banyak pula hal yang harus dikerjakan agar usaha bisa terus berkembang. Dalam upaya ini, tentunya ada cara-cara yang bisa dilakukan untuk mengembangkan usaha serta mencapai target. Di awal pembentukan usaha, Anda sudah harus menentukan strategi bisnis dengan tepat. Strategi matang yang telah dibentuk akan memudahkan Anda untuk menentukan arah bisnis dan menjalankan usaha yang diimpikan. Di sisi lain, ketatnya persaingan di dunia bisnis juga menuntut Anda untuk siap bertarung dan menghadapi resiko yang sewaktu-waktu bisa muncul. Ada beberapa cara yang bisa Anda terapkan agar usaha yang telah dirintis bisa berkembang di masa depan.

1) **Tingkatkan Promosi**

Setelah usaha Anda berdiri, yang bisa dilakukan berikutnya adalah promosi. Ini menjadi salah satu cara mengembangkan usaha yang penting karena konsumen perlu mengenal produk, serta jasa yang Anda tawarkan. Buatlah materi promosi yang unik serta tingkatkan frekuensinya agar lebih banyak orang yang mengenal produk atau jasa yang Anda tawarkan. Manfaatkan berbagai jalur promosi, mulai dari menyebarkan brosur, memasang iklan *online*, memanfaatkan sosial media dan masih banyak lagi. Untuk Anda yang masih di tahap pemula, manfaatkan media sosial dan berbagai kecanggihannya se-efektif mungkin. Karena, menggunakan media sosial jauh lebih murah dan media sosial bisa menjangkau lebih banyak calon konsumen. Tawarkan pula berbagai promo, diskon serta voucher menarik. Dengan promosi yang gencar, konsumen pun akan semakin familiar dengan merek Anda dan menjadikannya pilihan.

2) **Kenali Kompetitor**

Akan ada banyak pelajaran yang diambil ketika Anda mulai mengenali kompetitor. Promosi yang terus menerus dilakukan pun tidak akan efektif jika tidak memperhatikan kompetitor. Lihat apa saja nilai jual serta kelebihan yang dimiliki oleh pesaing. Anda tidak perlu mengikuti persis apa yang dilakukan mereka untuk membuat pendapatan berada dalam posisi yang setara. Mengenali kompetitor ini dilakukan dengan tujuan agar bisnis Anda bisa mengeluarkan sesuatu yang berbeda. Melakukan hal yang unik kepada promosi serta produk atau jasa yang ditawarkan bisa saja mendatangkan hasil yang lebih baik dari kompetitor.

3) **Memperluas Jaringan**

Memperluas jaringan bisa dilakukan dengan memperluas pemasaran. Anda bisa membuka *channel* pemasaran yang baru atau mendirikan cabang baru. Jika mempunyai toko *offline*, Anda bisa mencoba jalan baru dengan melakukan pemasaran secara *online*, begitupun sebaliknya. Jika promosi di satu *platform* belum cukup memberikan keuntungan, coba dengan *platform* lainnya yang lebih efektif. Perluasan ini tentu saja harus dibarengi dengan peningkatan suplai bahan dan produksi.

Contoh lain dari perluasan jaringan adalah meningkatkan relasi bisnis. Bangun jaringan Anda lewat berkenalan dengan banyak pihak. Jalin kerja sama dan

pertahankan hubungan yang baik karena suatu saat bisa saja Anda membutuhkan bantuan mereka.

4) **Tingkatkan Sumber Daya**

Peningkatan sumber daya dilakukan secara keseluruhan baik itu sumber daya produk maupun sumber daya manusia. Peningkatan sumber daya produk dilakukan dengan memperhatikan penggunaan bahan serta proses yang diterapkan untuk menciptakan suatu barang. Semakin baik sumber daya yang digunakan, maka semakin berkualitas pula produk yang akan dihasilkan. Dari sisi sumber daya manusia, langkah pertama yang bisa ditempuh adalah memilih tim dan karyawan yang handal. Lihat bagaimana tim dan karyawan Anda ketika bekerja sama atau ketika berhadapan dengan konsumen. Layani konsumen dengan sikap yang ramah. Produk berkualitas yang dibarengi dengan pelayanan yang baik, pastinya akan menarik konsumen untuk mencoba dan nantinya akan datang kembali.

5) **Utamakan Pelayanan Konsumen**

Jika peningkatan sumber daya manusia sudah berjalan secara optimal, maka pelayanan konsumen juga menjadi salah satu aspek penting yang perlu Anda perhatikan. Poin ini sangatlah penting karena pelayanan terbaik kepada konsumen adalah cara terbaik untuk membuat mereka tetap bertahan pada merek Anda. Tidak mengherankan jika layanan konsumen berkualitas tinggi harus jadi hal yang dipertahankan ketika banyak perubahan harus dilakukan. Manfaatkan dunia digital untuk menjaga hubungan baik dengan konsumen. Berikan *update* mengenai produk atau jasa Anda. Berikan pula kesan yang baik lewat keramahan dalam melayani, menjawab pertanyaan konsumen, memberikan solusi serta menawarkan bantuan. Selain itu Anda juga diharapkan mampu mengedukasi konsumen dengan baik.

6) **Lakukan Inovasi Produk**

Jangan sampai Anda merasa cepat puas dengan produk yang sudah dibuat sebelumnya. Zaman akan terus berubah dan tren pun selalu mengikutinya. Maka dari itu, selain membuat produk dan menjaga kualitasnya, inovasi pun harus tetap dilakukan karena konsumen memang cenderung cepat merasa bosan. Jika usaha Anda tidak bisa mengimbangnya, konsumen bisa saja berpindah kepada kompetitor. Antisipasi perubahan konsumen ini dan jangan takut untuk mencoba hal-hal yang baru dan berbeda.

7) **Minimalisasi Biaya Operasional**

Tujuan dalam membangun usaha adalah untuk menghemat biaya pengeluaran dan mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Jangan sampai besar pasak daripada tiang. Maka dari itu, Anda harus benar-benar mengawasi berapa modal dan biaya operasional yang dikeluarkan serta pendapatan yang dihasilkan. Ini dilakukan untuk memastikan kebutuhan yang dipenuhi oleh bisnis selaras dengan apa saja yang harusnya didapatkan untuk menciptakan pertumbuhan.

8) **Investasi**

Apabila berhemat saja tidak cukup, maka Anda perlu mencari cara mengembangkan usaha agar keuntungan yang Anda hasilkan bisa terus berputar. Salah satu cara yang bisa ditempuh adalah dengan berinvestasi. Kini telah banyak media investasi, baik

untuk Anda yang bermodal besar atau pun kecil. Bisa dengan investasi saham, reksadana, properti, emas, deposito berjangka dan berbagai jenis investasi lainnya. Namun, sebelumnya pastikan untuk mengecek secara lengkap informasi mengenai investasi yang akan Anda jalankan. Jangan sampai niat untuk meraup keuntungan berujung pada kerugian.

9) **Atur Keuangan dengan Baik**

Ketika usaha yang didirikan sudah mulai berjalan, salah satu cara mengembangkan usaha yang paling penting adalah mengatur keuangan dengan benar. Sejalan dengan poin sebelumnya, hal ini dilakukan agar pengeluaran dan penghasilan dari usaha Anda bisa berjalan dengan seimbang. Pengaturan keuangan memang sedikit rumit, karena itu banyak yang melakukan dengan seadanya. Padahal ini merupakan bagian krusial dalam perkembangan sebuah bisnis. Tidak heran jika banyak sekali usaha yang gagal karena salah dalam mengelola keuangan. Untuk melakukan pengelolaan keuangan, Anda bisa mempekerjakan seorang akuntan yang kompeten. Apabila pengelolaan data yang dilakukan cukup banyak, seorang akuntan pun pasti membutuhkan bantuan untuk menyederhanakan pekerjaannya. Sebagai solusi, Anda bisa memilih untuk menggunakan *software* akuntansi agar perhitungan bisa dilakukan secara efisien.

Salah satu *software* akuntansi yang bisa diandalkan adalah Jurnal. Jurnal merupakan *software* akuntansi *online* nomor 1 di Indonesia yang efektif dalam membantu pekerjaan Anda. Dengan aplikasi yang *user-friendly*, Jurnal mudah digunakan bahkan untuk Anda yang tidak memiliki latar belakang Akuntansi. Fiturnya yang canggih, otomatis mengkonversi data-data yang Anda *input* menjadi *output* yang sangat beragam. Mulai dari laporan keuangan, pembiayaan, pembuatan faktur, pencatatan barang, pelacakan penjualan terbanyak dan masih banyak lagi bisa sekaligus dilakukan. Dapatkan promo menariknya di sini. dan segera daftarkan perusahaan Anda untuk mendapatkan *free trial* selama 14 hari.

2.6. Strategi Marketing

1) **Membangun Brand yang Kuat**

Branding merupakan salah satu hal krusial yang perlu Anda bangun dari awal bisnis berjalan. Meskipun usaha yang Anda dirikan masih dalam skala kecil, Anda harus mulai membangun citra yang baik dan meningkatkan *brand awareness* agar masyarakat sadar dengan usaha yang Anda dirikan. Dimulai dari memperkenalkan identitas brand ke calon pembeli lewat media sosial seperti Instagram atau Facebook.

Identitas brand yang dibangun harus mengandung informasi terkait apa yang dijual, apa tujuan usaha Anda, dan seperti apa persaingan bisnis Anda saat ini. Beri tahu kepada calon pembeli kelebihan-kelebihan yang ada di usaha Anda, dan juga berikan alasan mengapa calon pembeli harus membeli produk Anda.

Tidak lupa, Anda juga perlu membuat sesuatu yang unik dan berbeda dari usaha-usaha kompetitor. Hal ini bertujuan untuk menarik calon pembeli, dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Pasalnya, *brand* tidak hanya soal logo

dan *tagline*, namun juga bagaimana pelanggan melihat bisnis Anda sebagai *brand* yang terpercaya.

2) Membuat Logo yang Menarik

Jika Anda memiliki citra *brand* yang baik, ada baiknya jika logo yang merepresentasi *brand* Anda juga bagus dan menarik. Karena bagaimanapun juga, logo yang dibuat akan sangat menempel dengan identitas bisnis Anda. Logo yang dibuat harus menarik, dan mengandung makna yang dapat mewakili usaha Anda. Anda bisa meminta bantuan jasa *freelance graphic designer* untuk konsultasi tentang logi, karena *graphic design* pastinya lebih paham dengan pembuatan logo. Diskusikan bagaimana logo yang cocok dengan usaha Anda, dan buatlah logo yang khas dengan warna yang menarik. Dengan logo yang menarik, otomatis calon pembeli juga akan tertarik untuk mencari tahu produk apa yang Anda tawarkan.

3) Menulis Konten Sebagai Strategi Marketing

Internet merupakan salah satu cara yang paling tepat dalam melaksanakan strategi marketing pada bisnis Anda, apalagi jika usaha yang Anda bangun merupakan bisnis kecil. Lewat internet, Anda bisa membangun *brand awareness* tentang usaha Anda, sekaligus untuk mempromosikan produk yang Anda jual.

Salah satu caranya yaitu dengan menulis blog di situs-situs komunitas secara menarik, kemudian cantumkan link usaha Anda. Cara ini merupakan strategi marketing paling murah dan efektif. Anda bisa memulai menulis konten tentang usaha Anda lewat forum komunitas, atau mulai dari media sosial seperti Facebook, Twitter, atau Instagram. Anda dapat mengerjakannya sendiri atau meng-*hire freelance content writer* untuk menuliskan produk-produk Anda di forum online.

4) Gunakan Facebook Ads

Hingga saat ini, media sosial masih menjadi wadah yang paling efektif untuk mengembangkan pasar usaha Anda. Salah satu media sosial yang bisa Anda gunakan adalah Facebook. Pengguna Facebook di Indonesia sendiri merupakan yang terbanyak ke-4 di dunia, yaitu mencapai 130 juta orang. Buatlah akun untuk usaha Anda di Facebook, dengan begitu Anda bisa memperlihatkan produk yang Anda tawarkan kepada calon pembeli. Agar halaman usaha Anda mendapatkan banyak sorotan dari pengguna Facebook, ada baiknya jika Anda menggunakan Facebook Ads.

Facebook Ads merupakan fitur yang memungkinkan profil usaha Anda terpampang di halaman akun pengguna lainnya. Jika Anda menggunakan fitur ini, kesempatan untuk mendapatkan pelanggan menjadi lebih besar, karena banyaknya pengguna Facebook yang bisa terjangkau dengan fitur ini. Kelemahannya yaitu Anda harus mengeluarkan biaya yang disesuaikan dengan jumlah klik dan *page view*, sehingga Anda perlu menyiapkan *budget* tersendiri untuk menggunakan Facebook Ads.

5) Lakukan Riset Pasar

Tren pasar yang selalu berubah, membuat Anda harus rajin melakukan riset kecil-kecilan. Tujuannya yaitu agar Anda bisa memahami kepuasan pelanggan terhadap produk Anda, serta untuk mengetahui tren yang sedang disukai oleh pasar. Dengan begitu, Anda jadi mempunyai bekal untuk menentukan arah bisnis kedepannya. Setiap bisnis tentu memiliki ciri khas pasar yang berbeda, sehingga penting sekali untuk Anda melakukan riset pasar ini. Setelah mengetahui tren yang disukai oleh pasar, tentu akan lebih mudah untuk menentukan strategi dan konten marketing kedepannya agar setiap strategi pemasaran yang Anda keluarkan bisa tepat sasaran. Tujuan akhirnya tetap sama, yaitu agar Anda tidak kalah saing dengan usaha sejenis.

6) Manfaatkan Media Sosial

Tidak hanya dari Facebook, tapi Anda bisa menggunakan segala *platform* media sosial untuk memaksimalkan strategi marketing usaha Anda. Banyak sekali *platform* media sosial yang bisa Anda gunakan sebagai sarana promosi, seperti Instagram, Twitter, bahkan YouTube.

Hingga saat ini, Instagram merupakan *platform* yang paling efektif untuk mempromosikan usaha Anda. Dengan Instagram, Anda bisa dengan mudah memperlihatkan produk Anda dengan foto yang *diupload* ke akun Anda dan gunakan hashtag agar dapat dilihat oleh banyak orang. Jangan lupa untuk menyertakan *caption* tentang produk Anda secara jelas, dan informasi yang lengkap agar calon pembeli tidak harus banyak bertanya.

Platform ini terbukti sebagai sarana pemasaran yang sangat efektif dan murah untuk usaha dengan skala kecil. Jika Anda ingin meningkatkan *awareness*, Anda bisa menggunakan Instagram Ads agar produk Anda muncul di *feeds* pengguna lainnya, namun fitur ini merupakan fitur berbayar.

7) Evaluasi Bisnis Anda

Melakukan evaluasi terhadap bisnis Anda juga merupakan salah satu strategi marketing yang perlu rutin Anda lakukan. Hal ini bertujuan untuk mengamati arus bisnis, apakah ada penurunan atau peningkatan. Jangan lupa untuk selalu membekali evaluasi dengan report yang telah dibuat selama tahun berjalan. Report adalah salah satu cara untuk melakukan evaluasi yang efektif.

Jika terjadi penurunan, Anda harus segera mencari cara baru untuk jadi strategi marketing yang akan digunakan. Jika terjadi kenaikan, harus dicari tahu juga apa yang sebenarnya disukai oleh pasar sehingga dapat Anda maksimalkan. Hal ini harus dilakukan secara rutin untuk menjaga bisnis Anda berjalan sesuai dengan yang diharapkan.

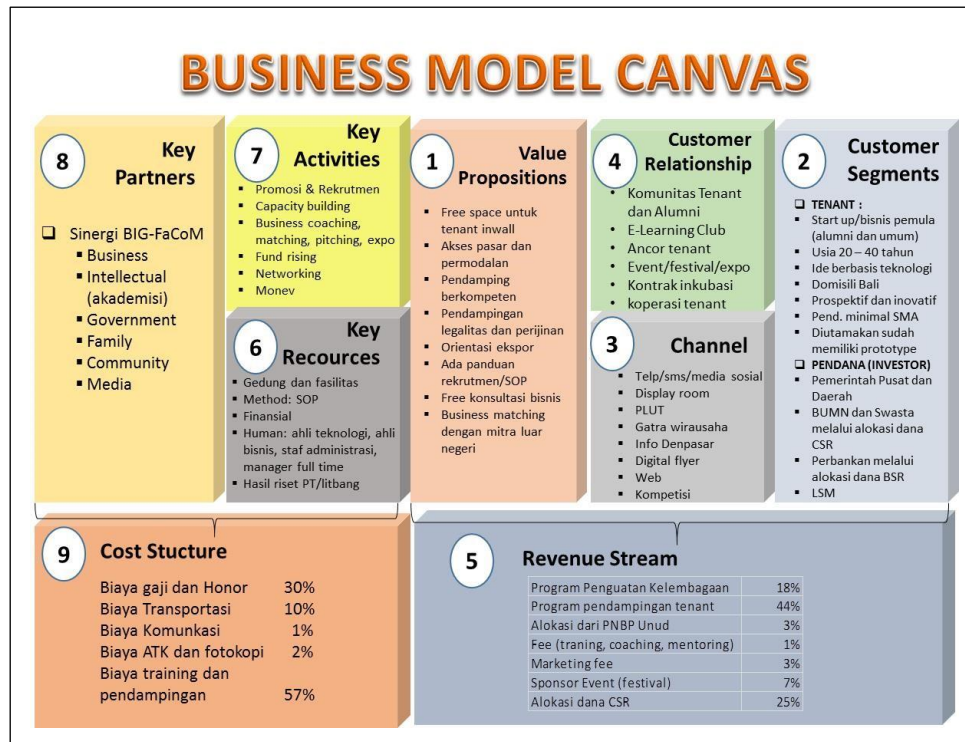
Strategi marketing memang merupakan hal yang penting untuk dilakukan. Salah satu hal penting yang juga perlu diperhatikan dalam membangun bisnis yaitu arus keuangan. Dengan perkembangan zaman, masalah keuangan tidak lagi dilakukan secara manual. Kini, ada banyak *software* akuntansi yang bisa Anda gunakan untuk mempermudah urusan keuangan bisnis Anda, salah satunya adalah Jurnal.

Dengan sistem berbasis *cloud*, Anda bisa mengakses Jurnal dimana saja dan kapan saja. Selain itu, dengan berbagai macam fitur seperti pembuatan laporan keuangan, pembuatan faktur, hingga manajemen aset akan membantu Anda dalam menjalankan urusan keuangan pada bisnis Anda. Cari tahu berbagai fitur lainnya yang bisa Anda dapatkan di sini.

2.7. Bisnis model canvas

Business Model Canvas (BMC) adalah kerangka kerja yang dikenal banyak untuk mendefinisikan model bisnis startup. Business Model Canvas disusun dengan tujuan untuk menjelaskan, menilai, memvisualisasikan, serta mengubah model bisnis sehingga kinerja yang dihasilkan oleh startup lebih maksimal. Model bisnis ini bisa diterapkan oleh semua jenis startup tanpa terbatas sektor usaha. Bisnis model canvas adalah bagaimana memahami bisnis dalam satu kertas.

Bisnis model canvas adalah sebuah strategi dalam manajemen yang berupa visual chart yang terdiri dari 9 elemen. Model bisnis ini pertama kali diperkenalkan oleh Alexander Osterwalder dalam bukunya yang berjudul Business Model Generation. Dalam buku tersebut, Alexander mencoba menjelaskan sebuah framework sederhana untuk mempresentasikan elemen-elemen penting yang terdapat dalam sebuah model bisnis. Jika dilihat sepintas, sebenarnya alur model bisnis canvas nampak cukup sederhana. Secara garis besar, alurnya mengalir dari satu elemen bisnis menuju elemen penting berikutnya.



