

*Shita Tiara, S.E., Ak., M.Si.  
Siti Fatimah Hanum, S.Si., M.Kes., Apt.  
Debbi Chyntia Ovami, S.Pd., M.Si.*

# ***KEWIRAUSAHAAN***



# KEWIRAUSAHAAN

Penulis/Penanggung Jawab:  
Shita Tiara, S.E., Ak., M.Si.  
Siti Fatimah Hanum, S.Si., M.Kes., Apt.  
Debbi Chyntia Ovami, S.Pd., M.Si.

Tata Letak : Muhammad Bahri  
Desain Kover : Pustaka Diksi

ISBN: 978-623-92825-9-2

Diterbitkan oleh:  
CV. Pustaka Diksi.  
Komplek Puri Asri Tara Medang Residenc, Blok K  
No. 41 C, Ujung Serdang, Kec. Tanjungmorawa, Kab.  
Deli Serdang, Prov. Sumatra Utara.  
Surel: [pustakadiksi@gmail.com](mailto:pustakadiksi@gmail.com)  
Anggota IKAPI, No. 040/SUT/2020

Cetakan pertama, September 2020

Hak Cipta dilindungi Undang-undang  
Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh  
isi buku ini tanpa izin tertulis dari penulis/penerbit

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrohmannirrohiim*

Puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah Tabaraka Wa ta'ala yang telah memberikan rahmat-Nya sehingga bisa diselesaikannya buku “Kewirausahaan”. Shalawat dan salam kepada Nabi dan Rasul Muhammad SAW yang telah memberikan pedoman kehidupan dan pedoman dalam bertransaksi. Buku ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan mengenai dunia wirausaha bagi setiap pelaku bisnis maupun akademisi. Penulis sampaikan rasa *ta'dzim* kepada seluruh civitas Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah yang telah memberikan dorongan, bimbingan serta motivasi dalam penyelesaian buku ini, dan seluruh pihak yang telah membantu selesainya buku ini. Penulis membuka pikiran untuk menerima kritik dan saran dari berbagai pihak. Akhirnya, semoga buku ini memberikan manfaat kepada seluruh pembaca yang Budiman.

Medan, September 2020

Penulis



## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	iii

### BAB 1

#### KEWIRAUSAHAAN DAN WIRAUSAHA

A. Definisi Kewirausahaan .....	1
B. Wirausaha .....	5
C. Contoh Perkembangan Kewirausahaan di Amerika Serikat .....	8
D. Rangkuman.....	10
E. Pertanyaan.....	10

### BAB 2

#### MENGEJAR CITA-CITA DAN MEMBANGUN MIMPI

A. Impian Menjadi Wirausahawan.....	11
B. Keuntungan dan Kerugian wirausaha .....	16
C. Orang berkembang dan kompetensi .....	16
D. Rangkuman.....	21
E. Pertanyaan.....	21

### BAB 3

#### MOTIVASI DIRI

A. Karakter wirausahawan.....	23
B. Faktor-faktor penting untuk memulai perusahaan baru.....	35

C. Rangkuman .....	35
D. Pertanyaan .....	36

## **BAB 4**

### **MENENTUKAN PELUANG USAHA**

A. Pendahuluan .....	37
B. Ciri-ciri peluang usaha .....	37
C. Menentukan peluang usaha .....	38
D. Rangkuma .....	46
E. Pertanyaan.....	47

## **BAB 5**

### **KOMUNIKASI**

A. Pendahuluan .....	49
B. Pengertian komunikasi .....	49
C. Komponen komunikasi .....	51
D. Tujuan dan fungsi komunikasi.....	52
E. Kegunaan mempelajari ilmu komunikasi .....	53
F. Komunikasi dalam organisasi .....	55
G. Jenis jenis komunikasi.....	56
H. Lima kaidah komunikasi .....	58
I. Rangkuman .....	60
J. Pertanyaan.....	61

**BAB 6**  
**KREATIVITAS DAN INOVASI**

A. Pendahuluan .....	63
B. Pengertian kreativitas dan inovasi .....	64
C. Proses kreatif.....	64
D. Meningkatkan kreativitas dalam organisasi.....	66
E. Jenis-jenis inovasi .....	67
F. Meningkatkan inovasi dalam organisasi.....	68
G. Peranan inovasi dan kreativitas dalam pengembangan produk dan jasa .....	69
H. Rangkuman.....	71
I. Pertanyaan.....	72

**BAB 7**  
**MANAJEMEN KEUANGAN USAHA**

A. Pengertian manajemen keuangan .....	73
B. Ruang lingkup manajemen keuangan .....	74
C. Fungsi manajemen keuangan .....	74
D. Memperoleh dana .....	74
E. Menggunakan dana .....	75
F. Rangkuman.....	75
G. Pertanyaan .....	76

**BAB 8**  
**EVALUASI KINERJA**

A. Pengertian evaluasi kinerja .....	77
B. Syarat efektivitas evaluasi kinerja .....	78

C. Manfaat evaluasi kinerja .....	79
D. Tujuan evaluasi kinerja .....	81
E. Elemen evaluasi kinerja.....	81
F. Rangkuman .....	83
G. Pertanyaan .....	83

## **BAB 9**

### **PENGEMBANGAN ETIKA DAN STRATEGI BISNIS**

A. Pengertian etika bisnis.....	85
B. Pengertian strategi bisnis.....	86
C. Pengembangan etika bisnis .....	86
D. Sasaran dan lingkup etika bisnis .....	86
E. Prinsip-prinsip etika bisnis .....	87
F. Peran etika bisnis.....	88
G. Strategi bisnis.....	88
H. Prinsip dasar strategi bisnis .....	89
I. Keahlian penyusun strategi bisnis .....	90
J. Jenis strategi bisnis .....	91
K. Komponen strategi bisnis .....	92
L. Manfaat strategi bisnis .....	93
M. Rangkuman .....	93
N. Pertanyaan .....	94
DAFTAR PUSTAKA .....	95
BIODATA PENULIS .....	99

# BAB I

## KEWIRAUSAHAAN DAN WIRAUSAHA

### A. Definisi Kewirausahaan

Kewirausahaan adalah esensi dari perusahaan bebas karena kelahiran bisnis baru memberikan ekonomi pasar vitalitasnya. Bisnis baru dan berkembang menciptakan proporsi yang sangat besar dari produk dan layanan inovatif yang mengubah cara kita bekerja dan hidup.

