

DIKTAT KEWIRAUSAHAAN



OLEH
Maruji Pakpahan, S.Kom., M.AP

UNIVERSITAS BUDI LUHUR
JAKARTA
2019

Kata Pengantar

Buku Ajar Kewirausahaan lanjutan ini merupakan materi panduan perkuliahan pada mata kuliah kewirausahaan ,yang disajikan berdasarkan silabus. Oleh karena itu sistematika isi diktat disesuaikan dengan pokok-pokok bahasan yang telah disusun dan disesuaikan dengan silabus.

Bab-bab yang disajikan dalam Buku Ajar ini diambilkan dari beberapa buku rujukan yang menurut penyusun sangat baik,mudah dipahami dan paling penting dapat memberikan informasi yang lebih luas tentang kiat berwirausaha bagi mahasiswa dan bagi siapapun yang membaca buku-buku rujukan tersebut.Buku-buku yang dimaksud adalah Pengantar Kewirausahaan oleh Dr Suryana,M.Si, Geoffrey G.Meredith dan Robert D. Hisrich oleh karena itu pada kesempatan ini penyusun mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada para beliau.

Buku Ajar ini digunakan dalam kalangan terbatas yaitu kepada para mahasiswa Fakultas Ekonomi Khususnya pada para Mahasiswa yang mengikuti Mata Kuliah Kewirausahaan Lanjutan di Universitas Budi Luhur Jakarta.Tujuan lain menyusun diktat ini adalah untuk memberi wacana kepada para mahasiswa dalam hal usaha mengembangkan potensi mereka menuju jiwa wirausaha yang penuh kemandirian.

Penyusun sadar bahwa kelemahan-kelemahan diktat ini cukup banyak,maka penyusun mengharapkan saran dan kritik dari semua pembaca senantiasa kami tunggu demi perbaikan dan penyempurnaan diktat ini,terlebih kepada para penulis yang kami sebutkan diatas.

Jakarta Desember 2019

Penulis

Maruji Pakpahan, S.Kom, M.AP

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR PUSTAKA.....	99
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 PENGANTAR.....	1
1.2 PENDEKATAN PEMECAHAN MASALAH KEWIRAUSAHAAN.....	2
BAB II.KONSEP DASAR KEWIRAUSAHAAN	
2.1 PENGERTIAN WIRAUSAHA.....	8
2.2 FALSAFAH KEWIRAUSAHAAN.....	10
2.3 HAKEKAT KEWIRAUSAHAAN.....	15
2.4 MITOS KEWIRAUSAHAAN.....	18
BAB III. SIKAP DAN KEPRIBADIAN KEWIRAUSAHAAN	
3.1 KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN.....	21
3.2 KEWIRAUSAHA SEBAGAI PRIBADI.....	28
3.3 BENTUK SIKAP MENTAL WIRAUSAHA....	30
3.4 KEPRIBADIAN WIRAUSAHA.....	32
3.5 KIAT-KITA MENGEMBANGKAN KEPRIBADIAN WIRAUSAHA.....	35
BAB IV. PROSES KEWIRAUSAHAAN	
4.1 PROSES DAN TAHAPAN KEWIRAUSAHAAN.....	46
4.2 FAKTOR PENYEBAB KEBERHASILAN DAN KEGAGALAN WIRAUSAHA....	49
4.3 IDE DAN PELUANG DALAM KEWIRAUSAHAAN	42
4.4 KEUNTUNGAN DAN KERUGIAN BERWIRAUSAHA.....	53
4.5 SERBA SERBI DUNIA WIRAUSAHA (TANYA JAWAB).....	55
BAB V. ANALISA KELAYAKAN USAHA DAN NILAI TAMBAH	
5.1 MODEL PERAN WIRAUSAHA	62
5.2 FUNGSI MAKRO DAN MIKRO USAHA.....	63
5.3 TANTANGAN KEWIRAUSAHAAN DALAM KONTEKS GLOBAL.....	65
BAB VI. MERINTIS USAHA BARU DAN MODEL PENGEMBANGANNYA	
6.1 CARA MEMASUKI DUNIA USAHA	66
6.2 PROFIL USAHA KECIL DAN MODEL PENGEMBANGANNYA.....	69
6.3 PENGELOLAAN USAHA DAN STRATEGI KEWIRAUSAHAAN.....	71
6.4 MANAJEMEN DAN STRATEGI KEWIRAUSAHAAN.....	76
6.5 STRATEGI BERSAING DALAM KEWIRAUSAHAAN.....	76

6.6	KEMITRAAN USAHA.....	81
6.7	KEMITRAAN USAHA PERTANIAN.....	84
6.8	JEJARING USAHA.....	87
BAB	VII. ETIKA BISNIS DALAM BERWIRAUSAHA	
7.1	PENGERTIAN ETIKA BISNIS	94
7.2	PENTINGNYA ETIKA BISNIS.....	95
7.3	PRINSIP-PRINSIP ETIKA PERILAKU BISNIS.....	97
7.4	CARA-CARA MEMPERTAHANKAN ETIKA.....	98
7.5	TANGGUNGJAWAB PERUSAHAAN.....	99
7.6	ETOS KERJA DAN SOFT SKILL.....	100

SINOPSIS

Dengan kemajuan teknologi dan pengetahuan dewasa ini semakin memudahkan disebagian besar aspek kehidupan kita. Banyak hal yang semakin mudah dan terbuka yang bisa dilakukan, termasuk dalam bidang Wirausaha.

Dewasa ini untuk memasuki dunia usaha tidak sesulit pada masa lampau, dengan perkembangan teknologi khususnya teknologi Informasi semakin memudahkan kita untuk membuka usaha.

Hal ini yang menjadi pokok dalam bahasan Buku Ajar ini, dimana para Mahasiswa di motivasi untuk menekuni bidang Usaha yang banyak membuka peluang-peluang.

Menjadi wirausaha dapat dijadikan suatu pilihan pemecahan masalah karena kegiatan berwirausaha dapat memberikan dampak yang positif dari beberapa aspek kehidupan seperti aspek sosial, kebudayaan, dan politik.

Dengan menjadi wirausaha, seseorang juga dapat memperoleh beberapa keuntungan, antara lain dapat menentukan arah kehidupan, kesempatan untuk membuat perubahan, kesempatan untuk membuktikan potensi diri, kesempatan untuk memperoleh laba, dan kesempatan untuk berkontribusi pada lingkungan sosial dan dikenal.

Meskipun demikian, untuk menjadi seorang wirausaha dibutuhkan kemampuan teknis dan ciri kepribadian yang dapat menunjang berjalannya aktivitas kewirausahaan.

Ciri kepribadian seorang wirausaha antara lain adalah disiplin, atau kontrol internal, pengambil risiko, inovatif, komitmen terhadap tugas, serta memiliki orientasi dan kemampuan untuk menghadapi perubahan serta menguasai perkembangan pasar.

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh wirausaha baik itu barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan usaha, di mana secara langsung berhubungan dengan konsumen.

Buku Ajar ini menjelaskan ciri dan kepribadian yang harus dimiliki oleh calon-wirausahawan muda, agar mereka mempunyai keinginan dan motivasi yang kuat untuk menekuni dunia usaha.

RUANG LINGKUP DISIPLIN ILMU KEWIRAUSAHAAN

A PENGERTIAN

Secara harfiah, wirausaha berasal dari kata wira berarti utama, gagah, luhur, berani, teladan, atau pejuang. Usaha berarti kegiatan yang dilakukan terus-menerus dalam mengelola sumber daya untuk menghasilkan barang dan jasa yang akan dijual untuk mendapatkan keuntungan. Jadi, wirausaha adalah pejuang yang menjadi teladan dalam bidang usaha. Sementara itu, istilah kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku, dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha untuk mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi, dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik atau memperoleh keuntungan yang besar.

Soesarsono (2002 : 48), Istilah wirausaha muncul kemudian setelah dan sebagai padanan wiraswasta yang sejak awal sebagian orang masih kurang sreg dengan kata swasta. Persepsi tentang wirausaha sama dengan wiraswasta sebagai padanan entrepreneur. Perbedaannya adalah pada penekanan pada kemandirian (swasta) pada wiraswasta dan pada usaha (bisnis) pada wirausaha. Istilah wirausaha kini makin banyak digunakan orang terutama karena memang penekanan pada segi bisnisnya. Walaupun demikian mengingat tantangan yang dihadapi oleh generasi muda pada saat ini banyak pada bidang lapangan kerja, maka pendidikan wiraswasta mengarah untuk survival dan kemandirian seharusnya lebih ditonjolkan. Sedikit perbedaan persepsi wirausaha dan wiraswasta harus dipahami, terutama oleh para pengajar agar arah dan tujuan pendidikan yang diberikan tidak salah. Jika yang diharapkan dari pendidikan yang diberikan adalah sosok atau individu yang lebih bermental baja atau dengan kata lain lebih memiliki kecerdasan emosional (EQ) dan kecerdasan adversity (AQ – Daya Tahan Kemalangan) yang berperan untuk hidup (menghadapi tantangan hidup dan kehidupan) maka pendidikan wiraswasta yang lebih tepat. Sebaliknya jika arah dan tujuan pendidikan adalah untuk menghasilkan sosok individu yang lebih lihai dalam bisnis atau uang, atau agar lebih memiliki kecerdasan finansial (FQ) maka yang lebih tepat adalah pendidikan wirausaha. Karena kedua aspek itu sama pentingnya, maka pendidikan yang diberikan sekarang lebih cenderung kedua

aspek itu dengan menggunakan kata wirausaha. Persepsi wirausaha kini mencakup baik aspek financial maupun personal, sosial, dan profesional

Seseorang yang ingin menjadi wirausaha harus cerdas membaca dan menangkap peluang yang ada. Mereka pun berani menanggung resiko dalam menjalankan usaha. Mereka harus senantiasa berupaya melakukan inovasi untuk memperbaiki suatu keadaan. Dalam melakukan pencarian hal-hal yang baru, mereka selalu memperhatikan efektifitas dan efisiensi. Mereka juga bekerja sama dengan pihak lain yang saling menguntungkan. Seorang wirausaha harus belajar banyak tentang diri sendiri, kekuatan dan kelemahan datang dari tindakan-tindakan yang dilakukan sendiri,serta kegagalan harus diterima sebagai pengalaman belajar. Beberapa wirausaha dapat berhasil setelah mengalami banyak kegagalan. Mereka belajar dari kegagalan masa lampau. Pengalaman orang lain pun akan sangat membantu para wirausaha dalam menyalurkan kegiatan-kegiatan untuk mencapai hasil-hasil yang lebih positif. Keberhasilan pun menjadi buah dari usaha-usaha yang tidak kenal lelah.

B GAMBARAN UMUM KEWIRAUSAHAAN

Inti dan Hakikat Kewirausahaan

Menurut Suryana (2009:2) Dalam kehidupan sehari-hari, masih banyak orang menafsirkan dan memandang bahwa kewirausahaan identik dengan apa yang dimiliki baru dilakukan “usahawan” atau “wiraswasta”. Pandangan tersebut tidaklah tepat, karena jiwa dan sikap kewirausahaan (*entrepreneurship*) tidak hanya dimiliki oleh usahawan tetapi dapat dimiliki oleh setiap orang yang berpikir kreatif dan bertindak inovatif.

Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*creative new and different*). Proses kreatif dan inovatif biasanya diawali dengan munculnya ide-ide dan pemikiran-pemikiran baru untuk menciptakan sesuatu yang baru. Dalam hal organisasi perusahaan misalnya, proses kreatif dan inovatif dilakukan melalui kegiatan penelitian dan pengembangan (*research and development*) dengan tujuan untuk meraih pasar. Baik ide, pemikiran, maupun tindakan kreatif merupakan nilai tambah yang bisa dijadikan sumber keunggulan untuk dijadikan peluang. Jadi, kewirausahaan

merupakan suatu kemampuan dalam menciptakan nilai tambah di pasar melalui proses pengelolaan sumber daya dengan cara-cara baru dan berbeda, melalui:

- (1) Pengembangan teknologi baru,
- (2) Penemuan pengetahuan ilmiah baru,
- (3) Perbaikan produk barang dan jasa yang ada, dan
- (4) Penemuan cara-cara baru untuk menghasilkan barang lebih banyak dengan sumber daya yang lebih efisien.

Kreatifitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dalam pemecahan masalah dan menemukan peluang (*thinking new thing*). Sedangkan Inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan kreatifitas dalam rangka pemecahan masalah dan menemukan peluang (*doing new thing*).

Jiwa dan Sikap Kewirausahaan

Meredith, Geoffrey G. (2002) mengemukakan nilai hakiki penting dari wirausaha adalah:

1. Percaya diri (self confidence)

Merupakan paduan sikap dan keyakinan seseorang dalam menghadapi tugas atau pekerjaan, yang bersifat internal, sangat relatif dan dinamis dan banyak ditentukan oleh kemampuannya untuk memulai, melaksanakan dan menyelesaikan suatu pekerjaan. Kepercayaan diri akan mempengaruhi gagasan, karsa, inisiatif, kreativitas, keberanian, ketekunan, semangat kerja, kegairahan berkarya. Kunci keberhasilan dalam bisnis adalah untuk memahami diri sendiri. Oleh karena itu wirausaha yang sukses adalah wirausaha yang mandiri dan percaya diri.

2. Berorientasi tugas dan hasil

Seseorang yang selalu mengutamakan tugas dan hasil, adalah orang yang selalu mengutamakan nilai-nilai motif berprestasi, berorientasi pada laba, ketekunan dan kerja keras. Dalam kewirausahaan peluang hanya diperoleh apabila ada inisiatif. Perilaku inisiatif biasanya diperoleh melalui pelatihan dan pengalaman bertahun-tahun dan pengembangannya diperoleh dengan cara disiplin diri, berpikir kritis, tanggap, bergairah dan semangat berprestasi.

3. Keberanian mengambil risiko

Wirausaha adalah orang yang lebih menyukai usaha-usaha yang lebih menantang untuk mencapai kesuksesan atau kegagalan daripada usaha yang kurang menantang. Wirausaha menghindari situasi risiko yang rendah karena tidak ada tantangan dan menjauhi situasi risiko yang tinggi karena ingin berhasil. Pada situasi ini ada dua alternatif yang harus dipilih yaitu alternative yang mengangung risiko dan alternatif yang konservatif . Pilihan terhadap risiko tergantung pada :

- a. Daya tarik setiap alternatif
- b. Kesiediaan untuk rugi
- c. Kemungkinan relatif untuk sukses atau gagal

Selanjutnya kemampuan untuk mengambil risiko tergantung dari :

- a. Keyakinan pada diri sendiri
- b. Kesiediaan untuk menggunakan kemampuan dalam mencari peluang dan kemungkinan untuk memperoleh keuntungan
- c. Kemampuan untuk menilai situasi risiko secara realitis

4. Kepemimpinan

Seorang wirausaha harus memiliki sifat kepemimpinan, kepeloporan, keteladanan. Ia selalu menampilkan produk dan jasa-jasa baru dan berbeda sehingga ia menjadi pelopor baik dalam proses produksi maupun pemasaran. Dan selalu memanfaatkan perbedaan sebagai suatu yang menambah nilai.

