

DIKTAT MATA KULIAH
KEWIRAUSAHAAN



Oleh : Aslim, SE. MM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UPI Y.A.I

JAKARTA

2021

KATA PENGANTAR

Saya mengucapkan syukur Alhamdulillah kehadirat Allah SWT, atas karunianya dan ridho sehingga diktat Kewirausahaan ini dapat saya selesaikan dengan baik.

Diktat ini disusun dengan maksud untuk membantu para mahasiswa yang memerlukan referensi dalam mempelajari Kewirausahaan khususnya bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPI Y.A.I.

Setelah mempelajari diktat ini diharapkan mahasiswa dapat memahami Kewirausahaan. Oleh karena itu dengan adanya diktat ini bisa dibaca oleh berbagai pihak yang membutuhkan.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendorong saya menulis diktat ini, dan tak lupa mengucapkan terima kasih. Saya harapkan masukan dari berbagai pihak yang sifatnya membangun. sehingga di perlukan buku pendamping lainnya untuk lebih mendalami Kewirausahaan Karena itu kami selalu menunggu kritik dan saran yang bersifat membangun demi lebih baiknya diktat ini.

Jakarta, Maret 2021

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPI Y.A.I

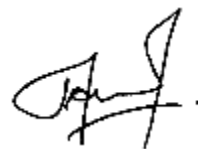
Menyetujui,

Ka.Prodi Akuntansi S-1

FEB UPI Y.A.I



Dr. Lely Indriaty SE, MM



Aslim, SE, MM

Mengetahui

Dekan FEB UPI Y.A.I



Dr. Maharlinda, SE, MM

Daftar isi

Kata Pengantar	2
Daftar Isi	3
Gambaran umum Kewirausahaan	4
Konsep dasar Kewirausahaan	8
Karakteristik dan Nilai-nilai Hakiki Kewirausahaan	13
Proses menjadi Kewirausahaan	18
Fungsi dan Model Peran Kewirausahaan.....	22
Ide dan Peluang dalam Kewirausahaan	27
Pengelolaan Usaha dan Strategi Kewirausahaan	32
Kompetensi Inti dan Strategi dalam Kewirausahaan	45
Analisis Bisnis dan Studi Kelayakan Usaha	52
Etika Bisnis dan Tanggung jawab Perusahaan	58
Daftar Pustaka	63

Gambaran Umum Kewirausahaan :

Kewirausahaan adalah Kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses.

Kreativitas (creativity) adalah kemampuan mengembangkan ide dan cara-cara baru dalam memecahkan masalah dan menemukan peluang (thinking new things).

Inovasi (innovation) adalah kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan masalah dan menemukan peluang (doing new things)

Menciptakan nilai tambah dengan cara-cara baru dan berbeda spt :

1. Pengembangan Teknologi
2. Penemuan Pengetahuan Ilmiah
3. Perbaikan Produk barang dan Jasa yang ada
4. Menemukan cara-cara baru untuk mendapatkan produk yang lebih banyak dengan sumber daya yang lebih efisien.

Suatu yang baru dan berbeda bisa berbentuk lain spt :

- Berbentuk proses seperti ide,
- Motode
- Cara-cara

Yang baru dan berbeda diciptakan melalui pemikiran kreatif dan bertindak inovatif
→ merupakan nilai tambah yang menjadi keunggulan.

Ciri-ciri orang yang memiliki jiwa, sikap dan perilaku Kewirausahaan :

1. Penuh Percaya diri.\
Indikatornya adalah penuh keyakinan, optimis, berkomitmen, disiplin dan bertanggungjawab.
2. Memiliki Inisiatif.
Indikatornya penuh energi, cekatan dalam bertindak, dan aktif.
3. Memiliki Motif berprestasi.
Indikatornya terdiri atas orientasi pada hasil dan wawasan ke depan.
4. Memiliki Jiwa Kepemimpinan.
Indikatornya berani tampil beda, dapat dipercaya, dan tangguh dalam bertindak
5. Berani mengambil risiko dan penuh perhitungan (menyukai tantangan).

Proses Kewirausahaan → diawali adanya tantangan.

Wirausaha → awalnya proses imitasi (peniruan) dan duplikasi, berkembang menjadi proses pengembangan, dan berujung pada proses penciptaan sesuatu yang baru dan berbeda (inovasi).

Faktor yang mempengaruhi tahap inovasi :

1. Faktor Pribadi → motif berprestasi, komitmen, nilai-nilai pribadi, pendidikan dan pengalaman
2. Faktor lingkungan → peluang, model peran, dan aktivitas

Fungsi dan Peran Wirausaha : melalui 2 pendekatan

- a. Secara Mikro : - Penemu (innovator)
- Perencana (planner)
- b. Secara Makro : Berperan sebagai yang menciptakan kemakmuran, pemerataan kekayaan, kesempatan kerja yang berfungsi sebagai mesin pertumbuhan ekonomi suatu Negara.

Ide, peluang → melakukan evaluasi terhadap peluang secara berkelanjutan seperti :

- . proses penciptaan sesuatu yang baru dan berbeda
 - . Mengamati peluang
 - . menganalisis proses secara mendalam
 - . Memperhitungkan risiko yang mungkin terjadi

Pengetahuan, Kemampuan, dan Kemauan Wirausaha :

Yang harus dimiliki oleh seorang Wirausaha yang sukses yaitu Pengetahuan, Kemampuan, dan Kemauan.

Pengetahuan yang harus dimiliki :

- a. Pengetahuan mengenai usaha yang akan dimasuki/dirintis dan lingkungan usaha yang ada
- b. Pengetahuan tentang peran dan tanggungjawab
- c. Pengetahuan tentang manajemen dan organisasi bisnis

Keterampilan yang harus dimiliki :

- a. Keterampilan konseptual dalam mengatur strategi dan memperhitungkan risiko
- b. Keterampilan kreatif dalam menciptakan nilai tambah
- c. Keterampilan dalam memimpin dan mengelola
- d. Keterampilan berkomunikasi dan berinteraksi
- e. Keterampilan teknik usaha yang akan dibangun.

Kemampuan dan Pengetahuan yang harus dimiliki untuk memperoleh Peluang seperti :

- a. Kemampuan menghasilkan produk atau jasa
- b. Menghasilkan nilai tambah
- c. Merintis usaha baru
- d. Melakukan proses atau teknik
- e. Mengembangkan organisasi baru.

Wirausaha Sukses adalah mereka yang *memiliki kompetensi*, yaitu yang memiliki pengetahuan, keterampilan, dan kualitas individu yang meliputi sikap, motivasi, nilai-nilai pribadi, serta tingkah laku yang diperlukan untuk melaksanakan pekerjaan/kegiatan. (Michael Harris)

Kompetensi berarti Sebagai pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan individu yang langsung mempengaruhi pada hasil.

Wirausaha adalah orang yang selalu berorientasi pada hasil.

Modal Kewirausahaan :

Bisa berwujud (tangible) dan tidak berwujud (intangible).

Berwujud seperti : uang, dan barang

Tidak berwujud seperti : modal intelektual, modal social, modal moral, dan modal mental yang dilandasi agama.

Empat Modal Kewirausahaan secara garis besar yaitu :

1. Modal Intelektual
2. Modal Sosial dan Moral
3. Modal Mental
4. Modal Material

Kompetensi Inti (core competency) adalah kreativitas dan inovasi dalam rangka menciptakan nilai tambah untuk meraih keunggulan dengan berfokus pada pengembangan pengetahuan dan keunikan.

Modal social dan moral → wujudnya dalam bentuk kejujuran dan kepercayaan, sehingga terbentuk citra.

Etika wirausaha yang baik spt : 1. kejujuran, 2. memiliki integritas, 3. menepati janji, 4. Kesetiaan, 5. Kewajaran, 6. Suka membantu orang lain, 7. Mengejar keunggulan, 10. Bertanggungjawab.

Modal Mental adalah kesiapan mental berdasarkan landasan agama, diwujudkan dalam bentuk keberanian untuk menghadapi risiko dan tantangan.

Modal Material adalah modal dalam bentuk uang atau barang.

Cara merintis Bisnis / Usaha baru :

Cara untuk memasuki suatu usaha/bisnis :

1. Merintis usaha baru sejak awal
2. Membeli perusahaan yang telah ada
3. Kerja sama manajemen atau waralaba (franchising)

Setelah memiliki ide, segera dilakukan analisis kelayakan usaha seperti analisis SWOT (strength/kekuatan, weakness/kelemahan, opportunity/peluang, dan threat/ancaman).

Hal yang harus diperhatikan dalam merintis usaha baru :

1. Bidang usaha dan jenis usaha yang akan dirintis
2. Bentuk dan kepemilikan usaha yang akan dipilih
3. Tempat usaha yang akan dipilih
4. Organisasi usaha yang akan digunakan
5. Jaminan usaha yang mungkin diperoleh
6. Lingkungan usaha yang akan berpengaruh

Pengelolaan usaha harus diawali dengan :

- a. Perencanaan usaha
- b. Pengelolaan keuangan
- c. Aksi strategis usaha
- d. Teknik pengembangan usaha.