Pada awal abad ke-18, Richard Cantillon seorang ekonom Perancis telah memperkenalkan istilah kewirausahaan (*Entrepreneur*). Menurut Richard, *entrepreneur* merupakan “*agent who buys means of production at certain prices in order to combine them*”.

*Kewirausahaan* berasal dari terjemahan bahasa Inggris yang di kenal dengan *between taker atau go between*. Pada abad pertengahan, istilah *entrepreneur* digunakan untuk menggambarkan seseorang yang memimpin proyek produksi. Josep Schumpeter telah mengemukakan konsep wirausaha secara lengkap, yaitu sebagai penerobos sistem ekonomi yang ada dengan memperkenalkan produk barang dan jasa yang baru. Konsep ini digunakan untuk menciptakan bentuk organisasi baru atau mengolah bahan baku baru.

Kewirausahaan adalah disiplin akademis di bidang manajemen dan ekonomi. Dalam kerangka ekonomi, kewirausahaan adalah pengecualian untuk ekonomi input-output klasik. Dalam kerangka kerja sosial dan manajemen, wirausahawan

seringkali merupakan 'agen perubahan' yang aktif. Pengusaha secara sadar menggunakan inovasi dan kreativitas sebagai alat untuk mencapai perusahaan.

Berikut ini definisi kewirausahaan yang dikutip dari beberapa para ahli, yaitu:

- a. Stephen Spinelli (2003) menyatakan bahwa *Entrepreneurship is a way of thinking, reasoning and acting that is opportunity obsessed, holistic in approach and leadership balanced*. Menurut Stephen Spinelli, kewirausahaan merupakan konsep berpikir, penalaran dan terobsesi peluang, holistik dalam pendekatan dan kepemimpinan yang seimbang.
- b. Norman M. Scarborough & Thomas W. Zimmerer (2000) menyatakan bahwa *Entrepreneurship is human, creative act that builds something of value from practically nothing. It is the pursuit of opportunity regardless of the resources, or lack of resources, at hand. It required a vision and the passion and commitment to lead others in the pursuit of the vision. It also required a willingness to take calculated risks*.

Menurutnya, kewirausahaan adalah tindakan manusia yang kreatif untuk membangun sesuatu yang bernilai yaitu dengan mengejar peluang terlepas dari kelebihan atau kekurangan sumber daya. Hal yang harus diperhatikan dalam untuk memimpin orang mengejar visi adalah gairah, kemauan dan komitmen. Ketiganya diperlukan untuk menangani risiko yang telah diperhitungkan.

- c. Robert D. Hisrich & Michael P. Peters (2003) menyatakan

bahwa *Entrepreneurship is the process of creating something new and assuming the risks and rewards.* Menurut Robert dan Michael kewirausahaan adalah proses menciptakan sesuatu yang baru dengan risiko dan manfaat.

- d. Albert Shapero (1975) menyatakan bahwa *In... entrepreneurship, there is agreement that we are talking about a kind of behavior that includes : (1) initiative taking, (2) the organizing or reorganizing of social economic mechanisms to turn resources and situations to practical account, and (3) the acceptance of risk of failure.*

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa jenis perilaku terdiri atas:

1. Inisiatif taking,
  2. Pengorganisasian atau pengorganisasian dari mekanisme sosial ekonomi untuk mengubah sumber daya dan situasi ke akun praktis, dan
  3. Penerimaan risiko kegagalan.
- e. Venkataraman (1997) menyatakan bahwa *Entrepreneurship research seeks to understand how opportunities to bring into existence future goods and services are discovered, created, and exploited, by whom, and with what consequences.*

Penelitian kewirausahaan berusaha untuk memahami bagaimana peluang untuk membawa ke dalam keberadaan produk-produk bisnis di masa mendatang ditemukan, diciptakan dan dieksploitasi, oleh siapa dan dengan konsekuensi apa).

- f. Sharma and Chrisman (1999) menyatakan bahwa *Entrepreneurship encompasses acts of organizational creation, renewal or innovation that occur within or outside an existing organization.*

Kewirausahaan meliputi tindakan penciptaan organisasi, pembaharuan atau inovasi yang terjadi dalam atau di luar organisasi yang ada.

- g. Robbert B. Millor  
*Entrepreneurship gives birth to new commodities, techniques and goods, booting human progress forward and rendering the old obsolete, leading to the extinction of whole branches of industry and the creation of new ones.*

Kewirausahaan melahirkan komoditas baru, teknik dan barang, mendorong kemajuan manusia ke depan dan menjadikan yang lama usang, yang mengarah pada kepunahan seluruh cabang industri dan penciptaan yang baru.

Berdasarkan konsep kewirausahaan yang ada, terdapat 6 hakekat penting yang harus diketahui. Yaitu:

1. Kewirausahaan adalah suatu perwujudan dari perilaku yang dijadikan dasar sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, proses dan hasil bisnis (Acmad Sanusi, 1994).
2. Kewirausahaan adalah kemampuan menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (Drucker, 1959).
3. Kewirausahaan adalah proses penerapan untuk memperbaiki kehidupan dengan menumbuhkan kreativitas dan

inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang (Zimmerer, 1996).