5. Berorientasi ke masa depan

Wirausaha harus memiliki perspektif dan pandangan ke masa depan, kuncinya adalah dengan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda dari yang ada sekarang.

Kepemimpinan memiliki sifat-sifat sbb :

- Kepeloporan
- Keteladanan
- Tampil beda
- Mampu berfikir divergen dan konvergen

6. Keorisinilan : Kreativitas dan Inovasi

Wirausaha yang inovatif adalah orang yang memiliki 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 berbeda atau selalu memanfaatkan perbedaan

Menurut Everett E. Hagen (2003) Kewirausahaan adalah berfikir dan bertindak sesuatu yang baru atau berpikir sesuatu yang lama dengan cara-cara baru. Sedangkan ciri-ciri innovational personality sebagai berikut :

- a. Openness to experience, terbuka terhadap pengalaman
- b. Creative imagination, memiliki kemampuan untuk bekerja dengan penuh imajinasi
- c. Confidence and content in one's own evaluation, memiliki keyakinan atas penilaian dirinya dan teguh pendirian
- d. Satisfaction in facing and attacking problems and in resolving confusion or inconsistency, selalu memiliki kepuasan dalam menghadapi dan memecahkan persoalan
- e. Has a duty or responsibility to achieve, memiliki tugas dan rasa tanggung jawab untuk berprestasi
- f. Intelligence and energetic, memiliki kecerdasan dan energik.

Sedangkan menurut Alma (2003), jalan menuju wirausaha sukses adalah :

- a. mau kerja keras
- b. bekerjasama
- c. penampilan yang baik
- d. yakin
- e. pandai membuat keputusan
- f. mau menambah ilmu pengetahuan
- g. ambisi untuk maju
- h. pandai berkomunikasi

Menurut Suryana: (2009), Proses kreatif dan inovatif hanya dilakukan oleh orang-orang yang memiliki jiwa dan sikap kewirausahaan dengan ciri-ciri

a. Percaya diri (yakin, optimis dan penuh komitmen) ;

Percaya diri dalam menentukan sesuatu, percaya diri dalam menjalankan sesuatu, percaya diri bahwa kita dapat mengatasi berbagai resiko yang dihadapi merupakan faktor yang mendasar yang harus dimiliki oleh wirausaha. Seseorang yang memiliki jiwa wirausaha merasa yakin bahwa apa-apa yang diperbuatnya akan berhasil walaupun akan menghadapi berbagai rintangan. Tidak selalu dihantui rasa takut akan kegagalan sehingga membuat dirinya optimis untuk terus maju.

b. Berinisiatif (energik dan percaya diri) ;

Menunggu akan sesuatu yang tidak pasti merupakan sesuatu yang paling dibenci oleh seseorang yang memiliki jiwa wirausaha. Dalam menghadapi dinamisnya kehidupan yang penuh dengan perubahan dan persoalan yang dihadapi, seorang wirausaha akan selalu berusaha mencari jalan keluar. Mereka tidak ingin hidupnya digantungkan pada lingkungan, sehingga akan terus berupaya mencari jalan keluarnya.

c. Memiliki motif berprestasi (berorientasi hasil dan berwawasan ke depan) ;

Berbagai target demi mencapai sukses dalam kehidupan biasanya selalu dirancang oleh seorang wirausaha. Satu demi satu targetnya terus mereka raih. Bila dihadapkan pada kondisi gagal, mereka akan terus berupaya kembali memperbaiki kegagalan yang dialaminya. Keberhasilan demi keberhasilan yang diraih oleh seseorang yang berjiwa entrepreneur menjadikannya pemicu untuk terus meraih sukses dalam hidupnya. Bagi mereka masa depan adalah kesuksesan adalah keindahan yang harus dicapai dalam hidupnya.

d. Memiliki jiwa kepemimpinan (berani tampil berbeda dan berani mengambil resiko dengan penuh perhitungan);

Leadership atau kepemimpinan merupakan faktor kunci menjadi wirausahawan sukses. Berani tampil ke depan menghadapi sesuatu yang baru walaupun penuh resiko. Keberanian ini tentunya dilandasi perhitungan yang rasional. Seorang yang takut untuk tampil memimpin dan selalu melemparkan tanggung jawab kepada orang lain, akan sulit meraih sukses dalam berwirausaha. Sifat-sifat tidak percaya diri, minder, malu yang berlebihan, takut salah dan merasa rendah diri adalah sifat-sifat yang harus ditinggalkan dan dibuang jauh-jauh dari diri kita apabila ingin meraih sukses dalam berwirausaha.

e. *Suka tantangan* ;

Kita mungkin sering membaca atau menyaksikan beberapa kasus mundurnya seorang manajer atau eksekutif dari suatu perusahaan. Apa yang menyebabkan mereka hengkang dari perusahaannya dan meninggalkan kemapanan sebagai seorang manajer? Sebagian dari mereka ternyata merasa jenuh terus menerus mengemban tugas rutin yang entah kapan berakhirnya. Mereka membutuhkan kehidupan yang lebih dinamis yang selama ini belum mereka dapatkan di perusahaan tempat mereka bekerja. “Berwirausaha” ternyata menjadi pilihan sebagian besar manajer yang sengaja keluar dari kemapanannya di perusahaan. Mengapa “wirausaha ?” Ternyata begitu banyak variasi pekerjaan dan perubahan yang sangat menantang dalam dunia wirausaha. Selain ciri-ciri diatas masih ada faktor pribadi yang mempengaruhi kewirausahaan seperti : motif berprestasi, komitmen, nilai-nilai pribadi, pendidikan dan pengalaman. Sedangkan dari faktor lingkungan adalah peluang, model peran dan aktivitas.

C.TAHAPAN DAN PROSES KEWIRAUSAHAAN

Tahap-tahap Kewirausahaan

Secara umum tahap-tahap melakukan wirausaha :

(1) Tahap memulai, tahap di mana seseorang yang berniat untuk melakukan usaha mempersiapkan segala sesuatu yang diperlukan, diawali dengan melihat peluang usaha baru yang mungkin apakah membuka usaha baru, melakukan akuisisi, atau melakukan *franchising*. Juga memilih jenis usaha yang akan dilakukan apakah di bidang pertanian, industri / manufaktur / produksi atau jasa.

(2) Tahap melaksanakan usaha atau diringkas dengan tahap "jalan", tahap ini seorang wirausahawan mengelola berbagai aspek yang terkait dengan usahanya, mencakup aspek-aspek : pembiayaan, SDM, kepemilikan, organisasi, kepemimpinan yang meliputi bagaimana mengambil resiko dan mengambil keputusan, pemasaran, dan melakukan evaluasi.

(3) Mempertahankan usaha, tahap di mana wirausahawan berdasarkan hasil yang telah dicapai melakukan analisis perkembangan yang dicapai untuk ditindaklanjuti sesuai dengan kondisi yang dihadapi

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

Proses Kewirausahaan

Menurut Suryana (2009:3) Proses Kewirausahaan diawali dengan suatu aksioma, yaitu adanya tantangan. Dari tantangan tersebut timbul gagasan, kemauan dan dorongan untuk berinisiatif, yang tidak lain adalah berpikir kreatif dan bertindak inovatif, sehingga tantangan awal tadi teratasi dan terpecahkan. Ide kreatif dan inovatif wirausaha tidak sedikit yang diawali dengan proses imitasi (peniruan) dan duplikasi, kemudian berkembang menjadi proses pengembangan dan berujung pada proses penciptaan sesuatu yang baru dan berbeda (inovasi).

Inovasi tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor baik yang berasal dari pribadi maupun di luar pribadi, seperti pendidikan, sosiologi, organisasi, kebudayaan dan lingkungan. Faktor-faktor tersebut membentuk locus of control, kreativitas, keinovasian, implementasi, dan pertumbuhan yang kemudian berkembang menjadi wirausaha yang besar. Secara internal, keinovasian dipengaruhi oleh faktor yang berasal dari individu, seperti locus of control, toleransi, nilai-nilai, pendidikan, pengalaman. Sedangkan faktor yang berasal dari lingkungan yang mempengaruhi diantaranya model peran, aktivitas, dan peluang. Oleh karena itu, inovasi berkembang menjadi kewirausahaan melalui proses yang dipengaruhi lingkungan, organisasi dan keluarga.

D. FUNGSI, IDE DAN PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN

Fungsi dan Peran Wirausaha

Menurut Suryana (2009: 4) Fungsi dan peran wirausaha dapat dilihat melalui dua pendekatan, yaitu secara mikro dan makro. Sebagai penemu wirausaha menemukan dan menciptakan sesuatu yang baru, seperti produk, teknologi, cara, ide, organisasi dan sebagainya. Sebagai perencana wirausaha berperan merancang tindakan dan usaha baru, merencanakan strategi usaha yang baru, menciptakan organisasi perusahaan yang baru dan lain sebagainya. Secara mikro, wirausaha memiliki dua peran, yaitu sebagai penemu dalam (*innovator*) dan perencana (*planner*). Secara makro, peran wirausaha adalah menciptakan kemakmuran, pemerataan kekayaan, dan kesempatan kerja yang berfungsi sebagai mesin pertumbuhan perekonomian suatu negara.

Ide dan Peluang Kewirausahaan

Ide dapat menjadi peluang apabila wirausaha bersedia melakukan evaluasi terhadap peluang secara terus-menerus melalui proses penciptaan sesuatu yang baru dan berbeda, mengamati peluang, menganalisis proses secara mendalam dan memperhitungkan resiko yang terjadi. Untuk memperoleh peluang wirausaha harus memiliki berbagai kemampuan dan pengetahuan, seperti menghasilkan produk dan jasa, menghasilkan nilai tambah, merintis usaha, melakukan proses atau teknik, atau mengembangkan organisasi baru. Bila memiliki ide akan menghasilkan peluang, namun sebaliknya bila tidak memiliki ide maka tidak akan mendapatkan peluang.

Pengetahuan, Kemampuan, dan Kemauan Wirausaha

Seorang wirausahawan tidak akan berhasil bila tidak memiliki pengetahuan, kemampuan, dan kemauan. Memiliki kemauan akan tetapi tidak memiliki pengetahuan dan kemampuan maka tidak akan menjadi wirausahawan, demikian sebaliknya tidak akan menjadi wirausahawan yang sukses. Beberapa pengetahuan yang harus dimiliki oleh wirausahawan adalah ;

1. Pengetahuan mengenai usaha yang akan dimasuki atau dirintis dan lingkungan usaha yang ada.
2. Pengetahuan dan peran tanggung jawab.
3. Pengetahuan manajemen dan organisasi.

Sedangkan keterampilan atau ketrampilan yang harus dimiliki wirausaha adalah :

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

Untuk menjadi wirausaha yang sukses tentu saja harus memiliki kompetensi dalam menghadapi resiko dan tantangan. Kompetensi diartikan sebagai pengetahuan, keterampilan dan kemampuan

individu yang langsung berpengaruh pada hasil, karena wirausaha adalah orang yang selalu berorientasi pada hasil.

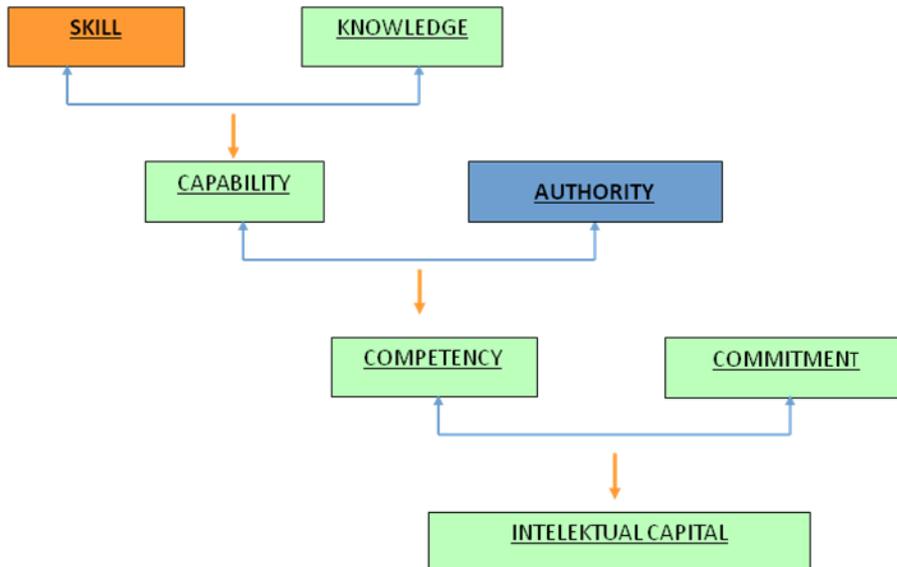
E MODAL DAN CARA MERINTIS BISNIS

Modal Kewirausahaan

Dalam kewirausahaan, modal tidak selalu identik dengan modal yang berwujud (tangible) seperti uang atau barang, tetapi modal dapat juga tidak berwujud (intangible), seperti modal intelektual, modal social, moral, mental dengan dilandasi agama dan keyakinan masing-masing. Modal Kewirausahaan yang harus dimiliki oleh wirausaha adalah :

1. Modal intelektual, dapat diwujudkan dalam bentuk ide-ide sebagai modal utama yang disertai pengetahuan, kemampuan, keterampilan, komitmen, dan tanggung jawab sebagai modal tambahan. Ide merupakan modal utama yang akan membentuk modal lainnya.
2. Modal sosial dan moral, dapat diwujudkan dalam bentuk kejujuran dan kepercayaan, sehingga dapat terbentuk citra. Seorang wirausaha biasanya memiliki etika wirausaha seperti kejujuran, memiliki integritas, menepati janji, kesetiaan, kewajaran, suka membantu orang lain, menghormati orang lain, bertanggung jawab, mengejar keunggulan, serta seorang warga negara yang baik dan taat hukum.
3. Modal mental adalah kesiapan mental berdasarkan landasan agama, diwujudkan dalam bentuk keberanian untuk menghadapi resiko dan tantangan.
4. Modal material adalah modal dalam bentuk uang atau barang.