KONSEP DASAR KEWIRAUSAHAAN

Konsep dan pandangan yang berberda-beda tentang kewirausahaan bergantung pada konteks dan pendekatan yang digunakan :

- Konsep Kewirausahaan (Entrepreneurship)
- Konsep wirausahawan (Entrepreneur)
- Konsep berwirausaha (Entrepreneurial)

Jiwa Kewirausahaan ada pada setiap orang yang memiliki kemampuan Kreatif dan Inovatif, yang menyukai perubahan, pembaruan, kemajuan dan tantangan.

Wirausahawan adalah mereka yang melakukan usaha-usaha kreatif dan inovatif dengan jalan mengembangkan ide dan meramu sumber daya untuk menemukan peluang dan perbaikan hidup (Soeharto Prawirokusumo – 1977)

Konsep kewirausahaan merujuk pada sifat, watak, dan ciri-ciri yang melekat pada seseorang yang mempunyai kemampuan keras untuk mewujudkan gagasan inovatif kedalam dunia usaha yang nyata dan dapat mengembangkannya dengan tangguh (Peter F Drucker – 1994) .

Kewirausahaan adalah kemampuan menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (Pete F Drucker).

Menurut Schumpeter -1934 , Wirausahawan merupakan pengusaha yang melaksanakan kombinasi-kombinasi baru dalam bidang teknik dan komersial kedalam bentuk praktek.

Inti dari fungsi pengusaha adalah Pengenalan dan pelaksanaan kemungkinan-kemungkinan baru dalam bidang perekonomian.

- Kemungkinan-kemungkinan baru itu adalah 4 + 1
 1. Memperkenalkan produk atau kualitas baru suatu barang yang belum dikenal oleh konsumen.
 2. Melakukan metode produksi dari penemuan ilmiah dan cara-cara baru untuk menangani suatu produk agar menjadi lebih mendatangkan keuntungan.
 3. Membuka suatu pasar baru, yaitu pasar yang belum pernah ada atau belum pernah dimasuki cabang industry yang bersangkutan
 4. Membuka suatu sumber dasar baru atau setengah jadi atau sumber-sumber yang masih harus dikembangkan.
 5. Pelaksanaan organisasi baru (Yuyun Wirasawasta -1982)

Schumpeter → 2 tipe sikap dari dua subjek ekonomi yaitu

- a. Sikap pengusaha kecil biasa
- b. Sikap pengusaha sejati → yang kemudian berkembang lebih cepat

Proses Kewirausahaan : Meliputi semua fungsi, aktivitas dan tindakan yang berhubungan dengan perolehan peluang dan penciptaan organisasi usaha.

Menurut Meredith – 1996 :

Berwirausaha berarti memadukan watak pribadi, keuangan , dan sumber daya.

Berwirausaha merupakan suatu pekerjaan/karier yang harus bersifat :

- Fleksibel dan imajinatif
- Mampu merencanakan
- Mengambil risiko, keputusan dan tindakan untuk mencapai tujuan

Syarat berwirausaha adalah :

- Harus memiliki kemampuan untuk menemukan dan mengevaluasi peluang.
- Mengumpulkan sumber-sumber daya yang diperlukan
- Bertindak untuk memperoleh keuntungan dari peluang-peluang tersebut.

Konsep Kewirausahaan dapat dipandang dari beberapa konteks dan pandangan seperti :

1. Pandangan ahli Ekonomi
2. Pandangan Ahli Manajemen
3. Pandangan Pelaku bisnis
4. Pandangan Psikologi
5. Pandangan Pemodal.

(1) Menurut Pandangan Ahli Ekonomi :

Wirausahawan adalah orang yang mengombinasikan faktor-faktor produksi seperti Sumber daya alam, Tenaga kerja/SDM, Material dan peralatan lainnya untuk meningkatkan nilai yang lebih tinggi dari sebelumnya.

Atau

Wirausahawan adalah seseorang atau sekelompok orang yang mengorganisasikan faktor-faktor produksi spt SDA, SDM, Modal, dan keahlian dengan tujuan untuk memproduksi barang dan jasa.

(2) Pandangan Ahli Manajemen :

Wirausahawan adalah seseorang yang memiliki kemampuan dalam menggunakan dan mengombinasikan sumber daya seperti : Keuangan, bahan mentah, tenaga kerja, keterampilan dan informasi untuk menghasilkan produk baru , proses produksi baru, bisnis baru dan organisasi usaha baru (Marzuki Usman – 1997).

(3) Pandangan Pelaku Bisnis : Dun Steinhoff dan John F Burgess

Wirausahawan adalah seseorang yang mengorganisasikan, mengelola, dan berani menanggung risiko sebuah usaha atau perusahaan.

Atau

Wirausahawan adalah orang yang menanggung risiko keuangan, material, dan SDM, cara menciptakan konsep usaha baru atau peluang dalam perusahaan yang sudah ada.

(4) Pandangan Psikologi :

Wirausahawan adalah orang yang memiliki dorongan kekuatan dari dalam dirinya untuk memperoleh suatu tujuan, suka menguji coba atau bereksperimen untuk menampilkan kebebasan dirinya di luar kekuasaan orang lain.

(5) Pandangan Pemodal :

Wirausahawan adalah orang yang menciptakan kesejahteraan untuk orang lain, menemukan cara-cara baru untuk menggunakan sumberdaya, mengurangi pemborosan, dan membuka lapangan kerja yang disenangi oleh masyarakat.

Pada Hakikatnya, Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk menciptakan peluang agar meraih sukses dalam berusaha atau hidup.

Peter Drucker 1959 ;

Inti Kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui pemikiran kreatif dan tindakan inovatif demi terciptanya peluang.

Kreatifitas → Sesuatu yang baru dan berbeda yang dikenal dengan
Nilai tambah, Keunggulan, Daya saing, Peluang.

Esensi dari Kewirausahaan adalah menciptakan nilai tambah di pasar melalui proses kombinasi sumber daya dengan cara-cara baru dan berbeda.

Menurut Zimmerer 1996 : Nilai tambah tersebut diciptakan dengan cara-cara sebagai berikut :

- 1) Pengembangan Teknologi baru
- 2) Penemuan pengetahuan baru
- 3) Perbaikan produk dan jasa yang sudah ada
- 4) Penemuan cara-cara yang berbeda untuk menghasilkan barang dan jasa yang lebih banyak dengan sumber daya yang lebih sedikit.

KARAKTERISTIK & NILAI-NILAI HAKIKI KEWIRAUSAHAAN

Kepribadian wirausaha terletak pada :

- 1) Kepercayaan diri
- 2) Kemampuan mengorganisasi
- 3) Kreativitas
- 4) Menyukai tantangan

Kreativitas artinya hadirnya suatu gagasan baru

Inovasi adalah penerapan secara praktis gagasan yang kreatif

INOVASI adalah Kreativitas yang diterjemahkan menjadi sesuatu yang dapat diimplementasikan dan memberikan nilai tambah atas sumber daya yang kita miliki.

Jadi untuk senantiasa berinovasi, kita memerlukan kecerdasan kreatif.

Indikator orang yang bertanggung jawab adalah ;

Berdisiplin, Penuh komitmen, Bersungguh-sungguh, Jujur, Berdedikasi tinggi, dan Konsisten.

Wirausaha :

- Lebih dibutuhkan pada tahap awal pengembangan usaha
- Inti wirausaha adalah berani mengambil risiko untuk meraih peluang

Manajer :

- Dibutuhkan dalam mengatur perusahaan
- Inti tugas manajer adalah berani mengambil dan membuat keputusan untuk meraih sukses dalam mengelola sumber daya.

Beberapa Nilai Hakiki yang penting dari Kewirausahaan : ada 7 hal yaitu

1. Percaya diri ;

Kepercayaan diri adalah sikap dan keyakinan seseorang dalam melaksanakan dan menyelesaikan tugas-tugasnya.

Orang yang percaya diri memiliki kemampuan untuk menyelesaikan pekerjaan dengan sistematis, berencana, efektif, dan efisien.

2. Berorientasi pada tugas dan hasil ;

Berinisiatif berarti selalu ingin mencapai dan memulai sesuatu dengan tekad yang kuat.

Dalam kewirausahaan, peluang hanya diperoleh apabila terdapat inisiatif.

Perilaku inisiatif diperoleh melalui pelatihan dan pengalaman selama bertahun-tahun dan pengembangannya diperoleh dengan cara disiplin diri, berpikir kritis, tanggap, dan semangat berprestasi.

3. Keberanian mengambil Risiko ;

Lebih menyukai risiko yang seimbang (moderat) → Penuh dengan perhitungan dan realistis.