4. Kewirausahaan adalah suatu nilai yang diperlukan untuk memulai suatu usaha dan perkembangan usaha (Soeharto Prawiro, 1997).
5. Kewirausahaan adalah proses mengerjakan sesuatu yang baru (*creative*) dan sesuatu yang berbeda (*innovative*) yang bermanfaat memberi nilai lebih.
6. Kewirausahaan adalah usaha menciptakan nilai tambah dengan cara menemukan pengetahuan baru, mengembangkan teknologi baru, memperbaiki produk dan jasa yang sudah ada dan menemukan cara baru untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat diartikan bahwa definisi kewirausahaan adalah sesuatu kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan kiat, dasar, sumber dan perjuangan untuk menciptakan nilai tambah produk-produk dalam bisnis yang dilakukan dengan keberanian untuk menghadapi risiko.

## **B. Wirausaha**

Secara etimologis wirausaha atau disebut juga wiraswasta berasal dari bahasa Sansekerta yaitu terdiri dari tiga suku kata: “wira“, “swa“, dan “sta“. Wira: manusia unggul, teladan, tangguh, pendekar/pejuang kemajuan, berbudi luhur, berjiwa besar, berani, memiliki keagungan watak.

Swa: sendiri ; Sta: berarti berdiri.

Berdasarkan Kamus umum Bahasa Indonesia (KBBI) mengartikan wirausaha sebagai Orang yang pandai dan berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memarkannya serta mengatur permodalan operasinya.

Wirausaha adalah orang yang melihat peluang dan menciptakan sebuah organisasi untuk memanfaatkan peluang tersebut. Proses kewirausahaan meliputi semua kegiatan mengejar dan memanfaatkan peluang dengan menciptakan suatu organisasi. Istilah wirausaha dan wiraswasta memiliki substansi yang berbeda namun digunakan secara bersamaan.

Berikut ini definisi wirausaha menurut beberapa ahli, yaitu:

- a. Norm Brodsky (1996), menyatakan bahwa pekerjaan pengusaha adalah meletakkan segala sesuatu bersama-sama, memakai 10 topi yang berbeda, *juggling* 20 bola yang berbeda, bergantung pada pengetahuan sendiri dan naluri serta kreativitas untuk mendapatkan arus kas positif)
- b. Charles R. Kuehl and Peggy A Lambing (1994), menyatakan bahwa seorang pengusaha adalah salah satu yang mengambil posisi antara pemasok dan pelanggan yang "mengambil" resiko, secara harfiah, bahwa itu akan berhasil.
- c. Donald F. Kuratko and Richard M. Hodgetts (1995), menyatakan bahwa seorang pengusaha adalah pengembang yang mengakui dan merebut peluang, mengkonversi peluang tersebut menjadi bisa diterapkan ide / berharga, menambah nilai melalui waktu, tenaga, uang, atau

keterampilan, asumsikan: risiko saat kompetitif pasar kompetitif untuk menerapkan ide-ide ini, dan menyadari manfaat dari upaya ini.

Hampir setiap gagasan yang mungkin dimiliki calon wirausahawan akan terjadi pada orang lain. Bahkan, beberapa pemikiran paling revolusioner terjadi pada lebih dari satu orang hampir secara bersamaan. Newton dan Leibnitz secara independen menemukan kalkulus dalam beberapa tahun satu sama lain; Darwin nyaris dikalahkan oleh Wallace dalam menerbitkan teorinya tentang evolusi; Poincare "merumuskan teori relativitas yang valid tentang waktu yang sama Einstein lakukan; dan sirkuit terintegrasi diciptakan pada tahun 1959, pertama oleh Jack Kilby di Texas Instruments dan kemudian secara independen oleh Robert Noyce di Fairchild beberapa bulan kemudian.

Jadi ide itu sendiri bukanlah yang penting. Dalam kewirausahaan, Mengembangkan ide, mengimplementasikannya, dan membangun bisnis yang sukses adalah hal-hal penting. Alexander Fleming menemukan penisilin secara kebetulan tetapi tidak pernah mengembangkannya sebagai obat yang bermanfaat. Sekitar 10 tahun kemudian Ernst Chain dan Howard Florey menggali cetakan Fleming dan segera melihat potensinya. Mereka segera merawat pasien di Inggris dengan itu, dan sebelum berakhirnya Perang Dunia ke-II, Penisilin menyelamatkan banyak nyawa. Itu adalah kemajuan farmasi yang paling dramatis dan menandakan revolusi dalam industri itu.

Menurut Profesor Stanford Rajeev Motwani, yang membimbing Sergey Brin dan Larry Page, "Pada titik tertentu, orang-orang ini berkata, kami ingin melakukan sebuah perusahaan. Semua orang berkata Anda pasti sudah gila. Ada seperti 37 mesin pencari di luar sana dan apa yang akan kalian lakukan? Dan bagaimana Anda akan mengumpulkan uang, bagaimana Anda akan membangun sebuah perusahaan, dan kedua orang ini berkata, kami hanya akan melakukannya dan mereka pergi dan melakukannya. Dan kemudian mereka mengambil alih dunia."

### **C. Contoh Perkembangan Kewirausahaan Di Amerika**

#### **Serikat**

Pada tahun 2010, terdapat 29 juta atau lebih bisnis di AS, di mana sekitar 99,9% adalah bisnis kecil.<sup>5</sup> Secara umum, bisnis dengan 500 atau lebih sedikit karyawan diklasifikasikan sebagai kecil.<sup>6</sup> Mereka menyumbang setengah dari pekerja sektor swasta dan 44,3% dari penggajian swasta, dan mereka menghasilkan sekitar setengah dari PDB swasta non-pertanian.