SKEMA MODAL INTELEKTUAL



Cara Merintis Bisnis/Usaha Baru

Dalam dunia bisnis dikenal tiga cara pada umumnya, untuk memasuki usaha yaitu merintis usaha baru sejak awal, 1.membeli perusahaan yang telah ada atau mendirikan usaha sendiri, serta 2.kerjasama manajemen atau 3.waralaba (*franchising*). Modal utama wirausaha adalah ide, kemudian melakukan analisis kelayakan usaha seperti analisis kekuatan (*strength*) kelemahan (*weakness*) peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) yang lazimnya kita lakukan dalam analisa SWOT. Selanjutnya hal-hal yang harus diperhatikan oleh wirausaha adalah :

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 yang akan digunakan.
5. Jaminan yang mungkin diperoleh.
6. Lingkungan usaha yang akan berpengaruh.

Untuk mengelola usaha tersebut harus diawali dengan :

1. Perencanaan usaha.
2. Pengelolaan keuangan.
3. Aksi strategis usaha.
4. Teknik pengembangan usaha.

F.DISIPLIN ILMU KEWIRAUSAHAAN

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

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

Dilihat dari awal perkembangannya, sejak awal abad ke-20, kewirausahaan sudah diperkenalkan di beberapa Negara, misalnya di Belanda dikenal sebagai “Ondermener” dan di Jerman dikenal sebagai “Untermehner”. Di beberapa negara, kewirausahaan memiliki beberapa tanggung jawab, antara lain tanggung jawab dalam mengambil keputusan yang menyangkut kepemimpinan teknis, kepemimpinan organisasi dan komersil, penyediaan modal, penerimaan dan penanganan tenaga kerja, pembelian, penjualan, pemasangan iklan, dan lain-lain. Kemudian pada tahun 1950-

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

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

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

Sepert halnya ilmu manajemen yang awalnya berkembang di bidang industry, kemudian berkembang dan diterapkan diberbagai bidang lainnya, maka disiplin ilmu kewirausahaan dalam perkembangannya mengalami evolusi yang pesat. Pada awalnya kewirausahaan berkembang dalam bidang perdagangan, namun kemudian diterapkan di berbagai bidang lain seperti industry, perdagangan, pendidikan, kesehatan dan institusi lain seperti lembaga pemerintah, perguruan tinggi, dan lembaga swadaya lainnya. Dalam bidang-bidang tertentu, kewirausahaan telah dijadikan kompetensi inti dalam menciptakan perubahan, pembaharuan, dan kemajuan. Kewirausahaan tidak hanya dapat digunakan sebagai kiat-kiat bisnis jangka pendek, tetapi juga sebagai kiat kehidupan secara umum dalam jangka panjang untuk menciptakan peluang.

Objek Studi Kewirausahaan

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

1. Kemampuan merumuskan tujuan hidup/usaha.

Dalam merumuskan tujuan perlu adanya perenungan dan koreksi, yang kemudian dibaca, diamati berulang-ulang sampai dipahami secara mendalam.

2. Kemampuan memotivasi diri.

Yaitu untuk melahirkan suatu tekad keakuan yang besar.

3. Kemampuan berinisiatif.

Kemampuan untuk mengerjakan sesuatu yang baik tanpa menunggu perintah orang lain, yang dilakukan berulang-ulang sehingga kebiasaan tersebut menjadi suatu inisiatif.

4. Kemampuan berinovasi.

5. Kemampuan membentuk modal material, sosial dan intelektual.

6. Kemampuan mengatur waktu dan membiasakan diri.

7. Kemampuan mental yang dilandasi agama.

8. Kemampuan membiasakan diri dalam mengambil hikmah dari pengalaman yang baik maupun menyakitkan.

Perkembangan Disiplin Ilmu Kewirausahaan

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

- 1755 : Seorang Irlandia bernama Richard Cantillon yang berdiam di Prancis merupakan orang pertama yang menggunakan istilah “wirausaha” dalam bukunya *Essai sur la nature du commerce en generale*. Dalam buku tersebut, ia menjelaskan bahwa wirausaha adalah seseorang yang mengambil resiko. Pada awalnya, wirausaha merupakan sebutan bagi

para pedagang yang membeli barang di daerah dan menjualnya dengan harga yang tidak pasti.

- 1912 : Schumpeter mengartikan wirausaha yang sampai saat ini masih relevan dan masih diikuti banyak kalangan. Menurutnya wirausaha tidak selalu berarti pedagang atau manajer, tetapi juga seorang yang unik yang memiliki keberanian dalam mengambil resiko dan memperkenalkan produk-produk yang inovatif serta teknologi baru ke dalam perekonomian.
- 1994 : sejalan dengan perkembangan konsep kewirausahaan, Peter F. Drucker mendefinisikan kewirausahaan sebagai kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda.
- 1995 : Definisi yang dikemukakan oleh Peter F. Drucker dikemukakan lebih luas lagi oleh Peter Hisrich yang mengatakan bahwa kewirausahaan adalah proses penciptaan sesuatu yang berbeda untuk menghasilkan nilai dengan mencurahkan waktu dan usaha, diikuti dengan penggunaan uang, fisik, resiko, dan kemudian menghasilkan balas jasa berupa uang serta kepuasan dan kebebasan pribadi.
- 1996 : Definisi diatas tidak jauh berbeda dengan yang dikemukakan oleh Thomas W. Zimmerer yang mengungkapkan bahwa kewirausahaan merupakan proses penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan mencari peluang yang dihadapi orang dalam setiap hari.

Dalam pengertian kewirausahaan diatas dapat disimpulkan beberapa konsep seperti kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (kreatif dan inovatif), mengorganisasi, menanggung resiko, berorientasi hasil, peluang, kepuasan diri, dan kebebasan. Oleh karena itu, jiwa dan perilaku kewirausahaan tidak hanya ditemukan pada konteks bisnis, tetapi juga dalam semua organisasi dan profesi.

G. HAKIKAT KEWIRASAHAAN

Meskipun sampai saat ini belum ada makna yang persis sama, pada umumnya kewirausahaan memiliki hakikat yang hampir sama, yaitu merujuk pada sifat, watak, ciri-ciri yang melekat pada seseorang yang mempunyai kemauan keras untuk mewujudkan gagasan

inovatif ke dalam dunia nyata dan dapat mengembangkannya dengan tangguh. Istilah kewirausahaan berasal dari terjemahan *entrepreneurship*, yang dapat diartikan sebagai “the backbone of economy” yaitu sebagai syaraf pusat perekonomian serta “the tailbone of economy” yaitu pengendali perekonomian suatu bangsa. Kewirausahaan merupakan gabungan dari kreativitas, inovasi, dan keberanian menghadapi resiko yang dilakukan dengan cara kerja keras untuk membentuk dan memelihara usaha baru.

Kewirausahaan Dilihat Dari Berbagai Sudut Pandang

Terlepas dari berbagai definisi kewirausahaan yang dikemukakan oleh beberapa ekonom, wirausaha dapat dipandang dari berbagai sudut dan konteks, yaitu ahli ekonomi, ahli manajemen, pelaku bisnis, psikolog, dan pemodal.

- **Pandangan Ahli Ekonomi**

Menurut ahli ekonomi, wirausaha adalah orang yang mengkombinasikan faktor-faktor produksi seperti sumber daya alam, tenaga kerja, material, dan peralatan lainnya untuk meningkatkan nilai lebih tinggi dari sebelumnya. Wirausaha juga merupakan orang yang memperkenalkan perubahan-[erubahan, inovasi, perbaikan produksi lainnya.

- **Pandangan Ahli Manajemen**

Wirausaha adalah seseorang yang memiliki kemampuan dalam menggunakan dan mengkombinasikan sumber daya seperti keuangan, material, tenaga kerja, ketrampilan untuk menghasilkan produk, proses produksi, bisnis, dan organisasi usaha baru.

- **Pandangan Pelaku Bisnis**

Wirausaha adalah orang yang menciptakan suatu bisnis baru dalam menghadapi resiko dan ketidakpastian dengan maksud memperoleh keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengenali peluang dan mengkombinasikan sumber-sumber daya yang diperlukan untuk memanfaatkan peluang tersebut. Wirausaha adalah pengusaha, tetapi tidak semua pengusaha adalah wirausaha. Wirausaha adalah pelopor dalam bisnis, innovator, penanggung resiko yang mempunyai visi ke depan dan memiliki keunggulan dalam prestasi di bidang usaha.

- Pandangan Psikolog

Wirausaha adalah orang yang memiliki dorongan kekuatan dari dalam dirinya untuk memperoleh suatu tujuan serta suka bereksperimen untuk menampilkan kebebasan dirinya diluar kekuasaan orang lain.

- Pandangan Pemodal

Wirausaha adalah orang yang menciptakan kesejahteraan untuk orang lain, menemukan cara-cara baru untuk menggunakan sumber daya, mengurangi pemborosan, dan membuka lapangan pekerjaan yang disenangi masyarakat.

Menurut Schumpeter, wirausaha merupakan pengusaha yang melaksanakan kombinasi-kombinasi baru dalam bidang tehnik dan komersial ke dalam bentuk praktik. Inti dari fungsi pengusaha adalah pengenalan dan pelaksanaan kemungkinan-kemungkinan baru dalam bidang perekonomian. Kemungkinan-kemungkinan baru yang dimaksud adalah :

1. Memperkenalkan produk atau kualitas baru suatu barang yang belum dikenal 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 industri yang bersangkutan.
4. Membuka suatu sumber dasar baru, atau setengah jadi atau sumber-sumber yang masih harus dikembangkan.
5. Pelaksanaan organisasi baru.

Esensi dari kewirausahaan adalah saha menciptakan nilai tambah, di pasar melalui proses kombinasi antara sumber daya dengan cara-cara baru yang berbeda agar dapat bersaing antara lain dengan ;

- a. Pengembangan teknologi baru

- b. Penemuan pengetahuan baru
- c. Perbaikan produk dan jasa yang sudah ada
- d. Penemuan cara-cara yang berbeda untuk menghasilkan barang yang lebih banyak dengan sumber daya yang lebih sedikit

Dengan demikian kewirausahaan merupakan sikap mental dan sifat jiwa yang selalu aktif dalam berusaha untuk memajukan karya baktinya dalam rangka upaya meningkatkan pendapatan di dalam kegiatan usahanya. Selain itu kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (create new and different) melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang dalam menghadapi tantangan hidup. Pada hakekatnya kewirausahaan adalah sifat, ciri, dan watak seseorang yang memiliki kemauan dalam mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia nyata secara kreatif. Dari beberapa konsep yang ada ada 6 hakekat penting kewirausahaan sebagai berikut (Suryana, 2003: 18), yaitu :

1. Kewirausahaan adalah suatu nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang dijadikan dasar sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, proses, dan hasil bisnis (Acmad Sanusi, 1994).
2. Kewirausahaan adalah suatu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (ability to create the new and different) (Drucker, 1959).
3. Kewirausahaan adalah suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan (Zimmerer, 1996).
4. Kewirausahaan adalah suatu nilai yang diperlukan untuk memulai suatu usaha (start-up phase) dan perkembangan usaha (venture growth) (Soeharto Prawiro, 1997).
5. Kewirausahaan adalah suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru (creative), dan sesuatu yang berbeda (innovative) yang bermanfaat memberi nilai lebih.
6. Kewirausahaan adalah usaha menciptakan nilai tambah dengan jalan mengkombinasikan sumber-sumber melalui cara-cara baru dan berbeda untuk

memenangkan persaingan. Nilai tambah tersebut dapat diciptakan dengan cara mengembangkan teknologi baru, menemukan pengetahuan baru, menemukan cara baru untuk menghasilkan barang dan jasa yang baru yang lebih efisien, memperbaiki produk dan jasa yang sudah ada, dan menemukan cara baru untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

Berdasarkan keenam konsep diatas, secara ringkas kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai sesuatu kemampuan kreatif dan inovatif (create new and different) yang dijadikan kiat, dasar, sumber daya, proses dan perjuangan untuk menciptakan nilai tambah barang dan jasa yang dilakukan dengan keberanian untuk menghadapi risiko. Mereka yang mendirikan, mengelola, mengembangkan, dan melembagakan perusahaan miliknya sendiri. Definisi ini mengandung asumsi bahwa setiap orang yang mempunyai kemampuan normal, bisa menjadi wirausaha asal mau dan mempunyai kesempatan untuk belajar dan berusaha. Berwirausaha melibatkan dua unsur pokok (1) peluang dan, (2) kemampuan menanggapi peluang, Berdasarkan hal tersebut maka definisi kewirausahaan adalah “tanggapan terhadap peluang usaha yang terungkap dalam seperangkat tindakan serta membuahkan hasil berupa organisasi usaha yang melembaga, produktif dan inovatif.”

BAB II

KARATERISTIK DAN KOMPENTENSI INTI

A KARAKTER

Menurut Suryana (2009:25) Para ahli mengemukakan karakteristik kewirausahaan dengan konsep yang berbeda-beda. Geoffrey G. Meredith (1996 : 5-6), misalnya, mengemukakan ciri-ciri dan watak kewirausahaan seperti berikut :

KARAKTERISTIK	WATAK
• Percaya diri dan optimis	Memiliki kepercayaan diri yang kuat, ketidaktergantungan terhadap orang lain, dan individualistis.
• Berorientasi pada tugas dan hasil	Kebutuhan untuk berprestasi, berorientasi laba, mempunyai dorongan kuat, energik, tekun dan tabah, tekad kerja keras, serta inisiatif.
• Berani mengambil resiko dan mempunyai tantangan	Mampu mengambil resiko yang wajar
• Kepemimpinan	Berjiwa kepemimpinan, mudah beradaptasi dengan orang lain, dan terbuka terhadap saran serta kritik.
• Keorsinilan	Inovatif, kreatif dan fleksibel
• Berorientasi masa depan	Memiliki visi dan perspektif terhadap masa depan

Sumber : Geoffrey G. Meredith, et al. Kewirausahaan : Teori dan Praktek Ed. 5 hal 5-6

Ahli lain, seperti M. Scarborough dan Thomas W. Zimmerer (1993 : 6-7), mengemukakan delapan karakteritik kewirausahaan sebagai berikut :

1. *Desire for responsibility*, memiliki rasa tanggung jawab atas usaha-usaha yang dilakukannya.
2. *Preference for moderate risk*, lebih memilih resiko moderat, artinya selalu menghindari resiko, baik yang terlalu rendah maupun terlalu tinggi.
3. *Confidence in their ability to success*, memiliki kepercayaan diri untuk memperoleh kesuksesan.
4. *Desire for immediate feedback*, selalu menghendaki umpan balik dengan segera.
5. *High level of energy*, memiliki semangat dan kerja keras untuk mewujudkan keinginannya demi masa depan yang lebih baik.