Keberanian menanggung risiko bergantung pada,

- a. Daya tarik setiap alternatif
- b. Siap mengalami kerugian
- c. Kemungkinan relative untuk sukses atau gagal .

Kemampuan untuk mengambil risiko ditentukan oleh,

- a. Keyakinan diri
- b. Kesiediaan untuk menggunakan kemampuan
- c. Kemampuan untuk menilai risiko

4. Kepemimpinan ,

Kewirausahaan memiliki sifat-sifat :

- a. Kepeloporan
- b. Keteladanan
- c. Tampil berbeda
- d. Mampu berpikir divergen dan konvergen

Berpikir divergen adalah kemampuan melihat perbedaan antara data dan kejadian yang beraneka ragam

Berpikir Konvergen adalah Kemampuan untuk melihat persamaan dan hubungan diantara beragam data dan kejadian.

5. Berorientasi ke masa depan.

6. Keorisinalan : Kreativitas dan Inovasi

Cara-cara baru yang lebih baik dengan ciri-ciri ;

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

Lima (5) proses inovasi :

1. Menemukan pasar yang baru
2. Pengenalan barang-barang baru
3. Metode produksi yang baru
4. Sumber penyediaan bahan mentah baru
5. Organisasi industri baru.

Harvard's Theodore Levitt :

Kreativitas adalah Kemampuan untuk melakukan pemikiran yang baru dan berbeda.

Inovasi adalah Kemampuan untuk melakukan tindakan yang baru dan berbeda.

Transformasi adalah mengidentifikasi persamaan dan perbedaan yang ada tentang informasi yang terkumpul.

7. Tahap Implementasi,

Fearing mistake and failure yaitu takut menghadapi kesalahan dan kegagalan.

Thomas A Edison → Sukses membuat bola lampu menyala, setelah melakukan eksperimen sebanyak 1.800 kali.

(Artinya/Kuncinya : Kegagalan adalah tolok ukur untuk meraih sukses)

- Faktor-faktor keberhasilan berwirausaha yaitu Kemauan, Kemampuan, Peluang , dan Kesempatan.

Beberapa alasan seseorang berminat melakukan Wirausaha :

1. Peluang memperoleh kontrol atas kemampuan diri
2. Peluang memanfaatkan potensi yang dimiliki
3. Peluang memperoleh manfaat secara financial

4. Peluang berkontribusi kepada masyarakat dan untuk menghargai usaha-usaha seseorang.

PROSES MENJADI KEWIRAUSAHAAN

Proses Kewirausahaan diawali dengan sesuatu yaitu tantangan .

Adanya tantangan → ada usaha untuk berpikir kreatif dan inovatif.

Karena adanya tantangan :

- Timbul gagasan
- Kemauan
- Dorongan untuk berinisiatif yang tidak lain adalah berpikir kreatif dan bertindak inovatif sehingga tantangan awal teratasi dan terpecahkan.

Beberapa hal yang harus dimiliki dan dilalui (proses) menjadi wirausahawan yaitu :

Ada Ide, Ada Kemauan, Kemampuan, Semangat dan kerja keras, Loyalitas, Tanggung jawab.

Beberapa faktor yang mempengaruhi tahap inovasi ;

- a) Faktor yang berasal dari dalam diri pribadi, yang memicu kewirausahaan adalah ;
 - Motif berprestasi
 - Komitmen
 - Nilai-nilai kepribadian
 - Pendidikan
 - Pengalaman
- b) Faktor pemicu yang berasal dari lingkungan pada waktu berinovasi adalah ;
 - Peluang
 - Model Peran
 - Aktivitas

Kewirausahaan berkembang melalui tiga proses yaitu ;

- 1) Proses imitasi dan duplikasi
- 2) Proses duplikasi dan pengembangan
- 3) Proses penciptaan sesuatu yang baru dan berbeda.

Dua tahap perkembangan kewirausahaan yaitu :

- 1). Tahap awal (Perintisan usaha)
- 2). Tahap pertumbuhan

Perkembangan Kewirausahaan dipicu oleh dua faktor ;

a. Faktor Pribadi yang mempengaruhi kewirausahaan adalah,

- Locus of control
- Pendidikan
- Pengalaman
- Komitmen
- Visi
- Keberanian menambil risiko
- Usia

b. Faktor lingkungan adalah ,

- Sosiologi
- Organisasi
- Keluarga
- Peluang
- Model peran
- Pesaing
- Investor
- Kebijakan Pemerintah

Tantangan dalam hidup yang pasti muncul kapanpun dan dimanapun seperti : Kekurangan, Ketidakterampilan, Kesulitan, Ketinggalan, Ketiadaan kesempatan (peluang), Ketidakterpuasan, dan Persaingan.

Wirusahawan adalah orang yang berani menghadapi risiko dan menyukai tantangan.

Pada hakekatnya manusia berkembang dari :

- Pengalaman
- Belajar dan berpikir

Orang yang Produktif adalah orang yangberpikir kreatif dan bertindak inovatif, oleh sebab itu orang yang memiliki tantangan selalu berpikir kreatif,produktif dan inovatif.

Hasil berpikir kreatif adalah Gagasan, Khayalan, Imajinasi, dan Ide-ide yang diimplementasikan dalam bentuk tindakan nyata (inovasi) yaitu melakukan sesuatu yang baru → berupa Produk-produk, atau jasa.

Sesuatu yang baru dan berbeda tidak lain merupakan nilai tambah (value added). Nilai tambah memproyeksikan kualitas dan kualitas memproyeksikan keunggulan, keunggulan menghasilkan daya saing dan daya saing merupakan suatu peluang.

Orang sukses adalah orang yang suka tantangan, kreatif dan inovatif, produktif, menghasilkan nilai tambah (new and different) , berkualitas unggul, memiliki daya saing, dan memiliki banyak peluang.

Usaha dan pekerjaan yang ditekuni harus sungguh-sungguh jangan hanya bersifat asal-asalan, sampingan, atau sambilan.

Keseriusan dan ketekunan inilah yang disebut dengan Loyalitas KOfitmen dan Tanggung jawab.

FUNGSI DAN MODEL PERAN KEWIRAUSAHAAN

Pengelompokan profil kewirausahaan dari para ahli dibedakan berdasarkan ;

- Pemilikan
- Perkembangan
- Kegiatan usaha

Roopke – 1995 mengelompokan kewirausahaan berdasarkan peran.

Berdasarkan fungsinya profil wirausaha dibedakan menjadi tiga yaitu :

1. Wirausaha Rutin/Rutinitas yaitu wirausaha yang dalam melakukan kegiatan sehari-harinya cenderung fokus pada pemecahan masalah dan perbaikan standar prestasi tradisional.

Misal : hasilkan barang, pasar, teknologi, SDM

2. Wirausaha Arbitrase yaitu wirausaha yang selalu mencari peluang melalui kegiatan penemuan (pengetahuan) dan pemanfaatan (pemukaan).

Seperti Spekulasi, beli murah jual mahal, beda harga, impor daging dengan kuota dll.

3. Wirausaha Inovatif yaitu wirausaha dinamis yang menghasilkan ide dan kreasi baru dan berbeda.

Memperkenalkan teknik dan produk baru, peningkatan teknik manajemen dan metode distribusi.

Misal : Membuat keripik dari apple atau salak, distribusi produk melalui jasa pengiriman JNE, TIKI, J & T dsbnya.

Pembagian wirausaha dilihat dari Intensitas pekerjaan dan status :

- a. Wirausaha paruh waktu (part time entrepreneur)
- b. Wirausaha berdasarkantempat tinggal (home based new ventures)
Yaitu usaha yang dirintis dari rumah / tempat tinggal.
- c. Wirausaha Keluarga (family owned business)
Yaitu usaha yang dilakukan /dimiliki oleh beberapa anggota keluarga secara turun temurun.
- d. Wirausaha patungan bersama (Copreneurs)
Yaitu usaha yang dilakukan oleh dua orang wirausaha yang bekerja sama sebagai pemilik dan menjalankan usahanya bersama-sama.

Wirausaha memiliki dua fungsi :

- a. Secara makro → berfungsi sebagai penggerak, pengendali dan pemacu perekonomian suatu bangsa.
- b. Secara mikro → adalah sebagai Penanggung risiko dalam ketidakpastian, Mengombinasikan sumber-sumber kedalam cara baru dan berbeda menghasilkan nilai tambah, Pencipta nilai tambah.

Sebagai innovator wirausaha berperan dalam menciptakan produk, ide-ide dan organisasi usaha baru.

Menghadapai persaingan global dan perdagangan bebas saat ini, kemampuan kewirausahaan sangat penting melalui :

- a. Semangat kewirausahaan
- b. Barang dan jasa yang unggul dapat diciptakan.

Fungsi adalah Pekerjaan yang dilakukan/ kegunaan suatu hal yang dengan segera dapat dibedakan.