Pada suatu waktu, sekitar 7 juta pengusaha yang baru lahir di Amerika Serikat berusaha untuk menciptakan bisnis baru; mereka telah menyusun ide untuk usaha baru dan telah mengambil setidaknya satu langkah untuk mengimplementasikan ide mereka. Banyak dari mereka meninggalkan usaha mereka selama masa kehamilan dan tidak pernah benar-benar membuka usaha mereka; Meskipun demikian, setiap tahun setidaknya 3 juta usaha baru lahir, dimana sekitar 75% dimulai

dari awal. Sebagian besar yang lain adalah pembelian bisnis yang sudah ada.<sup>11</sup> Dua dari setiap tiga bisnis dimulai di rumah pemilik. Sebagian besar tetap kecil karena mereka adalah bisnis paruh waktu, tetapi sekitar 650.000 memiliki setidaknya satu karyawan penuh waktu.

Tingkat kelangsungan hidup untuk bisnis baru adalah fokus dari beberapa penelitian yang berbeda.<sup>13</sup> Salah satu yang paling menyeluruh dilakukan di Biro Sensus AS oleh Alfred Nucci, yang menghitung tingkat kelangsungan hidup 10 tahun.

Dia menemukan bahwa 81% bertahan selama setidaknya 1 tahun, 65% selama 2 tahun, 40% selama 5 tahun, dan 25% selama 10 tahun. Tingkat kelangsungan hidup untuk startup independen sedikit lebih rendah. Misalnya, tingkat satu tahun adalah 79%, bukannya 81%. Peluang untuk bertahan hidup meningkat seiring usia dan ukuran. Tingkat kelangsungan hidup juga agak bervariasi dengan industri tetapi tidak sekuat dengan usia dan ukuran.

Secara umum, pendapatan rata-rata pemilik usaha kecil hampir sama dengan pendapatan dari upah dan gaji. Namun, distribusi pendapatan jauh lebih luas untuk pemilik usaha kecil, yang berarti bahwa mereka lebih cenderung memiliki pendapatan yang jauh lebih sedikit atau secara signifikan lebih banyak pendapatan daripada upah dan pekerja bergaji. Tetapi pemilik usaha kecil juga membangun ekuitas di perusahaan mereka serta mengambil pendapatan dari mereka, jadi mungkin saja pemilik usaha kecil lebih baik.

## **D. Rangkuman**

Kewirausahaan adalah disiplin akademis di bidang manajemen dan ekonomi yang melahirkan bisnis baru sesuai dengan esensi perusahaan bebas. Kewirausahaan adalah suatu cara seseorang dalam mengejar peluang memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diharapkan. Pengusaha adalah seseorang yang merasakan peluang dan menciptakan organisasi untuk mengejarnya. Wirausaha berupaya bekerjasama dengan mengelola ancaman, pesaing baru atau juga bias seorang partner, pemasok, konsumen. Proses kewirausahaan mencakup semua fungsi, kegiatan, dan tindakan yang yang digunakan untuk memahami suatu peluang dan menciptakan bisnis dengan konsep baru.

## **E. Pertanyaan**

1. Jelaskan perbedaan wirausaha dengan karyawan!
2. Jelaskan perkembangan wirausaha di Amerika Serikat!
3. Bagaimana perbandingan perkembangan wirausaha di Amerika Serikat dengan Indonesia!

## **BAB II**

### **MENGEJAR CITA-CITA DAN MEMBANGUN MIMPI**

#### **A. Impian Menjadi Wirausahawan**

Pendidikan dan pelatihan kewirausahaan kini sudah tersedia, bagian dari profesionalisasi kewirausahaan sudah terjadi selama 20 tahun terakhir.<sup>73</sup> Menurut Gendron, sebuah badan pengetahuan dan keterampilan telah berkembang selama 20 tahun terakhir untuk meningkatkan peluang keberhasilan kewirausahaan. Sebuah ilustrasi yang bagus adalah saran yang dikeluarkan secara luas bahwa calon wirausahawan harus menulis rencana bisnis sebelum mereka memulai usaha baru mereka. Dunia kewirausahaan dipenuhi dengan informasi tentang rencana bisnis. Bidang ini telah berjalan jauh sejak para pelopor pelatihan kewirausahaan menempatkan penulisan rencana bisnis sebagai inti dari program mereka di tahun 1970-an.

Salah satu upaya mengurangi tingkat pengangguran terdidik di Indonesia adalah dengan menciptakan *job maker* (wirausaha) dikalangan lulusan terdidik yang ada. Menciptakan lulusan perguruan tinggi agar menjadi wirausaha guna mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia.

Kalangan terdidik cenderung menghindari pilihan profesi ini karena preferensi mereka terhadap pekerjaan kantoran lebih tinggi. Para lulusan perguruan tinggi memperhitungkan biaya yang telah dikeluarkan selama menempuh pendidikan. Hal ini menyebabkan timbulnya harapan untuk dapat mengembalikan biaya tersebut. Keterbatasan peluang untuk masuk kedalam

sektor pemerintah menyebabkan perhatian beralih pada peluang bekerja pada sektor swasta.

Satu-satunya peluang besar yang dapat dilakukan adalah bekerja dengan memulai usaha mandiri/ sendiri. Namun masih jarang ditemukan seseorang lulusan perguruan tinggi yang ingin mengawali kehidupannya dengan memulai mendirikan usaha. Kecenderungan ini berakibat pada tingginya residu angkatan kerja berupa pengangguran terdidik. Jumlah lulusan terdidik setiap tahunnya semakin meningkat, itu juga menyebabkan semakin besarnya kemungkinan terdapatnya pengangguran terdidik.