1) Value Proposition (Proposisi Nilai Konsumen)

Ini adalah sekat yang merupakan keunggulan produk, apa saja sesungguhnya poin-poin yang dapat mendatangkan manfaat yang ditawarkan perusahaan bagi

- customer segment-nya. Hal ini menjadi kesempatan bagi Anda untuk menjabarkan kekuatan dan keunggulan yang membedakan bisnis Anda dengan bisnis yang lain.
- 2) **Customer Segments (Segmentasi Konsumen)**
Elemen pertama yang harus Anda miliki dalam memulai bisnis model kanvas ini adalah menentukan segmen pelanggan mana yang akan menjadi target bisnis. Misalnya, suatu maskapai penerbangan mengeluarkan 2 produk untuk memenuhi kebutuhan 2 segmen pelanggan yang berbeda, atau ada 2 stasiun televisi yang menyajikan 2 acara berbeda untuk memenuhi segmen pelanggan yang berbeda.
 - 3) **Channels (Saluran)**
Channel atau saluran adalah bagaimana Anda bisa menyampaikan produk Anda sampai hingga kepada konsumen. Melalui penggunaan channels yang tepat, Anda baru bisa menyampaikan value propositions kepada customer segments. Jadi, cobalah pikirkan channels yang ingin Anda gunakan dengan baik, karena penentuan channels adalah salah satu elemen penting bagi keberhasilan sebuah bisnis.
 - 4) **Customer Relationship (Hubungan Konsumen)**
Ini merupakan elemen di mana perusahaan menjalin ikatan dengan pelanggannya. Perlu pengawasan yang ketat dan intensif agar pelanggan tidak mudah berpaling ke bisnis yang lain hanya karena jalinan hubungan yang kurang baik.
 - 5) **Revenue Streams (Sumber Pendapatan)**
Revenue stream merupakan bagian yang paling vital, di mana organisasi memperoleh pendapatan dari pelanggan. Elemen ini harus dikelola semaksimal mungkin untuk meningkatkan pendapatan bisnis. Jangan sampai ada bahan baku, produk, atau kinerja yang tidak dimanfaatkan secara maksimal.
 - 6) **Key Resource (Sumber Daya)**
Key resource adalah sekat dalam bisnis model kanvas yang berisikan daftar sumber daya yang sebaiknya direncanakan dan dimiliki perusahaan untuk mewujudkan value proposition mereka. Semua jenis sumber daya, mulai dari pengelolaan bahan baku, penataan sumber daya manusia, dan penataan proses operasional menjadi perhatian dalam membuat model bisnis.
 - 7) **Key Activities (Aktivitas yang Dijalankan)**
Key activities adalah semua aktivitas yang berhubungan dengan produktivitas bisnis yang berkaitan dengan sebuah produk, di mana kegiatan utamanya adalah menghasilkan proposisi nilai.
 - 8) **Key Partnership (Kerjasama)**
Elemen ini berfungsi untuk pengorganisasian aliran suatu barang atau layanan lainnya. Posisi-posisi partner kunci tersebut bermanfaat untuk efisiensi dan efektivitas dari key activities yang telah dibuat. Tak ada salahnya menjalin hubungan baik untuk menciptakan siklus bisnis sesuai dengan ekspektasi.
 - 9) **Cost Structure (Struktur Biaya)**
Elemen terakhir yang tak kalah pentingnya dengan kedelapan elemen lainnya adalah struktur pembiayaan bisnis. Mengelola biaya secara efisien akan membuat bisnis yang dijalani menjadi lebih hemat dan bisa meminimalkan risiko kerugian. Hal ini juga dapat menentukan proposisi nilai yang tepat untuk pelanggan. Pada

elemen terakhir ini, tentu dibutuhkan laporan keuangan yang tepat. Anda dapat membuat laporan keuangan dengan aplikasi keuangan Si APik yang akan dipelajari pada bab X.

2.8. Pemilihan Core Bisnis

Para pebisnis atau entrepreneur pemula sering jatuh pada keinginan untuk menangani bisnis dari hulu sampai hilir. Maksudnya adalah dia menangani mulai dari pengadaan bahan baku (commodity / trader), selanjutnya memproduksi barang (manufacture / producer), terus menciptakan pasar (product / product brand), selanjutnya memasarkan (distribusi / strote brand), dan innovation (inventor). Mengerjakan pekerjaan yang begitu banyak dan begitu berat menjadi sulit untuk mendapatkan keunggulan. Oleh karenanya, disarankan untuk focus pada salah satu core bisnis. Misalnya bahan baku harus focus pada kualitas dan persaingan harga. Menjadi producer harus focus pada efisiensi atau capacity. Product brand harus focus pada development. Distribusi focus pada kelengkapan product, penggunaan on line chanel.

3. Rangkuman

Indonesia membutuhkan wirausahawan karena jumlah wirausahawan di Indonesia masih sangat sedikit. Akan tetapi, untuk mencetak wirausahawan bukanlah hal mudah. Untuk memasuki dunia usaha seseorang harus berjiwa wirausaha. Wirausaha adalah seorang yang mengorganisir, mengelola, dan memiliki keberanian menghadapi risiko. Untuk memulai usaha, seorang calon wirausaha harus memiliki kompetensi usaha, yang meliputi: Kemampuan teknik, pemasaran, finansial, dan kemampuan mengembangkan jaringan. Beberapa unsur yang harus diperhatikan dalam merintis perusahaan baru, di antaranya: Bidang dan Jenis Usaha, Bentuk Usaha, Tempat, organisasi, dan lingkungan usaha. Ada Sembilan cara untuk mengembangkan usaha yang dibahas pada bab ini.

4. Diskusi + Tugas

- 3.1. Pada bab VII ini, mahasiswa diajak untuk berdiskusi berdasarkan studi kasus sebagai berikut: Riyanto seorang mahasiswa dari keluarga kurang mampu secara ekonomi. Untuk membantu keuangan keluarganya, sepulang kuliah Riyanto berdagang siomay di dekat tempat tinggalnya, karena ia penggemar siomay dan di sekitar rumahnya belum ada yang jual. Ia meminjam uang 15 juta dari saudaranya untuk menyewa sebuah kios kecil dan membeli peralatan serta bahan-bahan. Sesudah usahanya berjalan 2 bulan, ternyata tidak banyak orang di sekitar tempat Riyanto yang menyukai siomay. Siomay buatan Riyanto kurang begitu laku. Riyanto juga sering kesulitan mendapat bahan baku untuk membuat siomay. Bahkan akhirnya, modalnya habis. Riyanto bangkrut!
- 3.2. Silahkan anda analisis berdasarkan teori-teori di atas! Apa kesalahan Riyanto dengan bisnisnya tersebut? Apa solusi yang anda tawarkan untuk Riyanto?
- 3.3. **Tugas:** Silahkan anda mulai memikirkan, kalau anda harus memulai bisnis, apa yang akan anda lakukan?

5. Rujukan

Desra. 2019. *Sembilan Cara Mengembangkan Usaha yang Perlu Anda Ketahui*. Jurnal Entrepreneur. <https://www.jurnal.id/id/blog/9-cara-mengembangkan-usaha/>
Zimmerer, Thomas W. dan Scarborough, Norman. 2005. *Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil*, Jakarta, Erlangga (terjemahan).

6. Bacaan Yang Dianjurkan

<http://entrepreneurcamp.id/cara-mencari-ide-bisnis/>

BAB VIII

MENGURUS PERIJINAN UMKM

1. Pendahuluan

1.1. Capaian Pembelajaran

Nama UMKM dalam beberapa tahun ini kerap muncul di berbagai media, namun masih banyak orang yang belum memahami secara baik apa itu UMKM. Pada bab VIII mahasiswa diperkenalkan dengan apa itu UMKM, dan apa keuntungan memiliki UMKM. Mahasiswa juga diajak untuk memahami bagaimana mengurus perijinan UMKM dan keuntungannya memiliki UMKM yang legal. Oleh karena itu, sesudah pertemuan VIII mahasiswa diharapkan:

- 1) Dapat menjelaskan apa itu UMKM
- 2) Dapat menyebutkan keuntungan memiliki UMKM
- 3) Dapat menjelaskan proses perijinan UMKM

1.2. Entry behavior

Sikap yang dibutuhkan dari mahasiswa dalam mendalami bab VIII ini adalah kesediaan untuk memahami dan berlatih dalam mengurus perijinan.

1.3. Keterkaitan materi bab VIII dengan bab yang lain

Bab VIII ini berkaitan dengan pemahaman dan keterampilan praktis yang menjadi penting pelaksanaan praktik pengelolaan wirausaha.

2. Materi Perkuliahan

2.1. Pengertian UMKM

Tahukah anda apa itu UMKM? Saat ini tidak sedikit yang memandangnya dengan sebelah mata. Padahal UMKM ternyata memiliki peran yang besar bagi perekonomian di Indonesia. Terbukti ketika krisis moneter di tahun 1997, di saat satu persatu perusahaan besar tumbang, bisnis UMKM justru tetap ada dan memiliki peran yang besar bagi perekonomian saat itu. Meski begitu ternyata tak banyak yang mengetahui apa itu UMKM.

UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Seperti diatur dalam peraturan perundang-undangan No. 20 tahun 2008, sesuai pengertian UMKM tersebut maka kriteria UMKM dibedakan secara masing-masing meliputi usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah.

Peran UMKM lainnya adalah memberikan lapangan pekerjaan untuk para pengangguran di berbagai daerah. UMKM sendiri adalah bentuk badan usaha yang legal dan mengantongi izin resmi. Segala persyaratan harus dipenuhi untuk mendapatkan Izin Usaha Mikro Kecil dan Menengah (IUMKM) sehingga para Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (PUMKM) akan lebih lancar dalam menjalankan bisnisnya.

2.2. Dasar Hukum UMKM

- 1) Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 98 Tahun 2014 Tentang Perizinan Untuk Usaha Mikro dan Kecil (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 222);
- 2) Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 83 Tahun 2014 Tentang Pedoman Pemberian Izin Usaha Mikro dan Kecil (Berita Nerara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 1814);
- 3) Nota Kesepahaman antara Menteri Dalam Negeri, Menteri Koperasi dan UKM dan Menteri Perdagangan Nomor 503/555/SJ; Nomor 03/KB/M.KUKM/I/2015; Nomor 72/M-DAG/MOU/I/2015 tentang Pembinaan Pemberian Izin Usaha Mikro dan Kecil;
- 4) Perjanjian Kerjasama antara Dirjen Bina Pembangunan Daerah, Deputi Bidang Pengembangan dan Restrukturisasi Usaha, Dirjen Perdagangan Dalam Negeri, Direktur Utama PT. Bank Rakyat Indonesia dan Asippindo tentang Pelaksanaan Nota Kesepahaman Pembinaan Pemberian Izin Usaha Mikro dan Kecil.

Dari berbagai aturan yang diterangkan di atas, maka telah jelas bahwa semua landasan hukum dari IUMKM ditujukan untuk melindungi eksistensi UMKM dalam regulasi aktivitas ekonomi secara menyeluruh.

2.3. Kriteria UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah)

Untuk mengetahui jenis usaha apa yang sedang dijalankan perlu memperhatikan kriteria-kriterianya terlebih dahulu. Hal ini penting digunakan untuk pengurusan surat ijin usaha kedepannya dan juga menentukan besaran pajak yang akan dibebankan kepada pemilik UMKM.

Berikut masih-masing pengertian UMKM dan kriterianya:

- 1) Usaha Mikro
Pengertian usaha mikro diartikan sebagai usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria usaha mikro. Usaha yang termasuk kriteria usaha mikro adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih mencapai Rp 50.000.000,- dan tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha. Hasil penjualan usaha mikro setiap tahunnya paling banyak Rp 300.000.000,-
- 2) Usaha Kecil
Usaha kecil merupakan suatu usaha ekonomi produktif yang independen atau berdiri sendiri baik yang dimiliki perorangan atau kelompok dan bukan sebagai badan usaha cabang dari perusahaan utama. dikuasai dan dimiliki serta menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah. Usaha yang masuk kriteria usaha kecil adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih Rp 50.000.000,- dengan maksimal yang dibutuhkannya mencapai Rp 500.000.000,-. Hasil penjualan bisnis setiap tahunnya antara Rp 300.000.000,- sampai paling banyak Rp 2,5.000.000.000,-.
- 3) Usaha Menengah
Pengertian usaha menengah adalah usaha dalam ekonomi produktif dan bukan merupakan cabang atau anak usaha dari perusahaan pusat serta menjadi bagian secara langsung maupun tak langsung terhadap usaha kecil atau usaha besar dengan total kekayaan bersihnya sesuai yang sudah diatur dengan peraturan

perundang-undangan. Usaha menengah sering dikategorikan sebagai bisnis besar dengan kriteria kekayaan bersih yang dimiliki pemilik usaha mencapai lebih dari Rp500.000.000,- hingga Rp10.000.000.000,- dan tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha. Hasil penjualan tahunannya mencapai Rp2.500.000.000, sampai Rp50.000.000.000,-.

2.4. Ciri-Ciri UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah)

Berikut ini ciri-ciri dari UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Menengah):

- 1) Jenis komoditi/ barang yang ada pada usahanya tidak tetap, atau bisa berganti sewaktu-waktu
- 2) Tempat menjalankan usahanya bisa berpindah sewaktu-waktu
- 3) Usahanya belum menerapkan administrasi, bahkan keuangan pribadi dan keuangan usaha masih disatukan
- 4) Sumber daya manusia (SDM) di dalamnya belum punya jiwa wirausaha yang mumpuni. Biasanya tingkat pendidikan SDM nya masih rendah
- 5) Biasanya pelaku UMKM belum memiliki akses perbankan, namun sebagian telah memiliki akses ke lembaga keuangan non bank
- 6) Pada umumnya belum punya surat ijin usaha atau legalitas, termasuk NPWP.

2.5. Jenis-Jenis UMKM

Seperti yang dijelaskan pada pengertian UMKM yang terdapat dalam Keppres RI No. 19 Tahun 1998 sebagai kegiatan ekonomi rakyat pada skala kecil yang perlu dilindungi dan dicegah dari persaingan yang tidak sehat. Pada dekade terakhir ini mulai marak bermunculan bisnis UMKM mulai dari skala rumahan hingga skala yang lebih besar. Berikut ini jenis usaha yang termasuk UMKM:

1) Usaha Kuliner

Salah satu bisnis UMKM yang paling banyak digandrungi bahkan hingga kalangan muda sekalipun. Berbekal inovasi dalam bidang makanan dan modal yang tidak terlalu besar, bisnis ini terbilang cukup menjanjikan mengingat setiap hari semua orang membutuhkan makanan. Contoh usaha kuliner UMKM, yaitu jualan cemilan, membuat restoran kecil, rumah makan, usaha kafe, jualan makanan, warung makan, kue pesta atau kue ulang tahun, catering dan lain sebagainya.

2) Usaha *Fashion*

Selain makanan, UMKM di bidang *fashion* ini juga sedang diminati. Setiap tahun mode tren *fashion* baru selalu hadir yang tentunya meningkatkan pendapatan pelaku bisnis *fashion*. Contoh usaha *fashion* UMKM, yaitu butik batik, kaos brand (distro), baju muslimah, toko seragam sekolah, baju anak muda wanita, baju anak muda laki-laki, baju khusus naik gunung, baju khusus liburan pantai, jual tas untuk sekolah, tas untuk santai, tas untuk gunung, tas koper, tas barang-barang, jilbab kekinian, jual *accessories* wanita, penyewaan kostum dan lain sebagainya

3) Usaha Pertanian

Siapa bilang usaha agribisnis di bidang pertanian harus bermodalkan tanah yang luas. Kamu bisa memanfaatkan perkarangan rumah yang disulap menjadi lahan agribisnis yang menguntungkan. Contoh UMKM bidang pertanian, yaitu usaha

pertanian jual bibit sayuran, jual bibit buah-buahan, jual bibit bunga, usaha pertanian padi, jagung, sayuran, buah-buahan, tanaman hias dan lain sebagainya.

4) Usaha Elektronik

Contoh UMKM di bidang elektronik, yaitu jual material elektronik, jual lampu, jual perlengkapan musik, jual perlengkapan *sound system*, jual alat elektronik seperti laptop, *handphone*, setrika, *rice cooker*, kabel-kabel, sentral servis alat elektronik dan lain sebagainya.

5) Usaha Furniture

Contoh UMKM di bidang furniture, yaitu menjual perlengkapan dapur, lukisan-lukisan, perlengkapan ruang tamu seperti kursi, meja, lampu, material bangunan, dan lain sebagainya.

6) Usaha Bidang Jasa

Contoh UMKM di bidang jasa, yaitu servis sepeda motor, servisa laptop dan *handphone*, servis mesin cuci, servis televisi, servis wifi, servis AC, tukang potong rambut, tukang bersih-bersih sepeda, tambal ban, salon kecantikan, fotografer, penyewaan kostum pesta, acara karnaval, baju budaya Indonesia dan lain sebagainya.

2.6. Perijinan UMKM

Izin usaha mikro, kecil dan menengah yang selanjutnya disingkat dengan **IUMKM** adalah tanda legalitas kepada seseorang atau pelaku usaha/kegiatan tertentu dalam bentuk izin usaha mikro dan kecil dalam bentuk satu lembar, maka setiap usaha harus memiliki izin secara legal. Kenyataannya, banyak para pelaku usaha kecil yang belum mengetahui tentang Izin Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (IUMKM) dan peruntukannya. Dewasa ini mengurus IUMKM bisa dengan mudah dan cepat, yaitu satu hari sudah bisa selesai asal semua berkas persyaratan sudah dipenuhi. Pemerintah telah menetapkan Peraturan Presiden Nomor 98 tahun 2014 tentang perizinan untuk usaha mikro, kecil dan Menengah yang bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dan sarana pemberdayaan bagi Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (PUMK) dalam mengembangkan usahanya. Selain itu, dalam pengurusan prosedur IUMKM setelah keluar PERPRES menjadi lebih sederhana, mudah, dan cepat sehingga menguntungkan bagi pelaku usaha. Tujuan dari IUMKM ini Untuk memberikan kepastian hukum dan sarana pemberdayaan bagi Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (PUMKM) dalam mengembangkan usahanya.

2.7. Prinsip Pemberian IUMKM

- 1) Prosedur sederhana, mudah dan cepat
- 2) Keterbukaan informasi bagi pelaku usaha mikro, kecil dan Menengah; serta
- 3) Kepastian hukum dan kenyamanan dalam usaha

2.8. Manfaat Bagi PUMKM

- 1) Mendapatkan kepastian dan perlindungan dalam berusaha dilokasi yang telah ditetapkan
- 2) Mendapatkan pendampingan untuk pengembangan usaha

- 3) Mendapatkan kemudahan dalam akses pembiayaan ke lembaga keuangan bank dan non-bank
- 4) Mendapatkan kemudahan dalam pemberdayaan dari pemerintah pusat, pemerintah daerah dan/atau lembaga lainnya.

2.9. Syarat Mengurus Izin Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (IUMKM)

Dalam pelaksanaannya, sebelum mengurus surat IUMKM, pelaku usaha harus memenuhi beberapa syarat berikut ini :

- 1) Melampirkan surat pengantar dari RT atau RW terkait lokasi usaha.
- 2) Memiliki Kartu Tanda Penduduk (KTP) setempat.
- 3) Memiliki Kartu Keluarga.
- 4) Melampirkan Pas Photo berwarna ukuran 4x6 cm 2 lembar.
- 5) Mengisi formulir IUMKM yang telah tersedia.

Selanjutnya Lurah/Camat yang sudah diberikan pendelegasian untuk pengurusan izin usaha oleh Bupati/Walikota melakukan pengecekan syarat-syarat pengajuan IUMKM. Jika persyaratan sudah lengkap, maka pemohon izin usaha bisa mendapatkan IUMKM, tetapi jika syarat-syarat belum lengkap, maka Lurah/Camat berhak mengembalikan syarat-syarat tersebut untuk dilengkapi terlebih dahulu.

2.10. Keuntungan Memiliki IUMKM

Ada beberapa keuntungan yang bisa Anda dapatkan dengan memiliki IUMKM, di bawah ini adalah keuntungan yang akan Anda dapatkan.

- 1) Mendapatkan kepastian perlindungan hukum dalam usaha sesuai dengan lokasi yang sudah ditetapkan.
- 2) Mendapatkan kemudahan dalam pemberdayaan baik dari pusat, provinsi maupun dari daerah.
- 3) Mendapatkan kemudahan dalam mengakses pembiayaan ke berbagai lembaga keuangan bank maupun non-bank.
- 4) Mendapatkan pendampingan untuk pengembangan usaha yang lebih besar.
- 5) Mendapatkan pengakuan yang sah dari berbagai pihak atas izin yang dimiliki dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum.
- 6) Mendorong para pelaku bisnis UMKM untuk sadar pajak, sehingga bisa bermanfaat untuk kemajuan usahanya.
- 7) Menjadi nilai plus dari pada bisnis UMKM lain yang tidak memiliki IUMKM.