6. *Future orientation*, berorientasi serta memiliki perspektif dan wawasan jauh ke depan.
7. *Skill at organizing*, memiliki keterampilan dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah.
8. *Value of achievement over money*, lebih menghargai prestasi daripada uang.

Menurut Authur Kurilof dan John M. Mempel yang dikutip Suryana (2009 : 25), mengemukakan karakteristik kewirausahaan dalam bentuk nilai-nilai dan perilaku kewirausahaan seperti :

NILAI-NILAI	PERILAKU
• Komitmen	Menyelesaikan tugas hingga selesai
• Resiko moderat	Tidak melakukan spekulasi, melainkan berdasarkan perhitungan yang matang
• Melihat peluang	Memanfaatkan peluang yang ada sebaik mungkin
• Objektivitas	Melakukan pengamatan secara nyata untuk memperoleh kejelasan
• Umpan balik	Menganalisis data kinerja waktu untuk memandu kegiatan
• Optimisme	Menunjukkan kepercayaan diri yang besar walaupun berada dalam situasi berat.
• Uang	Melihat uang sebagai suatu sumber daya, bukan tujuan akhir.
• Manajemen proaktif	Mengelola berdasarkan perencanaan masa depan.

Sumber : Fundamental Small Business Management, 1993, hal. 20

Wirausahawan selalu berkomitmen dalam melakukan tugasnya, sehingga dapat memperoleh hasil yang diharapkan. Oleh sebab itu wirausahawan harus berani mengambil resiko, dengan harapan agar memperoleh hasil yang maksimal yang didukung dengan usaha mencari peluang dengan rasa optimis yang akhirnya memperoleh uang yang ternyata bukan tujuan akhir, karena uang semurapak salah satu sumber daya akan terus dikelola untuk peningkatan usaha

B. CIRI-CIRI UMUM KEWIRAUSAHAAN

Menurut Suryana (2009 : 30), cirri-ciri umum seorang wirausahawan dapat di uraikan sebagai berikut :

1. Memiliki Motif Berprestasi Tinggi ; Wirausaha melakukan sesuatu hal secara tidak asal-asalan, sekalipun hal tersebut dapat dilakukan oleh orang lain.
2. Memiliki Perspektif ke Depan ; Sukses adalah sebuah perjalanan, bukan tujuan, apapun impian atau target kita ingat kata kunci SMART (Specific, Measurable, Achievable, Reality-based, Time-frame) yang berarti harus spesifik dan jelas , teratur, dapat dicapai, berdasarkan realitas atau kondisi kita saat ini dan memiliki jangka waktu tertentu.
3. Memiliki Kreatifitas Tinggi ; Hal-hal yang belum terfikirkan oleh orang lain sudah terfikirkan olehnya dan wirausaha mampu membuat hasil inovasinya tersebut menjadi permintaan, contohnya pengemasan air minum steril ke dalam botol sehingga air bisa diminum langsung tanpa dimasak.
4. Memiliki Sifat Inovasi Tinggi ; Seorang wirausaha harus segera menerjemahkan mimpi-mimpinya menjadi inovasi untuk mengembangkan bisnisnya, sifat inovatif dapat ditumbuhkan dengan memahami bahwa inovasi adalah suatu contoh suatu kerja keras, terobosan dan kaizen (perbaikan yang terus menerus).
5. Memiliki Komitmen Terhadap Pekerjaan ; Menurut Sony Sugema terdapat tiga hal yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha yang sukses yaitu : Mimpi, Kerja keras, dan Ilmu.
6. Memiliki Tanggung Jawab ; Komitmen sangat diperlakukan dalam pekerjaan sehingga mampu melahirkan tanggung jawab.
7. Memiliki Kemandirian atau Ketidaktergantungan Terhadap Orang Lain ; Orang yang mandiri adalah orang yang tidak suka mengandalkan orang lain namun justru mengoptimalkan segala daya dan upaya yang dimilikinya sendiri.
8. Memiliki Keberanian Menghadapi Resiko ; Berani mengambil resiko yang telah diperhitungkan sebelumnya merupakan kunci awal dalam dunia usaha, karena hasil yang akan dicapai akan proposional terhadap resiko yang akan diambil. Resiko yang diperitungkan dengan baik akan lebih banyak memberikan kemungkinan berhasil. Wirausaha harus bias belajar mengelola resiko dengan cara mentransfer atau berbagi resiko ke pihak lain seperti bank, investor, konsumen, pemasok dan lain sebagainya.

9. Selalu Mencari Peluang ; Seorang wirausaha sejati mampu melihat sesuatu dalam perspektif atau dimensi yang berlainan pada satu waktu.
10. Memiliki Jiwa Kepemimpinan ; Seorang wirausaha harus memiliki kemampuan dan semangat untuk mengembangkan orang-orang disekelilingnya, seorang pemimpin lebih baik tidak diukur dari berapa banyak pengikut atau pegawainya, tetapi kualitas orang-orang yang mengikutinya serta berapa banyak pemimpin baru disekelilingnya.
11. Memiliki Kemampuan Manajerial ; Kemampuan manajerial seseorang dapat dilihat dari 3 kemampuan yaitu :
 - Kemampuan teknik
 - Kemampuan pribadi/personal
 - Kemampuan emosional
12. Memiliki Kemampuan Personal ; Seorang wirausaha harus memperkaya diri dengan berbagai keterampilan personal contoh :
 - Seorang pemilik toko roti dan kue harus memiliki kemampuan personal dalam membuat kue dengan berbagai macam resep.
 - Seorang pemilik bengkel harus memiliki keterampilan mereparasi kendaraan bermotor.
 - Seorang koreografer setidaknya harus menguasai beberapa tarian dari berbagai bidang yang berbeda.

C.NILAI-NILAI HAKIKI KEWIRAUSAHAAN

Nilai hakiki

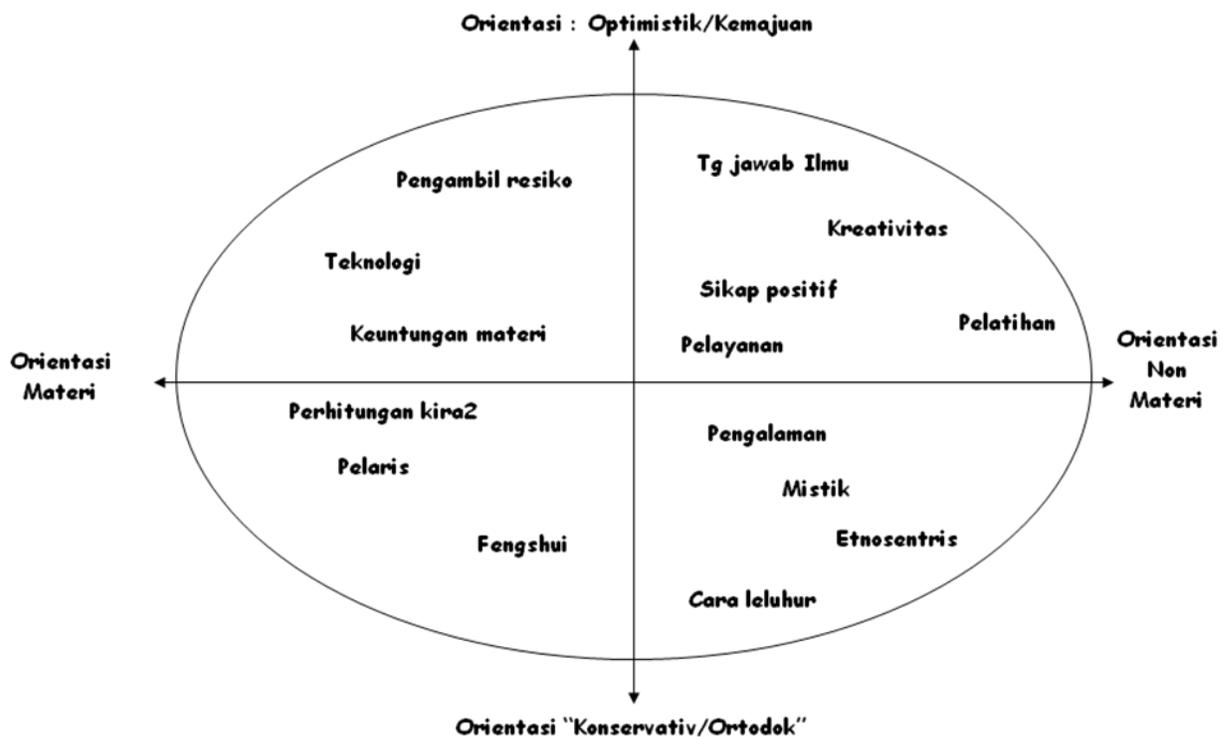
Menurut Sidharta yang dikutip Suryana (2009 : 37), Dalam system nilai manajer terdapat dua kelompok nilai yaitu nilai 1. System nilai pribadi dan 2 sistem nilai kelompok. Dalam system nilai pribadi dibagi menjadi 4 yaitu ; 1, Nilai Primer Pragmatik, 2 Nilai Primer Moralistik, Nilai Primer Afektif dan 4 Nilai Primer Bauran. Dalam kewirausahaan system nilai primer pragmatik tersebut dilihat dari ; watak, jeda, dan perilaku misalnya bekerja keras, mengutamakan prestasi, keberanian mengambil resiko, , produktivitas, kreativitas, inovasi, kualitas kerja, komitmen, dan kemampuan mencari peluang.

Terdapat empat nilai dengan orientasi dan ciri masing-masing ;

1. Yang berorientasi memperoleh materi, dengan ciri ; berani mengambil resiko, terbuka / mengikuti perkembangan teknologi dan mengutamakan materi / keuntungan

2. Berorientasi pada kemajuan namun tidak mengejar materi, ingin mewujudkan rasa tanggung jawab, pelayanan yang baik, sikap yang positif dan kreativitas
3. Berorientasi pada materi namun berpedoman pada kebiasaan yang sudah ada, misalnya dengan fengshui dll
4. Berorientasi pada nonmateri, dan bekerja pada kebiasaan yang ada, dalam hal ini biasanya tergantung pada pengalaman, taat pada leluhur , dll

MODEL SISTEM NILAI WIRAUSAHA : ORIENTASI DAN CIRI



Beberapa nilai hakiki penting dari kewirausahaan adalah sama dengan apa yang telah diuraikan di bab I dalam jiwa dan sikap kewirausahaan yaitu :

1. Percaya Diri
2. Berorientasi pada Tugas dan Hasil
3. Keberanian Mengambil Resiko
4. Kepemimpinan

5. Berorientasi ke Masa Depan
6. Keorisinilan: Kreatifitas dan Inovasi

Berfikir Kreatif Dalam Kewirausahaan

Menurut Zimerer yang dikutip Suryana (2009:37) untuk mengembangkan keterampilan berfikir seseorang menggunakan otak sebelah kiri sedangkan untuk belajar mengembangkan keterampilan kreatif digunakan otak sebelah kanan. Zimerer mengemukakan beberapa kaidah atau kebiasaan , kewirausahaan yaitu :

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

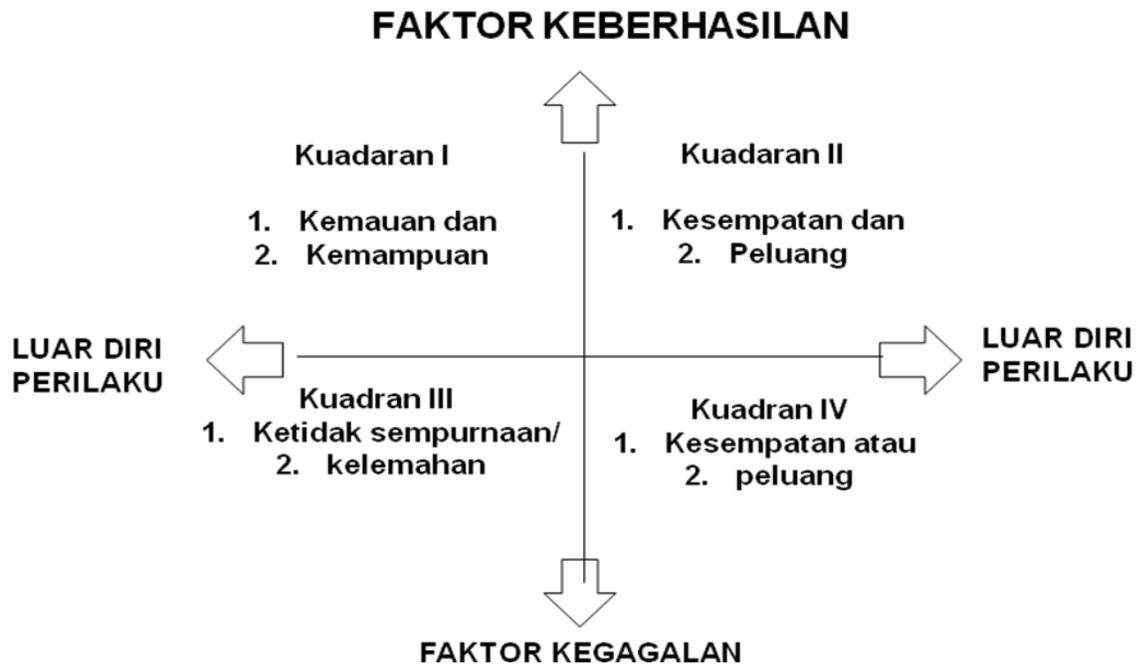
Sikap dan Kepribadian Wirausaha

Menurut Inkeles (1974:24) kualitas manusia modern tercermin pada orang yang berpartisipasi dalam produksi modern yang di manifestasikan dalam bentuk sikap, nilai, dan tingkah laku dalam kehidupan sosial. Kewirausahaan mencakup sikap terbuka, bebas, pandangan yang luas, orientasi pada masa yang akan datang, perencanaan, yakin, sadar, dan hormat terhadap orang lain serta pendapatnya. Menurut Harjoso (1978:5) modernisasi merupakan sikap menggambarkan :

- Keterbukaan bagi pembaruan dan perubahan
- Kesanggupan membentuk pendapat secara demokratis
- Orientasi pada masa kini dan masa depan
- Keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri

- Keyakinan terhadap kemampuan ilmu pengetahuan dan teknologi
- Anggapan bahwa keberhasilan merupakan hasil dari prestasi