Urgensi impian semakin penting bila terdapat mahasiswa yang tidak memiliki impian kokoh. Maka sangat mungkin baginya untuk cepat menyerah. Saat ini banyak pakar kewirausahaan dengan senang hati membantu orang-orang yang memulai atau mengembangkan perusahaan. Ada jaringan pendukung, baik informal maupun formal, dari para profesional yang tahu banyak tentang itu proses kewirausahaan.

## **1. Motivasi Untuk Meraih Impian**

Impian adalah suatu ambisi dari dalam diri manusia yang menjadi penggerak untuk merealisasikan keinginan yang besar. Hasrat yang mudah pudar sehingga dengan mudah mengubah impian menjadi sangat sederhana merupakan salah satu ciri-ciri orang yang tidak memiliki impian besar. Padahal, dengan memiliki impian yang besar terdapat kekuatan yang besar pula. Mampu memperbarui impian merupakan ciri khas dari orang-

orang yang berhasil mencatat nama dalam sejarah.

## **2. Impian Merupakan Sumber Motivasi**

Impian akan mempengaruhi pikiran bawah sadar dan dapat menjamin keberhasilan, karena senantiasa menjadi sumber motivasi hingga mencapai tujuan yang diinginkan. Dari dorongan motivasi tersebut timbul rasa untuk mengatur strategi yang harus ditempuh, misalnya kemampuan untuk mencari informasi, menjalin komunikasi hingga bekerjasama dengan orang lain.

## **3. Impian Menciptakan Energi Besar untuk Berprestasi**

Impian dapat menjadikan manusia penuh keyakinan dalam bekerja. Karena impian merupakan sumber energi dalam menghadapi tantangan yang tidak mudah. Terdapat empat tips sederhana untuk menjadikan impian sebagai sumber energi, yaitu:

1. Percaya, menjadikan seseorang pantang menyerah menghadapi situasi dan keadaan yang tidak diinginkan, meskipun mungkin orang lain mengkritik atau menghalangi.
2. Loyalitas atau fokus untuk merealisasikan impian dapat mendorong kemampuan yang luar biasa.
3. Ulet, bagi seorang yang memiliki impian yang besar maka memerlukan waktu yang lama dan keras.
4. Mental positif, Seseorang yang memiliki impian memahami bahwa keberhasilan memerlukan komitmen, pengorbanan, kerja keras, waktu serta dukungan dari orang lain.

#### **4. Impian Menjadikan Kehidupan Manusia Lebih Mudah Dijalani**

Impian menjadikan seseorang untuk lebih kuat menghadapi segala rintangan dan tantangan karena kunci kesuksesan adalah mewujudkan impian. George Lucas mengatakan, "*Dreams are extremely important. You can't do it unless you imagine it*".

Kesimpulannya adalah jadikan impian sebagai nafas kehidupan dan jangan pernah takut untuk memimpikan sesuatu. Sebab impian akan menjadi latihan untuk mengoptimalkan kekuatan-kekuatan dalam perjuangan yang berat seperti kekuatan emosi, fisik, maupun rohani.

#### **5. Konsep *Be, do, have***

Menurut Mark Victor Hansen & Robert G. Allen dalam buku *One Minute Millionaire*, konsep *Be, do, have* bukan diawali dari kerja (*do*) menuju milyarder, tetapi diawali oleh menjadi (*be*). *Be* terletak diawal, mengartikan bahwa menjadi mampu akan menghasilkan tindakan yang efektif, maka terlahirlah tindakan efektif. Jika sudah terpikirkan akan menjadi seperti yang diinginkan maka tindakan akan mengikutinya. Ketika seseorang bertanggung jawab penuh atas keputusan yang diambil maka *have* adalah efek samping dari tindakan efektif yang sangat mungkin untuk didapatkan.

Tentukan langkah pertama yang harus dilakukan dalam memulai sesuatu yang diinginkan. Hal ini sejalan dengan konsep dasar manajemen yaitu "*think what u do and do what u think*".

Setelah mengetahuinya, maka lakukan hal (*do*) yang diperlukan untuk menuju *be* (menjadi apa yang diinginkan).

## 6. Impian Harus *Smart*

Jika mengacu pada konsep manajemen tentang rumus sebuah impian/tujuan, maka kita akan merujuk kepada sebuah konsep yang bernama *SMART*. Konsep dasar yang harus disadari adalah bahwa sukses bukanlah kebetulan. Oleh karena itu impian yang kita buat harus *SMART* “Cerdas”, Impian yang *SMART* adalah Impian yang:

1. *Specific*. Artinya sesuatu yang diinginkan/ harapan yang diimpikan harus jelas.
2. *Measurable*. Artinya impian harus terukur. Jadi sebagai seorang pemimpi harus memiliki target dalam merealisasi impian.
3. *Achievable*. Artinya seseorang harus memiliki keyakinan bahwa impian harus dapat diraih.
4. *Realistic*. Artinya impian harus masuk akal. Makna masuk akal ini biasanya dikaitkan dengan kemampuan/ ketersediaan sumber daya yang dimiliki.
5. *Time Bond*. Impian harus memiliki garis waktu yang jelas. Menentukan kapan impian itu akan diraih.