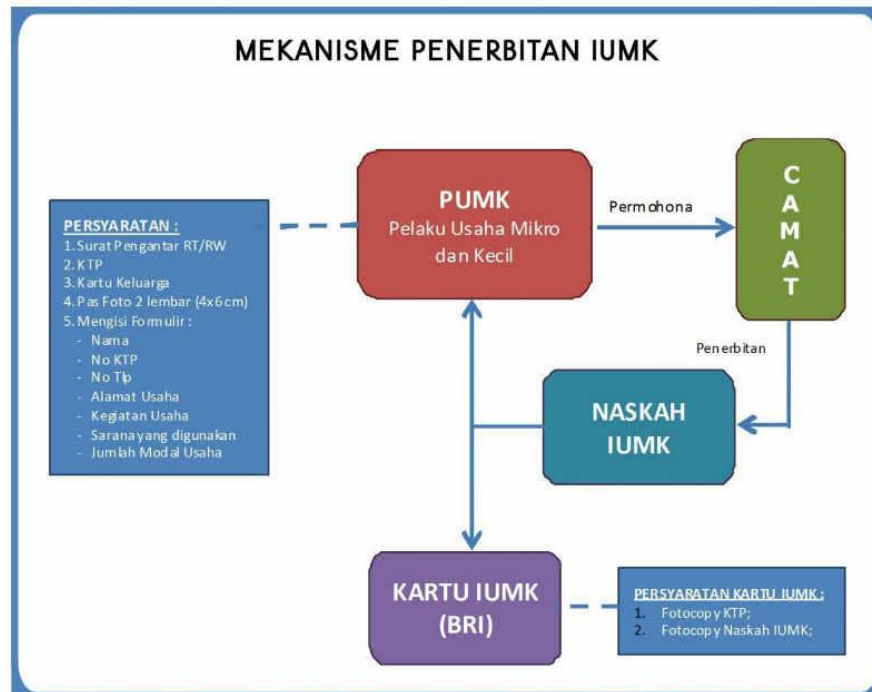
Dengan memiliki IUMKM dijamin usaha Anda kedepannya akan menjadi semakin maju dan bisa bersaing dengan pasar global. Selain perizinan, ada hal penting lain yang menentukan kemajuan bisnis UMKM Anda saat ini, yaitu dalam hal pengelolaan keuangan usaha. Dengan pengelolaan keuangan yang baik, usaha Anda akan bisa semakin berkembang dengan baik.

2.11. Pelaksanaan Penerbitan IUMKM

Ketika ingin menerbitkan IUMKM, maka data harus disetujui oleh Camat terlebih dahulu. Setelah itu, kartu IUMKM akan segera dicetak sehingga segala aktivitas bisnis mikro ini akan bisa dimaksimalkan. Kartu IUMKM mencantumkan bank yang bekerja sama dengan

pemerintah, yaitu bank BRI. Adapun waktu yang dibutuhkan untuk pelaksanaan penerbitan berbeda-beda, namun selama aturannya sesuai regulasi maka bisa segera dilaksanakan

2.12. Mekanisme Penerbitan IUMKM



2.13. Kenapa UMKM Harus *Go Digital*?

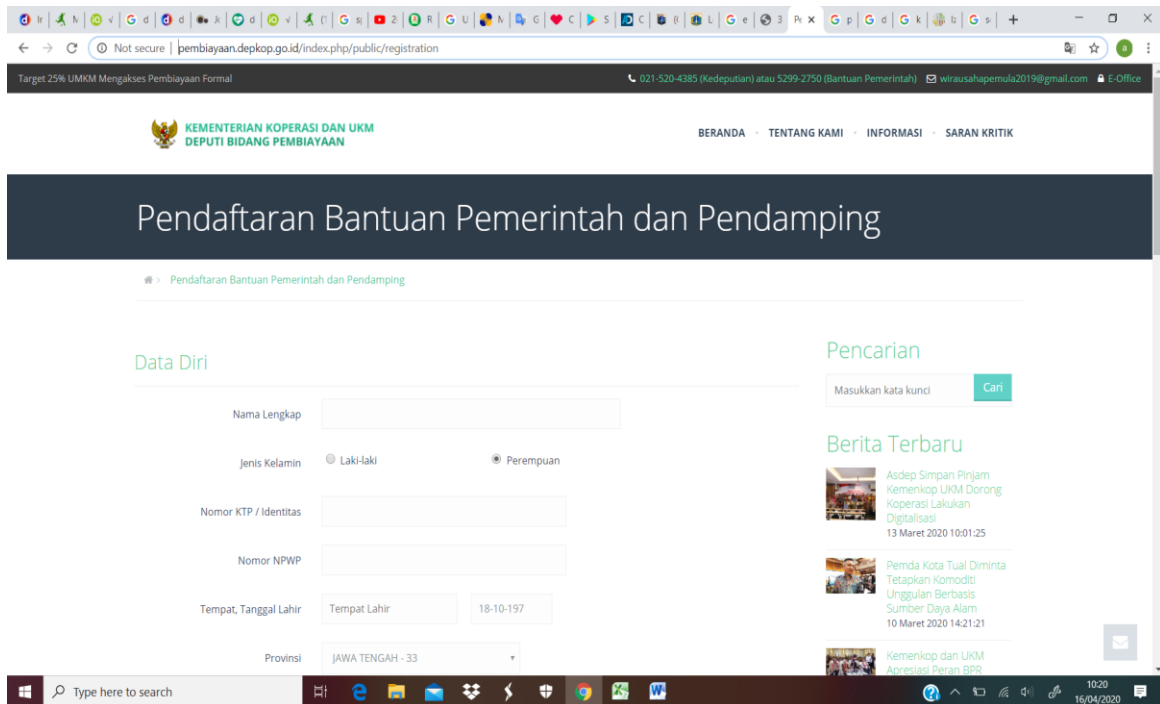
Pemasaran secara online sangat menguntungkan *loh*, kenapa? karena jaringan internet yang luas kita dapat menemukan *customer* yang sangat banyak. Seperti yang kita tahu bahwa pengguna internet di dunia ini semakin lama semakin banyak. Peluang yang didapat dalam bisnis *online* ini sangatlah besar. UMKM yang meningkat pesat di dapat karna cepatnya penyebaran dan banyaknya jumlah orang yang melihat promosi kamu dalam pemasaran. Dengan strategi pemasaran *online* ini seseorang dapat menemukan produk-produk kita karena mereka membutuhkannya. Strategi pemasaran *online* ini juga bisa meningkatkan *branding* produk dan perusahaan kamu menjadi lebih terkesan profesional dan lebih kuat karena sudah tersebar kemana-mana. Melakukan pemasaran *online* cenderung lebih mudah, karena dengan ini kamu tidak perlu lagi repot menentukan kapan toko kamu harus buka. Pemasaran produk dengan *online* pun dipandang oleh seorang *customer*, mereka bisa melihat produk-produk kamu di situs toko *online* kamu kapan saja dan dimana saja tanpa harus datang ke toko kamu, dan mereka bisa langsung mememesannya apabila mereka sudah nyaman dengan produk-produk kamu yang sudah kamu promosikan.

Pada zaman globalisasi seperti sekarang ini, semua orang harus berlomba-lomba menjalankan UMKM dan meraih peluang bisnis yang ada. Untuk itu, diperlukan pengaturan keuangan bisnis yang baik untuk menunjang keberlangsungannya.

2.14. Mengurus Ijin UMKM Secara On-Line

Perijinan UMKM juga dapat dilakukan secara on-line melalui laman:

<http://pembiayaan.depkop.go.id/index.php/public/registration>



The screenshot shows a web browser window displaying the registration page for UMKM financing. The page title is "Pendaftaran Bantuan Pemerintah dan Pendamping". The header includes the logo of the Ministry of Cooperatives and MSMEs (KEMENTERIAN KOPERASI DAN UKM DEPUTI BIDANG PEMBIAYAAN) and navigation links for "BERANDA", "TENTANG KAMI", "INFORMASI", and "SARAN KRITIK". The main content area is titled "Data Diri" and contains several input fields: "Nama Lengkap", "Jenis Kelamin" (with radio buttons for "Laki-laki" and "Perempuan"), "Nomor KTP / Identitas", "Nomor NPWP", "Tempat, Tanggal Lahir" (with sub-fields for "Tempat Lahir" and "18-10-197"), and "Provinsi" (with a dropdown menu showing "JAWA TENGAH - 33"). To the right, there is a "Pencarian" section with a search bar and a "Cari" button, and a "Berita Terbaru" section with three news items. The browser's address bar shows the URL "http://pembiayaan.depkop.go.id/index.php/public/registration".

3. Rangkuman

UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Sejauh ini UMKM berperan memberikan lapangan pekerjaan di berbagai daerah. UMKM adalah bentuk badan usaha yang legal karena mengantongi izin resmi. Untuk mengurus perijinan usaha tersebut ada lima syarat administrative yang harus dipenuhi. Keuntungan kalau UMKM memiliki ijin antara lain: (1) Mendapatkan kepastian perlindungan hukum dalam usaha sesuai dengan lokasi yang sudah ditetapkan; (2) Mendapatkan kemudahan dalam pemberdayaan baik dari pusat, provinsi maupun dari daerah; (3) Mendapatkan kemudahan dalam mengakses pembiayaan ke berbagai lembaga keuangan bank maupun non-bank, dan lain-lain. Perijinan UMKM juga dapat dilakukan secara on-line.

4. Diskusi:

- Apakah anda sudah mempunyai UMKM?
- Bagi yang belum, apakah anda tertarik?

- Bagi yang sudah, apa anda sudah memiliki IUMKM?
- Bagi yang sudah memiliki, tolong share proses perizinannya.
- Bagi yang belum memiliki UMKM, peluang apa yang anda lihat dan sesuai dengan kondisi anda yang memungkinkan anda memulai UMKM?

5. Rujukan

Eril Obeit Choiri. 8 April 2018. *Pentingnya Memiliki Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK) di Indonesia*. Jurnal.id – <https://goo.gl/Em63B2>
Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. *Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK)*. Dekop.go.id – <https://goo.gl/hr5bRE>

6. Bacaan Yang Dianjurkan

Kristiandi dan Purnomo, Djoko. 2018. *Panduan Pendirian Usaha Penerbitan Digital*. Badan Ekonomi Kreatif bekerja sama dengan Universitas Sebelas Maret.

BAB IX
PENGELOLAAN USAHA:
STRATEGI MEMBANGUN USAHA BERKELANJUTAN

1. Pendahuluan

1.1. Capaian Pembelajaran

Banyak orang mencoba untuk membuka usaha, tetapi usaha tersebut tidak bertahan lama dan akhirnya gulung tikar. Banyak hal yang dapat menjadi penyebabnya. Salah satu penyebab tersebut adalah karena tidak adanya perencanaan dan strategi usaha berkelanjutan. Bab IX ini akan membahas Pengelolaan Usaha dan Bagaimana Strategi Membangun Usaha Berkelanjutan. Sesudah pertemuan IX mahasiswa diharapkan:

- 1) Dapat menjelaskan arti usaha berkelanjutan
- 2) Dapat menyebutkan strategi supaya bisnis dapat berkelanjutan.

1.2. Entry behavior

Bab IV ini menekankan aspek pemahaman yang utuh. Mahasiswa diharapkan dapat memperhatikan dengan baik supaya dapat mempunyai gambaran yang utuh bagaimana membangun usaha berkelanjutan.

1.3. Keterkaitan materi bab IV dengan bab yang lain

Bab IV ini menjadi bagian utama dari pemahaman soal kewirausahaan. Bab ini menjadi landasan untuk memahami bab-bab selanjutnya.

2. Materi Pembelajaran

2.1. Dampak COVID-19 Bagi UMKM

Perang dagang dunia dan merebaknya pandemi COVID-19 memberikan dampak besar terhadap perekonomian di Indonesia. Tantangan perekonomian saat ini sangatlah berat. Masyarakat berada dalam kondisi waspada dan sangat berhati-hati dengan membatasi bepergian dan konsumsi, tentunya hal ini berimbas kepada transaksi jual beli di pasaran. Berbagai elemen yang terkena imbas sebut saja restoran, pasar, pusat perbelanjaan, transportasi online, hingga para pemilik UMKM. Berbeda dengan krisis ekonomi di tahun 1998 dan 2008, UMKM dapat menjadi penopang ekonomi karena mayoritas mereka belum mendapatkan akses finansial dan permodalan sehingga tidak mendapatkan pengaruh besar. Namun kali ini, UMKM menjadi salah satu yang paling rentan atas imbas COVID-19.

Dilansir dari data Goldman Sachs bahwa sebanyak 96% pemilik UMKM di Amerika Serikat menyatakan bahwa mereka telah merasakan dampak dari pandemi COVID-19 dan 75% dari usaha mereka mengalami penurunan penjualan. Sementara dilansir dari media daring, Ketua Umum HIPMI JAYA, Afifuddin Suhaeli Kalla mengatakan bahwa omzet UMKM Indonesia telah berkurang hingga 70% dalam sepekan terakhir. Presiden Jokowi telah menghimbau kepada seluruh elemen pemerintah untuk memangkas rencana belanja yang bukan prioritas di APBN dan APBD untuk direlokasi ke tiga prioritas

pemerintah saat ini yakni kesehatan masyarakat, bantuan sosial, dan insentif ekonomi bagi pelaku usaha dan UMKM agar bisa tetap memproduksi dan terhindar dari PHK. Kalau anda sebagai pelaku UMKM di tengah situasi seperti ini, apa yang akan anda lakukan supaya bisnis anda tetap dapat berlanjut (sustainable)?

2.2. Pengertian Usaha Berkelanjutan (Bisnis Sustainable)

Apabila kita memiliki sebuah bisnis, pastilah kita menginginkan agar bisnis kita bisa sustainable atau berkelanjutan. Namun, sebagian besar dunia ini didominasi oleh pemikiran jangka pendek, pandangan mengenai banyaknya masalah yang dihadapi manusia sekarang, serta membiarkan individu atau kelompok melakukan sesuatu tanpa mempertimbangkan konsekuensi dari perbuatannya di masa mendatang merupakan fakta yang menyedihkan.

Kata berkelanjutan sendiri menggambarkan atau memberikan arti sebuah proses atau tindakan kelanjutan jangka panjang, menyebabkan atau membiarkan sesuatu berlanjut dalam jangka waktu tertentu, dan sebuah proses atau tindakan yang membuat sesuatu tetap berjalan atau membuat sesuatu tetap berjalan. Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan dalam konteks bisnis 'berkelanjutan' atau sustainability melibatkan proses dan tindakan yang menjaga perusahaan dari waktu ke waktu.

Dari sudut pandang bisnis, sustainability adalah tentang bagaimana mengurangi biaya sekarang maupun biaya yang mungkin timbul di masa mendatang, dalam bentuk apapun sehingga dapat memfasilitasi profitabilitas, daya saing, dan umur bisnis. Pada tahun 1994, konsultan bisnis Inggris John Elkington Mengkondensasi area ini menjadi tiga kategori dan menyebut mereka sebagai 'triple bottom line' yaitu People, Planet and Profit. Singkat kata, ketiganya merupakan pilar yang mengukur nilai kesuksesan suatu perusahaan dengan tiga kriteria, yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan.

2.3. Strategi Usaha (Bisnis) Berkelanjutan

Memang tidak dapat dipungkiri menjalankan bisnis apapun dalam situasi apapun pasti akan dihadapkan pada resiko baik berupa persaingan bisnis ataupun situasi *force majeure* yang berarti "kekuatan yang lebih besar" yaitu suatu kejadian yang terjadi di luar kemampuan manusia dan tidak dapat dihindarkan sehingga suatu kegiatan atau tujuan bisnis tidak dapat dilaksanakan atau tidak dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya, seperti Covid-19 ini. Untuk menanggapi tantangan dan menghindari adanya kebangkrutan, maka para pelaku bisnis UMKM membutuhkan strategi yang jitu untuk bisa menerobos ketatnya persaingan dan situasi yang tidak menentu. Berikut ini adalah beberapa strategi bisnis terbaru yang dapat dilakukan agar bisnis anda dapat tetap bertahan. Tentu strategi-strategi di bawah ini lebih mungkin untuk dilaksanakan dalam situasi normal.

1) Perkuat Brand yang Anda Miliki

Strategi pemasaran untuk meraih kesuksesan UMKM yang pertama adalah tentang nama *brand*. Bukan tentang seberapa besar keuntungan yang dapat diraih, atau seberapa banyak laba yang bisa didapat dalam jangka waktu dekat. Hal terpenting di sini adalah seberapa besar *brand* dan produk memiliki potensi untuk

menghasilkan pendapatan dalam jangka waktu yang panjang. Dengan memperkuat nama *brand*, bisnis Anda akan lebih mudah dikenali dan secara tidak langsung akan mudah dipilih oleh konsumen untuk mewakili produk-produk serupa.

2) Mengetahui Pesaing Bisnis

Tidak ada hal lain yang lebih sulit selain mencoba mendalami dan mengetahui lebih dalam mengenai kompetitor yang menjadi pesaing dalam berbisnis. Mengetahui pesaing bisnis, berarti mengetahui apa kelebihan dan kelemahan kompetitor Anda. Dari kelebihan yang dimiliki pesaing bisnis, Anda bisa mencontoh dan mengembangkannya. Sedangkan, kekurangan dari pesaing bisnis akan membuat Anda untuk memiliki kewaspadaan dan tidak jatuh pada kegagalan yang sama.

3) Aktif Berpromosi

Promosi erat kaitannya dengan penguatan *brand* produk dan peningkatan nilai di mata konsumen. Semakin efektif nilai pemasaran dan promosi yang Anda jalani, maka semakin besar pula peluang keuntungan yang akan Anda dapatkan. Promosi produk untuk meraih kesuksesan UMKM saat ini tidaklah terlalu sulit. Banyak media promosi yang bisa Anda pilih dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan anggaran yang dimiliki bisnis.

4) Cermat melihat tren pasar dan Bangun Loyalitas Konsumen

Nggak mungkin kan anda membangun suatu usaha begitu saja tanpa mempertimbangkan permintaan pasar yang ada? Tren pasar memang penting dipertimbangkan jika anda ingin bisnis anda terus berlanjut. Bagaimanapun juga, angka penjualan anda ditentukan oleh kebutuhan pasar saat ini. Lucy Wiryono, pebisnis Indonesia yang berhasil mengembangkan “Holycow!”, mengatakan bahwa konsumen merupakan kunci utama agar sebuah bisnis mampu bertahan. Hubungan baik dengan konsumen pun harus selalu dijaga. Misalnya saja membentuk loyalitas konsumen dengan memberikan pelayanan terbaik.

5) Kenali Kebiasaan Konsumen

Konsumen adalah raja. Mereka ibarat udara yang membuat bisnis Anda bisa tetap hidup dan bertahan. Untuk memberikan pelayanan yang terbaik, Anda perlu mengetahui kebiasaan dari konsumen dalam membeli produk. Dengan mempelajari kebiasaan mereka, maka secara tidak langsung Anda bisa merangkul konsumen menjadi lebih erat, sehingga konsumen bisa menjadi lebih loyal dan nyaman. Kondisi seperti itulah yang berpotensi untuk menghasilkan keuntungan lebih banyak dalam jangka waktu yang lebih lama.

6) Gunakan Internet Marketing

Para konsumen cenderung ingin berbelanja dalam ruang yang lebih privat dan terhindar dari keramaian. Internet membuka pintu yang lebar bagi Anda untuk berinovasi. Anda dapat menampilkan produk bisnis pada *website*, *blog*, *facebook*, dan situs lainnya, dengan memasang foto-foto yang sekiranya dapat menarik

konsumen, Anda juga dapat berinteraksi secara langsung dengan konsumen tanpa dibatasi ruang dan waktu. Menghadapi sebuah situasi persaingan bisnis, memang akan selalu membutuhkan sebuah strategi yang harus selalu dikembangkan. Untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat, Anda harus mengelola keuangan bisnis mulai sekarang.

7) Bangun Kemitraan

Bisnis anda tidak akan berkembang jika anda tidak membangun jaringan yang mumpuni! Anda dapat membayangkan, bagaimana anda memenuhi keinginan para pelanggan kalau anda tidak mempunyai supplier yang bisa mendukung usaha anda? Sama halnya seperti pekerja dan konsumen, hubungan dengan para mitra pun perlu anda jaga karena mereka memegang peran yang penting dalam menggerakkan roda operasi bisnis anda. Oleh karena itu, pilihlah juga mitra yang memiliki potensi untuk membawa usaha anda ke jenjang bisnis yang lebih baik pula. Jangan asal memilih partner bisnis, karena hal ini dapat mencelakakan usaha anda.

8) Tetap transparan dalam berbisnis

Ada cara lain yang bisa Anda lakukan untuk tetap membuat pelanggan percaya pada bisnis Anda, yakni tetapkan transparan. Sebagai contoh, Anda adalah seorang pebisnis ritel yang menjual berbagai jenis hijab. Berdasarkan Data Internal Moka, hijab merupakan produk ritel fashion yang paling banyak diburu. Nyatanya, wabah corona menyebabkan keterlambatan dalam pengiriman produk kepada pelanggan. Dari yang biasanya hanya dalam 3 hari kerja, sekarang bisa sampai 2 minggu kerja. Supaya pelanggan tidak bertanya-tanya atau komplain kepada Anda, infokan dengan jujur mengenai adanya keterlambatan tersebut dan estimasi kapan barang akan sampai.

9) Tawarkan pengalaman berbeda untuk pelanggan

Sebagai contoh, tadinya Anda berencana untuk mengeluarkan koleksi fashion terbaru menjelang Ramadan. Akan tetapi, **virus corona** yang membuat bisnis agak goyang membuat Anda terpaksa harus menunda *launching* produk Anda. Ya, meski *launching* produk tersebut ditunda, Anda sebenarnya bisa tetap memperkenalkan produk tersebut kepada para pelanggann secara *online*. Entah lewat *website* atau media sosial bisnis Anda. Tawarkan pengalaman berbeda kepada pelanggan. Yang tadinya Anda menjual produk-produk siap pakai, kali ini ajak pelanggan untuk Pre-Order produk Ramadan Anda. Berikan diskon khusus untuk 25 pelanggan utama sebagai reward untuk mereka.