Globalisasi yaitu Proses perekonomian dunia menjadi sebuah sistem tunggal yang saling bergantung.

Tantangan persaingan global :

- Pertumbuhan penduduk
- Pengangguran
- Tanggung jawab sosial
- Keanekaragaman ketenaga kerjaan
- Etika
- Kemajuan teknologi dan Ilmu pengetahuan
- Gaya hidup beserta kecenderungannya merupakan tantangan yang saling terkait.

Dalam persaingan global, semua sumber daya antar Negara akan bergerak bebas melewati batas-batas yang ada.

Hanya sumber daya yang memiliki keunggulanlah yang dapat bertahan dalam persaingan.

Keunggulan Komparatif (comparative advantage) adalah Kemampuan suatu Negara untuk menghasilkan beberapa produk secara lebih efisien dari pada Negara lain.

Keunggulan Kompetitif (competitive advantage) adalah keunggulan bersaing.

Marzuki Usman -1977 :

Intrapreneur adalah orang yang menggunakan temuan orang lain pada unit usahanya.

Fungsi Intrapreneur adalah menciptakan produk dan teknologi baru dengan cara meniru yang sudah ada.

Menurut J B Say :

Wirausaha adalah orang yang menggeser sumber-sumber ekonomi dari produktivitas terendah menjadi produktivitas tertinggi.

Peranan wirausaha melalui usaha kecilnya secara kualitatif yaitu :

1. Usaha kecil dapat memperkokoh perekonomian nasional melalui keterkaitan usaha, seperti fungsi pemasok, Produksi, penyalur, dan pemasaran bagi hasil produk-produk industri besar.
2. Usaha kecil dapat meningkatkan efisiensi ekonomi, khususnya dalam menyerap sumber daya yang ada, sangat fleksibel dapat menyerap tenaga kerja dan sumber daya lokal serta meningkatkan SDM yang tangguh.
3. Usaha kecil dipandang sebagai sarana pendistribusian pendapatan nasional, alat pemerataan berusaha dan pendapatan, karena jumlahnya tersebar di perkotaan maupun pedesaan.

Menurut Marzuki Usman – 1977 :

Secara umum wirausaha memiliki dua peran melakukan fungsi mikronya yaitu :

- a. Sebagai penemu dan menciptakan.
Produk baru, Teknologi baru, Ide-ide baru, Organisasi usaha baru.
- b. Sebagai Perencana berperan dalam merancang.
Perencanaan Perusahaan, Strategi perusahaan, Ide-ide dalam perusahaan, organisasi perusahaan .

Menurut Zimmeree – 1996 :

Fungsi Wirausaha adalah menciptakan nilai barang dan jasa dipasar melalui proses pengombinasian sumber daya dengan cara-cara baru dan berbeda untuk dapat melakukan persaingan.

Fungsi Wirausaha → Werner Shombart -1992 yaitu ;

1. Pemimpin Industri,
Yang mengawali sebagai tukang atau teknisi dalam satu bidang keahlian baru.
2. Usahawan, yaitu orang yang menganalisis berbagai kebutuhan masyarakat, merangsang kebutuhan untuk mendapat langganan baru.
3. Pemimpin Keuangan, yaitu orang yang sejak muda menekuni keuangan, mengumpulkan uang, dan menggabungkan sumber-sumber keuangan.

IDE DAN PELUANG DALAM KEWIRAUSAHAAN

Nilai Potensial (Peluang Usaha)

Kompetensi = Kemampuan utama

Cara mengidentifikasi dan mengevaluasi kemungkinan terjadinya Risiko ;

1. Mengurangi kemungkinan risiko melalui strategi yang proaktif.
2. Menyebarkan risiko pada aspek yang paling mungkin
3. Mengelola risiko yang mendatangkan nilai atau manfaat.

Tiga risiko yang dapat di evaluasi :

- a. Risiko pasar atau persaingan. → terjadi akibat adanya ketidakpastian pasar.
- b. Risiko Finansial. → terjadi akibat rendahnya hasil penjualan dan tingginya biaya.
- c. Risiko Tekni. → terjadi akibat adanya kegagalan teknik

Faktor-faktor ketidakpastian pasar terjadi akibat :

- Lingkungan Ekonomi
- Lingkungan Teknologi
- Lingkungan Demografi
- Lingkungan Sosial politik.

Banyak wirausaha berhasil bukan atas ide sendiri, tetapi hasil pengamatan dan penerapan ide-ide orang lain yang bisa dijadikan peluang.

Dua unsur pasar untuk mengetahui perilaku konsumen di pasar oleh wirausahawan :

- a. Jumlah permintaan terhadap barang/jasa yang dihasilkan
- b. Waktu penyerahan dan waktu permintaan atas barang /jasa tersebut.

Beberapa aspek kemampuan wirausaha menganalisis pasar untuk memperoleh peluang :

- a. Kemampuan menganalisis demografi pasar
- b. Kemampuan menganalisis sifat serta tingkah laku pasar
- c. Kemampuan menganalisis keunggulan bersaing dan kevakuman pesaing yang dapat dijadikan peluang.

Risiko Pesaing adalah Kemampuan dan kesediaan pesaing untuk mempertahankan posisinya di pasar.

Risiko pesaing meliputi :

- a) Kemungkinan kesamaan dan keunggulan produk apa yang dikembangkan pesaing
- b) Tingkat keberhasilan apa yang telah dicapai oleh pesaing oleh pesaing dalam mengembangkan produknya
- c) Seberapa jauh dukungan keuangan pesaing bagi pengembangan produk baru dan produk yang diperkenalkannya
- d) Apakah perusahaan baru cukup kuat untuk mengatasi serangan-serangan pesaing.

Analisis yang sangat penting dalam menciptakan keberhasilan perusahaan baru → yaitu analisis SWOT.

(Strength /Kekuatan, Weakness/Kelemahan, Opportunity/Peluang, Threat/Ancaman).

Persyaratan utama yang harus dimiliki untuk menjadi wirausaha yang berhasil adalah Memiliki jiwa dan watak kewirausahaan.

Kemampuan kreatif dan inovatif wirausaha secara riil tercermin dalam :

- Kemampuan dan kemauan untuk memulai usaha
- Mengerjakan sesuatu yang baru
- Kemauan dan kemampuan mencari peluang
- Kemampuan dan keberanian menanggung risiko
- Kemampuan untuk mengembangkan ide serta memanfaatkan sumber daya.

Dua peran Wirausaha :

a. Peran wirausaha sebagai perencana.

- 1) Merancang perusahaan
- 2) Mengatur strategi perusahaan
- 3) Pemrakarsa ide-ide perusahaan
- 4) Pemegang visi untuk memimpin.

b. Peran wirausaha sebagai pelaksana usaha.

- 1) Menemukan, menciptakan, dan menerapkan ide baru yang berbeda
- 2) Meniru dan menduplikasi
- 3) Meniru dan memodifikasi
- 4) Mengembangkan produk, Teknologi, Citra, dan organisasi baru.

Empat kemampuan utama (competence) wirausaha untuk mencapai pengalaman seimbang agar berhasil (A. Kuriloff, John M Memphil, Jr dan Douglas Cloud – 1993) :

1. Technical competence → Bidang rancang bangun/teknik dan desain
2. Marketing competence → menemukan pasar yang cocok, pelanggan, menjaga kelangsungan hidup perusahaan
3. Financial competence → Bidang keuangan
4. Human Relation competence → Bidang mengembangkan hubungan personal.

Decision making skill → 3 tahap utama dalam pengambilan keputusan :

1. Merumuskan maalah, mengumpulkan fakta, dan mengidentifikasi alternative pemecahannya
2. Mengevaluasi setiap alternatif dan memilih alternative yang terbaik
3. Mengimplemantasikan alternative yang terpilih , menindaklanjutinya secara periodic, dan mengevaluasi keefektifan yang telah dipilih tersebut.

Lima Kompetensi yang merupakan fungsi dari kapabilitas diperlukan wirausaha yang berhasil yaitu : menurut SDBC

1. Teknik
2. Pemasaran
3. Keuangan
4. Personalia
5. Manajemen

Menurut SDBC (small business development centre) untuk mencapai keberhasilan usaha yang dimiliki sendiri bergantung kepada :

1. Individual skill and attitudes (keterampilan dan sikap individu)
2. Knowledge of business (pengetahuan tentang usaha yang akan dijalankan)
3. Establishment of goal (kemantapan dalam menentukan tujuan perusahaan)
4. Take advantages of the opportunities (keunggulan dalam mencari peluang)
5. Adapt to the change (kemampuan beradaptasi dengan perubahan)
6. Minimize the threats to business (kemampuan meminimalkan ancaman terhadap perusahaan).

Keahlian khusus adalah kemampuan untuk bekerja, memahami, dan memotivasi orang baik sebagai individu maupun kelompok.