MODEL ANALISA DIRI WIRAUSAHA



Motif Berprestasi Kewirausahaan

Motif berprestasi adalah suatu nilai sosial yang menekankan hasrat untuk mencapai hasil terbaik guna mencapai hasil terbaik guna mencapai kepuasan pribadi (Gede Anggan Suhandana, 1980:55) factor dasarnya adalah adanya kebutuhan yang harus dipenuhi. Wirausaha yang memiliki motif berprestasi tinggi pada umumnya memiliki ciri-ciri :

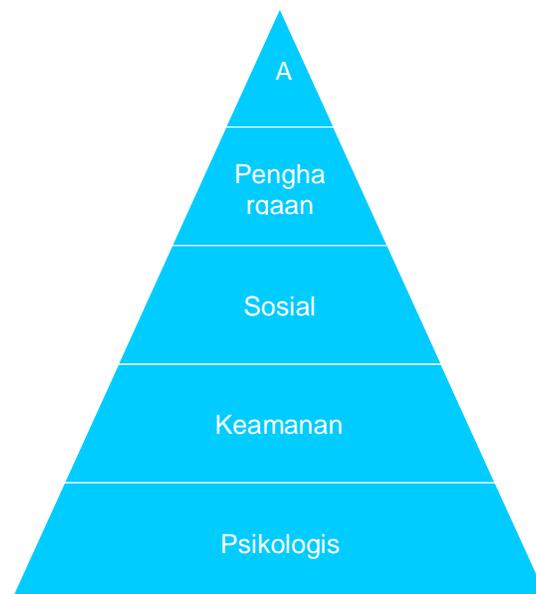
1. Ingin mengatasi sendiri kesulitan dan persoalan-persoalan yang timbul pada dirinya
2. Selalu memerlukan umpan balik yang segera untuk melihat keberhasilan dan kegagalan
3. Memiliki tanggung jawab personal yang tinggi
4. Berani menghadapi risiko dengan penuh perhitungan

5. Menyukai dan melihat tantangan secara seimbang (fifty-fifty)

Menurut Victor Vroom, ada tiga variable yang saling berhubungan yaitu :

1. Attractiveness, merupakan imbalan yang diperoleh dari pekerjaan
2. Performance-reward linkage, yaitu hubungan antara imbalan yang di peroleh dan kinerja
3. Effort performace linkage, yaitu hubungan antara usaha dan kinerja yang dihasilkan,

Menurut teori Hirarki kebutuhan ; yaitu dengan teori Abraham Maslow ; (1) kebutuhan fisiologikal (physiological needs), seperti : rasa lapar, haus, istirahat dan sex; (2) kebutuhan rasa aman (safety needs), tidak dalam arti fisik semata, akan tetapi juga mental, psikologikal dan intelektual; (3) kebutuhan akan kasih sayang (belongingness / love needs); (4)kebutuhan akan harga diri (esteem needs), yang pada umumnya tercermin dalam berbagai simbol-simbol status; dan (5) aktualisasi diri (self actualization), dalam arti tersedianya kesempatan bagi seseorang untuk mengembangkan potensi yang terdapat dalam dirinya sehingga berubah menjadi kemampuan nyata. Menurut maslow; kebutuhan paling dasar harus dipuaskan sesebul kebutuhan berikutnya di aktifkan



Ada tiga prinsip dari teori harapan yaitu :

1. $P=f(M \times A)$ Prestasi (Performance-P) adalah fungsi perkalian antara motivasi (motivation-M) dan kemampuan (ability-A)
2. $M=f(V_1 \times E)$ Motivasi merupakan fungsi perkalian dari valensi tingkat pertama (V_1) dengan harapan (expectancy-E)
3. $V_2=f(V_1 \times I)$ Valensi tingkat pertama merupakan fungsi perkalian antara jumlah valensi yang melekat pada perolehan tingkat kedua dengan instrumental (I)

Menurut Nasution (1982:26) dan Louis Allen (1986:70) ada tiga fungsi motif yaitu :

1. Mendorong manusia untuk menjadi penggerak atau motor yang melepaskan energi.
2. Menentukan arah perbuatan ke tujuan tertentu
3. Menyeleksi perbuatan yakni menentukan perbuatan-perbuatan yang harus di jalankan untuk mencapai suatu tujuan dengan menghindari perbuatan yang tidak bermanfaat bagi pencapaian tujuan tersebut.

Dalam Entrepreneur's Handbook yang dikutip oleh Yuyun Wirasmita (1994:8) alasan mengapa seseorang menjadi wirausaha :

1. Alasan keuangan ; Untuk mencari nafkah, menjadi kaya, mencari pendapatan tambahan, dan sebagai jaminan stabilitas keuangan.
2. Alasan sosial ; Untuk memperoleh gengsi/status agar dapat di kenal dan dihormati, menjadi contoh agar dapat dicontoh oleh orang dan agar er temu orang banyak.
3. Alasan pelayanan ; Untuk membuka lapangan pekerjaan, menatar dan membantu meningkatkan perekonomian masyarakat.
4. Alasan pemenuhan diri

Untuk menjadi atasan/mandiri, mencapai sesuatu yang diinginkan, menghindari ketergantungan pada orang lain, menjadi lebih produktif, dan menggunakan kemampuan pribadi.

Menurut Zimmerer (1996:3) terdapat beberapa peluang yang dapat diambil dari kewirausahaan, yaitu:

1. Peluang memperoleh control atas kemampuan diri
2. Peluang memanfaatkan potensi yang dimiliki secara penuh
3. Peluang memperoleh manfaat secara financial
4. Peluang berkontribusi kepada masyarakat dan menghargai usaha-usaha seseorang.

D KOMPETENSI INTI DAN PERSAINGAN

Kompetensi inti

Pada dasarnya kedudukan suatu ide atau gagasan adalah sebagai unsur investasi dari suatu organisasi. Misalnya gagasan berupa visi tentang perusahaan. Implikasinya, bagaimana investasi tersebut dilaksanakan dengan menggunakan pengetahuan atau ketrampilan teknis untuk mengembangkan perusahaan. Untuk itu perlu diterjemahkan ke dalam kegiatan-kegiatan seperti menilai peluang-peluang utama apa saja untuk bisa masuk ke industri dan atau pasar. Setelah itu perlu dirancang apa strategi bisnis yang tergolong unik untuk merealisasikan visi perusahaan., dan kemudian bagaimana diketahui kompetensi inti perusahaan untuk ditetapkan.

Dalam prakteknya, kompetensi inti perusahaan akan dicerminkan oleh kebutuhan pengetahuan teknis apa saja yang akan digunakan. Keterkaitan kompetensi dengan strategi bisnis akan dicerminkan oleh rangkaian proses yang diawali dari sumber ide atau gagasan berupa inovasi produk paten yang merupakan hasil dari riset dan pengembangan. Kemudian proses berikutnya dicerminkan oleh produktivitas dan efisiensi. Ketika produk dihasilkan maka hal itu tidak lepas dari bagaimana membangun kepercayaan pelanggan atas kompetensi inti yang dimiliki. konsep kompetensi berfokus pada pengetahuan dan perilaku individu, yakni dari individual ke organisasi sebagai unit analisis dan dari aspek-aspek sosio-budaya ke hal-hal yang sifatnya lebih teknis. Kompetensi menjelaskan hasil yang diharapkan dari kinerja dan dari fungsi yang terkait secara professional, pengetahuan, keterampilan dan sikap yang sangat penting untuk kinerja fungsi tersebut.

Kompetensi inti beragam sesuai dengan jenis industrinya. (1). dalam bisnis farmasi, kompetensi inti bermuara pada komersialisasi produk-produk riset dan pengembangan yang siap diserap pasar. (2).dalam distribusi harus memiliki kemampuan untuk mengumpulkan, mengapalkan, dan mendistribusikan paket-paket logistik secara tepat waktu. (3).di bidang

perhotelan harus berbasis pada mutu pelayanan yang prima, (4).produksi mobil harus memiliki mutu manufaktur yang andal, dan bidang konsultan harus memiliki perjanjian dengan klien yang jelas. Peran pemimpin perusahaan sangatlah strategis untuk menetapkan dan mengembangkan kompetensi inti perusahaan. Para investor akan menjadi lebih tertarik untuk menanamkan sahamnya apabila kompetensi inti perusahaan tersebut mampu memenuhi ekspektasi pasar yang tinggi.

Tidak dapat disangkal lagi bahwa kesinambungan hidup perusahaan sangat bergantung pada ketahanan wirausaha dalam meraih kompetensi inti / keunggulan dalam bersaing melalui strategi yang dimilikinya. Strategi perusahaan adalah cara-cara perusahaan menciptakan nilai melalui konfigurasi dan koordinasi aktivitas multipemasaran.

Menurut suryana (2009:171) Dalam manajemen perusahaan modern seperti sekarang ini telah terjadi pergeseran strategi, yaitu dari strategi memaksimalkan keuntungan pemegang saham (mencari laba perusahaan) menjadi memaksimalkan keuntungan bagi semua yang berkepentingan dalam perusahaan (stakeholder), yaitu individu atau kelompok yang memiliki kepentingan dalam kegiatan perusahaan, tidak hanya pemegang saham, namun juga karyawan, manajemen, pembeli, masyarakat, pemasok, distributor, dan pemerintah. Akan tetapi, konsep laba tidak bisa dikesampingkan dan merupakan alat yang penting bagi perusahaan untuk menciptakan manfaat bagi para pemilik kepentingan. Menurut teori strategi dinamis dari Porter (1991), perusahaan dapat mencapai keberhasilan bila tiga kondisi dipenuhi, yaitu: **Pertama**, tujuan perusahaan dan kebijakan fungsi-fungsi manajemen (seperti produksi dan pemasaran) harus secara kolektif memperlihatkan posisi terkuat dipasar. **Kedua**, tujuan dan kebijakan tersebut ditumbuhkan berdasarkan kekuatan perusahaan serta diperbarui terus (dinamis) sesuai dengan perubahan peluang dan ancaman lingkungan eksternal. **Ketiga**, perusahaan harus memiliki dan menggali kompetensi khusus sebagai pendorong untuk menjalankan perusahaan.

Konsep Kompetensi Inti:

1. Kompetensi inti menggambarkan kemampuan kepemimpinan dalam serangkaian produk
2. Kompetensi adalah sekumpulan keterampilan dan teknologi yang dimiliki perusahaan untuk 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.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin kompleks dan krisis eksternal, perusahaan kecil dapat menerapkan teori “strategi berbasis sumber daya” (resources-based strategy). Teori ini dinilai potensial untuk memelihara keberhasilan perusahaan ketika berada dalam situasi eksternal yang bergejolak. Menurut teori ini, perusahaan dapat meraih keuntungan melalui penggunaan sumber daya yang lebih baik, yaitu dengan: 1. Pola organisasi dan administrasi yang baik. 2. Perpaduan asset fisik berwujud seperti sumber daya manusia dan alam, serta asset tidak berwujud seperti kebiasaan berfikir kreatif dan keterampilan manajerial. 3. Budidaya perusahaan. 4. Proses kerja dan penyesuaian yang cepat atas tuntutan baru.

Dengan demikian, untuk meraih keuntungan yang berkesinambungan, maka perusahaan harus berusaha mencari dan menumbuhkan kompetensi inti dari semua sumber daya yang mungkin belum dimanfaatkan secara optimal dan dapat diubah menjadi peluang produktif yang unik, yaitu dengan cara resource-based strategy: mengutamakan pengembangan kapabilitas internal yang unggul, tidak transparan, sukar ditiru atau dialihkan oleh pesaing, dan memberi daya saing jangka panjang yang melebihi tuntutan-tuntutan masa kini di pasar dan kebal terhadap resesi. Hal ini dapat dilakukan melalui:

1. Mengidentifikasi dan mengklasifikasikan sumber daya, menjadi:

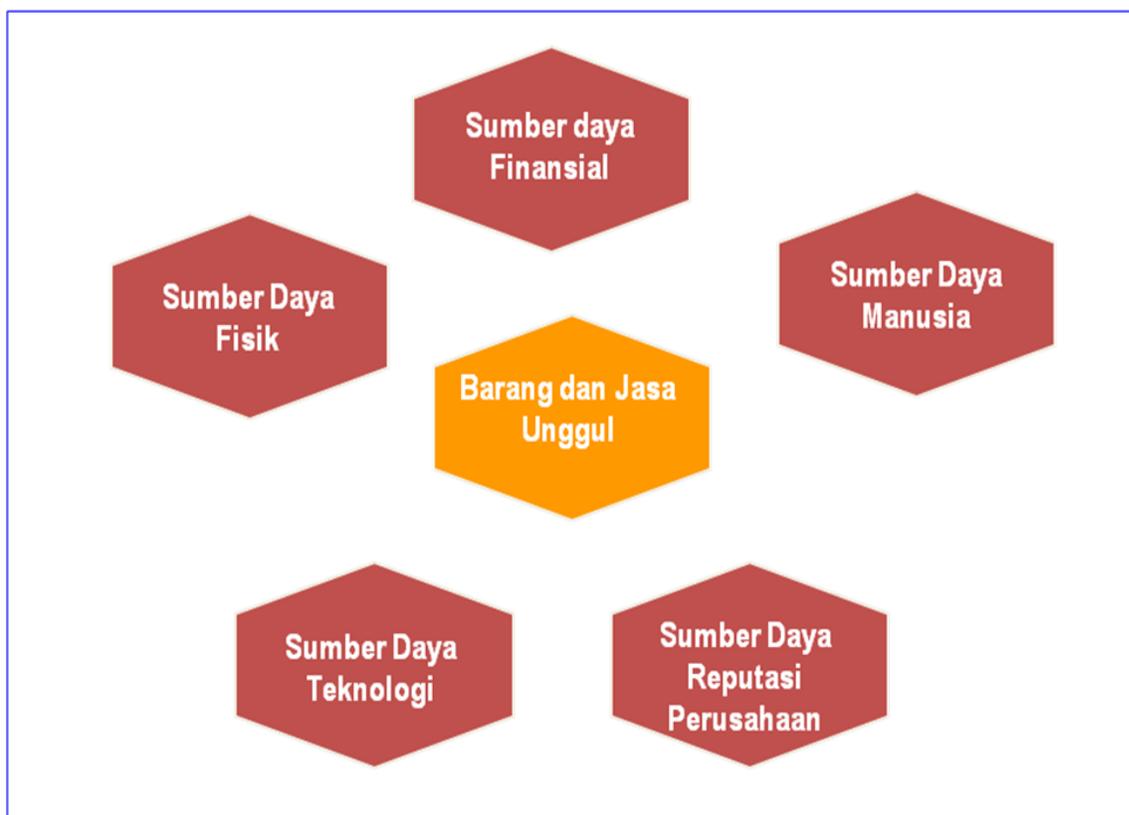
- _ Sumber daya finansial
- _ Sumber daya fisik
- _ Sumber daya manusia
- _ Sumber daya teknologi
- _ Sumber daya reputasi organisasi

2. Mengidentifikasi dan mengevaluasi kapabilitas. Kapabilitas diartikan sebagai apa yang dapat dilakukan oleh perusahaan dari kerja tim yang bersama-sama mengembangkan berbagai sumber daya yang dimiliki perusahaan. Dalam hal ini, kapabilitas mengintegrasikan ide baru, keterampilan, dan pengetahuan lain menjadi kunci berpikir kreatif.