10) Pilih *supplier* local

Seperti yang diketahui, pengiriman barang atau bahan baku dari luar negeri, terutama dari Tiongkok, masih mengalami keterlambatan. Guna mengatasinya, Anda bisa memilih *supplier* lokal dibandingkan *supplier* dari luar negeri. Mengapa? Sebab belum ada informasi pasti mengenai kapan pembatasan pengiriman barang

dari luar negeri akan berakhir. Untuk itu, tidak ada salahnya mencari *supplier* terpercaya agar bisnis tetap bertahan saat wabah corona.

Di sisi lain, Anda juga bisa memanfaatkan **aplikasi untuk memantau stok bahan baku** di gudang. Dengan demikian, baik Anda maupun karyawan tidak perlu bolak-balik ke gudang hanya sekedar untuk mengecek ketersediaan bahan baku. Kemudian, bagi Anda yang juga sedang menghindari tempat publik atau keramaian, Anda pun bisa memanfaatkan layanan on-line seperti shopee, Tokopedia, Bukalapak, BliBli, Lazada, Zalora, dll agar Anda atau karyawan tidak perlu berbelanja langsung ke pasar demi mendapatkan bahan baku yang dibutuhkan. Dengan demikian, Anda dan karyawan bisa lebih terjaga dari paparan COVID-19.

11) Manfaatkan Dana Darurat

Dana Darurat nyatanya bukan cuma penting dimiliki oleh pribadi, melainkan untuk bisnis. Bayangkan, bila Anda tidak memiliki **Dana Darurat**, bagaimana Anda bisa mengantisipasi harga yang naik? Bagaimana Anda bisa mengatasi hal-hal mendadak yang tidak sesuai dengan *business plan* Anda? Untuk itu, manfaatkanlah Dana Darurat untuk mengantisipasi hal-hal yang tidak diinginkan, terutama saat wabah corona seperti sekarang ini. Manfaatkanlah juga **pinjaman modal** dari platform terpercaya supaya bisnis Anda tidak lesu.

3. Rangkuman

Usaha (bisnis) ‘berkelanjutan’ atau sustainability melibatkan proses dan tindakan yang menjaga usaha dari waktu ke waktu. Dari sudut pandang bisnis, sustainability adalah tentang bagaimana mengurangi biaya sekarang maupun biaya yang mungkin timbul di masa mendatang, dalam bentuk apapun sehingga dapat memfasilitasi profitabilitas, daya saing, dan umur bisnis. Agar bisnis berkelanjutan untuk jangka panjang, John Elkington (1994) menggarisbawahi perlunya ‘*triple bottom line*’ yaitu People, Planet and Profit. Ketiganya merupakan pilar yang mengukur nilai kesuksesan suatu perusahaan dengan tiga kriteria, yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan. Para wirausahannya membutuhkan strategi agar usaha mereka dapat berkelanjutan. Dalam bab ini ditawarkan 11 strategi yang dapat ditempuh.

4. Diskusi:

Materi diskusi sebagai berikut:

- Anda mempunyai usaha warung makanan, pada hari-hari biasa omset anda 2 juta perhari, keuntungan bersih antara Rp. 700.000.00 – Rp. 800.000.00 perhari.
- Selama masa Covid-19 omset anda menurun jauh, keuntungan anda berkisar Rp. 100.000.00 perhari. Padahal anda juga harus mengaji karyawan.
- Berdasarkan teori yang anda pelajari hari ini, Apa yang akan anda lakukan?

5. Referensi

Balai Pustaka. 2010. *Menuju Bisnis Berkelanjutan – Petunjuk Praktis Pelaksanaan CSR*. Jakarta, Balai Pustaka.

Elkington, J. 1997. *Cannibals with forks – Triple Bottom Line of 21 Century Bussiness*. Stoney Creek, CT: New Society Publishers.

6. Bacaan yang dianjurkan

Suraji, Robertus dan Sastrodihadjo, Istianingsih. 2020. *Entrepreneurship (Sistem Ekonomi Pasca Kapitalis)*. Yogyakarta, UPP STIM YKPN.

BAB X

MENGHITUNG BIAYA INVESTASI dan PENCATATAN KEUANGAN

1. Pendahuluan

1.1. Capaian Pembelajaran

Para pelaku usaha micro, kecil dan menengah (UMKM) seringkali tidak membuat catatan keuangan. Uang usaha seringkali tercampur dengan uang pribadi (untuk kebutuhan rumah tangga). Bagi yang membuat laporan, laporan dibuat manual dan seadanya (tidak memenuhi kaidah akuntansi). Hal ini akan menimbulkan kesulitan ketika para pelaku tersebut mau meningkatkan usahanya dan berurusan dengan bank atau kementerian UMKM, ketika mau mengajukan peminjaman dana. Bank Indonesia menyediakan aplikasi pencatatan keuangan yang sederhana dan mudah. Aplikasi pencatatan keuangan itu diberi nama Si-Apik. Oleh karena itu, mahasiswa perlu mempelajari aplikasi tersebut. Maka, dari pertemuan X ini mahasiswa diharapkan:

- 1) Dapat menjelaskan Aplikasi Pencatatan Keuangan si-Apik.
- 2) Dapat membuat laporan keuangan dengan menggunakan aplikasi pencatatan keuangan si-Apik

1.2. Entry behavior

Aplikasi pencatatan keuangan Si-APIK merupakan keterampilan praktis yang harus dikuasai oleh mahasiswa. Sikap yang dibutuhkan dalam bab ini adalah kemauan untuk berlatih sampai bisa.

1.3. Keterkaitan materi bab X dengan bab yang lain

Ada banyak sistem pencatatan keuangan. Aplikasi pencatatan keuangan Si-APIK merupakan salah satu sistem pencatatan keuangan yang sederhana, praktis dan mudah digunakan. Keterampilan praktis yang dilatihkan dalam bab ini akan mendukung praktik teori kewirausahaan yang dipelajari dalam bab yang lain.

2. Materi Pembelajaran

2.1. Pengertian Investasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), investasi merupakan salah satu bentuk penanaman modal dalam perusahaan atau proyek untuk memperoleh keuntungan. Sementara itu, para ahli ekonomi dan finansial mendefinisikan investasi secara berbeda. James C. VanHorne (1995), profesor finansial di Universitas Stanford menyatakan bahwa investasi merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan dengan memanfaatkan kas yang ada untuk mendapat hasil di masa yang akan datang. Ahmad (2004) mengatakan investasi adalah menempatkan uang atau dana dengan harapan untuk memperoleh tambahan atau keuntungan tertentu atas uang dana tersebut. Sementara itu, menurut Mulyadi (2006), investasi adalah suatu keputusan melepaskan

dana saat sekarang dengan harapan untuk menghasilkan arus dana masa datang dengan jumlah yang lebih besar dari dana yang dilepaskan pada saat investasi awal.

Ada juga ahli yang menyebut bahwa investasi adalah komitmen atas sejumlah dana atau sumber daya lainnya yang dilakukan pada saat ini, dengan tujuan memperoleh sejumlah keuntungan di masa mendatang (Tandelilin, 2010). Sedangkan Sadono Sukirno (2015), pengarang buku yang kerap kali membahas mengenai makro ekonomi dan mikro ekonomi menyatakan investasi sebagai pembelanjaan modal untuk membeli barang dan perlengkapan yang akan digunakan untuk memproduksi barang atau jasa.

Dari pendapat sejumlah ahli di atas, maka Investasi dapat juga diartikan sebagai penundaan konsumsi di masa sekarang dalam jumlah dan selama periode waktu tertentu dengan tujuan memperoleh keuntungan di masa yang akan datang pada tingkat tertentu sesuai dengan yang diharapkan. Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) memiliki definisi yang lebih rumit mengenai investasi. Dinyatakan bahwa investasi adalah aktiva yang digunakan perusahaan untuk meningkatkan jumlah kekayaan melalui pemberian hasil investasi berupa dividen, bunga, royalti hingga uang sewa atau manfaat lainnya.

Ada banyak cara untuk menghitung biaya investasi. Salah satu parameter yang sering digunakan dalam investasi adalah Return On Investmen (ROI). ROI ini biasanya digunakan untuk mengevaluasi performa sebuah investasi dan membandingkannya dengan efisiensi dari investasi lainnya. ROI dapat dihitung dengan membagi keuntungan yang diperoleh dari investasi terhadap biaya investasi. Nilai dari ROI dinyatakan dalam satuan persen. Namun demikian, dalam perkuliahan ini ROI tidak akan dibahas secara khusus. Dalam perkuliahan ini akan dibahas Si-APIK.

2.2. Apakah Siapik itu?

- 1) Bank Indonesia telah mengupayakan sebuah Aplikasi Akuntansi untuk Usaha Mikro Kecil berbasis Android. Aplikasi ini sangat mudah digunakan dan telah memenuhi standar akuntansi Entitas Mikro Kecil Menengah (EMKM) yang baru saja di keluarkan oleh Ikatan Akuntan Indonesia. Ada dua model usaha yang bisa diakomodasi dengan aplikasi ini yaitu Usaha Perorangan dan Usaha Belum Memiliki Badan Hukum. Untuk usaha yang telah memiliki badang hukum, seperti PT, contohnya bisa merujuk ke Standar Akuntansi ETAP (Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik) dan kurang cocok memakai aplikasi ini.
- 2) Si Apik merupakan singkatan dari “Aplikasi Akuntansi Pencatatan Informasi Keuangan”. Si Apik adalah aplikasi keluaran Bank Indonesia yang dibuat untuk memudahkan para pemilik Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam penyusunan laporan keuangan usahanya. Aplikasinya dibuat sederhana, dibuat dengan platform Android supaya mudah digunakan, karena hampir semua orang Indonesia memiliki HP Android.

2.3. Cara Download dan menggunakan Aplikasi Si APik

1) Download Aplikasi Si APik dari Google Play Store

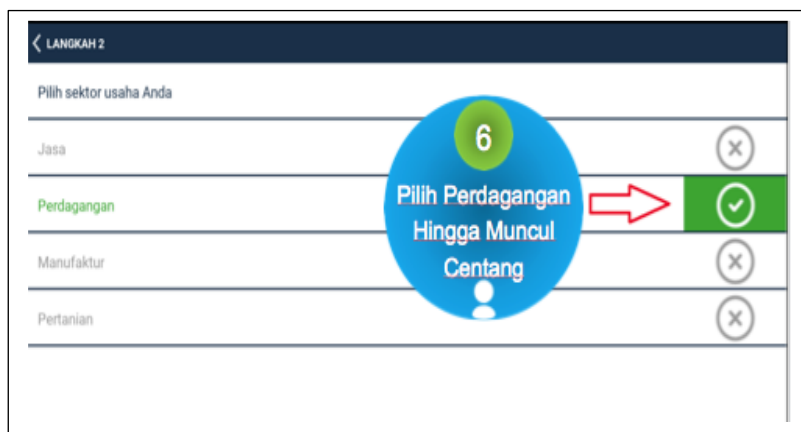


2) Mulai menggunakan Si APik

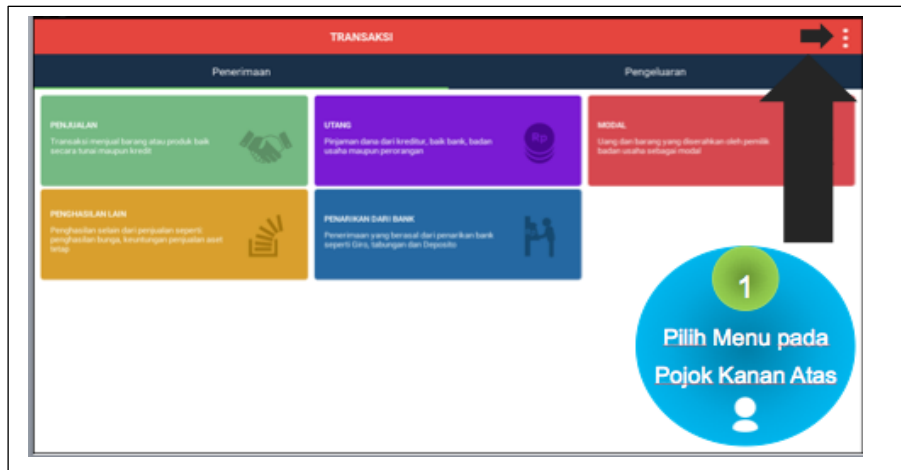


3) Pilih dan Isikan Jenis Usaha

Anda bisa memilih beberapa jenis usaha yang paling cocok dengan usaha anda, apakah perdagangan, jasa atau manufaktur. Ikuti instruksi selanjutnya.



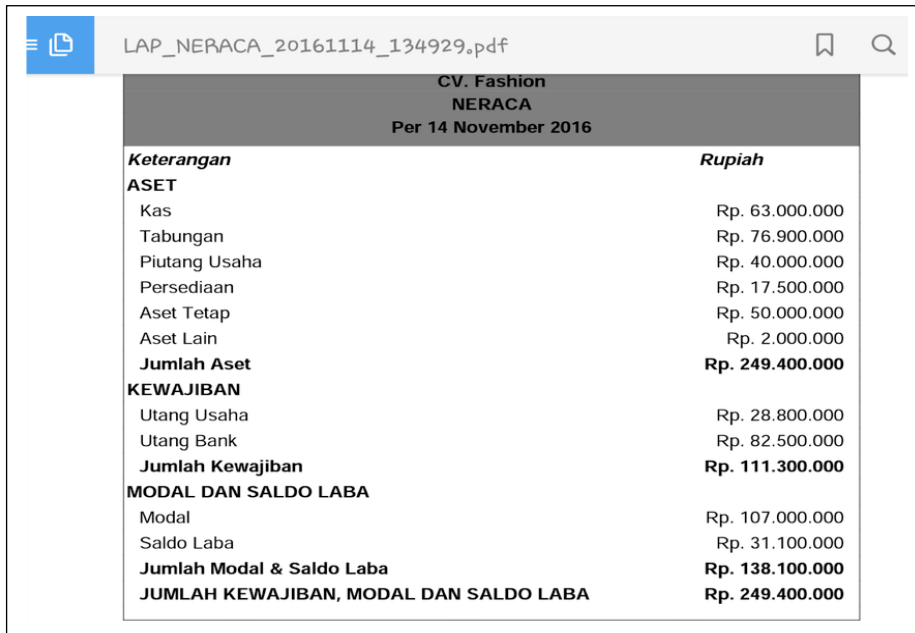
4) Catat transaksi pemasukan



5) Menu transaksi



6) Pelaporan Keuangan



CV. Fashion	
NERACA	
Per 14 November 2016	
Keterangan	Rupiah
ASET	
Kas	Rp. 63.000.000
Tabungan	Rp. 76.900.000
Piutang Usaha	Rp. 40.000.000
Persediaan	Rp. 17.500.000
Aset Tetap	Rp. 50.000.000
Aset Lain	Rp. 2.000.000
Jumlah Aset	Rp. 249.400.000
KEWAJIBAN	
Utang Usaha	Rp. 28.800.000
Utang Bank	Rp. 82.500.000
Jumlah Kewajiban	Rp. 111.300.000
MODAL DAN SALDO LABA	
Modal	Rp. 107.000.000
Saldo Laba	Rp. 31.100.000
Jumlah Modal & Saldo Laba	Rp. 138.100.000
JUMLAH KEWAJIBAN, MODAL DAN SALDO LABA	Rp. 249.400.000

2.4. Catatan

Berdasarkan pengalaman praktik, ada beberapa catatan ketika anda belajar menggunakan aplikasi keuangan Si APik:

- 1) Meskipun aplikasi Si APik sangat sederhana, tetapi mungkin akan ada banyak kendala ketika anda mulai mencoba menggunakannya. Teruslah berlatih menggunakannya.
- 2) Pilihan jenis usaha juga akan sedikit membedakan penggunaannya satu sama lain.
- 3) Harap cermat ketika memasukkan data transaksi, karena akan menentukan data master.

3. Rangkuman

Dalam usaha menjadi wirausahawan yang baik maka biaya investasi harus dihitung. Ada banyak cara untuk menghitung biaya investasi. Dalam perkuliahan ini dilatihkan penggunaan aplikasi pelaporan keuangan Si-APIK. Si Apik merupakan aplikasi yang dibuat oleh Bank Indonesia dengan tujuan untuk memudahkan para pemilik Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam penyusunan laporan keuangan usahanya. Si-Apik merupakan singkatan dari "Aplikasi Akuntansi Pencatatan Informasi Keuangan". Aplikasinya dibuat sederhana, dibuat dengan platform Android supaya mudah digunakan, karena hampir semua orang Indonesia memiliki HP Android.

4. Latihan

Buatlah laporan keuangan usaha yang anda miliki (anda rencanakan) dengan menggunakan aplikasi si-APIk. Buat pelaporan untuk jangka waktu satu tahun. Kumpulkan dua hari sebelum pertemuan XI.

5. Rujukan

- Ahmad, Kamarudin. 2004. *Dasar-Dasar Manajemen Investasi dan Portofolio*. Rineka Cipta. Jakarta.
- James C. Van Horne, 1995. *Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan*. Edisi kesembilan, Buku Satu, Edisi Indonesia, PT Salemba Empat, Jakarta.
- Sadono. 2015. *Makro Ekonomi*. Edisi Ketiga. Jakarta PT. Raja Grafindo Persada
- Tandelilin, Eduardus. 2010. *Portofolio dan Investasi Teori dan Aplikasi*. Edisi pertama. Yogyakarta : Kanisius.

6. Bacaan Yang Dianjurkan

- Ikatan Akuntan Indonesia. 2009. *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan 16*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyadi. 2006. *Akuntansi Biaya*. STIE YKPN, Jakarta.

BAB XI

MENYUSUN PROPOSAL BISNIS

1. Pendahuluan

1.1. Capaian Pembelajaran

Proposal bisnis memberi gambaran mengenai bagaimana bisnis akan dijalankan. Proposal bisnis sangat berguna baik bagi wirausahawan sendiri maupun pihak lain yang akan diajak bekerjasama. Sesudah pertemuan XI diharapkan:

- 1) Mahasiswa dapat menyebutkan tujuan penyusunan proposal bisnis
- 2) Mahasiswa dapat menjelaskan langkah-langkah menyusun proposal bisnis
- 3) Mahasiswa memiliki proposal bisnis yang disusunnya sendiri.

1.2. Entry behavior

Menyusun proposal bisnis adalah keterampilan yang dapat dilatihkan kepada mahasiswa. Sikap yang dibutuhkan dalam perkuliahan ini adalah kesediaan untuk berlatih menulis proposal bisnis.

1.3. Keterkaitan materi bab XI dengan bab yang lain

Bab XI ini menjadi kesempatan bagi mahasiswa untuk menuangkan gagasan wirausaha yang telah dipelajari dalam bab-bab sebelumnya. Bab ini merupakan bab membutuhkan ketekunan untuk praktik menyusun proposal.

2. Materi Perkuliahan

2.1. Proposal Bisnis

Covid-19 telah meluluh lantakkan dunia usaha Indonesia yang sedang mulai menggeliat. Banyak bisnis yang sudah berjalan bertahun-tahun terpaksa gulung tikar, pun demikian bisnis yang baru mulai berjalan. Situasi ini sungguh menantang mereka yang berjiwa entrepreneur untuk menemukan cara baru yang dapat mengubah situasi yang tidak menguntungkan ini, menjadi peluang bagi dunia yang lebih baik. Dalam situasi ini, saya mengajak anda semua untuk merencanakan berwirausaha yang lebih baik dengan membuat Proposal Bisnis.

Memulai usaha baru tentunya membutuhkan banyak persiapan dan perencanaan, seperti bisnis plan maupun proposal usaha. Sebenarnya saat sebelum pandemic Covid-19, banyak sekali orang yang berlomba – lomba dalam mendirikan usaha sendiri. Usaha pun banyak jenisnya, ada usaha kuliner, laundry, pengiriman barang, property, otomotif, dan sebagainya. Bagi Anda yang sedang berpikir untuk mendirikan sebuah usaha / bisnis, ada beberapa tahap yang harus Anda perhatikan. Selain menentukan ingin bergelut di bidang usaha tertentu, mempersiapkan modal, menentukan lokasi usaha, dan sebagainya, Anda juga harus menyusun proposal usaha yang lengkap.