(seperti : bersosialisasi, bergaul, berkomunikasi dll)

Kemampuan konseptual adalah merupakan kemampuan mental untuk menganalisis dan mengdiagnosis situasi yang kompleks.

(seperti : untuk merencanakan, merumuskan, meramalkan atau memprediksikan).

PENGELOLAAN USAHA DAN STRATEGI KEWIRAUSAHAAN

PENGELOLAAN USAHA :

Perencanaan Usaha adalah suatu cetak biru (blue print) yang berisikan tentang misi usaha, usulan usaha, operasional usaha, rincian finansial, strategi usaha, peluang pasar yang mungkin diperoleh, dan kemampuan serta keterampilan pengelolanya.

Dua fungsi penting Perencanaan Usaha :

1. Sebagai pedoman untuk mencapai keberhasilan manajemen usaha
2. Sebagai alat untuk mengajukan kebutuhan permodalan yang bersumber dari luar.

Unsur-unsur Perencanaan Usaha (Menurut Zimmerer- 1993) :

- 1) Ringkasan pelaksanaan
- 2) Profil usaha
- 3) Strategi usaha
- 4) Produk dan jasa
- 5) Strategi pemasaran
- 6) Analisis Pesaing
- 7) Ringkasan karyawan dan Pemiliknya
- 8) Rencana Operasional
- 9) Data finansial
- 10.)Proposal/usulan pinjaman
- 11.)Jadwal operasional

Menurut Peggy Lambing - 2000 , Perencanaan Bisnis memuat topik sbb :

1. Ringkasan eksekutif
2. Pernyataan misi
3. Lingkungan usaha
4. Perencanaan Pemasaran
5. Tim Manajemen
6. Data Finansial
7. Aspek-aspek legal
8. Jaminan asuransi
9. Orang-orang penting
- 10..Pemasok
- 11..Resiko

Ringkasan eksekutif, menjelaskan tentang : (1). Maksud usaha, (2).Usulan financial. (3). Permintaan dana. (4). Cara menggunakan dana dan cara pembayaran kembali pinjaman.

Misi usaha yaitu menggambarkan maksud-maksud usaha dan filosofi manajemen perusahaan.

Misi usaha dibuat setelah membuat ringkasan eksekutif.

Calon pengusaha juga harus membuat Proposal usaha/usulan yang akan digunakan untuk mengajukan dana kepada penyandang dana seperti : investor, bankir, dan lembaga keuangan yang siap membantu perusahaan.

Beberapa aspek yang dimuat dalam proposal usaha :

- a) Manajemen usaha
- b) Pemasaran
- c) Produksi / operasional
- d) Keuangan Perusahaan

Tiga aspek yang diperhatikan dalam Pengelolaan Keuangan :

1. Aspek sumber dana
2. Aspek rencana dan penggunaan dana
3. Aspek pengawasan atau pengendalian keuangan

Dua golongan sumber dana perusahaan :

- 1) Pembelanjaan internal, yaitu dana yang berasal dari dalam perusahaan sendiri.

Penggunaan dana intern biasanya sangat terbatas, maka penggunaannya harus memperhatikan biaya kesempatan (opportunity cost) yaitu peluang yang hilang akibat penggunaan lain.

Misalnya : bunga dana milik sendiri atau sewa gedung milik sendiri yang seharusnya diterima, hilang akibat dana atau gedung tersebut digunakan dalam perusahaan.

Bunga atau sewa yang seharusnya diterima oleh pemiliknya tsb seharusnya dihitung sebagai biaya perusahaan.

Tiga jenis sumber dana internal yang dapat dijadikan sumber keuangan perusahaan :

- a) Penggunaan dana perusahaan
- b) Penggunaan cadangan
- c) Penggunaan laba yang tidak dibagi/ditahan

2) Pembelanjaan Eksternal yaitu dana yang berasal dari luar perusahaan

Sumber-sumber dana eksternal :

- a) Dana dari pemilik atau penyertaan
- b) Pembelanjaan asing yaitu dana yang berasal dari utang/pinjaman baik jangka pendek maupun jangka panjang.
Kredit jangka pendek : Kredit rekening Koran, kredit penjual/pembeli, aksep.
Kredit jangka panjang : Hipotek, obligasi, kredit bank, kredit dari Negara lain.
- c) Dana bantuan program pemerintah pusat dan daerah
- d) Dana ventura, yaitu dana dari perusahaan yang ingin menginvestasikan dananya pada perusahaan kecil yang memiliki potensi.

Beberapa aspek yang diperhatikan dalam merancang penggunaan biaya :

1. Biaya awal
2. Proyeksi/rancangan keuangan, yang mencakup :
 - a) Neraca harian (balance sheet)
 - b) Laporan laba rugi (income statement)
 - c) Laporan arus kas (cash flow statements)

3. Analisis pulang pokok (break even analysis)

Biaya awal (stars-up-cost), adalah biaya yang diperlukan ketika perusahaan akan berdiri.

Umumnya biaya awal perusahaan yang baru berdiri :

- a) Biaya awal yang tidak terduga (unik)
- b) Biaya administrasi (gaji karyawan dan peralatan kantor)
- c) Biaya (sewa) bangunan
- d) Biaya asuransi
- e) Biaya tambahan atau biaya secara umum.

Teknik dan Strategi Pemasaran :

Pemasaran adalah kegiatan meneliti kebutuhan dan keinginan konsumen (probe/search), menghasilkan barang dan jasa, menentukan harga, mempromosikan, serta mendistribusikan barang dan jasa.

Prinsip Pemasaran adalah menciptakan nilai bagi pelanggan (customer value), keunggulan bersaing (competitive advantages), dan fokus pemasaran.

Beberapa langkah dalam merencanakan pemasaran bagi usaha baru :

1. Menentukan kebutuhan dan keinginan pelanggan
2. Memilih pasar sasaran khusus
3. Menempatkan strategi pemasaran dalam persaingan
4. Memilih strategi pemasaran.

Bauran Pemasaran (marketing mix) meliputi 5P, yaitu Probe (kebutuhan dan keinginan konsumen), product, price, place, dan promotion.

Menurut Peggy Lambing dan Charles L. Kuehl -2000 :

Keunggulan bersaing perusahaan baru terletak pada perbedaaan (diferensiasi) perusahaan tsb dengan pesaing dalam hal :

1. Kualitas yang lebih baik
2. Harga yang lebih murah dan bisa ditawarkan
3. Lokasi yang lebih cocok, lebih dekat, lebih cepat
4. Seleksi barang dan jasa yang lebih menarik
5. Pelayanan yang lebih menarik dan lebih memuaskan konsumen
6. Kecepatan, baik dalam pelayanan maupun dalam penyaluran barang.

Menurut Zimmerer – 1996, bagi usaha baru cocok menerapkan strategi yang didorong oleh pasar (market driven).

Strategi yang dibangun berdasarkan enam fondasi market driven :

1. Berorientasi pada konsumen
2. Kualitas
3. Kenyamanan dan kesenangan
4. Inovasi
5. Kecepatan
6. Pelayanan dan Kepuasan pelanggan

Setiap Produk selalu memiliki siklus hidup (product life cycle) yang terdiri atas beberapa tahap sbb :

1. Tahap pengembangan
2. Tahap pengenalan
3. Tahap pertumbuhan penjualan
4. Tahap kematangan
5. Tahap kejenuhan
6. Tahap penurunan

Pemasaran adalah kegiatan meneliti kebutuhan dan keinginan konsumen (probe/search), menghasilkan barang dan jasa, menentukan harga, mempromosikan, serta mendistribusikan barang dan jasa.

Prinsip Pemasaran adalah menciptakan nilai bagi pelanggan (customer value), keunggulan bersaing (competitive advantages), dan fokus pemasaran.

Strategi Pemasaran : Bagi Usaha Baru

- 1) Penetrasi Pasar (market penetration) adalah strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah penjualan barang dan jasa yang sudah ada dengan memperbesar upaya penjualan dan periklanan.
- 2) Pengembangan pasar (market development) adalah meningkatkan penjualan dengan memperkenalkan produk barang dan jasa yang ada pada pasar yang baru.
- 3) Pengembangan Produk (product development) adalah meningkatkan penjualan dengan memperkenalkan produk dan jasa baru kepada pasar yang sudah ada.

- 4) Segmentasi pasar (market segmentation) yaitu strategi pemasaran yang sangat terkenal bagi usaha yang baru.

Teknik Penentuan Harga :

Untuk produk baru hendaknya mencoba memuaskan 3 tujuan yaitu :

1. Menghasilkan produk yang dapat diterima oleh konsumen potensial, tidak peduli berapa banyaknya.
2. Memelihara pangsa pasar, akibat adanya persaingan.
3. Perusahaan harus mempertahankan penjualan menghasilkan laba(penjualan lebih tinggi dari pada biaya produksi).