3. Menyortir dan mengembangkan kapabilitas untuk diaplikasikan di pasar untuk mencapai keuntungan yang tinggi secara berkesinambungan yang sulit ditiru atau disaingi. Dalam hal ini kapasitas perlu dipelihara dalam hal:

- _ Harus tahan lama, yaitu perlu terus pembaharuan atau modifikasi dengan mencari pengetahuan dan ide-ide.
 - _ Harus tidak transparan, yaitu dengan mengembangkan kapabilitas yang beragam, tidak menggantungkan pada salah satu sumber kapabilitas, sehingga sulit diamati atau direkonstruksi oleh orang lain.
4. Memformulasikan strategi pengembangan core resource and capability seefektif mungkin pada semua kegiatan manajemen. Sementara itu, perusahaan harus mempelajari perkembangan manajemen dan kemungkinan-kemungkinan masa depan untuk mempertahankan daya saing perusahaan secara berkesinambungan.

SUMBER DAYA INTI



Strategi Bersaing dalam Kewirausahaan

Dalam konsep strategi pemasaran terdapat istilah bauran pemasaran (marketing mix) yang dikenal dengan 4P. Dalam kewirausahaan, 4P tersebut ditambahkan satu P, yaitu probe (penelitian dan pengembangan) sehingga menjadi 5P. Probe selalu ditambahkan diawal sehingga urutan bauran pemasaran menjadi:

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

Dalam manajemen strategis yang baru, Mintzberg mengemukakan 5P yang sama artinya dengan strategi, yaitu perencanaan (plan), pola (patern), posisi (position), perspektif (perspective), dan permainan atau taktik (play). Pemimpin perusahaan sangatlah strategis untuk menetapkan dan mengembangkan kompetensi inti. Para investor akan lebih tertarik untuk menanamkan sahamnya

- a. Strategi adalah Perencanaan
- b. Strategi adalah Pola ; berorientasi masa depan
- c. Strategi adalah perspektif ; melihat ke dalam organisasi dan visi utama
- d. Strategi adalah Permainan : bagaimana caranya agar pesaing terperdaya

Teori Strategi Generik dan Keunggulan Bersaing

Dalam karyanya yang paling terkenal *Competitive Strategy*, Michael P. Porter (1997 dan 1998) mengungkapkan beberapa strategi yang dapat digunakan perusahaan untuk dapat bersaing. Beberapa aspek inti dari teori Porter tersebut adalah:

1. Persaingan merupakan inti keberhasilan dan kegagalan. Ini berarti keberhasilan atau kegagalan tergantung pada keberanian perusahaan untuk bersaing. Strategi bersaing dimaksudkan untuk mempertahankan tingkat keuntungan dan posisi yang langgeng ketika menghadapi persaingan.
2. Keunggulan bersaing berkembang dari nilai yang mampu diciptakan oleh perusahaan bagi pelanggan.
3. Ada dua jenis keunggulan bersaing, yaitu
 - Biaya rendah: perusahaan yang menerapkan strategi ini, akan memiliki kemampuan dalam mendesain, produk dan pasar yang lebih efisien dibanding pesaing.

- Diferensiasi: perusahaan yang menerapkan strategi ini, akan memiliki kemampuan untuk menghasilkan barang dan jasa yang unik dan memiliki nilai yang lebih besar bagi pembeli dalam bentuk kualitas produk, sifat-sifat khusus dan pelayanan.

4. Dari dua keunggulan bersaing tersebut, akan menghasilkan tiga strategi generik, yaitu:

a. Strategi biaya rendah ; Strategi yang mengandalkan keunggulan biaya yang relative rendah dalam menghasilkan barang dan jasa. Keunggulan biaya berasal dari:

- Pengerjaan berskala ekonomis
- Teknologi milik sendiri
- Akses preferensi bahan baku
- Strategi diferensiasi

b. Diferensiasi, Strategi yang mengandalkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan barang dan jasa yang unik dalam industrinya dan dalam semua dimensi yang secara umum dihargai oleh pembeli. Beberapa bentuk diferensiasi:

- Diferensiasi produk
- Diferensiasi sistem penyerahan/penyampaian produk
- Diferensiasi dalam pendekatan pemasaran
- Diferensiasi dalam peralatan dan konstruksi
- Diferensiasi dalam citra produk

(c)Focus. Strategi focus berusaha mencari keunggulan dalam segmen sasaran pasar tertentu meskipun tidak memiliki keunggulan bersaing secara keseluruhan. Terdapat dua focus, yaitu:

- Focus biaya, dilakukan dengan mengusahakan keunggulan biaya dalam segmen sasarannya
- Focus diferensiasi, dilakukan dengan mengusahakan diferensiasi dalam segmen sasarannya, yaitu pembeli dengan pelayanan yang baik dan berbeda dengan yang lain

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa strategi generic pada dasarnya merupakan pendekatan yang berbeda untuk menciptakan keunggulan. Melalui keunggulan bersaing, perusahaan dapat memiliki kinerja diatas rata-rata perusahaan lain. Keunggulan bersaing merupakan kinerja perusahaan yang dapat tampil diatas rata-rata.

Kekuatan Industri	Strategi Generik		
	Cost Leadership	Diferensiasi	Fokus
Entry Barriers	Kemampuan untuk memotong harga dapat menghalangi munculnya pesaing baru yang masuk.	Kesetiaan pelanggan dapat menurunkan potensi pesaing baru yang masuk	Memfokuskan pada pengembangan kompetensi utama yang dapat bertindak sebagai penghalang masuk.
Kekuatan Pembeli	Kemampuan menawarkan harga lebih rendah kepada pembeli yang powerful.	Pembeli besar memiliki kekuatan yang lebih rendah untuk bernegosiasi karena alternatif produk lain tidak ada.	Pembeli yang luas memiliki kekuatan yang lebih rendah untuk bernegosiasi karena kurangnya alternatif produk lain
Kekuatan Supplier	Lebih memiliki kekuatan bernegosiasi dengan para supplier besar	Kemampuan yang lebih baik untuk mentransfer kenaikan harga dari supplier kepada para pembeli	Supplier memiliki kekuatan karena volume pembelian yang rendah, tetapi perusahaan yang berfokus pada diferensiasi memiliki kemampuan yang lebih baik untuk mentransfer kenaikan harga dari supplier
Ancaman Barang Pengganti	Dapat menggunakan harga rendah untuk menghadapi barang pengganti.	Pelanggan menjadi terikat dengan atribut yang beraneka ragam, menurunkan ancaman barang pengganti.	Spesialisasi produk & kompetensi utama sebagai pelindung dari barang pengganti.
Persaingan	Kemampuan yang lebih baik untuk bersaing dari sisi harga	Kesetiaan merek untuk mempertahankan pelanggan dari pesaing.	Pesaing tidak dapat memenuhi kebutuhan pelanggan yang berfokus pada diferensiasi.

Strategi The New 7-S's (D'Aveni)

Menurut Suryana (2009: 176) Konsep “The New 7-S’s” oleh D’Aveni atau 7 kunci keberhasilan perusahaan dalam lingkungan persaingan yang sangat dinamis ini meliputi pokok-pokok dasar sebagai berikut:

- (1) *Superior stakeholder satisfaction*. Strategi yang pertama dari The New 7-S’s ini bertujuan memberikan kepuasan jauh di atas rata-rata kepada orang-orang yang berkepentingan terhadap perusahaan, tidak hanya pemegang saham, namun juga pemasok, karyawan, manajer, konsumen, pemerintah, dan masyarakat sekitarnya.
- (2) *Soothsaying*. Strategi yang kedua ini berfokus kepada sasaran, artinya perusahaan harus mencari posisi yang tepat bagi produk dan jasa yang dihasilkan perusahaan.
- (3) *Positioning for speed*. Strategi ketiga adalah strategi dalam memosisikan perusahaan secara cepat di pasar.
- (4) *Positioning for surprise*. Strategi keempat adalah membuat posisi yang mencengangkan melalui barang dan jasa baru yang lebih unik dan berbeda serta memberikan nilai tambah baru sehingga konsumen lebih menyukai barang dan jasa yang diciptakan perusahaan.
- (5) *Shifting the role of the game*. Strategi kelima adalah mengubah pola-pola persaingan perusahaan yang dimainkan sehingga pesaing terganggu dengan pola-pola baru yang berbeda.
- (6) *Signalling strategic intent*. Strategi keenam adalah mengutamakan perasaan. Kedekatan dengan karyawan, relasi, dan konsumen merupakan strategi yang ampuh untuk meningkatkan kinerja perusahaan.
- (7) *Simultaneous and sequential strategic thrusts*. Strategi ketujuh adalah mengembangkan factor-faktor pendorong atau penggerak strategi secara simultan dan berurutan melalui penciptaan barang dan jasa yang selalu memberi kepuasan kepada konsumen.

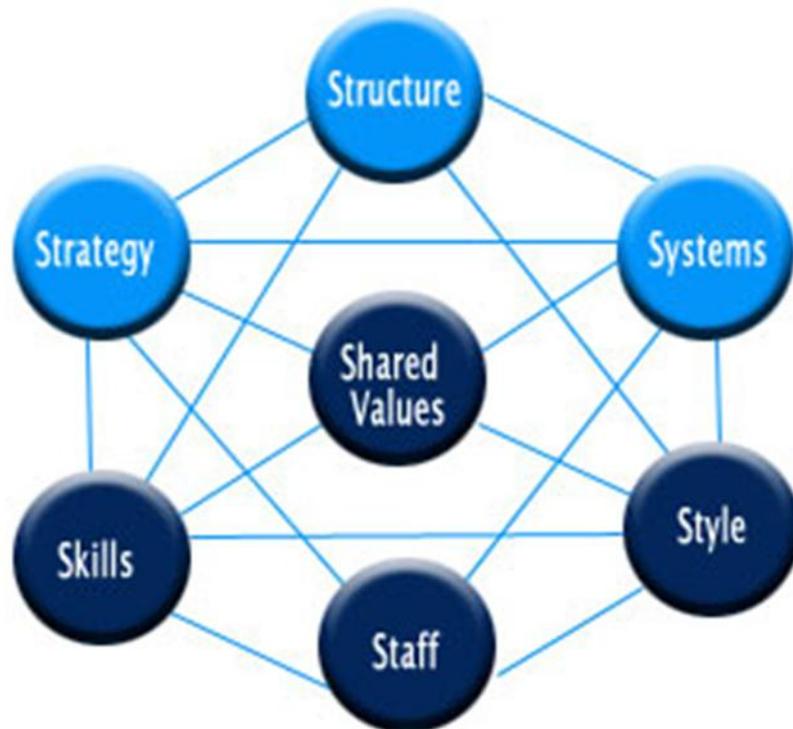
Kunci utama dari konsep ini adalah inisiatif untuk merebut persaingan, karena konsep ini menyangkut penciptaan sesuatu yang baru dan keadaan yang berbeda untuk masa yang akan datang, serta membatasi strategi dinamis yang dimiliki oleh pesaing.

McKinsey and Company 7-S sebelumnya Sebagai Referensi

McKinsey and Company have developed a model know as, "*the seven elements of strategic fit*," or the "7-S's."

- 1.strategy (the coherent set of actions selected as a course of action);
- 2.structure (the division of tasks as shown on the organization chart);
- 3.systems (the processes and flows that show how an organization gets things done);
- 4.style (how management behaves);
- 5.staff (the people in the organization);
- 6.shared-values (values shared by all in the organization); and
- 7.skills (capabilities possessed by the organization)

STRATEGI 7 S McKinsey



BAB III

ANALISA LINGKUNGAN BISNIS

A. LINGKUNGAN EKSTERNAL DAN INTERNAL

Menurut Fred R (2005;4) Lingkungan suatu organisasi tidak terlepas dari segala sesuatu yang dapat mempengaruhi kelangsungan, eksistensi, keberadaan, yang menyangkut organisasi baik yang berasal dari dalam maupun dari luar. Organisasi dalam usahanya mencapai tujuan tidak terlepas dari lingkungan, yang merupakan suatu wadah untuk memproses masukan (input) menjadi keluaran (output). Input merupakan faktor-faktor produksi atau sumber daya-sumber daya seperti bahan baku, tenaga kerja, uang dan energy dan lain sebagainya dengan melalui suatu proses tertentu dalam organisasi untk menghasilkan barang atau jasa. Ketersediaan sumber-sumber daya tersebut dapat diperoleh dari luar organisasi itu sendiri (self sufficient) Sedang faktor luar yang dimaksud adalah faktor yang berasal dari luar negeri atau disebut faktor international yang juga sangat besar pengaruhnya faktor luar ini berkaitan dengan proses dalam suatu perusahaan yang menggunakan input dari luar negeri dan pasar luar negeri.

David Hunger & Thomas Wheelen Dalam (2008;14) dalam menganalisa lingkungan internal, organisasi dilihat dari sisi sumber daya, struktur, dan kultur. Sumber daya disini bukan hanya sumber daya manusia, tapi juga mencakup sumber daya finansial, pemasaran, dan penelitian serta pengembangan. Dalam menganalisis sumber daya, maka manajemen puncak harus mengorganisasikan ketrampilan dan kompetensi sumber daya organisasi ke dalam sebuah profil kompetensi sesuai dengan fungsi-fungsi pemasaran, finansial, penelitian dan pengembangan, serta operasional. Struktur organisasi sangat penting dalam merumuskan strategi. Bila strukturnya sesuai dengan usulan perubahan dalam strategi, maka struktur itu akan menjadi kekuatan, sedangkan bila sebaliknya, tentu menjadi kelemahan bagi organisasi. Sedangkan kultur organisasi akan membentuk perilaku manusia di dalam organisasi itu. Pentingnya memperhatikan kultur organisasi dalam menyusun strategi, karena bisa saja kultur organisasi

justro menjadi penghambat dalam implementasi strategi. Perubahan visi, misi, strategi atau kebijakan organisasi tidak akan memberi banyak hasil bila hal tersebut bertentangan dengan kultur organisasi. Lingkungan internal dengan sumber daya, struktur, dan kultur tentu dapat di kelola dengan baik, sementara lingkungan eksternal adalah lingkungan yang memerlukan tingkat kejelian dan kewaspadaan yang tinggi akan pengaruhnya terhadap organisasi

Ada tiga hal yang perlu diperhatikan perusahaan dalam mengatasi faktor luar tersebut. **Pertama**, perusahaan harus dapat melihat ketersediaan sumber daya-sumber daya sebagai input seperti bahan baku tenaga kerja, modal dan metode. Semua input ini akan dirubah atau ditransformasikan menjadi barang atau jasa. **Kedua**, perusahaan perlu memperhatikan kebutuhan-kebutuhan berbagai pihak, seperti karyawan, konsumen, pemasok, pemerintah, pemegang saham, dan masyarakat lainnya. **Ketiga**, perusahaan perlu memperhatikan faktor eksternal lainnya, seperti ekonomi politik, teknologi dan sosial.