Apakah yang dimaksud dengan proposal usaha? Proposal usaha adalah media umum tertulis dan sistematis yang dibuat oleh wirausahawan untuk menjabarkan mengenai usaha baru dan hal – hal yang terkait di dalamnya. Proposal merupakan bahasa turunan

yang diambil dari Bahasa Inggris yakni “to propose” atau mengajukan. Maka proposal lebih dikenal dengan kata surat pengajuan atau permohonan. Proposal usaha merupakan media umum untuk menjelaskan profil usaha yang akan dikembangkan oleh seorang pengusaha. Proposal ini berupa dokumen tertulis yang menggambarkan semua unsur, baik internal maupun eksternal mengenai suatu usaha baru. Proposal bisa juga diartikan sebagai sebuah tulisan atau pemaparan yang dibuat oleh penulis yang bertujuan untuk melakukan penjabaran atau menjelaskan sebuah rencana dengan suatu tujuan atau kegiatan kepada pembaca atau pihak yang menjadi target. Jadi proposal usaha adalah dokumen tertulis yang disiapkan oleh wirausahawan yang menggambarkan semua unsur yang relevan. Baik itu internal maupun eksternal mengenai proyek baru, atau proposal usaha yang merupakan dokumen tertulis berisi usaha baru yang sedang direncanakan. Dalam menyusun sebuah proposal usaha, Anda perlu memerhatikan beberapa faktor penting di dalamnya seperti tujuan yang realistis, fleksibel, batasan waktu, dan juga komitmen.

Mengapa Anda Membutuhkan Proposal Usaha? Mengapa menyusun proposal usaha merupakan hal yang penting untuk Anda lakukan? Dengan memiliki proposal usaha, Anda dapat lebih mudah membuat rencana untuk mengembangkan suatu usaha. Bukan hanya itu, Anda juga bisa mendapatkan beberapa manfaat lain, seperti, membandingkan antara rencana sebelumnya dan hasil yang ingin dicapai, mengembangkan dan menguji strategi dan hasil yang diharapkan dari sudut pandang pihak lain, sebagai alat komunikasi dalam memaparkan gambaran usaha, membantu untuk berpikiran kritis dan objektif, membantu memahami persaingan faktor ekonomi dan analisis finansial, dan memperjelas keberadaan sumber-sumber dana dalam mengelola usaha.

Memiliki proposal usaha memiliki banyak keuntungan. Di bawah ini adalah daftar dari fungsi proposal usaha, yaitu:

- 1) Dapat digunakan sebagai kerangka untuk mendirikan bisnis.
- 2) Dapat digunakan untuk bahan perbandingan antara rencana sebelumnya dan hasil yang ingin diraih.
- 3) Dapat digunakan untuk merancang strategi bisnis serta menggali kelebihan maupun kekurangannya.
- 4) Dapat digunakan untuk membantu wirausahawan dalam mengkaji bidang usaha yang dijalankannya melalui sudut pandang orang lain.
- 5) Dapat digunakan sebagai alat untuk mengembangkan bisnis.
- 6) Dapat digunakan untuk mendata persaingan pada lapangan, resiko yang akan dihadapi, serta membantu wirausahawan dalam mengambil langkah antisipasi resiko tersebut.
- 7) Dapat digunakan sebagai alat transparansi anggaran yang dibutuhkan.
- 8) Dapat digunakan sebagai materi yang diajukan untuk menjalin kerjasama dengan investor.
- 9) Dapat digunakan untuk mengajukan pinjaman modal kepada pihak bank.

Ketika Anda berada dalam tahap membuat proposal usaha, Anda harus menyusunnya secara singkat, padat, dan jelas. Sebagian besar orang tidak mempunyai banyak waktu untuk membaca proposal yang tebal dan bertele – tele. Oleh karena itu, proposal harus

dilandaskan pada rangkaian dan struktur kata yang jelas dan langsung pada intinya. Usahakan pihak yang menerima proposal Anda dapat memahami gambaran keseluruhan hanya dengan membaca satu atau dua halaman pertama.

2.2. Cara Membuat Proposal Usaha

Penyusunan *draft* proposal usaha umumnya tidak baku, namun secara umum proposal ini harus disusun berdasarkan analisis bisnis terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang akan dihadapi. Layaknya, proposal usaha harus asli dan realistis, jika tidak pemodal atau investor akan ragu dengan proposal yang kamu ajukan. Proposal yang anda buat tidak boleh menyalin dari proposal-proposal orang lain. Ketika anda membuat proposal usaha, tentu dengan niat dan tujuan agar proposal yang kita ajukan menarik, elegan, benar dan pantas untuk mendapatkan persetujuan. Sehingga tujuan kita untuk mengadakan permintaan barang atau pengadaan dana lebih mudah terealisasikan. Lalu, apa saja sih yang harus ada di dalam proposal usaha anda agar dapat diterima? Proposal usaha mencakup sasaran dan strategi. Sasaran di sini adalah apa yang dicapai perusahaan, sedangkan strategi adalah arah tindakan untuk mencapai sasaran usaha. Bagi Anda yang belum mempunyai pengalaman dalam menyusun proposal usaha, Anda tak perlu khawatir. Di bawah ini akan dibahas cara menyusun proposal usaha yang baik dan benar.

1) Pendahuluan

Sebagai proposal pada umumnya, proposal *bisnis plan* juga harus diawali dengan pendahuluan. Pada bagian pendahuluan ini, dijelaskan antara lain:

- (1) latar belakang jenis usaha yang anda pilih atau anda miliki,
- (2) selanjutnya dijelaskan prospek usaha tersebut di masa mendatang,
- (3) gambaran keunggulan usaha Anda dibandingkan usaha sejenis lainnya,
- (4) permasalahan / tantangan yang akan dihadapi,
- (5) cara menghadapi kendala tersebut,
- (6) serta visi dan misi usaha Anda.

2) Profil Lengkap Usaha

Profil Lengkap mengenai usaha yang dijalankan juga wajib Anda jabarkan secara jelas. Profil badan usaha meliputi:

- 1) Nama badan usaha
- 2) Jenis usaha
- 3) Alamat lokasi, beserta email dan nomor telephone
- 4) Riwayat perusahaan.

3) Lokasi Badan Usaha

Setelah itu Anda juga dapat mencantumkan lokasi dimana badan usaha Anda tersebut berdiri. Pastikan Anda menulis alamat yang jelas dan lengkap beserta kelurahan, kecamatan, dan kode posnya. Sertakan denah lokasi juga. Ini untuk meyakinkan kepada pihak penerima proposal Anda bahwa lokasi badan usaha Anda benar adanya, tidak fiktif, dan dapat dilacak.

Lokasi usaha harus dicantumkan dalam proposal karena lokasi merupakan bagian dari aspek pemasaran disamping harga dan promosi. Ada dua hal yang perlu diperhatikan dalam menentukan lokasi usaha, yaitu:

- (1) Backward Linkage (hubungan ke belakang), hubungan yang berkaitan dengan cara memperoleh bahan baku yang berdampak pada besarnya biaya produksi.
- (2) Forward Linkage (hubungan ke depan), hubungan yang berkaitan dengan daerah hasil pemasaran yang terkait dengan masalah penjualan dan distribusi produk untuk sampai ke tangan konsumen.

4) Struktur Organisasi Badan Usaha

Meskipun Anda hanya membuka usaha kelas kecil maupun menengah, Anda disarankan untuk memasukkan struktur organisasi badan usaha Anda. Gambarkan secara jelas mengenai pemilik, asisten, staff produksi, staff keuangan, staff pemasaran, staff admin, dan sebagainya. Gambar dalam bentuk bagan!

5) Manajemen Usaha

Dalam proposal usaha, wirausaha harus menjelaskan secara detail tentang:

- (1) bentuk kepemilikan,
- (2) struktur modal,
- (3) peranan organisasi perusahaan,
- (4) status badan hukum usaha yang akan dijalankan apakah berbentuk badan usaha Perseorangan, Firma, CV, Perseroan Terbatas, atau bentuk badan usaha lainnya.

6) Produk Yang Dijual

Proposal usaha harus menguraikan secara rinci tentang spesifikasi dari sebuah produk, misalnya ukuran, jenis, kegunaan, keistimewaan, kuantitas hasil produk setiap periode, dan lain sebagainya. Dalam membuat produk, sebagai pengusaha harus mempertimbangkan hal hal penting seperti permintaan dan kebutuhan konsumen, persaingan pasar, sumber daya yang menunjang pembuatan produk, hingga daya beli konsumen.

Anda dapat menjabarkan di sini mengenai produk perusahaan secara lengkap berupa:

- (1) Jenis produk,
- (2) spesifikasi,
- (3) metode produksi,
- (4) keunggulan produk,
- (5) kuantitas yang dihasilkan setiap produksi,
- (6) kendala produksi atau bahan baku yang akan dihadapi, dan sebagainya.

7) Target Pasar yang Dituju

Setiap usaha yang Anda dirikan tentu harus memiliki target pasar yang jelas. Siapa konsumen yang Anda bidik. Apa jenis kelaminnya, berapa usianya, bagaimana tingkat pendidikannya, pekerjaannya, penghasilannya, dan sebagainya. Hal ini

penting dilakukan agar produk Anda dipasarkan pada target market yang tepat. Anda juga dapat dengan mudah menentukan kebijakan harga produk Anda. Pasar merupakan tempat orang melaksanakan transaksi atau tempat bertemunya konsumen dan produsen. Sebelum memasuki pasar, pengusaha harus menetapkan segmen pasar, target konsumen, strategi pemasaran termasuk juga kebijakan harga. Lima jenis pasar yang menjadi sasaran pengusaha dari produk yang dihasilkan yaitu pasar monopoli, pasar persaingan sempurna, pasar oligopoli, pasar monopolistis, dan pasar monopsoni.

8) Persaingan

Perusahaan harus bisa menjelaskan posisi usahanya dan pesaingannya dalam pasar. Selain itu, perusahaan juga harus bisa menggambarkan strategi yang akan dijalankan untuk memenangkan persaingan. Posisi perusahaan diklasifikasikan menjadi empat yaitu pemimpin pasar, penantang pasar, pengikut pasar, dan perelung pasar.

9) Strategi pemasaran

Pada bagian ini kamu harus menjelaskan dengan rinci strategi pemasaran apa yang akan kamu lakukan dalam penjualan produk yang kamu jual. Pastinya strategi ini disesuaikan lagi dengan bentuk produk yang dijual, manfaat produk, dan juga produk ini ditujukan pada siapa. Dengan begitu strategi pemasaran bisa dibuat dengan jelas.

10) Laporan Keuangan

Perusahaan yang baru memulai usaha harus menyertakan rencana modal, estimasi biaya, dan pendapatannya. Sedangkan yang telah memiliki usaha wajib menyertakan laporan keuangan yang lalu dalam rencana usaha. Laporan keuangan meliputi neraca perusahaan, laporan laba/rugi, analisis titik impas (BEP) serta sumber permodalan, jadi bisa dinilai kemampuan riil maupun potensi perusahaan. Untuk membuat laporan keuangan secara instan dan mudah, Anda dapat menggunakan software akuntansi Jurnal. Info lebih lanjut, temukan di sini.

11) Terapkan Analisis S.W.O.T (Strength. Weakness. Opportunity. Threat)

Anda juga perlu memasukkan Analisis S.W.O.T ke dalam proposal usaha Anda. Analisis S.W.O.T sangat dibutuhkan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman terhadap badan usaha yang tengah dijalankan. Analisis S.W.O.T perlu dirancang untuk memudahkan setiap badan usaha dalam merancang strategi yang tepat.

SWOT	Peluang	Ancaman
	1. 2. 3. 4.	1. 2. 3. 4.

Kekuatan 1. 2. 3. 4.	Strategi 1 menggunakan kekuatan utk memanfaatkan peluang: 1. 2.	Strategi 2 menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman: 1. 2.
Kelemahan 1. 2. 3. 4.	Strategi 3 memanfaatkan peluang untuk meminimalisir kelemahan: 1. 2.	Strategi 4 mengatasi ancaman dg meminimalisir kelemahan: 1. 2.

Dengan demikian ada 8 strategi dalam bisnis anda, sebagai berikut:

- (1) (Dari strategi 1)
- (2) (Dari strategi 1)
- (3) (Dari strategi 2)
- (4) (Dari strategi 2)
- (5) (Dari strategi 3)
- (6) (Dari strategi 3)
- (7) (Dari strategi 4)
- (8) (Dari strategi 4)

12) Lampiran

Hal penting yang perlu dicantumkan pengusaha pada bagian ini adalah dokumen-dokumen penting perusahaan seperti:

- (1) akta pendirian perusahaan,
- (2) SIUP,
- (3) sertifikat tanah,
- (4) dan lain sebagainya.

Dengan menyusun proposal usaha dengan baik, Anda dapat menjalankan usaha dengan lebih mudah dan teratur. Setelah usaha berjalan dengan baik, Anda harus terus mengembangkan usaha agar tidak ditinggalkan oleh pelanggan. Dalam mengembangkan usaha dengan tepat, Anda perlu melihat laporan keuangan usaha perusahaan Anda.

3. Rangkuman

Dalam usaha untuk menjabarkan usaha baru dan hal-hal yang terkait di dalamnya para wirausahawan membuat proposal usaha (proposal bisnis). Proposal bisnis merupakan media umum untuk menjelaskan profil usaha yang akan dikembangkan oleh seorang pengusaha. Ada sekurang-kurangnya 9 manfaat proposal bisnis. Secara umum proposal bisnis tidak mempunyai bentuk baku, namun proposal ini harus disusun berdasarkan analisis bisnis terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang akan dihadapi. Proposal bisnis harus asli dan realistis supaya pemodal atau investor tidak ragu dengan proposal yang diajukan. Proposal yang anda buat tidak boleh menyalin dari proposal-proposal orang lain. Proposal bisnis yang disusun harus dengan niat dan tujuan yang baik, dengan bahasa yang menarik, elegan, benar dan pantas untuk mendapatkan persetujuan. Proposal bisnis

mencakup sasaran dan strategi. Sasaran di sini adalah apa yang dicapai perusahaan, sedangkan strategi adalah arah tindakan untuk mencapai sasaran bisnis.

4. Latihan/Tugas

Langkah-langkah

- 1) Silahkan membaca materi perkuliahan dengan cermat
- 2) Tentukan bisnis yang akan anda jalani, pilih bisnis yang realistis untuk situasi saat ini.
- 3) Buatlah analisis SWOT bisnis yang anda pilih
- 4) Tentukan strategi yang anda pilih
- 5) Susunlah proposal bisnis, sesuai petunjuk materi kuliah.
- 6) Setelah selesai, silahkan upload di ruang kuliah kita.

5. Rujukan

Daryanto, Drs. 2012. *Cara Membuat Proposal bisnis*. Bandung, Gava Media.

6. Bacaan Yang Dianjurkan

Utami, Novia Widya. 2019. *Panduan Lengkap Menyusun Proposal Usaha*. Jurnal Entrepreneur, <https://www.jurnal.id/id/blog/2017-panduan-lengkap-menyusun-proposal-usaha/>.

BAB XII

SURVEI DAN PEMASARAN PRODUK

1. Pendahuluan

1.1. Capaian Pembelajaran

Survei merupakan strategi yang harus ditempuh ketika seseorang akan mulai berwirausaha. Hasil survei akan menentukan langkah apa yang akan ditempuh oleh seorang wirausahawan. Mahasiswa perlu bejalur survei dan pemasaran produk dengan harapan bahwa setelah perkuliahan ini, mahasiswa:

- 1) Dapat menjelaskan apa survei dan pemasaran produk, serta apa manfaatnya.
- 2) Dapat menyebutkan secara lengkap cara melakukan survei.
- 3) Dapat melakukan survei, dengan platform Google Form.

1.2. *Entry behavior*

Bab ini membutuhkan pemahaman dan keterampilan. Mahasiswa dituntut untuk memperhatikan dengan sesame dan bersedia berlatih dengan sepenuh hati.

1.3. Keterkaitan materi bab XII dengan bab yang lain

Bab XII ini berisi pemahaman dan keterampilan praktis yang dilandasi oleh pemahaman dalam bab-bab sebelumnya.

2. Materi Perkuliahan

2.1. Riset Pasar

Pada pertemuan ke-12 ini, kita akan membahas tema Survei dan Pemasaran Produk. Sebenarnya antara survey dan pemasaran produk merupakan dua tema yang berbeda. Namun dua hal ini saling berkaitan sehingga akan kita bahas bersama.

Ketika anda atau sebuah perusahaan mempersiapkan peluncuran produk baru atau mau menguji efektivitas iklan, peran riset pasar menjadi sangat penting sebelum akhirnya membuat keputusan yang lebih baik. Mempelajari kebiasaan belanja, menguji konsep baru, mengukur kesadaran pasar akan suatu produk (*brand awareness*) atau menguji ukuran pasar, semua ini adalah sangat penting bagi setiap bisnis atau wirausaha yang ingin bertahan dan berkembang di zaman yang semakin kompetitif ini.

Riset pasar akan memberikan hasil yang cepat dan relatif terjangkau untuk melakukan analisa segmentasi pasar, baik bagi perusahaan besar, menengah ataupun usaha kecil. Setelah mengetahui informasi demografis pelanggan, maka dengan menggunakan survey akan sangat mudah untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan atau bahkan mengembangkan produk baru. Setiap pelanggan memiliki kunci untuk kesuksesan setiap bisnis. Yang perlu dilakukan oleh setiap pelaku bisnis atau wirausaha seperti anda adalah bertanya pada pelanggan mereka. Ini adalah satu – satunya cara untuk mempertahankan pelanggan anda dan bahkan mengembangkan usaha anda. Produk yang sukses dan bisnis yang besar tidak terjadi hanya dengan mengandalkan intuisi dan keberanian.

Kritik dan saran yang disampaikan oleh seorang pelanggan atas kepuasan menggunakan jasa bisnis anda, perlu anda nilai sebagai hal yang positif bagi kelangsungan bisnis anda tersebut. Mengapa? Karena bentuk kepedulian dari seorang pelanggan terhadap bisnis yang anda jalankan tersebut. Mereka saat ini bisa dengan mudah menyampaikan kritik dan saran kepada bisnis anda melalui sebuah *survey* atau kuesioner baik itu secara langsung ataupun *online*. Menerima kritik dan saran dari pelanggan memang merupakan hal yang pasti tidak anda sukai. Walaupun demikian penyampaian kritik dan saran melalui *survey* atau kuesioner ternyata dapat meningkatkan kualitas pelayanan di bisnis anda. Bahkan di era digitalisasi seperti sekarang, *survey* bukan hanya digunakan sebagai wadah untuk menerima kritik dan saran dari pelanggan saja, tetapi sudah digunakan secara masif sebagai suatu strategi pemasaran dalam menentukan segmentasi pasar.

Apakah Manfaat Survey dan Kuesioner Hanya Digunakan Sebagai Kritik dan Saran dari Pelanggan Saja? Walaupun bisa dimanfaatkan sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan suatu bisnis, namun *survey* juga digunakan oleh perusahaan atau bisnis saat ini untuk menentukan segmentasi pasar seperti mengetahui perilaku, karakteristik, kebutuhan, dan apa yang diinginkan oleh pasar. Di era teknologi yang berkembang pesat seperti saat ini, anda sudah tidak perlu bingung lagi ketika ingin mengetahui segmentasi pasar, yaitu pengelompokan pembeli berdasarkan perilaku konsumen, karakteristik, kebutuhan, hingga apa yang mereka butuhkan. Semua itu bisa anda dapatkan melalui *survey* yang dilakukan secara *online* melalui platform-platform *survey online* yang tersedia, seperti *Google Form*, *SurveyMonkey*, dll.

2.2. Manfaat Survei

Mungkin ada yang belum paham, Apa itu Survey? *Survey* merupakan suatu kegiatan untuk melakukan penelitian atau pemeriksaan dengan cara yang komprehensif (meliputi seluruh aspek). Kegiatan *survey* dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu wawancara langsung dan melalui *online*. Selanjutnya hasil *survey* dapat dijadikan data pendukung untuk perusahaan mengambil langkah terkait harga, strategi pemasaran, anggaran, dll.

Manfaat Survei:

- 1) Mengetahui Kualitas Produk. Saat ini, pelanggan memiliki peranan penting dalam menentukan seberapa berkualitas kah produk atau barang kamu tersebut. Mengapa? Kualitas produk ditentukan oleh konsumen bukan dari pihak yang membuat produk tersebut. Jika anda mengatakan produk kamu tersebut sudah *jempolan* tetapi konsumen berkata tidak, apakah produk kamu tersebut bisa laris di pasaran? Pasti pembelinya sedikit. Walaupun demikian harga juga menjadi bahan pertimbangan ketika konsumen ingin membeli produk perusahaan anda.
- 2) Sebagai Bahan Evaluasi. Hal ini menyangkut perbaikan terus-menerus yang harus anda lakukan untuk memberikan pelayanan yang prima kepada konsumen. Sehingga hasil *survey* yang telah diisi oleh pelanggan dapat anda gunakan sebagai bahan evaluasi yang menyangkut kualitas produk, penjualan, dll. Namun, semua hal tersebut harus berorientasi kepada pelanggan.