Teknik penentuan harga untuk produk barang konsumsi :

- 1) Strategi penetrasi harga (price penetration) adalah penetapan harga dibawah harga normal.
- 2) Strategi harga skimming (skimming price) adalah penetapan harga di atas harga normal.
Strategi sliding down demand curve adalah penetapan harga yang tinggi pada awal produk dan harga murah setelah ada kemajuan teknologi.
- 3) Strategi harga sama dengan harga pasar (Strategi follow the leader pricing).

Teknik penentuan harga untuk produk barang Industri :

- 1) Strategi Cost-plus Pricing yaitu dengan menambahkan margin laba yang dikehendaki terhadap biaya-biaya langsung, biaya overhead, penjualan dan administrasi.

$$\text{Harga Jual} = (\text{biaya bahan baku} + \text{Biaya tenaga kerja} + \text{Overhead}) + (\text{Biaya Adm} + \text{biaya penjualan}) + \text{Margin Laba}$$

2) Biaya langsung dan Formulasi harga.

Biaya langsung adalah biaya yang langsung berhubungan dengan volume produksi. (spt: bahan baku dan upah tenaga kerja).

Biaya overhead pabrik (spt: sewa, penyusutan, dan asuransi).

3) Penentuan Harga Jual model pulang pokok/Titik impas (break even).

Yaitu dilakukan dengan menghitung besar persentase tertentu dari total penjualan yang digunakan untuk biaya variabel.

$$(\text{Harga Jual} \times \text{Jumlah Produk}) + (\text{Biaya variabel per unit} \times \text{Jumlah Produk}) + \text{Biaya tetap total}$$

$$\text{Laba} = \frac{\text{-----}}{\text{Jumlah yang diproduksi}}$$

$$\text{Harga Jual} = \frac{\text{Laba} + (\text{Biaya variabel per unit} \times \text{jumlah Produk}) + \text{Biaya tetap total}}{\text{Jumlah yang diproduksi}}$$

Contoh :	Bahan Baku	Rp	34.000	per unit
	Upah tenaga kerja	Rp	55.000	per unit
	Biaya overhead variabel	Rp	12.000	per unit

	Biaya variabel total	Rp	101.000	per unit

Dalam keadaan impas, laba = Rp 0, bila produk yang direncanakan 10.000 unit, dan biaya tetap total sebesar Rp 20.000,- maka harga jual pulang pokok :

$$\begin{array}{l} \text{Harga Jual} \\ \text{unit} \\ \text{Pulang Pokok} \end{array} = \frac{\text{Rp 0} + (\text{Rp 101.000} \times \text{10.000 unit}) + \text{Rp 20.000}}{\text{10.000 unit}} = \text{Rp 103.000,- per unit}$$

Hitung harga jual per unit ?, jika laba yang dikehendaki sebesar Rp 15.000,- per unit.

Alat-alat Penentuan Harga.

1) Mark-up yaitu metode penentuan harga dengan cara menambahkan sejumlah biaya tertentu pada penjualan untuk menambahkan laba, dengan rumus ;

$$2) \text{ Persentase Mark-Up} = \frac{\text{Mark-Up}}{\text{Harga Penjualan}}$$

3) Analisis pulang pokok digunakan untuk menutupi biaya variabel dan biaya tetap, dengan rumus

$$\text{Titik pulang pokok per unit} = \frac{\text{Biaya tetap total}}{\text{Harga} \times \text{Biaya variabel}}$$

Promosi :

Adalah cara mengomunikasikan barang dan jasa yang ditawarkan supaya konsumen mengenal dan membeli.

Tujuan promosi adalah untuk memperkenalkan barang dan jasa agar dapat diketahui, dibutuhkan, dan diminta oleh konsumen.

Fungsi promosi yaitu menginformasikan(to inform), membujuk (to persuade), mengingatkan (to remind), dan memengaruhi (to influence), maka melalui promosi barang dan jasa yang dihasilkan akan mudah dikenal oleh konsumen.

Jenis-jenis promosi :

1. Iklan, contoh media cetak(surat kabar dll), atau elektronik (internet dll)
2. Promosi penjualan, misalnya pameran dagang, kuis berhadiah, dll)
3. Wiraniaga, promosi langsung ke konsumen sasaran dengan contoh.
4. Pemasaran langsung, langsung menghubungi konsumen.
5. Humas, yaitu publikasi melalui billboard, pamflet dsbnya.

Langkah-langkah mempertahankan dan mengembangkan pangsa pasar :

1. Menghargai dan memperhatikan keinginan dan kebutuhan pelanggan
2. Menganalisis kelebihan dan kekurangan pemasaran yang kita miliki maupun kelebihan dan kelemahan pesaing.
3. Mencari strategi lain untuk menyerang market leader.

Fokus pengamatan pada konsumen terhadap peluang pasar :

- 1). Barang dan jasa apa yang paling dibutuhkan oleh konsumen
- 2). Berapa banyak yang mereka butuhkan
- 3). Kualitas yang mana yang paling tepat
- 4). Berapa banyaknya.

Langkah-langkah yang harus diperhatikan melihat peluang pasar yang dituju :

1. Amati kebutuhan apa yang paling banyak diperlukan oleh masyarakat sekitar.
(rutin , musiman, kebutuhan yang paling sering diperlukan dsbnya).
2. Kapan saja mereka membutuhkan barang. (setiap saat, , sering, kadang2,jarang)
3. Lihat karakteristik konsumen, baik dari segi kelamin, usia, pekerjaan, maupun pendidikan.
- 4..Bagaimana daya beli (kemampuan bayar) konsumen, perhatikan pendapatan Masyarakat.Lihat ada pesaing atau tidak. Bila ada, peluang pasar apa yang belum digarap oleh pesaing.

Wirausaha yang berfungsi sebagai manajer perusahaan, harus memiliki Kompetensi sbb :

- 1).. Fokus pada pasar, bukan pada teknologi.
- 2).. Buat ramalan pendanaan untuk menghindari tidak terbiayainya perusahaan
- 3.. Bangun tim manajemen, bukan menonjolkan perorangan (not a one person show)
4. Beri peran tertentu, khusus bagi wirausaha penemu.

Strategi wirausaha dalam menghadapi lingkungan eksternal :

- 1.. Berada pertama di pasar dengan produk dan jasa baru.
- 2.. Memosisikan produk dan jasa dalam relung yang tidak terlayani

- 3.. Memfokuskan produk dan jasa pada relung yang lebih kecil tetapi bias bertahan
- 4.. Mengubah karakteristik produk, pasar, dan industry.

KOMPETENSI INTI DAN STRATEGI BERSAING DALAM KEWIRAUSAHAAN

Strategi Perusahaan adalah cara perusahaan menciptakan nilai melalui konfigurasi dan koordinasi aktivitas multi pemasaran.

Dalam manajemen perusahaan modern strateginya memaksimalkan keuntungan bagi semua stakeholder yaitu individu atau kelompok yang berkepentingan dalam kegiatan perusahaan (pemegang saham, karyawan, manajemen, pembeli, masyarakat, pemasok, distributor, dan pemerintah).

Menurut teori ekonomi mikro neoklasik dari mazhab Austria, perusahaan bisa memperoleh keuntungan bila memiliki keunggulan yang unik untuk dapat menghindari dari persaingan sempurna.

Laba dapat memberikan manfaat bagi para pemilik kepentingan (spt : kenaikan gaji, membagikan deviden kepada pemegang saham, memperluas usaha, membayar pajak dll).

Penemuan dari para wirausaha dapat menciptakan keuntungan melalui penemuan cara-cara baru dalam memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan.

Bagaimana perusahaan dapat memperoleh keuntungan dari persaingan ?.

Michael Porter (1980) → Teori strategi bersaing (competitive strategy), mengemukakan bahwa perusahaan harus menciptakan daya saing khusus agar memiliki posisi tawar menawar yang kuat (bargaining power) dalam persaingan.

Tiga kondisi harus dipenuhi untuk mencapai keberhasilan perusahaan :

- I. Tujuan dan kebijakan fungsi-fungsi manajemen (spt:produksi dan pemasaran) harus secara kolektif memperlihatkan posisi terkuat dipasar.
- II. Tujuan dan kebijakan tersebut ditumbuhkan berdasarkan kekuatan perusahaan, serta diperbarui terus (dinamis) sesuai dengan perubahan peluang dan ancaman lingkungan eksternal.
- III. Perusahaan harus memiliki dan mengeksplorasi kompetensi khusus sebagai pendorong untuk menjalankan perusahaan, misalnya dengan “reputasi merek” dan biaya produksi yang rendah.

Menurut Mintzberg (1990) ; dalam teori,

“Design school: mengemukakan bahwa perusahaan mendesain strategi perusahaan yang cocok antara peluang dan ancaman eksternal dengan kemampuan internal yang memadai dan berpedoman pada pilihan alternatif dari strategi besar (grand strategy), didukung dengan menumbuhkan kapabilitas inti yang merupakan kompetensi khusus dari pengelolaan sumber daya perusahaan.