## **B. Keuntungan dan Kerugian Wirausaha**

Ilik (2010) menjelaskan bahwa terdapat keuntungan dan kerugian ketika seseorang mengambil pilihan menjadi seorang wirausahawan di antaranya:

Keuntungan:

1. Otonomi
2. Tantangan awal dan perasaan motif berprestasi
3. Memiliki legitimasi moral yang kuat untuk mewujudkan kesejahteraan dan menciptakan kesempatan kerja
4. Kontrol finansial (Pengawasan keuangan)

Kerugian:

1. Pengorbanan personal
2. Beban tanggung jawab yang besar
3. Kemungkinan kecilnya keuntungan dan gagal

## **C. Orang Berkembang dan Kompetisi**

Beberapa cara yang dapat dilakukan untuk membangun jiwa kewirausahaan, yaitu:

### **1. Memanfaatkan ide cemerlang**

Adanya kemampuan untuk mengeluarkan ide cemerlang yang kreatif dan inovatif merupakan salah satu kunci dari kesuksesan yang mempunyai nilai ekonomi tinggi. Ide merupakan produk berpikir yang melibatkan penggunaan indera yang ada pada seseorang. Hal yang dilakukan seperti mendengar, melihat dan merasa dalam melakukan interaksi dapat mendorong daya pikir seorang wirausahawan untuk

menghasilkan ide. Keberhasilan seorang wirausaha dapat dilihat dari penemuan ide-ide berbagai teknik pencarian ide yang kemudian dilakukan pengambilan keputusan guna memilih dan menentukan ide bisnis yang terbaik

## 2. Meliputi sisi bisnis

Metode ini adalah bekerja sama dengan orang-orang yang memiliki keterampilan pelengkap sejak awal. Ini melibatkan penggabungan 'orang-orang yang puas', yang seringkali ahli dalam bidangnya, dengan 'orang-orang yang terstruktur', yang dapat menjual apa pun itu.

Kewirausahaan sering dianggap secara salah sebagai kegiatan soliter. Kesalahpahaman ini sebenarnya diperkuat oleh istilah-istilah seperti 'pedagang tunggal. Kewirausahaan dan Pengembangan Ekonomi Lokal, oleh OECD (OECD, 2003) menunjukkan bahwa bisnis baru berbasis tim lebih baik daripada awal individu.-UPS. Secara khusus:

- Dalam perusahaan mikro, kemitraan menunjukkan tingkat kelangsungan hidup yang lebih tinggi daripada perusahaan individu.
- Investor lebih cenderung menyetujui pembiayaan untuk tim yang dipimpin awal dalam penilaian modal ventura tahap awal.
- Keberhasilan perusahaan dan kepuasan klien berkorelasi baik dengan tingkat sosial interaksi dalam tim wirausaha.

### 3. Jejaring sosial dan bisnis yang esensial

Unsur ketiga untuk sukses adalah memiliki jaringan. Jaringan juga berguna dalam memulai perusahaan baru karena mereka memberikan latar belakang pengetahuan. Karena menumbuhkan perusahaan penuh dengan ketidaktahuan, maka tidak mungkin di muka untuk mengetahui tips ahli mana yang akan dibutuhkan (yaitu diperlukan pengetahuan heterogen).

### 4. Membangun strategi yang tepat

Untuk dapat mencari tahu cara mengembangkan usaha, maka pengusaha harus mengetahui beberapa tujuan yang umum digunakan, yaitu:

- 1 Beberapa ingin segera membuka bisnis atau perusahaan mereka sendiri dan menuju ke penawaran umum perdana (IPO). Ini melibatkan penulisan rencana bisnis yang sangat baik dan menunjukkan tingkat ketajaman bisnis yang tinggi karena memerlukan penargetan penyedia pembiayaan dalam jumlah yang cukup besar.
- 2 Mendirikan perusahaan sosial seperti amal atau bentuk lain dari 'kewirausahaan sosial'; perusahaan nirlaba dan nirlaba. Nuffield, Carnegie, Rockefeller dan lainnya (mungkin termasuk Bill Gates) semua mengembalikan keuntungan besar mereka kepada masyarakat melalui konstruksi semacam itu. Perbedaan utama termasuk undang-undang perpajakan dan penggunaan modal (mis. Perusahaan sosial sering mengandalkan tenaga sukarela).

- 3 Beberapa menginginkan 'pertumbuhan organik' dimulai dengan bisnis mikro dan menginvestasikan beberapa sumber daya tingkat rendah - seperti malam hari dan akhir pekan - untuk melihat apakah konsep itu akan berhasil. Contohnya termasuk *Lovereading.co.uk* dan *Totstofrance.co.uk*. Di sini rencana bisnis dapat berfungsi sebagai 'peta jalan' pribadi tetapi juga akan diperlukan untuk menarik investasi jika konsep tersebut mulai berjalan.
- 4 Beberapa ingin dipekerjakan di 'perusahaan inovatif' (yang bisa besar atau kecil). Perusahaan besar dapat mencoba bertindak seperti kumpulan perusahaan inovatif kecil dan bekerja di lingkungan seperti itu memiliki perbedaan signifikan untuk bekerja di perusahaan yang lebih tradisional. Menjadi lebih umum bagi karyawan di perusahaan-perusahaan inovatif untuk diminta membuat 'rencana bisnis' mengenai reorganisasi yang diusulkan, alur kerja baru, peningkatan produk, dll. Memang, perusahaan-perusahaan yang inovatif bahkan dapat memasang sumber daya yang dibutuhkan karyawan untuk memintal ide sendiri, seperti yang Rob Hamilton lakukan dengan 'Kantor Instan'. Ini sering disebut intrapreneurship atau kewirausahaan perusahaan.

Agar pengetahuan dapat dipahami dan digunakan, individu harus terlibat dalam konstruksi aktifnya. Anda harus memiliki

kesempatan untuk menjawab pertanyaan, mendiskusikan (dengan panas) dan memperdebatkan makna, strategi dan implikasi, sehingga melibatkan pemecahan masalah otentik dalam situasi yang hampir nyata. Dengan demikian mitra bisnis Anda (idealnya seorang penemu, atau orang bisnis) dan jaringan Anda harus menjadi mitra *sparring* Anda untuk mendapatkan pengalaman langsung.