- 3) Mengetahui Pesaing atau Kompetitor. Memiliki database pelanggan merupakan suatu hal yang paling berharga dalam dunia pemasaran, karena pelanggan adalah raja. Anda dapat memanfaatkan *survey* kepada pelanggan kompetitor anda untuk mendapatkan *feedback* darinya. Walaupun produk kamu laris dan bagus di mata konsumen, percayalah bahwa di dalam kelebihan pasti terdapat kekurangan, begitupun sebaliknya.

Pentingnya Feedback Dari Pelanggan Adalah:

- 1) Membantu meningkatkan produk dan layanan Anda.
- 2) Membantu untuk memberikan pengalaman pelanggan yang lancar.
- 3) Memungkinkan Anda untuk masuk ke sepatu pelanggan Anda (mengerti perjalanan pelanggan dengan lebih baik).
- 4) Memberi Anda data penting yang dapat digunakan untuk membuat keputusan bisnis yang lebih baik.
- 5) Membantu meningkatkan retensi pelanggan.
- 6) Dapat digunakan untuk mengidentifikasi pendukung pelanggan.

2.3. Cara Melakukan Survei

Di bawah ini adalah beberapa cara yang biasa dilakukan oleh para ahli pemasaran dalam melakukan riset pasar:

- 1) Gunakan kelompok target yang spesifik.
Survey menawarkan cara yang cepat dan efektif dalam mengumpulkan informasi, namun harus dipastikan pula bahwa survey tersebut diisi oleh orang tepat. Dengan mengirimkan survey kepada target pasar yang spesifik, maka hasil survey pun akan lebih terpercaya dan efektif.
- 2) Memastikan produk yang ditawarkan dapat bersaing di pasar.
Dengan melihat dari hasil survey, para pelaku bisnis dapat mengumpulkan informasi terkait produk mereka, kepuasan pelanggan, dan yang terutama adalah tingkat penjualan. Lebih lanjut lagi, para pelaku bisnis juga dapat menanyakan hal apa yang ingin diubah oleh para pelanggan pada produk mereka atau bahkan menanyakan kelebihan produk pesaing.
- 3) Bangun strategi sosial media.
Dengan pesatnya penggunaan sosial media akhir – akhir ini, peran survey yang disebarkan melalui sosial media pun menjadi penting. Tidak seperti jumlahlikeatauretweetyang kurang deskriptif, dengan menggunakan survey maka para pelaku bisnis dapat mendapat jawaban yang lebih rinci dan memberikan gambaran yang lebih besar yang akan membantu untuk mengerti kebutuhan pasar. Selain untuk melakukan survey, sosial media juga dapat digunakan untuk memberikan para pelanggan perkembangan terbaru terkait perusahaan dan produk yang ditawarkan.
- 4) Kumpulkan data demografis pelanggan.
Sering kali dalam melakukan ekspansi pasar di suatu wilayah baru, para pelaku bisnis perlu mengidentifikasi data demografis para pelanggan. Dengan menggunakan survey, informasi seperti umur, pekerjaan, minat, pendapatan, dan

lokasi dapat dikumpulkan dengan mudah. Dengan informasi ini, para pelaku bisnis dapat lebih terhubung dengan pelanggan mereka, dan dapat menargetkan iklan dan program promosi dengan lebih baik. Semua waktu dan sumber daya pun akan lebih terpakai dengan efektif di area yang memang penting bagi para pelanggan.

5) Lakukan segmentasi pasar.

Segmentasi pasar adalah dimana perhatian diberikan dengan lebih mendalam pada suatu kelompok pasar yang memiliki kesamaan tertentu, seperti umur, gaya hidup, dan geografis. Dengan melakukan segmentasi pasar, maka suatu bisnis dapat melakukan pemasaran dengan lebih baik dan terfokus.

6) Mengukur kesadaran produk atau merek (brand awareness).

Brand awareness adalah tentang seberapa sadar pasar akan suatu merek produk. Adalah sangat penting untuk suatu bisnis agar pasar mengetahui bahwa suatu produk mereka ada. Lebih lanjut lagi, apakah pasar mempertimbangkan merek tersebut dan memilih produk tersebut dibandingkan produk pesaing. Dengan melakukan survey maka tingkat kesadaran pasar akan suatu merek pun dapat diukur, juga bagaimana kesan pasar terhadap suatu produk, dan apa saja yang perlu diperbaiki.

7) Uji strategi merek dan posisi pasar anda.

Mengapa beberapa perusahaan sangat disukai oleh para pelanggan? Mengapa para pelanggan tersebut sangat loyal dan tidak tertarik dengan tawaran promosi dari produk pesaing? Salah satunya adalah karena semua merek besar yang sukses selalu mendengarkan pelanggan mereka dan menyesuaikan semua strategi mereka dengan keinginan pelanggan. Melalui survey dan melakukan uji merek maka para pelaku bisnis dapat mengerti dengan lebih baik motivasi pelanggan dan juga preferensi mereka terutama terkait produk pesaing.

2.4. Platform Google Form

Berikut cara membuat Google Form dengan mudah dan cepat:

- 1) Pastikan anda sudah memiliki akun Google Mail atau Gmail.
- 2) Akses situs Google Form yaitu <https://docs.google.com/forms/>. Pilih template formulir yang diinginkan atau sesuaikan dengan kebutuhan. Bisa juga dengan mengklik tanda "+" dengan nama Blank dan background putih.
- 3) Jika mengaksesnya dari Google Drive, klik menu New di sudut kiri atas lalu pilih More dan pilih Google Formulir. Di samping Google Formulir, arahkan ke panah kanan dan klik Formulir Kosong atau dari Template.
- 4) Jika sudah memilih template atau membuat template kosong, anda akan melihat kolom Untitled Form. Klik kolom tersebut dan beri judul pada kuesioner yang akan anda buat. Kemudian pada kolom Form Description, buat deskripsi yang jelas agar orang memahami maksud dari kuesioner yang anda buat.
- 5) Buat pertanyaan yang anda inginkan dan pilih jenis pertanyaannya. Misalnya Pilihan Ganda (*Multiple Choice*) untuk jawaban Ya, Tidak, Mungkin atau Lainnya. Anda juga bisa memilih Jawaban Singkat atau Paragraf untuk jawaban yang membutuhkan deskripsi. Ada juga pilihan Kotak Centang (*Checkboxes*) dan Tarik-turun (*Dropdown*).

Untuk menambah pertanyaan, anda dapat klik tanda "+" di sisi bagian kanan. Saya sarankan membuat pertanyaan yang tertutup (ya, tidak atau *Multiple Choice*).

Bagian membuat pertanyaan ini sangat penting untuk diperhatikan, karena pertanyaan yang anda buat akan menentukan hasil survey. Oleh karena itu, sebaiknya anda merumuskan pertanyaan terlebih dahulu. Pertanyaan jangan terlalu banyak, karena kalau banyak membuat responden tidak nyaman, bahkan mungkin jengkel.

- 6) Anda bisa membuat responden mengupload file seperti dokumen atau foto dengan menambahkan fitur-fitur yang ada di bagian kanan.
- 7) Jika sudah menyusun semua pertanyaan yang dibutuhkan, klik tombol Kirim di sudut kanan atas. Kemudian, bagikan link Google Form yang sudah anda buat kepada responden yang dituju. Anda juga bisa memperpendek link Google Form yang dibuat dengan mengklik Perpendek URL dan langsung Copy link tersebut.
- 8) Untuk melihat hasil kuesioner atau formulir yang sudah dibuat, Anda bisa lihat pada bagian Tanggapan di sebelah kanan bagian Pertanyaan. Anda akan melihat berapa banyak responden yang telah merespon.

Contoh Pertanyaan Untuk Survei:

- (1) Seberapa sering Anda berkunjung ke tempat kami?
- (2) Apakah pelayan/karyawan sudah memberikan pelayanan yang ramah?
- (3) Apakah Anda puas dengan makanan/minuman yang kami sajikan?
- (4) Seberapa mungkinkah Anda akan kembali berkunjung ke restoran kami?
- (5) Apa yang paling Anda sukai dari makanan dan minuman serta pelayanan kami?
- (6) Seberapa puaskah Anda dengan pilihan menu makanan serta minuman kami?
- (7) Apakah Anda akan merekomendasikan restoran ini kepada keluarga maupun teman terdekat?
- (8) Apa yang kurang Anda sukai dari makanan atau pelayanan kami?
- (9) Apakah ada makanan dan minuman yang ingin Anda rekomendasikan supaya dapat kami sediakan?
- (10) Seberapa puaskah Anda dengan kebersihan restoran kami?

Tentu anda tidak harus membuat 10 pertanyaan, tetapi barangkali dengan 4 pertanyaan yang bermutu anda sudah dapat memperoleh feedback yang memadai dari customer anda.

Silahkan berlatih untuk membuat google form dengan pertanyaan survey yang berkualitas. Hasil pekerjaan anda, silahkan dishare di kelas on-line kita. Selamat berlatih!
GBU!

3. Rangkuman

Riset pasar menjadi sangat penting sebelum akhirnya membuat keputusan yang lebih baik ketika anda akan memulai memasarkan suatu produk. Selain untuk mendengarkan kritik dan saran pelanggan, hasil survey dapat digunakan sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan suatu bisnis, serta untuk menentukan segmentasi pasar seperti

mengetahui perilaku, karakteristik, kebutuhan, dan apa yang diinginkan oleh pasar. Ada berbagai cara untuk melakukan survei. Secara on-line salah satunya dengan menggunakan platform Google Form. Aplikasi ini mudah dipelajari dan simple untuk digunakan.

4. Tugas

Buatlah survey mengenai bisnis yang akan buat dengan menggunakan Platform Google Form, dengan 6 – 8 pertanyaan, minimal 20 responden. Dikumpulkan 2 hari sebelum pertemuan XIII.

5. Rujukan

Amalia, Dina. 2020. *Riset Pemasaran: Fungsi dan Langkah Penyusunan*. Jurnal Entrepreneur.
Hafizh, M. Naufal. 2020. *Cara Membuat Google Form untuk Survei dengan Cepat dan Gratis!*
<https://ayobandung.com/read/2020/06/03/91343/cara-membuat-google-form-untuk-survei-dengan-cepat-dan-gratis>.
Kotler, Philip. 1999. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian* (Edisi Keenam). Jakarta: Erlangga.

6. Bacaan Yang Dianjurkan

Suhatanto, Dwi, Ph.D. 2014. *Metode Riset Pemasaran*. Bandung, Alfabeta.

BAB XIII
KEUNTUNGAN DAN KERUGIAN
MENJADI SEORANG ENTREPRENEUR

1. Pendahuluan

1.1. Capaian Pembelajaran

Ketika ada pertanyaan, siapakah di antara anda yang ingin menjadi pegawai negeri, apa jawaban yang akan anda berikan? Ketika mayoritas dari anda ingin menjadi pegawai negeri, bangsa ini mempunyai masalah untuk menjadi bangsa yang maju. Negara-negara maju memiliki jumlah entrepreneur yang lebih banyak. Misalnya: Malaysia 5 %, Singapura 7 %, China 10 %, Jepang 11 % dan Amerika 12 %. Sedangkan Indonesia di tahun 2019 memiliki entrepreneur sebanyak 3,1%. Mengapa keberadaan entrepreneur menentukan kemajuan Negara? Karena entrepreneur adalah innovator. Dalam bab ini kita akan membahas kecerdasan majemuk yang menjadi modal seorang entrepreneur, keuntungan dan kerugian menjadi entrepreneur, serta langkah-langkah untuk menjadi entrepreneur.

Setelah pertemuan XIII dengan tema Keuntungan dan Kerugian Menjadi Seorang Entrepreneur, mahasiswa diharapkan:

- 1) Dapat menjelaskan apa yang dimaksud dengan kecerdasan majemuk (MI).
- 2) Dapat menyebutkan apa keuntungan dan kerugian dengan menjadi seorang entrepreneur.
- 3) Dapat menjelaskan apa langkah-langkah yang harus ditempuh ketika memutuskan menjadi seorang entrepreneur.

1.2. Entry behavior

Bab ini membutuhkan perhatian yang serius dari mahasiswa karena pada bab ini mahasiswa diharapkan dapat berdiskresi (mempertimbangkan dengan baik) sebelum memutuskan untuk menjadi seorang entrepreneur atau tidak.

1.3. Keterkaitan materi bab XIII dengan bab yang lain

Setelah mendapatkan pemahaman yang menyeluruh berkaitan dengan kewirausahaan, mahasiswa dihadapkan pada pilihan yang harus diambil yaitu akan menjadi seorang entrepreneur atau tidak. Untung dan ruginya menjadi seorang entrepreneur harus diketahui sebelum memutuskan untuk memilih profesi tersebut. Bab ini menjadi semacam puncak bagi bab-bab sebelumnya.

2. Materi Pembelajaran

2.1. Kecerdasan Majemuk

Kerap menjadi tanda tanya bagi banyak orang ketika menemukan temannya waktu SMP atau SMA prestasi akademiknya biasa-biasa saja, tetapi kok sekarang menjadi orang yang sukses berwirausaha. Apa yang bisa membuatnya sukses? Jawaban atas pertanyaan tersebut di jaman dahulu dapat mengarah kepada hal-hal yang gaib,

misalnya karena orang tersebut dianggap memelihara thuyul, dsb. Di jaman kini, orang dapat menilai bahwa penyebab orang sukses itu bermacam-macam. Salah satu kemungkinannya adalah bahwa orang tersebut secara IQ (*Intelligence Quotient*) biasa-biasa saja, tetapi ia mempunyai kecerdasan yang lain yang membuatnya dapat sukses berwirausaha. Dia mungkin memiliki kecerdasan majemuk (*multiple intelegences*) sebagaimana teori Gardner (1983). Kecerdasan ini meliputi:

- 1) *Kecerdasan linguistic*, adalah kecerdasan untuk berfikir dalam kata-kata dan menggunakan bahasa untuk mengutarakan makna yang pelik. Kecerdasan ini juga dibutuhkan dan tampak dalam diri seorang entrepreneur ketika harus menyusun sebuah *business plan* dan meyakinkan para pelanggannya.
- 2) *Kecerdasan interpersonal*, adalah kemampuan untuk memahami dan berinteraksi secara efektif dengan perspektif majemuk. Kecerdasan ini memungkinkan kita berkomunikasi secara verbal dan non-verbal dengan tepat. Seorang entrepreneur membutuhkan kecerdasan seperti ini untuk bergaul dengan sesama entrepreneur, investor, rekanan, dan sebagainya, sehingga ide-ide cerdas dapat dikomunikasikan, dimengerti, dan dilaksanakan dengan baik.
- 3) *Kecerdasan intrapersonal*, adalah kapasitas untuk memahami diri sendiri, apa dan bagaimana kemampuannya dalam usaha/bisnis. Kemampuan ini sangat urgent bagi entrepreneur karena menaungi kecerdasan yang lain.
- 4) *Kecerdasan kinestetik*, adalah kemampuan untuk memanipulasi benda dan menggunakan sejumlah ketrampilan fisik. Kecerdasan ini juga melibatkan kepekaan penentuan waktu dan kesempurnaan keterampilan antara kesatuan tubuh dan pikiran. Para penemu dan orang-orang yang memberikan produk atau jasa mekanis memerlukan kecerdasan tersebut. Untuk menciptakan produk atau jasa baru untuk konsumen, seorang entrepreneur memerlukan kecerdasan ini.
- 5) *Kecerdasan matematis-logis*, adalah kemampuan untuk menghitung, menjumlah, dan berpikir secara masuk akal. Kecerdasan ini biasanya sangat kentara dalam pakar matematik, pegiat teknologi, dan programmer computer dan biasanya dihubungkan dengan kecerdasan dalam pengertian tradisional (IQ). Kecerdasan ini penting bagi entrepreneur karena ia setidaknya juga harus memiliki kemampuan dalam menghitung kondisi keuangan bisnisnya, menentukan langkah apa yang harus diambil untuk meningkatkan laba.
- 6) *Kecerdasan naturalis*, kecerdasan ini mengatur kemampuan manusia untuk membedakan makhluk hidup dan kepekaan terhadap fitur-fitur lain dari dunia nyata. Entrepreneur yang baik menggunakan kecerdasan naturalis untuk membedakan kebutuhan pelanggan dan memilih produk yang paling sesuai dan menguntungkan dalam sebuah pasar tertentu.
- 7) *Kecerdasan musical*. Kecerdasan ini pada dasarnya digunakan untuk mengenali nada dan irama. Dalam konteks bisnis, kecerdasan ini memungkinkan entrepreneur untuk berkreasi, menciptakan produk baru, dan mereproduksi produk lama.
- 8) *Kecerdasan spasial*, adalah kemampuan untuk berpikir dalam tiga dimensi. Kemampuan terutama dalam kecerdasan ini ialah imajinasi mental, penalaran spasial, grafis, dan ketrampilan seni serta imajinasi aktif. Para pelaut, pilot, pemahat, pelukis, dan arsitek memiliki tingkat kecerdasan spasial yang menonjol.

Kecerdasan spasial ini juga penting bagi entrepreneur dalam merancang tempat usaha yang ideal, kemasan produk yang memikat, dan sebagainya.

Jadi, IQ yang tinggi tidak menjamin sukses seseorang karena sukses, terutama menjadi wirausaha, ditentukan oleh banyak hal, termasuk di dalamnya adalah Kecerdasan Majemuk. Selain kecerdasan majemuk ada yang disebut kecerdasan spiritual – *Spiritual Quotient* (SQ). Kecerdasan spiritual (SQ) adalah kecerdasan untuk menangkap makna sebuah perilaku dalam konteks yang lebih luas. Robert A. Emmons (2001) menyebut lima ciri utama yang dimiliki oleh mereka yang cerdas secara spiritual, yaitu: (1) Kemampuan untuk mentransendensikan yang fisik dan yang material, (2) Kemampuan untuk mengalami tingkat kesadaran yang memuncak, (3) Kemampuan untuk menyakralkan pengalaman sehari-hari, (4) Kemampuan untuk menggunakan sumber-sumber spiritual untuk menyelesaikan masalah, serta kemampuan untuk berbuat baik, dan (5) Kemampuan berbuat baik, memberi maaf, mengekspresikan terima kasih, sederhana dan bersahaja, serta menunjukkan kasih sayang.

2.2. Entrepreneur adalah Inovator

Entrepreneur sering diartikan sebagai seorang innovator. Joseph Schumpeter (1934) menyatakan bahwa entrepreneur adalah seorang innovator yang mengimplementasikan perubahan-perubahan di dalam pasar melalui kombinasi-kombinasi baru. Kombinasi yang dimaksud adalah memperoleh bahan baku baru, membuka pasar baru, atau mengelola sebuah industri dengan organisasi baru. Sebagai inovator, seorang entrepreneur dapat menemukan dan menciptakan produk, teknologi, dan cara baru melalui ide baru ataupun dengan mengembangkan ide sebelumnya untuk usaha. Ia mempunyai kemampuan untuk melihat suatu benda atau suatu peristiwa mempunyai potensi sebagai sedemikian rupa yang dapat dikembangkan hingga melebihi dari yang ada sekarang. Ketrampilan yang dibutuhkan untuk menjadi seorang entrepreneur sukses adalah inovasi dan kemampuan untuk membuat ide baru yang kreatif. Seorang entrepreneur juga harus memiliki motivasi yang kuat dan dapat memotivasi orang lain pula agar dapat menggerakkan team. Ia juga seorang yang memiliki etos kerja dan tanggungjawab, serta berani menghadapi resiko yang terjadi. Seorang entrepreneur juga harus memiliki kualitas untuk menjadi seorang pemimpin dan mengerti bagaimana cara untuk memimpin teamnya agar bersatu dan mendapatkan keuntungan maksimum.

Seorang entrepreneur mempunyai peranan untuk mencari kombinasi baru, yang merupakan gabungan dari 5 (lima) hal, yaitu pengenalan baru, metode produksi baru, pasar baru, sumber penyediaan bahan mentah baru serta organisasi industri baru. Ia adalah orang yang melaksanakan proses penciptaan kesejahteraan atau kekayaan dan nilai tambah melalui penalaran dan penetasan gagasan menjadi kenyataan. Dengan kata lain seorang entrepreneur adalah orang yang mampu meretas gagasan menjadi realitas. Ia dapat merancang usaha baru, merencanakan strategi perusahaan baru, merencanakan ide, dan melihat peluang yang bisa dipakai untuk menciptakan organisasi perusahaan baru. Entrepreneur bahkan dapat membuka kesempatan kerja bagi orang lain, melalui ide atau gagasan yang dikembangkan dengan inovasinya. Entrepreneur

memiliki kebebasan dalam menentukan budaya kerja, jadwal, bahkan seragam yang digunakan. Karena memiliki kebebasan tersebut maka risiko pun ditanggung sepenuhnya sendiri.