Definisi Kompetensi Inti yang dikemukakan oleh Gary Hamel & C.K. Prahalad sbb:

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

4. Sumber-sumber kompetensi secara kompetitif merupakan suatu keunikan bersaing dan memberikan kontribusi terhadap nilai dan biaya konsumen.

Sedangkan untuk menghadapi persaingan yang semakin kompleks dan krisis eksternal, perusahaan kecil dapat menggunakan teori “resource based strategy (teori berbasis sumber daya)”.

Pada teori berbasis sumber daya mengutamakan : Pengembangan kapabilitas internal yang unggul, tidak transparan, sukar ditiru oleh pesaing, memberi daya saing jangka panjang yang melebihi tuntutan pasar saat ini, dan kebal terhadap resesi.

Langkah-langkah mengembangkan strategi berbasis sumber daya (menurut Grant – 1991) sbb :

1. Mengidentifikasi dan mengklasifikasi sumber daya (Teknologi, Kapabilitas karyawan, Paten dan merek, Kemampuan keuangan, Kecangihan pemasaran, Pelayanan pelanggan).

Selanjutnya sumber daya tersebut diklasifikasikan menjadi :

- a). Sumber daya finansial
- b). Sumber daya fisik
- c). Sumber daya manusia
- d). Sumber daya teknologi
- e). Sumber daya reputasi organisasi

2. Mengidentifikasi dan mengevaluasi kemampuan atau kapabilitas.

Kapabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk mengintegrasikan ide baru, keterampilan, dan pengetahuan lain yang menjadi kunci berpikir kreatif.

3. Menyortir dan mengembangkan kapabilitas untuk diterapkan di pasar guna mencapai keuntungan tinggi secara berkesinambungan yang sulit ditiru atau disaingi.
4. Memformulasikan strategi pengembangan sumber daya inti dan kapabilitas seefektif mungkin pada semua kegiatan manajemen.

Untuk menghadapi kondisi yang semakin dinamis, perusahaan harus menekankan strategi yang berfokus pada pengembangan kompetensi inti, pengetahuan, dan keunikan asset tidak berwujud untuk menciptakan keunggulan.

Strategi Bersaing dalam Kewirausahaan :

Adalah konsep strategi pemasaran dari bauran pemasaran/marketing mix yang dikenal dengan 4P ditambah satu P (probe = penelitian dan pengembangan).

Jadi urutan bauran pemasarannya adalah :

1. Probe (penelitian dan pengembangan)
2. Product (barang dan jasa)
3. Price (harga)
4. Place (tempat)
5. Promotion (promosi)

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

1. Plan (perencanaan)
2. Patern (pola)
3. Position (posisi)
4. Perspektif (perspektif)
5. Play (taktik)

Beberapa strategi yang dapat digunakan perusahaan untuk bersaing – Michael P. Porter (1997/1998) :

1. Persaingan merupakan inti keberhasilan dan kegagalan.
2. Keunggulan bersaing berkembang dari nilai yang mampu diciptakan oleh perusahaan bagi langganan atau pembeli.
Keunggulan bersaing, menggambarkan cara memilih dan mengimplementasikan strategi generik.
3. Ada dua jenis dasar keunggulan bersaing, yaitu biaya rendah dan diferensiasi.
4. Kedua jenis dasar keunggulan diatas menghasilkan tiga strategi generik yaitu
 - a. Biaya rendah
 - b. Diferensiasi
 - c. Fokus

Strategi biaya rendah adalah strategi yang mengandalkan keunggulan biaya yang relatif rendah dalam menghasilkan barang dan jasa.

Diferensiasi adalah kemampuan untuk menghasilkan barang dan jasa unik dan memiliki nilai lebih dalam bentuk kualitas, sifat-sifat khusus, dan pelayanan lainnya.

Strategi fokus adalah strategi yang berusaha mencari keunggulan dalam segmen sasaran tertentu.

Ide dasar the New 7-S's adalah bahwa perusahaan harus menekankan pada pengembangan kompetensi inti, pengetahuan, dan aset tidak berwujud untuk menciptakan keunggulan.

Ada 7 kunci keberhasilan perusahaan dalam lingkungan persaingan yang sangat dinamis yang dikenal *The New 7-S's*, yaitu :

- 1) Superior stakeholder satisfaction, : Bertujuan memberikan kepuasan jauh diatas rata-rata kepada stakeholder.
- 2) Soothsaying, : Ini berfokus pada sasaran, artinya perusahaan harus mencari posisi yang tepat bagi produk dan jasa-jasa yang dihasilkan perusahaan.
- 3) Positioning for speed, : Startegi dalam memosisikan perusahaan secara cepat di pasar.
- 4) Positioning for surprise, : Membuat posisi yang mencengangkan melalui barang dan jasa-jasa baru yang lebih unik dan berbeda serta memberikan nilai tambah baru sehingga konsumen lebih menyukainya.

- 5) Shifting the role of the game, : Strategi mengubah pola-pola persaingan perusahaan yang dimainkan sehingga pesaing terganggu dengan pola baru yang berbeda.
- 6) Signaling strategic intent, : Strategi mengutamakan perasaaan. Kedekatan dengan para karyawan, relasi, dan konsumen merupakan strategi yang ampuh untuk meningkatkan kinerja perusahaan.
- 7) Simultaneous and sequential strategic thrusts, : Strategi mengembangkan faktor-faktor pendorong atau penggerak strategi secara simultan dan berurutan melalui penciptaan barang dan jasa yang selalu memberikan kepuasan kepada konsumen.

Analisis Bisnis dan Studi Kelayakan Usaha

Bisnis menguntungkan atau tidak ?

- Secara Teknis → mungkin layak dilakukan
- Secara ekonomis dan sosial → kurang memberikan manfaat

Analisis/studi guna mengetahui layak atau tidaknya suatu bisnis dimulai atau dikembangkan dengan :

1. Studi kelayakan usaha
2. Analisis SWOT (strength=kekuatan, weakness=kelemahan, opportunity=peluang, threat=ancaman).

Studi kelayakan usaha/analisis proyek bisnis adalah penelitian tentang layak atau tidaknya suatu usaha dilakukan dengan menguntungkan secara terus menerus.

Pada studi kelayakan usaha pertimbangan ekonomis dan teknis sangat penting sebagai dasar implementasi kegiatan usaha.

Hasil studi kelayakan usaha pada dasarnya digunakan untuk :

- 1) Merintis usaha baru, misalnya membuka toko, membangun pabrik, membuka usaha dagang, dsbnya.
- 2) Mengembangkan usaha yang sudah ada, misalnya menambah kapasitas pabrik, memperluas skala usaha, menambah mesin baru, dsbnya.
- 3) Memilih jenis usaha atau investasi /proyek yang paling menguntungkan, misalnya usaha barang atau jasa, usaha dagang, pabrikasi atau perakitan dsnya

Pihak-pihak yang berkepentingan dengan studi kelayakan usaha :

a. Pihak Wirausaha (Pemilik Perusahaan).

Dalam kewirausahaan, studi kelayakan usaha sangat penting dilakukan agar kegiatan usaha tidak mengalami kegagalan dan memberikan keuntungan sepanjang waktu. Juga bagi penyandang dana yang mengajukan persyaratan tertentu spt bankir, investor, dan pemerintah.

b. Investor dan penyandang dana.

Bagi investor dan penyandang dana, studi kelayakan usaha penting untuk memilih jenis investasi yang paling menguntungkan dan sebagai jaminan atas modal yang ditanamkan atau dipinjamkan. (layak atau tidaknya).

c. Masyarakat dan Pemerintah.

Studi kelayakan sangat diperlukan bagi masyarakat sebagai kajian apakah usaha yang didirikan atau dikembangkan bermanfaat bagi masyarakat sekitar. atau sebaliknya seperti dampak lingkungan. Juga sangat penting bagi pemerintah untuk pertimbangan izin usaha atau penyediaan fasilitas.

Beberapa tahap/proses studi kelayakan usaha, yaitu :

1. Tahap perumusan ide/gagasan,

Adalah tahap di mana wirausaha memiliki ide untuk merintis usaha barunya. Ide tersebut kemudian dirumuskan dan diidentifikasi.

2. Tahap formulasi tujuan,

Adalah tahap perumusan misi dan visi bisnis, seperti visi dan misi bisnis yang hendak diemban setelah bisnis tersebut diidentifikasi.

3. Tahap analisis,

Yaitu proses sistematis yang dilakukan untuk membuat suatu keputusan apakah bisnis tersebut layak dilaksanakan atau tidak.

4. Tahap keputusan,

Setelah dievaluasi, dipelajari dianalisis, dan hasilnya meyakinkan, maka langkah berikutnya adalah tahap pengambilan keputusan apakah bisnis tersebut layak dilaksanakan atau tidak.