## 5. Memilih topik

Subjek dari debat-debat ini idealnya adalah ide bisnis yang Anda dan mitra bisnis Anda (atau rekanan, jika Anda punyai beberapa) telah sepakat. Keberatan untuk ini adalah bahwa Anda mungkin tidak memiliki ide yang selesai sekarang. Mereka yang memiliki benih ide mungkin menemukan teknik kreatif. Dengan menggunakan teknik-teknik ini, ide Anda dapat dimodifikasi atau dipoles dan dengan demikian dapat digunakan sebagai kendaraan kewirausahaan.

## 6. Membangun *start-up*

Pada prinsipnya, tahapan-tahapan yang dilalui oleh permulaan klasik adalah: ide, bukti konsep, perencanaan dan pengembangan strategis, penciptaan usaha, pertumbuhan bisnis, kedewasaan, dan akhirnya keluar. Namun, laporan akhir Anda (rencana bisnis) harus mencakup bidang-bidang ini jika Anda menuju strategi 'pertumbuhan organik' coba-dan-lihat, maka Keluar mungkin tidak terlalu relevan.

## **D. Rangkuman**

Impian adalah suatu ambisi dari dalam diri seseorang yang menjadi penggerak untuk maju. Impian menjadikan manusia penuh keyakinan dalam bekerja. Impian merupakan sumber energi dalam menghadapi tantangan yang tidak mudah. Penemu dan inovator dapat mengalami kesulitan dalam membawa produk baru ke pasar karena mereka sering tidak memiliki keterampilan bisnis yang dibutuhkan untuk memperkenalkan produk bisnis baru ke konsumen atau masyarakat. Sebaliknya, spesialis manajemen jarang dapat menemukan perangkat terobosan. Membentuk kemitraan antara pembisnis dan orang-orang yang berpikiran teknis dapat memperbaiki hal ini. Inilah alasan mengapa kerja kelompok disukai.

Penanda yang baik untuk memiliki tingkat keahlian bisnis yang tinggi adalah mampu menghasilkan rencana bisnis yang baik. Rencana bisnis dibutuhkan tidak hanya oleh pengusaha (termasuk pengusaha di sektor sosial) tetapi juga semakin sering oleh karyawan, terutama di perusahaan yang lebih inovatif.

## **E. Pertanyaan**

1. Coba uraikan impian terbesar anda!
2. Bagaimana motivasi anda untuk meraih impian tersebut!
3. Jika impian anda menjadi seorang wirausaha, langkah apa yang anda lakukan untuk meraihnya!



## **BAB III**

### **MOTIVASI DIRI**

#### **A. Karakter Wirausahawan**

Karakteristik merupakan suatu perilaku, sikap atau watak seseorang untuk mencapai kebahagiaan lahir batin. Seorang wirausaha harus memiliki karakteristik yang baik untuk kemajuan usahanya dan membawa ke arah kebenaran sehingga dapat menaikkan derajat dan martabatnya.

Untuk mengetahui bagaimana seorang wirausaha dikatakan memiliki karakter yang baik, dapat dilihat dari cara berkomunikasi guna memberikan informasi. Informasi disampaikan wirausaha untuk menjalankan usaha dan menjalin hubungan dengan para relasi bisnis, untuk itu, dalam menjalin hubungan bisnis dengan seseorang, wirausahawan harus mengetahui karakteristiknya. Karena tanpa mengetahui dan memperhatikan karakternya maka akan mengakibatkan terjadinya kerugian untuk kemajuan usahanya.

Disamping itu, Menurut Munawir Yusuf (1999) terdapat 11 ciri atau indikator kewirausahaan, yaitu:

1. Motivasi berprestasi
2. Kemandirian
3. Kreativitas
4. Pengambilan resiko (sedang)
5. Keuletan
6. Orientasi masa depan
7. Komunikatif dan reflektif

8. Kepemimpinan
9. *Locus of Controll*
10. Perilaku instrumental
11. Penghargaan terhadap uang.

Adapun pendapat dari Bygrave (1996) dijelaskan bahwa karakter seorang wirausahawan ialah irisan dari berbagai sikap mental positif dan membutuhkan proses yang berasal dari internal maupun eksternal.

Selain ciri-ciri yang di jelaskan diatas, ada beberapa pengenalan karakteristik seorang wirausaha secara lebih mendalam yang telah dirangkum dari berbagai sumber, yaitu:

### **1. Kreatifitas Tinggi**

Teodore Levit menjelaskan bahwa kreativitas merupakan kemampuan berfikir yang baru dan berbeda. Menurut Levit, kreativitas adalah berfikir sesuatu yang *baru (thinking new thing)*, oleh karena itu dapat disimpulkan, kewirausahaan adalah berfikir sesuatu yang lama dengan cara-cara baru. Menurut Zimmerer dalam Suryana (2003:24) menyatakan bahwa ketika wirausaha melihat sesuatu yang lama maka ide-ide kreativitas akan sering muncul sehingga terciptalah sesuatu yang baru dan berbeda.

Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa kreativitas adalah suatu naluri yang menunjukkan cara berpikir seseorang dalam memecahkan masalah. Kreativitas dituangkan dalam beberapa bentuk, yaitu: ide, produk dan gagasan.