2.3. Keuntungan dan Kerugian Menjadi Seorang Entrepreneur

Menjadi wirausahawan memang menjadi sebuah pilihan yang tepat bagi anda yang memiliki jiwa kreatif, ulet serta mandiri. Banyak orang mengatakan bahwa berwirausaha menawarkan banyak keuntungan dibandingkan kerugiannya. Salah satunya keuntungan berwirausaha tentu saja bisa hidup bebas dan merdeka tanpa adanya perintah dari orang lain. Namun seorang wirausahawan juga harus berani menanggung banyak resiko dari usaha yang dijalankan dan tidak mempunyai jam kerja yang teratur sebagaimana karyawan kantor. Di bawah ini adalah beberapa keuntungan dan kerugian menjadi seorang entrepreneur.

KEUNTUNGAN	TANTANGAN/KERUGIAN
<p>KONTROL Kita dapat memilih apa yang mau kita kerjakan, tidak diatur oleh orang lain.</p>	<p>ADMINISTRASI Meskipun enak karena sebagai pemegang kontrol, tapi juga bisa menyebabkan beban. Banyak paperwork yang harus dikerjakan dan diawasi.</p>
<p>TIDAK BORING Excitement menjadi salah satu keuntungannya. Banyak entrepreneur menganggap bahwa pekerjaannya sangat menyenangkan karena tiap hari tantangan dan pendapatannya pasti berbeda.</p>	<p>KOMPETISI Harus selalu berpikir kreatif agar bisnis dapat terus berjalan karena kompetitor baru dengan ide – ide mereka akan terus muncul dan mendesak kita.</p>
<p>MINAT Dapat bekerja sesuai dengan minat dan bakat pribadi tanpa banyak gangguan dari pihak lain</p>	<p>KONSISTENSI Minat dapat berubah setiap saat, sementara entrepreneurship membutuhkan konsistensi.</p>
<p>POTENSI DIRI Dapat memaksimalkan potensi diri. Lahan pekerjaan yang ditekuni adalah sarana mereka untuk berkreasi, mengekspresikan dan mengaktualisasikan diri.</p>	<p>JALAN BUNTU Berwirausaha sendiri maka tantangan juga harus dihadapi sendiri, kadang-kadang ada tantangan yang tak terduga dan tidak menemukan jalan keluarnya.</p>

<p>PERUBAHAN Dapat menciptakan perubahan sesuai dengan harapan dan keinginan kita sendiri</p>	<p>REGULASI YANG TIDAK MENGUNTUNGKAN Terkadang harus berhadapan dengan regulasi dan pemegang kebijakan yang aturannya berubah-ubah.</p>
<p>KONTRIBUSI Dapat memberi kontribusi bagi masyarakat</p>	<p>TANTANGAN PASAR BARU Memulai usaha baru sendiri berarti juga harus siap memasuki pasar yang baru</p>
<p>KEBEBASAN Bebas untuk bekerja kapanpun, dimanapun, bagaimanapun caranya.</p>	<p>KESENDIRIAN Dapat menjadi hal yang menyeramkan dan menyedihkan jika tanggung jawab dan resiko dihadapkan pada diri sendiri.</p>
<p>FLEKSIBILITAS Entrepreneur dapat menjadwalkan kapan mereka mau masuk bekerja. Tidak ada jam pastinya.</p>	<p>PENDAPATANNYA TIDAK PASTI Jika bisnisnya sedang lancar maka pendapatan banyak, tapi jika sedang lesu pasti sedikit.</p>
<p>PENDAPATAN SESUAI USAHA Jika kita giat menjalani usaha, maka kemungkinan besar apa yang didapatkan juga sebanding dengan keringat yang telah dikeluarkan.</p>	<p>JAM KERJA TIDAK PASTI Meskipun fleksible, tapi kadang juga unpredictable karena bisa saja tiba – tiba kita harus lembur lebih banyak dibanding hanya menjadi pegawai regular.</p>

2.4. Tujuh Langkah

Entrepreneurship dalam perspektif dunia modern telah banyak dipelajari dan diteliti. Banyak perguruan tinggi yang sekarang mengajarkan studi di bidang ini. Bahkan di beberapa Sekolah Menengah Tingkat Atas (SMA/K) entrepreneurship sudah diperkenalkan. Ini berarti bahwa banyak anak muda yang sudah mengenal dan tertarik untuk membentuk karirnya menjadi seorang entrepreneur. Apalagi sekarang ini adalah zamannya social media dan tentu banyak keuntungan yang bisa dimanfaatkan jika kita menjadi entrepreneur. Kita dapat mengembangkan bisnis dan menjangkau konsumen dengan bantuan “social media”. Ini juga kesempatan untuk menjangkau pasar global dengan lebih mudah.

Ada 7 (tujuh) langkah yang harus ditempuh ketika seseorang memutuskan untuk menjadi entrepreneur. Langkah-langkah tersebut adalah:

- 1) Pastikan bahwa menjadi entrepreneur adalah hal yang benar – benar kita inginkan.
- 2) Tentukan bisnis dalam bidang apa yang mau kita jalankan.
- 3) Kumpulkan dan buat ide semenarik mungkin.
- 4) Buat business plan (apa tujuan, siapa konsumennya, apa masalah yang bisa diselesaikan dengan produk kita, siapa competitor, apa kelebihan dan kekurangan, berapa harganya dan bagaimana memposisikan produk kita di pasar, apa rencana selama 3 – 5 tahun kedepan?)
- 5) Tentukan struktur bisnisnya. Misalnya apakah kepemilikan sendiri atautah partnership, dan seterusnya.
- 6) Buat team yang solid. Berapa jumlah pegawai yang dibutuhkan, apakah membutuhkan akuntan, manager, consultant, dan seterusnya.
- 7) Tangani paperwork. (izin dan perpajakan, buat paten dan trademark brand kita, perlindungan properti, asuransi, dan lain-lain).

3. Rangkuman

Ada banyak sebab yang dapat membuat seseorang sukses atau gagal dalam berwirausaha. Kecerdasan majemuk menjadi salah satu sebab mengapa orang yang secara IQ biasa-biasa saja tetapi dapat sukses menjadi seorang wirausahawan. Hal itu disebabkan untuk menjadi wirausahawan yang sukses bukan hanya membutuhkan kecerdasan intelektual namun membutuhkan kecerdasan dan keterampilan yang lain. Wirausahawan adalah seorang yang dapat menemukan dan menciptakan produk, teknologi, dan cara baru melalui ide baru ataupun dengan mengembangkan ide sebelumnya untuk usaha. Menjadi wirausahawan ada untung dan ruginya yang harus dipertimbangkan. Ada tujuh langkah yang harus ditempuh untuk menjadi seorang wirausaha.

4. Latihan/Tugas

- 4.1. Dari daftar kecerdasan majemuk di atas, kira-kira kecerdasan apa saja yang anda miliki?
- 4.2. Setelah mendapatkan gambaran mengenai keuntungan dan kerugian menjadi seorang entrepreneur di atas, apakah anda berminat menjadi seorang entrepreneur?

5. Rujukan

Gardner, Howard Earl. 1983. *Frames of Mind: The Theory of Multiple Intelligences*. Harvard Education Publishing Group.

Istianingsih dan Suraji. 2020. *Kekuatan Spiritualitas Dalam Entrepreneurship*. Purwokerto, Pena Persada.

6. Bacaan Yang Dianjurkan

Emmons, Robert A. 2001. The Psychology of Ultimate Concerns: Motivation and Spirituality In Personality, dalam *Jurnal of Happiness Studies*, vol. 2, 2001.

BAB XIV

NORMA DAN ETIKA BERWIRAUSAHA

1. Pendahuluan

1.1. Capaian Pembelajaran

Setelah masa pandemic Covid 19 yang panjang dan menelan banyak korban jiwa, Indonesia mulai memasuki masa *New Normal Life*. Dalam masa *New Normal Life* ini kita tetap harus menjaga diri kita dan orang lain supaya tetap dalam kondisi sehat. Pertemuan kali ini adalah pertemuan yang terakhir sebelum kita memasuki ujian akhir semester. Setelah selama hampir satu semester kita dibekali dengan berbagai pengetahuan dan keterampilan untuk berwirausaha, kita diingatkan kembali bahwa pengetahuan dan keterampilan yang kita terima adalah anugerah yang juga harus menjadi berkat bagi sesama kita. Untuk itu, kita harus sadar akan norma dan etika dalam berwirausaha.

Setelah materi ke-14 ini mahasiswa diharapkan:

- 1) Dapat menyebutkan pengertian norma dan etika dengan baik dan benar.
- 2) Dapat menjelaskan pengertian dan manfaat etika dalam bisnis.
- 3) Dapat membedakan antara etika bisnis dan etika berwirausaha.

1.2. Entry behavior

Norma dan etika selain harus dipahami dengan baik, tetapi juga membutuhkan keterbukaan hati untuk melihat diri sendiri. Untuk itu, sikap yang dibutuhkan dalam mempelajari bab ini adalah keterbukaan hati dan pikiran disertai dengan sikap reflektif kritis.

1.3. Keterkaitan materi bab XIV dengan bab yang lain

Norma dan Etika Dalam Berwirausaha menjadi pembahasan terakhir dalam buku ini dimaksudkan agar setelah mendapat bekal pengetahuan dan keterampilan untuk berwirausaha, mahasiswa tetap ingat akan pentingnya norma dan etika sebagai pegangan dalam berwirausaha.

2. Materi Perkuliahan

2.1. Pengertian Norma

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), norma adalah 1) aturan atau ketentuan yang mengikat warga kelompok dalam masyarakat, dipakai sebagai panduan, tatanan, dan pengendali tingkah laku yang sesuai dan berterima: setiap warga masyarakat harus menaati -- yang berlaku; 2) aturan, ukuran, atau kaidah yang dipakai sebagai tolok ukur untuk menilai atau memperbandingkan sesuatu. Pengertian Norma secara umum adalah kaidah, pedoman, acuan, dan ketentuan berperilaku dan berinteraksi antar manusia di dalam suatu kelompok masyarakat dalam menjalani kehidupan bersama-sama. Secara etimologis, kata norma berasal dari bahasa Latin, "Mos" yang artinya kebiasaan, tata kelakuan, atau adat istiadat. Secara umum, norma berlaku dalam suatu

lingkungan masyarakat tertentu, misalnya etnis atau negara tertentu. Namun, ada juga norma-norma yang bersifat universal dan berlaku bagi semua manusia.

2.2. Fungsi Norma

Fungsi dan peranan norma adalah sebagai pedoman atau acuan bagi setiap individu dalam berperilaku di tengah-tengah kehidupan bermasyarakat. Berikut ini adalah beberapa fungsi norma bagi masyarakat:

- 1) Norma dapat berfungsi sebagai pedoman dan aturan dalam kehidupan bermasyarakat.
- 2) Norma dapat menciptakan keteraturan dan stabilitas dalam kehidupan bermasyarakat.
- 3) Norma berfungsi sebagai dasar dalam memberikan sanksi kepada anggota masyarakat yang melanggar.
- 4) Norma dapat menciptakan keterlibatan dan keadilan dalam bermasyarakat.
- 5) Norma akan membantu semua lapisan masyarakat dalam mencapai tujuan bersama.

2.3. Jenis Norma

- 1) Norma agama

Norma agama merupakan pedoman hidup manusia yang dipercaya bersumber dari Tuhan yang Maha Esa. Norma ini bersifat dogmatis, tidak boleh dikurangi dan tidak boleh ditambah. Contoh norma agama: Jangan mencuri, Jangan berzina, Jangan membunuh, Jangan berbuat jahat dan kasar pada orang lain, Melakukan perintah yang tertulis dalam kitab suci, Melakukan peribadatan sesuai dengan kepercayaan.

- 2) Norma Kesusilaan

Norma kesusilaan merupakan aturan atau pedoman hidup yang dianggap sebagai suara sanubari manusia yang berhubungan dengan baik-buruknya suatu perbuatan. Norma kesusilaan berasal dari moral dan hati nurani manusia. Contoh norma kesusilaan: Jujur pada orang lain, Berbuat baik pada sesama, Jangan mencuri hak milik orang lain, Berlaku adil pada semua orang.

- 3) Norma Kesopanan

Norma kesopanan merupakan peraturan yang muncul dari hubungan antar manusia dalam kelompok masyarakat dan dianggap penting dalam pergaulan masyarakat. Norma ini bersumber dari masyarakat itu sendiri yang sifatnya relatif dan berbeda-beda di berbagai lingkungan dan waktu. Contoh norma kesopanan: Memberikan salam/ menyapa pada orang lain, Membuang sampah pada tempatnya, Bertutur kata baik dan tidak kasar, Menghargai orang yang lebih tua.

- 4) Norma Hukum

Norma hukum merupakan peraturan yang dibuat oleh lembaga-lembaga tertentu yang memiliki wewenang untuk mengatur kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara. Peraturan ini bersumber dari perundang-undangan, yurisprudensi, kebiasaan, dan doktrin. Contoh norma hukum: Kewajiban membayar pajak, Dilarang mencuri, merampok, dan korupsi, Dilarang melakukan tindak kekerasan/

membunuh, Kendaraan umum harus melalui rute khusus, Semua pengendara wajib memperhatikan dan mengikuti rambu lalu lintas.

5) Norma Kebiasaan

Norma kebiasaan merupakan aturan sosial yang terbentuk secara sadar atau tidak sadar dimana terdapat petunjuk perilaku secara terus menerus yang akhirnya menjadi kebiasaan. Sanksi yang diberikan kepada pelanggar norma kebiasaan ini biasanya berupa kritikan, cemoohan, bahkan dikucilkan dari masyarakat. Contoh Norma Kebiasaan: Mandi teratur setiap hari, Menggosok gigi setiap hari agar nafas segar, Membaca doa sebelum makan dan tidur, Membelikan oleh-oleh pada orang tua atau kerabat, Memberikan tip kepada pelayan.

2.4. Pengertian Etika

Secara etimologi Etika berasal dari bahasa Yunani "Ethos" (sifat, watak, kebiasaan, tempat yang biasa) dan Ethikos (berarti, susila, keadaban, kelakuan dan perbuatan baik). K Bertens dalam bukunya menjelaskan bahwa etika berasal dari bahasa Yunani kuno. Kata "ethos" dalam bentuk tunggal memiliki banyak arti: tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, akhlak, watak, perasaan, sikap, cara berpikir. Sedangkan dalam bentuk jamak artinya adalah adat kebiasaan. Dalam hal ini etika berkaitan dengan dengan kebiasaan hidup yang baik, tata cara hidup yang baik, baik pada diri seseorang atau pada masyarakat.

Secara metodologis, tidak setiap hal menilai perbuatan dapat dikatakan sebagai etika. Etika memerlukan sikap kritis, metodis, dan sistematis dalam melakukan refleksi. Karena itulah etika merupakan suatu ilmu. Sebagai suatu ilmu, objek dari etika adalah tingkah laku manusia. Akan tetapi berbeda dengan ilmu-ilmu lain yang meneliti juga tingkah laku manusia, etika memiliki sudut pandang normatif. Maksudnya etika melihat dari sudut baik dan buruk terhadap perbuatan manusia. Sebagai cabang filsafat yang membicarakan tingkah laku manusia, etika memberikan standar atau penilaian terhadap perilaku tersebut. Oleh karena itu, etika terbagi menjadi empat klasifikasi yaitu:

- 1) Etika Deskriptif: Etika yang hanya menerangkan apa adanya tanpa memberikan penilaian terhadap objek yang diamati;
- 2) Etika Normatif: Etika yang mengemukakan suatu penilaian mana yang baik dan buruk, dan apa yang sebaiknya dilakukan oleh manusia.
- 3) Etika Individual: Etika yang objeknya manusia sebagai individualis. Berkaitan dengan makna dan tujuan hidup manusia
- 4) Etika Sosial: Etika yang membicarakan tingkah laku manusia sebagai makhluk sosial dan hubungan interaksinya dengan manusia lain. Baik dalam lingkup terkecil, keluarga, hingga yang terbesar bernegara.

Klasifikasi di atas menegaskan bahwa etika erat kaitannya dengan penilaian. Karena pada hakikatnya etika membicarakan sifat manusia sehingga seseorang bisa dikatakan baik, bijak, jahat, susila atau sebagainya. Secara khusus etika ada pada prinsip manusia sebagai subjek sekaligus objek, bagaimana manusia berperilaku atas tujuan untuk dirinya sendiri dan tujuan untuk kepentingan bersama.

2.5. Etika Bisnis

Etika bisnis merupakan cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan dan juga masyarakat. Etika Bisnis dalam suatu perusahaan dapat membentuk nilai, norma dan perilaku karyawan serta pimpinan dalam membangun hubungan yang adil dan sehat dengan pelanggan/mitra kerja, pemegang saham, masyarakat. Perusahaan meyakini prinsip bisnis yang baik adalah bisnis yang beretika, yakni bisnis dengan kinerja unggul dan berkesinambungan yang dijalankan dengan menaati kaidah-kaidah etika sejalan dengan hukum dan peraturan yang berlaku. Etika Bisnis dapat menjadi standar dan pedoman bagi seluruh karyawan termasuk manajemen dan menjadikannya sebagai pedoman untuk melaksanakan pekerjaan sehari-hari dengan dilandasi moral yang luhur, jujur, transparan dan sikap yang profesional.

Tiga pendekatan dasar dalam merumuskan tingkah laku etika bisnis, yaitu:

- 1) *Utilitarian Approach*: setiap tindakan harus didasarkan pada konsekuensinya. Oleh karena itu, dalam bertindak seseorang seharusnya mengikuti cara-cara yang dapat memberi manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat, dengan cara yang tidak membahayakan dan dengan biaya serendah-rendahnya.
- 2) *Individual Rights Approach*: setiap orang dalam tindakan dan kelakuannya memiliki hak dasar yang harus dihormati. Namun tindakan ataupun tingkah laku tersebut harus dihindari apabila diperkirakan akan menyebabkan terjadi benturan dengan hak orang lain.
- 3) *Justice Approach*: para pembuat keputusan mempunyai kedudukan yang sama, dan bertindak adil dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan baik secara perseorangan ataupun secara kelompok.

2.6. Pengertian Etika Bisnis Menurut Para Ahli

- 1) Etika bisnis adalah pemikiran atau refleksi kritis tentang moralitas dalam kegiatan (Bertens)
- 2) Etika bisnis adalah etika terapan dimana wilayah penerapan prinsip moral berada di wilayah tindakan manusia didalam bidang bisnis ekonomi dan memiliki sasaran yang berupa moral pembisnis itu sendiri. (Yosephus)
- 3) Etika bisnis merupakan standar etika yang memiliki keterkaitan dengan cara dan tujuan dalam menentukan keputusan bisnis (Steady Et Al)
- 4) Etika bisnis adalah pengetahuan mengenai tata cara yang ideal terhadap pengelolaan dan pengaturan bisnis yang harus memperhatikan moralitas dan norma yang ada dan dikenali secara universal. (Budi Untung)
- 5) Etika bisnis adalah cara-cara di mana bisnis menjalankan aktivitas bisnisnya yang mencakup berbagai aspek, baik individu, perusahaan, dan masyarakat.
- 6) Etika bisnis merupakan pengetahuan tentang prosedur ideal untuk mengelola bisnis dengan cara memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara universal, ekonomi dan sosial.

Setiap perusahaan harus memperhatikan dan menjalankan etika yang berlaku, misalnya mematuhi hukum dan peraturan yang berlaku. Prinsip-prinsip etika bisnis adalah sebagai berikut:

- 1) Jujur dalam berkomunikasi dan berperilaku
- 2) Memiliki komitmen dan memenuhi janji
- 3) Memiliki integritas
- 4) Memiliki kesetiaan/loyalitas

2.7. Tujuan Etika Bisnis

- 1) Etika bisnis sangat dibutuhkan oleh semua pengusaha baru maupun pengusaha yang sudah lama terjun di dunia bisnis. Dengan tujuan bagi pengusaha adalah untuk mendorong kesadaran moral dan memberikan batasan-batasan bagi para pengusaha atau pelaku bisnis untuk menjalankan *good business* dan tidak melakukan *monkey business* atau *dirty business*. Hal tersebut dapat merugikan banyak pihak yang terkait.
- 2) Dengan demikian, para pelaku bisnis memiliki aturan yang dapat mengarahkan mereka dalam mewujudkan citra dan manajemen bisnis yang baik sehingga dapat diikuti oleh semua orang yang memercayai bahwa bisnis tersebut memiliki etika yang baik. Selain itu, dapat juga dapat menghindari citra buruk seperti penipuan, serta cara kotor dan licik. Bisnis yang memiliki etika baik biasanya tidak akan pernah merugikan bisnis lain, tidak melanggar aturan hukum yang berlaku, tidak membuat suasana yang tidak kondusif pada saingan bisnisnya dan memiliki izin usaha yang sah.
- 3) Etika bisnis memiliki tujuan untuk memberikan dorongan terhadap kesadaran moral serta untuk memberikan batasan-batasan bagi pengusaha ataupun pembisnis agar dapat menjalankan bisnis dengan jujur dan adil serta menjauhkan diri dari bisnis curang yang merugikan banyak orang atau pihak yang memiliki keterikatan.
- 4) Selain itu, etika bisnis memiliki tujuan agar bisnis dapat dijalankan dan diciptakan seadil mungkin dan disesuaikan dengan hukum yang telah disepakati. Etika bisnis dapat memberikan motivasi kepada para pelaku bisnis untuk terus meningkatkan kemampuan mereka.
- 5) Serta etika bisnis dimaksudkan untuk menjauhkan suatu perusahaan atau pelaku bisnis dari citra yang tidak baik karena biasanya perusahaan atau pembisnis yang tidak memiliki etika bisnis dapat merugikan orang lain.