Aspek-aspek yang harus dianalisis dalam studi kelayakan usaha, meliputi :

✓ Analisis Aspek pemasaran.

Beberapa komponen yang harus dianalisis dan dicermati dalam analisis pasar:

- a. Kebutuhan dan keinginan konsumen
- b. Segmentasi pasar
- c. Target pasar
- d. Nilai tambah
- e. Masa hidup produk
- f. Struktur pasar
- g. Persaingan dan strategi pesaing
- h. Ukuran pasar
- i. Pertumbuhan pasar
- j. Laba kotor
- k. Pangsa pasar

✓ Analisis Aspek Produksi/Operasi.

Beberapa unsur yang harus dianalisis :

- a. Lokasi operasi
- b. Volume operasi
- c. Mesin dan peralatan
- d. Bahan baku dan bahan penolong
- e. Tenaga kerja
- f. Tata letak.

✓ Analisa Aspek Manajemen.

Beberapa unsur yang harus dianalisis dalam aspek manajemen :

- a. Kepemilikan
- b. Organisasi
- c. Tim Manajemen
- d. Karyawan

✓ Analisis Aspek Keuangan.

Komponen-komponen yang harus dianalisis dari aspek keuangan :

- a. Kebutuhan dana
- b. Sumbe dana
- c. Proyeksi Neraca
- d. Proyeksi laba rugi
- e. Proyeksi arus kas

Sedangkan pada aspek keputusan, secara ekonomi dapat dilakukan dengan menggunakan kriteria investasi, dengan cara menilai kelayakan dari segi :

1. Periode pengembalian kembali (Pay back Period –PBP).
2. Nilai sekarang bersih (Net Present Value – NPV).
3. Tingkat pengembalian internal (Internal Rate of Return – IRR)
4. Indeks probabilitas (Probabilitas Index)

Tindak lanjut dari suatu studi kelayakan usaha adalah membuat proposal/usulan usaha, baik untuk kepentingan perizinan maupun untuk kepentingan usulan dana.

Beberapa aspek yang harus dimuat dalam proposal usaha, di antaranya :

- Pendahuluan
- Organisasi / manajemen
- Pemasaran
- Teknik produksi/operasi usaha
- Aspek Keuangan.

Membuat Perencanaan Usaha, meliputi :

- 1) Ringkasan pelaksanaan usaha
- 2) Deskripsi usaha
- 3) Produk dan pelayanan yang disajikan
- 4) Analisis industri
- 5) Analisis pasar
- 6) Strategi pemasaran yang ingin digunakan

7) Pengelolaan

8) Operasi Usaha.

Sebelum usaha dimulai, sebaiknya dilakukan evaluasi terhadap aspek penting perusahaan, seperti misi, lingkungan, produk, pesaing, keunggulan, harga dan kondisi keuangan, dan risiko yang mungkin terjadi.

ETIKA BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN

Etika Bisnis adalah suatu kode etik perilaku pengusaha berdasarkan nilai-nilai moral dan norma yang dijadikan tuntutan dalam berusaha.

Etika adalah suatu komitmen untuk melakukan apa yang benar dan menghindari apa yang tidak benar.

Perilaku etika berperan melakukan apa yang benar dan baik, untuk menentang apa yang salah dan buruk.

Semua keputusan perusahaan sangat memengaruhi dan dipengaruhi oleh pemilik kepentingan.

Pemilik kepentingan adalah semua individu atau kelompok yang berkepentingan dan berpengaruh terhadap keputusan perusahaan.

Pemilik kepentingan terbagi dua :

1. Pemilik kepentingan internal , Misalnya : Investor, karyawan, manajemen, dan pimpinan perusahaan.
2. Pemilik kepentingan eksternal, Misalnya : Pelanggan, asosiasi dagang, kreditor, pemasok, pemerintah, masyarakat umum, dan kelompok khusus yang berkepentingan di perusahaan.

Kelompok pemilik kepentingan yang memengaruhi keputusan bisnis adalah:

- 1) Para pengusaha / mitra usaha,
Selain merupakan pesaing, para pengusaha juga merupakan mitra.

- 2) Petani dan pemasok bahan baku,
Petani dan pemasok berperan dalam menyediakan bahan baku. Pasokan bahan baku yang kurang bermutu dan lambat dapat memengaruhi kinerja perusahaan.
- 3) Organisasi pekerja yang mewakili pekerja,
Organisasi atau sarikat pekerja dapat memengaruhi keputusan melalui proses tawar menawar secara kolektif.
- 4) Pemerintah yang mengatur kelancaran aktivitas usaha,
Melalui serangkaian kebijaksanaan yang dibuatnya.
- 5) B a n k penyandang dana perusahaan,
Bank selain berfungsi sebagai jantung perekonomian secara makro, juga berfungsi sebagai lembaga yang dapat menyediakan dana perusahaan.
- 6) Investor penanam modal,
Investor penyandang dana dapat memengaruhi perusahaan melalui serangkaian persyaratan yang diajukannya. Persyaratan tersebut akan mengikat dan sangat besar pengaruhnya dalam pengambilan keputusan.
- 7) Masyarakat umum yang dilayani,
Masyarakat umum yang dilayani dapat memengaruhi keputusan bisnis. Mereka akan menanggapi dan memberikan informasi tentang bisnis.
- 8) Pelanggan / konsumen yang membeli produk,
Pelanggan yang membeli produk secara langsung dapat memengaruhi keputusan bisnis. Barang dan jasa yang akan dihasilkan, jumlah, dan teknologi yang diperlukan sangat ditentukan oleh pelanggan.

Beberapa pemilik kepentingan kunci, Spt : Manajer, Direktur, dan kelompok khusus lainnya.

10 Prinsip etika yang mengarahkan perilaku secara universal :

- 1) Kejujuran, yaitu penuh kepercayaan, bersifat jujur dsbnya.
- 2) Integritas, yaitu memegang prinsip, berani, tidak bermuka dua, dapat dipercaya, dsbnya.
- 3) Memelihara janji, yaitu selalu menaati janji dsbnya
- 4) Kesetiaan, yaitu hormat dan loyal terhadap keluarga dsbnya.
- 5) Keadilan/Kewajaran, yaitu berlaku adil dan berbudi luhur, dsbnya
- 6) Suka membantu orang lain, yaitu saling membantu, berbaik hati, tolong-menolong dsbnya.
- 7) Menghormati orang lain, yaitu menghormati martabat orang lain, bersopan santun, tidak merendahkan dan mempermalukan orang lain.
- 8) Kewarganegaraan yang bertanggung jawab, yaitu selalu mentaati hokum/aturan, penuh kesadaran sosial, dan menghormati proses demokrasi dalam mengambil keputusan, dsbnya
- 9) Mengejar keunggulan, yaitu mengejar keunggulan dalam segala hal, baik dalam pertemuan personal maupun pertanggungjawaban professional, tekun, komitmen, mengembangkan & mempertahankan tingkat kompetensi yang tinggi, dsbnya

- 10) Dapat dipertanggungjawabkan, yaitu memiliki dan menerima tanggung jawab atas keputusan dan konsekuensinya serta selalu member contoh.

Untuk mempertahankan standar etika dapat dilakukan dengan cara :

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

Selain etika, ada beberapa pertanggungjawaban perusahaan, yaitu :

1. Tanggung jawab terhadap lingkungan, perusahaan harus ramah terhadap lingkungan, artinya perusahaan harus memerhatikan, melestarikan, dan menjaga lingkungan (limbah, daur ulang, komunikasi dengan masyarakat dilingkungannya).
2. Tanggung jawab terhadap karyawan, semua aktivitas MSDM seperti penerimaan karyawan baru, pengupahan, pelatihan, promosi, dan

kompensasi merupakan tanggungjawab perusahaan terhadap karyawan (menurut Ronald J. Ebert – 2000)

3. Tanggung jawab terhadap pelanggan, pertama menyediakan barang dan jasa berkualitas, dan kedua memberikan harga produk dan jasa yang adil dan wajar.
4. Tanggung jawab terhadap investor, adalah menyediakan pengembalian investasi yang menarik, spt memaksimalkan laba.
5. Tanggung jawab terhadap masyarakat umum, misalnya menyediakan pekerjaan dan menciptakan kesehatan serta kontribusi terhadap masyarakat yang berada di sekitar lokasi perusahaan tersebut berada.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad Subagyo, Eko Wahyu Hidayat, Syahrudin 2018. Kewirausahaan , Bisnis Star Up : Mitra Wacana Media Jakarta.

Hendro, 2011. Dasar – Dasar Kewirausahaan : Erlangga Jakarta.

Rhenald Kasli, 2010. Moduk Kewirausahaan : Hikmah Jakarta.

Suryana, 2007. Kewirausahaan : Salemba Empat Jakarta.

Suryana, 2014. Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses : Salemba Empat Jakarta