Lingkungan eksternal dapat dibedakan menjadi lingkungan eksternal a.makro, dan mikro antara lain;

- a. Lingkungan eksternal makro ; Adalah keseluruhan aspek besar di luar organisasi yang menciptakan keseluruhan kondisi lingkungan
 1. *Demografi*: pertumbuhan penduduk, perubahan komposisi umur & etnis, pendidikan, migrasi, perubahan menuju pemasaran mikro
 2. *Ekonomi*: pertumbuhan, distribusi Y, tabungan, utang, kredit
 3. *Alam*: bahan baku, biaya energi, polusi, proteksi lingkungan
 4. *Teknologi*: perubahan teknologi, peluang inovasi, anggaran litbang
 5. *Politis-legal (hukum)* : aturan main bisnis, kelompok kepentingan
 6. *Sosial-budaya*: nilai-nilai masyarakat, perbedaan budaya
- b. Lingkungan Eksternal Mikro ;Adalah hal-hal yang secara langsung mempengaruhi organisasi dari luar
 1. Pesaing, usaha yang berusaha mendapatkan sumberdaya yang sama dengan perusahaan
 2. Konsumen, pihak yang membutuhkan sumberdaya dan produk yang dihasilkan perusahaan
 3. Stokis (supplier), menyediakan sumberdaya yang dibutuhkan organisasi

4. Lembaga Pengatur dan Pemerintah, alat-alat kewenangan yang berfungsi mengawasi, membuat aturan (hukum), dan memiliki kekuatan hukum yang dapat mempengaruhi pola kebijakan dan pola kerja organisasi
5. Rekanan Usaha (Mitra Usaha), pihak-pihak yang melakukan kerja sama atau persekutuan dengan organisasi tersebut

Lingkungan internal organisasi ; Kondisi-kondisi dan seluruh bagian jaringan kerja yang berada pada suatu organisasi

1. Pemilik, orang yang memiliki hak kepemilikan kekayaan atas usaha tersebut.
2. Dewan Direksi, dipilih oleh para pemegang saham dan bertugas mengawasi jalannya manajemen perusahaan secara keseluruhan untuk memastikan perusahaan tersebut dapat memberikan keuntungan secara maksimal kepada para pemegang saham
3. Pekerja, setiap orang yang bekerja untuk perusahaan dan berkepentingan untuk menjaga perusahaan tersebut tetap eksis dan beroperasi dengan baik.
4. Lingkungan Kerja Secara Fisik, bentuk lingkungan nyata tempat suatu organisasi atau pekerjaan dilangsungkan
5. Human resources (SDM) = skill, Kemajuan organisasi ditentukan oleh SDM. Dimana ancaman atau pengaruh eksternal akan mempengaruhi kemajuan dan kehancuran organisasi, tergantung SDM di dalam organisasi itu.
6. Financial (uang) ; Yaitu sumber pembiayaan dari organisasi Management (manajemen Yaitu pengaturan dari organisasi tersebut seperti : struktur kepengurusan, job description, pembagian tugas, visi-misi, perencanaan
7. Market (pasar) ; Yaitu peluang dimana tenaga bisa dipakai, infrastruktur, seperti : bangunan-bangunan, masjid, fasilitas perkuliahan, asrama
8. Information system (sistem informasi) Yaitu informasi yang tersedia
9. Research and development (Litbang); Penting disebabkan karena litbang bisa menggali informasi-informasi terbaru dalam rangka pengembangan dan perubahan organisasi
10. Manufacturing ;Yaitu bagaimana proses pembuatan produk bisa dilaksanakan Lingkungan internal bisa dinilai untuk kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) organisasi

B. GLOBALISASI

Perubahan yang sangat cepat, yang terjadi dalam lingkungan bisnis telah secara otomatis menuntut setiap pelaku bisnis untuk selalu memberikan perhatian dan tanggapan terhadap lingkungannya. Hal ini mengkondisikan perusahaan untuk kemudian merumuskan strategi agar mampu mengantisipasi perubahan dan pencapaian tujuan perusahaan. Didasari atas pentingnya perumusan strategi, proses perumusan strategi merupakan suatu rangkaian kegiatan untuk menemukan strategi yang tepat bagi perusahaan. Rangkaian kegiatan yang diperlukan meliputi

analisis lingkungan perusahaan, baik lingkungan internal maupun lingkungan eksternal. Analisis ini berguna untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dapat memperlancar ataupun menghambat perkembangan perusahaan.

Era globalisasi ekonomi yang disertai dengan pesatnya perkembangan teknologi, berdampak pada semakin ketatnya persaingan dan semakin cepatnya terjadi perubahan pada lingkungan usaha. Barang-barang hasil produksi dalam negeri saat ini sudah harus langsung berkompetisi dengan produk-produk dari luar negeri, dan perusahaan harus menerima kenyataan bahwa pesatnya perkembangan teknologi mengakibatkan cepat usangnya fasilitas produksi, semakin singkatnya daur hidup produk, dan keuntungan yang didapat pun akan semakin rendah. Lingkungan bisnis yang dihadapi oleh perusahaan-perusahaan di dunia semakin bergejolak (turbulent), terutama sejak terjadinya krisis global dan perubahan pemerintahan berikut gejolak sosial di dalam negeri pada awal tahun 2009. Apalagi dengan kondisi internal kebanyakan perusahaan yang memburuk dan bangkrutnya sebagian perusahaan, menjadikan perhatian terhadap pengaruh dan dampak faktor-faktor lingkungan eksternal perusahaan menjadi sangat penting.

Perubahan lingkungan bisnis akan terjadi setiap saat, umumnya berupa gerak perubahan dari salah satu atau gabungan faktor-faktor lingkungan luar perusahaan, baik pada skala nasional, regional maupun global. Sebagian dari dampak yang mereka timbulkan banyak terbukti telah mempengaruhi datangnya berbagai kesempatan usaha (business opportunities), tetapi banyak pula rekaman contoh kasus dari faktor eksternal ini yang menjadi kendala dalam berusaha (business threats and constraints).

Kita sering mendengar bagaimana perusahaan yang memiliki sistem organisasi yang baik dengan dukungan visi, misi dan rencana aksi business plan yang terencana tidak menjamin sukses dalam meraih laba. Bahkan banyak perusahaan ini mengalami penurunan dalam kinerja usahanya hanya karena kesalahan dalam menafsirkan skenario dan asumsi pengaruh lingkungan luar tersebut. Memasuki era liberalisasi dan globalisasi pada abad ke 21, para pimpinan perusahaan tidak dapat mengabaikan begitu saja perubahan-perubahan yang terjadi di sekeliling mereka, terutama jika mereka ingin meraih kemenangan. Semakin kukuhnya gejala globalisasi pasar dunia yang dipengaruhi langsung oleh berbagai kebijakan liberalisasi perdagangan dan investasi di Asia Pasifik, banyak membuka kesempatan berusaha bagi produsen domestik dan

investor modal asing. Meluasnya jaringan organisasi dan komunikasi perusahaan global beberapa tahun sebelum terjadinya krisis perekonomian dunia, terbukti telah memberikan berbagai kesempatan berusaha bagi perusahaan-perusahaan swasta domestik di Indonesia dalam bentuk kerjasama usaha patungan (joint ventures) dan waralaba (franchising).

C LINGKUNGAN PERUSAHAAN

Secara umum, lingkungan perusahaan dapat dikategorikan ke dalam dua bagian besar, yakni lingkungan eksternal dan lingkungan internal perusahaan. Lingkungan eksternal sendiri dapat diklasifikasikan menjadi dua bagian besar lagi yakni lingkungan yang sifatnya umum dan lingkungan industri dan operasi. Kategori lingkungan Eksternal perusahaan adalah sebagai berikut:

Lingkungan Umum

Lingkungan umum adalah suatu lingkungan dalam lingkungan eksternal organisasi yang menyusun faktor-faktor yang memiliki ruang lingkup luas dan faktor-faktor tersebut pada dasarnya berada di luar dan terlepas dari operasi perusahaan. Lingkungan ini hanya memiliki sedikit dampak implikasi langsung bagi pengaturan suatu organisasi. Faktor-faktor tersebut antara lain adalah:

- a. Ekonomi
- b. Sosial
- c. Politik dan Hukum
- d. Teknologi
- e. Demografi

Dengan kata lain, Lingkungan umum adalah sekumpulan elemen-elemen dalam masyarakat yang lebih luas yang mempengaruhi suatu industri dan perusahaan-perusahaan yang ada di dalamnya. Tabel berikut menunjukkan beberapa lingkungan umum yang dapat menjadi peluang maupun ancaman bagi perusahaan.

Lingkungan Industri

Lingkungan industri adalah serangkaian faktor-faktor-ancaman dari pelaku bisnis baru, supplier, pembeli, produk pengganti, dan intensitas persaingan di antara para pesaing yang secara

langsung mempengaruhi perusahaan dan tindakan dan tanggapan kompetitifnya. Semakin besar kapasitas perusahaan untuk mempengaruhi lingkungan industri, semakin besar kemungkinan perusahaan untuk menghasilkan laba di atas rata-rata. Laba di atas rata-rata adalah kelebihan penghasilan yang diharapkan yang diharapkan seorang investor dari investor lain dengan jumlah risiko serupa. Risiko adalah ketidakpastian investor tentang laba atau rugi yang dihasilkan oleh investasi tertentu. Bagaimana perusahaan mengumpulkan dan menafsirkan informasi tentang para pesaing mereka disebut analisis pesaing. Kombinasi dari ketiga analisis ini (laba, risiko dan persaingan) digunakan untuk memahami pengaruh lingkungan eksternal terhadap perkembangan misi strategis, tujuan strategis dan tindakan strategis perusahaan.

Jika Analisis lingkungan umum terfokus pada masa yang akan datang, maka analisis lingkungan industri terfokus pada pemahaman akan faktor-faktor dan kondisi-kondisi yang akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan; dan analisis pesaing terfokus pada prediksi terhadap dinamika tindakan-tindakan, respon-respon, dan kemauan para pesaing. Secara singkat, dapat disimpulkan bahwa lingkungan industri adalah tingkatan dari lingkungan eksternal organisasi yang menghasilkan komponen-komponen yang secara normal memiliki dampak yang relatif lebih spesifik dan langsung terhadap operasional perusahaan. Kekuatan-kekuatan yang mempengaruhi persaingan industri sebagai berikut:

- a. Ancaman Masuknya Pendaftar Baru
- b. Tingkat Rivalitas Di Antara Para Pesaing yang ada
- c. Tekanan dari Produk Pengganti
- d. Kekuatan Tawar Menawar Pembeli (Substitusi)
- e. Kekuatan Tawar-menawar Pemasok

Lingkungan Operasi

Lingkungan operasi disebut juga dengan lingkungan kompetitif atau tugas, yang terdiri atas faktor-faktor dalam situasi kompetitif yang mempengaruhi keberhasilan perusahaan dalam memperoleh sumber daya yang dibutuhkan atau dalam memasarkan produk dan jasanya secara menguntungkan. Faktor-faktor terpenting dari lingkungan operasi ini adalah:

1. Posisi kompetitif
2. Profil pelanggan
3. Letak Geografis
4. Kondisi demografis

5. Sumber daya manusia

6. Tenaga Kerja

D. ANALISIS LINGKUNGAN

Analisis lingkungan eksternal

Analisis lingkungan eksternal bertujuan untuk mengetahui ancaman dan peluang. Ancaman adalah suatu kondisi dalam lingkungan umum yang dapat menghambat usaha-usaha perusahaan untuk mencapai daya saing strategis. Sedangkan peluang adalah kondisi dalam lingkungan umum yang dapat membantu perusahaan mencapai daya saing strategis. Proses yang dilakukan secara kontinyu untuk melakukan analisis lingkungan eksternal adalah dengan melakukan pemindaian (scanning), pengawasan (monitoring), peramalan (forecasting), dan penilaian (assessing), yaitu melalui ;

Pemindaian ; pemindaian perusahaan mengidentifikasi tanda-tanda awal dari perubahan potensial dalam lingkungan umum, dan mendeteksi perubahan- perubahan yang sedang terjadi. Pemindaian lingkungan merupakan hal penting dan menentukan bagi perusahaan- perusahaan yang bersaing dalam lingkungan yang sangat tidak stabil.

Pengawasan ; pengawasan perusahaan mendeteksi perubahan dan trend-trend lingkungan melalui pengawasan yang berkelanjutan. Kritisal bagi pengawasan yang berhasil adalah kemampuan untuk mendeteksi makna dalam peristiwa-peristiwa lingkungan yang berbeda.

Peramalan ; pada peramalan, analis mengembangkan proyek-proyek yang layak tentang apa yang mungkin terjadi, dan seberapa cepat, perubahan-perubahan dan trend-trend itu dideteksi melalui pemindaian dan pengawasan.

Penilaian ; tujuan penilaian adalah untuk menentukan waktu dan signifikansi efek- efek dari perubahan-perubahan dan trend-trend lingkungan terhadap manajemen strategis suatu perusahaan. Selangkah lebih Maju tujuan penilaian adalah untuk menspesifikasi implikasi pemahaman tersebut pada organisasi. Tanpa penilaian perusahaan dibiarkan dengan data-data yang menarik, tapi tidak diketahui relevansi kompetitifnya.

Analisis Lingkungan Industri

Industri adalah sekelompok perusahaan yang memproduksi produk- produk yang dapat saling menggantikan. Analisa lingkungan industry ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan model 5 kekuatan.

Ancaman dari Peserta Bisnis Baru ; Peserta bisnis baru dapat menjadi ancaman karena membawa kapasitas produksi tambahan. Seringkali juga peserta bisnis baru memiliki sumberdaya yang substansial dan berkeinginan kuat untuk mendapatkan pangsa pasar yang lebih besar.