2.8. Manfaat Etika Dalam Bisnis

- 1) Pengendalian Diri: Pelaku bisnis harus mampu mengendalikan diri mereka untuk tidak memperoleh apapun dari siapapun dalam bentuk apapun.
- 2) Pengembangan Jati Diri: Dengan memahami etika yang baik, setiap pebisnis dapat membentuk sebuah jati diri perusahaan sehingga akan memberikan dampak yang cukup besar bagi perusahaan seperti matangnya konsep bisnis perusahaan sehingga membuat bisnis dapat berjalan dengan lancar.
- 3) Suasana Persaingan Sehat: Persaingan bisnis yang ketat baik terjadi pada internal atau eksternal perusahaan. Hal tersebut dapat diatasi dengan sehat jika memiliki

kesadaran atas etika bisnis serta tanggung jawab yang baik saat akan menjalankan suatu bisnis. Sehingga hal ini dapat membuat bisnis tersebut mampu bersaing di tengah persaingan yang ketat.

- 4) Sikap Saling Percaya: Dengan adanya sikap saling percaya antar individu maka akan memberikan kelancaran pada suatu bisnis.
- 5) Kepentingan Bersama: Dengan kesadaran etika pada tiap individu, akan berdampak pada pelaku bisnis untuk lebih memperhatikan kepentingan bersama daripada kepentingan individu. Sehingga untuk mewujudkan tujuan atau meraih kesuksesan dalam menjalankan bisnis tidak begitu sulit.
- 6) Kenyamanan dalam Berbisnis: Kenyamanan berbisnis ini dapat mendorong pelaku bisnis untuk bekerja lebih optimal sehingga memberikan dampak positif bagi bisnis seperti tercapainya tepat waktu. Hal ini pun dapat juga memberikan peran penting dalam meraih kesuksesan dalam berbisnis.

2.9. Prinsip etika bisnis

1) Prinsip Kejujuran Etika Bisnis

Pelaku bisnis diharuskan memiliki prinsip kejujuran agar mendapatkan kunci keberhasilan yang bertahan untuk jangka waktu lama. Jika terdapat seorang pembisnis yang berlaku tidak jujur dan curang maka kemungkinan besar tidak akan ada pelaku bisnis yang bersedia untuk melakukan kerja sama.

Sikap kejujuran sendiri biasanya dikaitkan dengan harga barang yang telah ditawarkan. Dalam berbisnis secara modern, kepercayaan konsumen merupakan hal yang sangat penting. Oleh sebab itu pelaku bisnis dihimbau untuk memberikan informasi yang sebenarnya terhadap para konsumen

2) Prinsip Otonomi Etika Bisnis

Prinsip otonomi pada etika bisnis adalah kemampuan dan sikap seseorang saat mengambil tindakan dan keputusan yang berdasarkan kesadarannya sendiri mengenai apa yang dianggapnya baik yang bisa dilakukan.

- 3) Jika orang sadar dalam melakukan kewajibannya dalam berbisnis maka dikatakan orang tersebut sudah memiliki prinsip otonomi dalam beretika bisnis. Sebagai contoh dia paham mengenai bidang pekerjaannya dengan situasi dan tuntutan yang akan dihadapinya dan mengetahui aturan apa saja didalam bidang pekerjaannya. Selain, itu seseorang yang sudah memiliki fungsi otonomi akan sadar tentang risiko dan akibat yang akan muncul terhadap dirinya dan orang lain yang sebagai pelaku bisnis. Pada umumnya seseorang yang memiliki prinsip otonomi akan lebih menyukai diberikan kebebasan dan kewenangan untuk melakukan hal yang dianggapnya baik.

4) Prinsip Saling Memberi Keuntungan Etika Bisnis

Pelaku bisnis harus menjalankan bisnisnya dengan sebaik mungkin agar masing-masing pihak yang terkait mendapatkan keuntungan. Sama seperti prinsip keadilan, prinsip memberi keuntungan juga memiliki tujuan untuk menghindarkan salah satu pihak saja yang untung.

Misalnya saja, pengusaha harus memberikan harga sebenarnya suatu barang terhadap konsumen serta memberikan pelayanan sebaik mungkin untuk

memberikan kepuasan konsumen. Oleh karena itu prinsip saling memberikan keuntungan harus dipegang erat.

5) **Prinsip Keadilan Etika Bisnis**

Prinsip yang satu ini mengharuskan pelaku bisnis diperlakukan secara adil dan disesuaikan dengan kriteria rasional. selain itu pun mengharuskan seseorang agar dalam menjalankan suatu bisnis harus memperlakukan relasi internal dan eksternal secara sama dan memberikan hak mereka masing-masing. Hal ini bertujuan untuk menjauhkan kerugian terhadap salah satu pihak pelaku bisnis

6) **Prinsip Integritas Moral Etika Bisnis**

Dalam menjalankan tugasnya para pelaku bisnis harus mempertahankan nama baik perusahaannya. Pelaku bisnis harus mengelola dan menjalankan bisnis dengan sebaik mungkin agar kepercayaan konsumen atau pihak lain terhadap perusahaan tetap ada.

Dengan pengertian lainnya, seseorang atau pelaku bisnis harus memberikan dorongan terhadap diri sendiri dalam berbisnis untuk memunculkan rasa bangga. Hal ini biasanya dapat terlihat dari perilaku pembisnis diluar dan didalam perusahaan.

Contoh Pelanggaran Etika Bisnis

- 1) **Pelanggaran Hukum;** Contoh pelanggaran hukum dari etika bisnis adalah sebuah perusahaan yang melakukan PHK namun tidak memberikan pesangon sama sekali. Padahal hal tersebut sudah diatur dalam UU no 13 tahun 2003.
- 2) **Pelanggaran Transparasi;** Suatu perusahaan tidak memberikan biaya tambahan suatu kreditan barang terhadap konsumen. Tentu hal ini, para konsumen akan melakukan protes karena tidak dijelaskan diawal.
- 3) **Pelanggaran Kejujuran;** Suatu perusahaan dapat dikatakan melakukan pelanggaran terhadap kejujuran apabila mereka tidak memberikan harga yang sejujurnya kepada konsumen serta kualitas-kualitas dari barang yang ditawarkannya.
- 4) **Pelanggaran Empati;** Perusahaan tidak merespon keterlamabatan seorang klien bisnis yang memiliki halangan seperti sakit dan bahkan pihak perusahaan pun juga mengancam orang tersebut.

2.10. Etika Berwirausaha

Etika wirausaha dalam istilah lebih populernya adalah etika bisnis. Seorang wirausaha harus mampu menjaga da melestarikan etika bisnis yaitu suatu kode etik perilaku pengusaha berdasarkan nilai-nilai moral dan norma yang merupakan suatu komitmen untuk melakukan apa yang benar dan menghindari yang tidak benar. Etik ialah suatu studi mengenai yang benar dan yang salah dan pilihan moral yang dilakukan seseorang. Prinsip etika dan prilaku bisnis. Secara umum, dapat dikemukakan 10 prinsip etika yang dapat mengarah kepada prilaku Usaha (etika bisnis) :

- 1) Menjaga Kejujuran
- 2) Integritas
- 3) Memelihara Janji
- 4) Kesetiaan

- 5) Keadilan
- 6) Suka membantu orang lain
- 7) Menghormati orang lain
- 8) Bertanggungjawab
- 9) Mengejar keuntungan yang wajar
- 10) Semua tindakan dapat dipertanggungjawabkan

Cara/Usaha mempertahankan etika bisnis harus dijaga dan dipertahankan. Untuk mempertahankan etika bisnis dapat dilakukan dengan cara, antara lain :

- 1) Menciptakan kepercayaan
- 2) Mengembangkan kode etika
- 3) Menjalankan kode etik secara adil dan konsisten
- 4) Melindungi hak-hak perorangan
- 5) Mengadakan pelatihan dan sosialisasi etika
- 6) Melakukan audit etika secara periodic
- 7) Mempertahankan standar etika yang tinggi
- 8) Menciptakan budaya komunikasi dua arah
- 9) Menghindari dari perbuatan tercela
- 10) Melibatkan semua personal karyawan dalam mempertahankan etika

Budaya dalam bisnis ialah karakteristik suatu organisasi atau bisnis yang mencakup pengalaman, cerita, kepercayaan dan norma-norma bersama yang dianut oleh seluruh jajaran pembisnis. Misalnya pada sebuah bisnis dapat kita lihat, bagaimana pebisnis berpakaian, berbicara, melayani tamu, pengaturan kantor, dsb.

Pengembangan budaya dalam bisnis harus dilakukan, karena sangat bermanfaat untuk: meningkatkan *sense of identity*, *sense of belonging*, komitmen bersama, stabilitas internal bisnis, pengendalian sifat-sifat yang kurang baik, dan akhirnya akan menjadi pembeda suatu bisnis dengan bisnis lain, dan akhirnya akan menimbulkan citra tersendiri bagi kemajuan bisnis.

Suatu kegiatan haruslah dilakukan dengan etika atau norma-norma yang berlaku di masyarakat bisnis. Etika atau norma-norma ini digunakan agar para pengusaha tidak melanggar aturan yang telah ditetapkan dan usaha yang telah 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.

Dalam etika berusaha perlu ada ketentuan yang mengaturnya. Adapun ketentuan yang diatur dalam etika wirausaha secara umum adalah sebagai berikut :

- 1) Sikap dan prilaku seorang pengusaha harus mengikuti norma yang berlaku dalam suatu negara atau masyarakat.
- 2) Penampilan yang ditunjukkan seseorang 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 krama, tidak menyinggung atau mencela orang lain.
- 5) Gerak-gerik 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 di percaya konsumen atau mitra kerjanya.
- 2) Bertanggung Jawab
Pengusaha harus bertanggungjawab 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 penggantian. Sekali seorang pengusaha ingkar janji hilangnya kepercayaan pihak lain terhadapnya. Pengusaha juga harus konsisten terhadap apa yang telah dibuat dan disepakati sebelumnya.
- 4) Disiplin
Pengusaha 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 selalu patuh dan menaati hukum yang berlaku, baik yang berkaitan dengan masyarakat ataupun pemerintah. Pelanggaran terhadap hukum dan peraturan 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 berbagai pihak yang memerlukan bantuan. Sikap ringan tangan ini dapat ditunjukkan 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 terhadap apa yang telah diucapkan atau disepakati akan dihargai oleh berbagai pihak.
- 8) Mengejar Prestasi
Pengusaha yang sukses harus selalu berusaha mengejar prestasi setinggi mungkin tujuannya agar perusahaan dapat terus bertahan dari waktu ke waktu. Prestasi

yang berhasil dicapai perlu terus ditingkatkan. Disamping itu, perusaha juga harus tahan mental tidak mudah putus asa terhadap berbagai kondisi dan situasi yang dihadapi.

Etika yang berlakukan 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 sungguh-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. Suasana akrab akan berubah menjadi persahabatan dan menambah luasnya pergaulan. Jika karyawan, pelanggan, dan masyarakat menjadi akrab, segala urusan akan menjadi lebih mudah dan lancar.
- 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 pelanggan merasa senang dan puas atas pelayanan yang diberikan, diharapkan mereka akan mengulangnya kembali suatu 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 dari pada mencari pelanggan. Anggapan ini tidak seluruhnya 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.

Selain memahami lima langkah di atas, sebagai calon entrepreneur juga harus memahami etika seorang entrepreneur itu bagaimana. Sekurang-kurangnya ada 8 (delapan) hal yang harus diperhatikan berkaitan dengan etika seorang entrepreneur. Delapan hal tersebut adalah:

- 1) Wirausaha adalah tugas mulia dan kebiasaan baik (bertugas mewujudkan suatu kenyataan hidup berdasarkan kebiasaan baik di dalam berwirausaha).

- 2) Menempa pikiran untuk maju (melatih dan membiasakan diri berprakarsa baik, bertanggung jawab, percaya diri dan meningkatkan daya saing dan daya juang untuk maju).
- 3) Kebiasaan membentuk watak yang mulia (bersikap mental dan berfikir terbuka, bersih dan teliti untuk mencapai kemajuan).
- 4) Membersihkan diri dari kebiasaan berfikir negatif (tidak menyakiti orang lain dan menggantungkan pada nasib).
- 5) Kebiasaan berprakarsa (membiasakan diri untuk berprakarsa dalam kegiatan pengelolaan usaha dan memberikan saran baik, serta dapat menolong dirinya sendiri).
- 6) Kepercayaan pada diri sendiri (yakin dan beriman serta dapat meningkatkan nilai-nilai kehidupan di dalam berwirausaha).
- 7) Membersihkan diri dari hambatan yang dibuatnya sendiri (yakin dan tidak ragu-ragu terhadap hasil produksinya sendiri).
- 8) Mempunyai kemauan, daya upaya dan perencanaan (rencana mengejar cita-cita berdasarkan prinsip-prinsip entrepreneurship).

3. Rangkuman

Pemahaman dan keterampilan berwirausaha harus disertai dengan norma dan etika agar pengetahuan dan keterampilan tersebut dapat menjadi berkah bagi orang lain. Secara umum norma dipahami sebagai kaidah, pedoman, acuan, dan ketentuan berperilaku dan berinteraksi antar manusia di dalam suatu kelompok masyarakat. Sedangkan etika melihat dari sudut baik dan buruk terhadap perbuatan manusia. Etika memberikan standar atau penilaian terhadap perilaku tersebut. Dalam kaitannya dengan kewirausahaan, etika membentuk nilai, norma dan perilaku karyawan serta pimpinan dalam membangun hubungan yang adil dan sehat dengan pelanggan (mitra kerja), pemegang saham, serta masyarakat. Etika yang ditetapkan dapat menjadi standar dan pedoman bagi seluruh karyawan termasuk manajemen dan menjadikannya sebagai pedoman untuk melaksanakan pekerjaan sehari-hari dengan dilandasi moral yang luhur, jujur, transparan dan sikap yang profesional. Seorang wirausahawan harus mampu menjaga dan melestarikan etika berwirausaha yaitu suatu kode etik perilaku wirausahawan atas dasar nilai-nilai moral dan norma yang merupakan suatu komitmen untuk melakukan apa yang benar dan menghindari yang tidak benar.

4. Refleksi

- 4.1. Dari 8 hal yang berkaitan dengan etika entrepreneur di atas, manakah yang sudah anda miliki?
- 4.2. Apa saja yang masih harus anda kembangkan sebagai modal pribadi untuk menjadi seorang entrepreneur?

5. Penutup

Materi mengenai Norma dan Etika Berwirausaha ini adalah materi terakhir dari mata kuliah Kewirausahaan semester ini. Sebagaimana disampaikan di awal kuliah, Kuliah Kewirausahaan bertujuan membekali lulusan Ubhara Jaya dengan semangat kemandirian

untuk berwirausaha. Situasi pandemic Covid-19, walaupun akan segera memasuki New Normal Life, menegaskan kepada kita sekalian soal pentingnya semangat kewirausahaan. Sekarang ini tidak ada tempat bagi kita untuk mengedarkan ijazah, walaupun dengan IPK 4. Sekarang saatnya kita untuk berwirausaha walaupun situasi memang sulit. Akhirnya saya mengucapkan terimakasih untuk untuk kesempatan belajar bersama selama satu semester ini. Mohon maaf bila ada hal-hal yang tidak berkenan.

6. Rujukan

Bertens, K. 2000. *Pengantar Etika Bisnis*. Yogyakarta, Kanisius.

Bertens, Kees. 2013. *Etika (Edisi Revisi)*. Yogyakarta, Penerbit Kanisius.

7. Bacaan Yang Dianjurkan

Sinour, Yosephus Laba. 2010. *Etika Bisnis: Pendekatan Filsafat Moral Terhadap Perilaku Pebisnis Kontemporer*. Jakarta, Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

BAB XV

SOAL UJIAN

Ujian Tengah Semester (UTS) mata kuliah Kewirausahaan akan dilaksanakan sebagai berikut:

1. Mahasiswa menyusun proposal Business Plan (*panduan penyusunan proposal terlampir*).
2. Mahasiswa mempunyai kesempatan 3 hari untuk menyusun proposal tersebut.
3. Waktu 3 hari dihitung sejak waktu pelaksanaan UTS mata kuliah kewirausahaan.
4. Bila dalam waktu 3 hari mahasiswa tidak mengumpulkan proposal, maka mahasiswa yang bersangkutan dianggap tidak mengikuti UTS
5. Proposal disusun dengan ketentuan: tebal 3 – 5 halaman A4 (tidak termasuk halaman sampul), font Times Roman, size 12, spasi 1,5.
6. Halaman sampul memuat judul proposal dan identitas penyusun (nama, NIM).
7. Berikut adalah panduan penyusunan proposal bisnis plan.

Panduan Penyusunan Proposal Business Plan

Proposal Business Plan yang disusun berisi:

1. Identitas Perusahaan (kelompok usaha)
 - a. Nama Perusahaan (kelompok usaha)
 - b. Bidang Usaha
 - c. Jenis Produk
 - d. Alamat/lokasi tempat usaha
2. Penjelasan Produk
Diskripsi mengenai produk meliputi:
 - 1) Bahan dan ketersediaannya
 - 2) Cara produksi
 - 3) Kapasitas produksi
3. Peluang Bisnis
 - a. Sasaran dan Target Pasar
 - b. Analisa lingkungan
 - 1) Gambaran umum pasar
 - 2) Peluang
 - c. Strategi pemasaran
 - 1) Strategi harga
 - 2) Strategi promosi
 - 3) Strategi distribusi
4. Alasan Bisnis
5. Tujuan Bisnis
6. Perkiraan Pembiayaan

Ujian Akhir Semester (UAS) mata kuliah Kewirausahaan akan dilaksanakan sebagai berikut:

1. Mahasiswa membuat laporan bisnis (*panduan laporan terlampir*).
2. Mahasiswa mempunyai kesempatan 3 hari untuk membuat laporan tersebut.
3. Waktu 3 hari dihitung sejak waktu pelaksanaan UAS mata kuliah kewirausahaan.
4. Bila dalam waktu 3 hari mahasiswa tidak mengumpulkan laporan, maka mahasiswa yang bersangkutan dianggap tidak mengikuti UAS
5. Laporan disusun dengan ketentuan: tebal 3 – 5 halaman A4 (tidak termasuk halaman sampul), font Times Roman, size 12, spasi 1,5.
6. Halaman sampul memuat judul laporan dan identitas mahasiswa (nama, NIM).
7. Berikut adalah panduan penyusunan proposal bisnis plan.

Panduan Penyusunan Laporan Bisnis

Laporan Bisnis ini akan mudah bagi mereka yang sudah menjalankan Bisnis Plan, bagi yang belum silahkan ikuti saja panduannya.

Laporan Bisnis yang disusun berisi:

A. Untuk mereka yang bisnisnya sudah berjalan

1. Identitas Perusahaan (kelompok usaha)
 - a. Nama Perusahaan (kelompok usaha)
 - b. Pemilik
 - c. Bidang Usaha
 - d. Jenis Produk
 - e. Alamat/lokasi tempat usaha
2. Produk yang dijual
 - 1) Apa produk yang anda jual?
 - 2) Berapa banyak volume penjualan anda?
 - 3) Kapasitas produksi
3. Marketing
 - a. Kepada siapa saja produk anda jual?
 - b. Bagaimana strategi pemasarannya?
 - 1) Harga produk
 - 2) Strategi promosi
 - 3) Strategi distribusi
4. Aset dan Laporan Keuangan
 - a. Buat laporan keuangan dengan menggunakan aplikasi SIAPIK
 - b. Berapa lama waktu yang anda butuhkan untuk BEP (Break Even Point)
5. Apa tantangan terberat anda dalam menjalankan bisnis ini?

B. Bagi mereka yang bisnis project-nya belum jalan:

Bagi anda yang belum menjalankan Rencana Bisnis yang anda susun dalam UTS, anda dapat membuat laporan dengan mengikuti petunjuk penyusunan laporan di atas, dengan cara sebagai berikut:

1. Silahkan anda membayangkan bisnis apa yang dapat anda lakukan di tengah situasi seperti sekarang ini. Buatlah bisnis yang riil untuk anda lakukan sesuai dengan minat anda.
2. Buat laporan seperti di atas.