Ancaman Pesaing ; Analisis pesaing memusatkan perhatiannya pada setiap perusahaan yang bersaing secara langsung dengan sebuah perusahaan. Perusahaan perlu memahami:

- Apa yang menggerakkan pesaing, seperti yang ditunjukkan oleh tujuan-tujuan masa depannya.
- Apa yang sedang dilakukan oleh pesaing, seperti yang diungkapkan oleh strateginya saat ini.
- Apa yang diyakini oleh pesaing tentang dirinya sendiri dan tentang industri, seperti yang ditunjukkan oleh asumsi-asumsinya.
- Apa kemampuan perusahaan, seperti yang ditunjukkan oleh kapabilitasnya.

Ancaman Barang Pengganti ; analisa faktor-faktor biaya penggantian , kecenderungan pembeli untuk membeli produk substitusi ,trade-off price-performance dari produk substitusi

Ancaman Kekuatan Pembeli ; Analisa faktor-faktor ; Pengaruh tawar menawar , Jumlah pembeli, informasi pembeli, Identitas merek, Sensitivitas harga, Diferensiasi produk , Konsentrasi pembeli vs. industri , Ketersediaan barang pengganti , Insentif untuk pembeli

Ancaman Kekuatan Supplier ; Analisa faktor-faktor : Konsentrasi supplier, Pentingnya volume bagi supplier, Diferensiasi input , Pengaruh input pada biaya atau diferensiasi , Switching costs of firms in the industry , Kehadiran input barang pengganti , Biaya dibandingkan secara relatif terhadap total pembelian dalam industri

Analisa Lingkungan Bisnis akhir-akhir ini

Perubahan lingkungan bisnis akan terjadi setiap saat, umumnya berupa gerak perubahan dari salah satu atau gabungan faktor-faktor lingkungan luar perusahaan, baik pada skala nasional, regional maupun global. Sebagian dari dampak yang mereka timbulkan banyak terbukti telah mempengaruhi datangnya berbagai kesempatan usaha (*business opportunities*), tetapi banyak pula kasus dari faktor eksternal ini yang menjadi kendala dalam berusaha (*business threats and*

constraints). Beberapa perusahaan yang memiliki sistem organisasi yang baik dengan dukungan visi, misi dan rencana aksi business plan yang terencana tidak menjamin sukses dalam meraih laba. Bahkan banyak perusahaan ini mengalami penurunan dalam kinerja usahanya hanya karena kesalahan dalam menafsirkan skenario dan asumsi pengaruh lingkungan luar tersebut. Memasuki era liberalisasi dan globalisasi pada abad ke 21, para pimpinan perusahaan tidak dapat mengabaikan begitu saja perubahan-perubahan yang terjadi di sekeliling mereka, terutama jika mereka ingin meraih kemenangan.

Semakin kukuhnya gejala globalisasi pasar dunia yang dipengaruhi langsung oleh berbagai kebijakan liberalisasi perdagangan dan investasi di Asia Pasifik, banyak membuka kesempatan berusaha bagi produsen domestik dan investor modal asing. Meluasnya jaringan organisasi dan komunikasi perusahaan global beberapa tahun sebelum terjadinya krisis perekonomian dunia, terbukti telah memberikan berbagai kesempatan berusaha bagi perusahaan-perusahaan swasta domestik di Indonesia dalam bentuk kerjasama usaha patungan (*joint ventures*) dan waralaba (*franchising*).

Dari telaah berbagai jenis lingkungan luar tersebut kita dapat mengelompokkannya kedalam dua faktor utama:

1. Faktor lingkungan ekonomi
2. Faktor lingkungan non ekonomi.

Faktor lingkungan ekonomi meliputi segala kejadian atau permasalahan penting di bidang perekonomian nasional yang dapat mempengaruhi kinerja dan kelangsungan hidup dari suatu perusahaan. Faktor ini meliputi juga kondisi perekonomian internasional dan perkembangan pasar suatu masyarakat perekonomian. Faktor lingkungan ekonomi nasional mencakup antara lain berbagai program pembangunan dan kebijakan pemerintah di bidang perekonomian serta arah dan target agregat ekonomi makro.

Sedangkan faktor lingkungan non-ekonomi merupakan peristiwa atau isu yang menonjol di bidang politik, keamanan, kehidupan penduduk, aspek sosial dan aspek budaya yang mempengaruhi roda kehidupan berusaha suatu perusahaan.

Dalam prakteknya faktor-faktor ekonomi dan non-ekonomi yang tidak dapat dikendalikan oleh pimpinan perusahaan sangat luas dan banyak ragamnya. Sehingga hal ini kadang-kadang membingungkan kita untuk dapat mengamatinya dengan baik . Pada bahasan ini kami mengelompokkan berbagai ragam lingkungan eksternal ini menjadi 5(lima) dimensi lingkungan eksternal perusahaan.

Klasifikasi Dimensi Lingkungan Eksternal Kegiatan Usaha

- (1) Perekonomian Global dan Kerjasama Internasional (Ekonomi)
- (2) Pembangunan dan Perekonomian Nasional (Ekonomi)
- (3) Politik, Hukum dan Perundang-Undangan (Non-Ekonomi)
- (4) Teknologi (Non-Ekonomi)
- (5) Demografi, Sosial dan Budaya (Non-Ekonomi)

Dalam melaksanakan kajian lingkungan bisnis di suatu perusahaan adalah sebagai berikut ini.

Pertama, lakukanlah tinjauan perkembangan berbagai permasalahan atau isu yang penting pada skala perekonomian global dan regional.

Kedua, sorotlah secara mendalam kondisi perekonomian nasional, khususnya perkembangan perekonomian makro dan berbagai kebijakan pemerintah seperti kebijakan moneter, fiskal, perdagangan dan investasi.

Ketiga, antisipasi gerak perubahan lingkungan eksternal non-ekonomi seperti perkembangan politik, hukum, teknologi, demografi dan sosial.

Hasil pengamatan berbagai dimensi lingkungan luar ini akan menghasilkan identifikasi berbagai peluang bisnis (secara langsung dan tidak langsung), identifikasi ancaman dan kendala yang berpotensi merugikan perusahaan. Dampak maupun peluang dan ancaman faktor lingkungan luar perusahaan ini kemudian perlu dipelajari lebih lanjut pengaruhnya pada berbagai parameter atau variabel pada skala mikro bisnis perusahaan, khususnya yang mencakup: rencana stratejik, proses bisnis dan kinerja usaha.

E DIMENSI LINGKUNGAN

Perekonomian global dan kerjasama internasional

Lingkungan eksternal perusahaan yang letaknya paling luar (*remote*) meliputi perkembangan perekonomian makro di negara maju, perkembangan kluster bisnis perusahaan dunia dan berbagai perjanjian internasional yang penting yang telah diratifikasi oleh kelompok negara industri dan negara berkembang di dunia.

Faktor-Faktor Perekonomian Global yang Harus Dimonitor

1. Globalisasi pasar
2. Siklus kegiatan ekonomi
3. Perkembangan harga minyak
4. Perkembangan harga berbagai komoditi pertanian dan barang olahan industri
5. Perubahan program pembangunan ekonomi di negara industri utama
6. Perubahan selera dan permintaan musiman
7. Isu dan perkembangan Kebijakan ekonomi utama dan perjanjian kerjasama internasional

Globalisasi Pasar Globalisasi pasar merupakan gejala dunia yang perlu diikuti. Sebagai contoh, penyatuan Masyarakat Ekonomi Eropah (European Economic Community) pada tahun 2000, terbukti telah mempengaruhi kekuatan negosiasi isu perdagangan dan investasi dari negara anggota EEC dengan Negara Sedang Berkembang

Siklus Kegiatan Usaha ; Siklus kegiatan usaha (*business cycle*) pada tingkat internasional perlu dipelajari dan diamati pergerakannya , krisis ekonomi khususnya, karena dia memiliki pengaruh pada permintaan dunia, dan perkembangan perekonomian negara berkembang seperti Indonesia, India dan China.

Harga BBM ; Bagi perusahaan, perubahan harga minyak bumi akan mempengaruhi perubahan dalam biaya perjalanan, biaya pengangkutan, biaya bahan baku impor, biaya listrik dan biaya hidup karyawan.

Lingkungan Perekonomian Global Lainnya; Lingkungan perekonomian global lainnya yang perlu diperkirakan pengaruhnya terhadap lingkungan bisnis mikro perusahaan yang mencakup pengeluaran pembangunan di negara maju, perubahan selera/permintaan serta perubahan kebijakan global seperti nilai tukar dari beberapa mata uang asing yang mendominasi pasar uang internasional.

Pembangunan dan perekonomian nasional

Kinerja suatu perusahaan akan sangat dipengaruhi oleh kebijakan pemerintah di bidang ekonomi, moneter, fiskal, perdagangan dan investasi. Perkembangan ekonomi di negara berkembang, seperti halnya di Indonesia dipengaruhi juga oleh ketajaman visi, misi dan strategi pembangunan yang dijalankan oleh rezim pemerintahan.

Kita perlu senantiasa memonitor gejala perekonomian nasional tersebut karena faktor-faktor ini secara langsung dapat mempengaruhi realisasi pencapaian target bisnis plan, mutu business process dan pencapaian tolok ukur kinerja perusahaan secara berkelanjutan (sustainable operation).

Indikator Ekonomi Utama Yang Menggambarkan Tingkat Kesehatan Perekonomian

1. Tingkat Inflasi dan Harga Kebutuhan Pokok dan BBM
2. Tingkat Bunga Simpanan dan Kredit
3. Defisit atau Surplus Neraca Perdagangan
4. Anggaran Belanja Pemerintah
5. Tingkat Tabungan Perusahaan/Perseorangan
6. Pendapatan Nasional / Daerah dan Daya Beli Konsumen

Politik dan hukum

Berbagai isu dan permasalahan dalam bidang politik, hukum dan perundang-undangan yang secara minimal perlu diketahui dan dimengerti oleh para pelaku bisnis di negara kita mencakup hal-hal berikut ini:

- (1) Arah dan stabilitas politik dan keamanan.
- (2) Ancaman terorisme.
- (3) Sistem politik yang dianut kabinet suatu pemerintahan.
- (4) Sikap politik masyarakat yang diarahkan pada industri tertentu seperti yang diatur oleh undang-undang ketenaga kerjaan dalam peraturan tentang ketentuan upah minimum, aksi mogok, dan penanganan tuntutan lainnya.
- (5) Kebijakan politik yang dinyatakan dalam kebijakan harga, program pemberian subsidi, peraturan dan etika permainan dalam berusaha.
- (6) Berbagai sistem perundang-undangan dan peraturan yang ditetapkan oleh lembaga tinggi negara yang mengatur berbagai aspek kegiatan ekonomi, teknis dan operasional.
- (7) Kegiatan politik menjelang pemilu, aktivitas partai, pola afiliasi politik .
- (8) Kegiatan dan platform politik dari beberapa partai politik utama dan peran lembaga swadaya masyarakat.
- (9) Sistem administrasi dan birokrasi yang dijalankan pemerintah pusat dan daerah, kebijakan otonomi dan desentralisasi daerah.
- (10) Hak azasi manusia dan perlindungan konsumen.

- (11) Kebebasan pers dan hak untuk mengemukakan pendapat
- (12) Pemberantasan korupsi, kolusi dan nepotisme
- (13) Demokratisasi

Aspek teknologi

Daya saing sebagian barang dagangan pengusaha eksportir Indonesia mulai kehilangan daya saingnya di pasar internasional beberapa tahun sejak kejadian krisis perekonomian di Indonesia. Agar produk Indonesia yang berorientasi menyerap lapangan kerja dapat tetap dapat bersaing di pasar internasional, aspek teknologi harus mulai dilihat dan dipertimbangkan sebagai solusi untuk meningkatkan kualitas proses bisnis perusahaan dan pada akhirnya dapat memenangkan persaingan.

Dalam kaitan ini faktor-faktor dibidang teknologi yang perlu dipelajari dampak dan pengaruhnya mencakup hal-hal sebagai berikut :

- (1) Kejadian penemuan (innovations) ilmiah
- (2) Adaptasi teknologi yang siap pakai
- (3) Produk-produk baru yang dilempar ke pasar oleh pesaing
- (4) Perkembangan teknologi barang substitusi
- (5) Strategi perkembangan teknologi nasional
- (6) Pengeluaran biaya riset dan pengembangan (R & D) oleh pesaing atau perusahaan-perusahaan di industri
- (7) Siklus hidup suatu produk (product life cycle)
- (8) Perkembangan teknologi komputer dan informasi
- (9) Terobosan-terobosan yang dapat meningkatkan produktivitas yang lebih baik di bidang input, pengolahan dan pemasaran
- (10) Berbagai ramalan pengembangan teknologi di masa depan

Demografi, sosial dan budaya

Pertimbangan aspek demografi, sosial dan budaya dalam kajian ALB mencakup seluruh perkembangan karakteristik demografi penduduk, urbanisasi, migrasi musiman, perilaku etnis dan adat istiadat, struktur sosial, pola gaya hidup masyarakat kota, persepsi konsumen, pola pembelian konsumen Indonesia, konflik sosial, aspek pencemaran lingkungan alam, kelanjutan lingkungan hidup dan masih banyak faktor lainnya untuk disebutkan satu persatu. Pola gaya hidup konsumen mungkin akan bervariasi antar wilayah tergantung pada latar belakang kebudayaan etnis, demografi, agama, pendidikan dan lokasi geografi. Pergeseran-pergeseran komponen kependudukan seperti distribusi menurut umur, distribusi menurut wilayah, struktur umur, struktur pekerjaan, pola migrasi dan penurunan tingkat mortalitas dan fertilitas harus diamati secara seksama, terutama pengaruhnya terhadap segmentasi pasar, daya beli dan tingkah laku pengeluaran atas barang dan jasa.

Daftar Pustaka

“Enterpreneurship “ (Kewirausahaan) Edisi 7 Robert D.Hisrich Michael P.Peters Dean .Shepherd
Penerbit : Salemba Empat

“Kewirausahaan” Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses Oleh : Dr. Suryana,M. Si
Penerbit : Salemba Empat

Alma, Buchari. 2003 ,Kewirausahaan : Alfabeta: Bandung.

Arikunto, Suharsimi. 2004.Prosedur Penelitian ; Suatu Pendekatan Praktek Jilid 2
, PT. Rhineka Cipta, Jakarta

Drucker, Peter.F. 1985.Innovation and Etrepreneurship .London: Heinemann. Edisi Indonesia.
Gramedia: Jakarta

Suryana (2003) Kewirausahaan,Salemba Empat: Jakarta