Orang yang memiliki kreatifitas yang tinggi memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Memiliki imajinasi tinggi
2. Menyukai tantangan
3. Mudah beradaptasi
4. Mudah merasa bosan

## **2. Komitmen dalam Pekerjaan, Memiliki Etos Kerja dan Tanggung Jawab**

Dalam menjalankan usahanya, seorang wirausaha harus memiliki komitmen dan tekad yang bulat untuk mencurahkan semua perhatiannya pada usaha yang akan dijalani. Suksesnya seorang wirausaha berasal dari tekad yang menggebu-gebu dan memiliki semangat tinggi dalam mengembangkan usahanya. Wirausaha tidak setengah-setengah dalam berusaha, bekerja keras, berani menanggung resiko dan tidak takut menghadapi peluang-peluang yang ada dipasar. Dengan tidak adanya kesungguhan terhadap usahanya maka wirausaha akan menemui hambatan bahkan kegagalan dalam pekerjaannya. Sehingga kata komitmen itu penting bagi seorang wirusaha yang ingin memajukan usahanya..

## **3. Mandiri atau Tidak Ketergantungan**

Melalui pemikiran yang kreatif dan inovaif, wirausaha dituntut untuk mengembangkan ide dan pemikiran guna menciptakan peluang dalam menghadapi tantangan hidup. Dengan menciptakan peluang tersebut sesuai dengan inti dari jiwa

kewirausahaan yaitu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*create new and different*), para wirausaha harus dapat mandiri menjalankan usaha yang digelutinya tanpa harus bergantung pada orang lain, seorang wirausaha harus dapat menciptakan hal yang baru dengan jalan menemukan pengetahuan baru, mengembangkan teknologi 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.

#### **4. Berani Menghadapi Risiko**

Richard Cantillon mengatakan bahwa wirausaha adalah seseorang yang menanggung risiko. Wirausaha dalam mengambil tindakan harus memperhitungkan segalanya secara matang dan tidak didasari oleh spekulasi. Wirausaha harus siap untuk mengambil risiko pekerjaan karena sudah diperhitungkan. Oleh karena itu, wirausaha selalu berani mengambil risiko yang tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah. Komitmen yang kuat merupakan suatu cara untuk menghadapi risiko, mendorong wirausaha untuk terus berjuang mencari peluang sampai memperoleh hasil. Hasil-hasil itu harus nyata/jelas dan objektif dan merupakan umpan balik (*feedback*) bagi kelancaran kegiatannya (Suryana, 2003:14-15).

Salah satu nilai utama dari kewirausahaan terletak pada kemauan dan kemampuan untuk mengambil risiko. Apabila Wirausaha tidak mau mengambil risiko akan sukar memulai atau

berinisiati, maka itu akan menyebabkan kemacetan dalam usahanya. Menurut Angelita S. Bajaro, “seorang wirausaha yang berani menanggung risiko adalah orang yang selalu ingin jadi pemenang dan memenangkan dengan cara yang baik” (Yuyun Wirasasmita, dalam Suryana, 2003:21). Kepuasan terbesar yang dapat diperoleh wirausaha adalah apabila berhasil dalam melaksanakan tugas-tugasnya secara realistis yaitu salah satunya keberanian untuk menanggung risiko. Wirausaha tidak akan merasa tertantang apabila mendapati situasi risiko yang rendah. Pilihan terhadap risiko ini sangat tergantung pada:

1. Daya tarik setiap alternatif
2. Kesiediaan untuk rugi
3. Kemungkinan relatif untuk sukses atau gagal

Untuk bisa memilih, sangat ditentukan oleh kemampuan wirausaha untuk mengambil risiko antara lain:

1. Keyakinan pada diri sendiri
2. Kesiediaan untuk menggunakan kemampuan dalam mencari peluang dan kemungkinan memperoleh keuntungan.
3. Kemampuan untuk menilai situasi risiko secara realistis.

Risiko diambil harus sesuai dengan kepercayaan diri sendiri. Maksudnya, apabila keyakinan/ kepercayaan seseorang itu besar maka semakin besar pula kesanggupan untuk mempengaruhi hasil dan keputusan. Begitu juga dengan kesiediaan, apabila kesiediaan seseorang itu besar untuk mencoba apa yang menurut orang lain sebagai risiko maka kemungkinan

wirausaha dapat membuktikan hasil keberhasilan dari keyakinan tersebut.

## **5. Motif Berprestasi Tinggi**

Pengertian motif berprestasi Menurut Gede Anggan Suhanda (dalam Suryana, 2003:32) ialah suatu nilai sosial yang menekankan pada hasrat untuk mencapai yang terbaik guna mencapai kepuasan secara pribadi. Faktor-faktor yang mendasari motif ini adalah kebutuhan yang harus dipenuhi. Maslow (1934) mengemukakan tentang teori motivasi yang dipengaruhi oleh tingkatan kebutuhan sesuai dengan tingkatan pemuasannya, yaitu kebutuhan fisik, kebutuhan akan keamanan, kebutuhan harga diri dan kebutuhan akan aktualisasi diri. Pada umumnya, ciri-ciri motif berprestasi untuk wirausaha adalah sebagai berikut (Suryana, 2003:33-34):

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 resiko dengan penuh perhitungan.
5. Menyukai tantangan dan melihat tantangan secara seimbang (*fifty- fifty*). Jika tugas yang diembannya sangat ringan, maka wirausaha merasa kurang tantangan, tetapi iaselalu menghindari tantangan yang paling sulit yang memungkinkan pencapaian keberhasilan sangat rendah.

Suriasumantri (hal.92) berpendapat bahwa motivasi merupakan dorongan, hasrat, atau kebutuhan seseorang. Untuk mencapai tujuan, motif dan motivasi berkaitan erat dengan penghayatan suatu kebutuhan berperilaku tertentu. Motif menghasilkan semangat dan menguatkan perilaku seseorang. Beck (1990:19), berdasarkan pendekatan regulatoris, menyatakan "*drive*" sama seperti sebuah kendaraan yang mempunyai suatu mekanisme untuk membawa dan mengarahkan perilaku seseorang. Jadi, secara umum perlakuan motif sama dengan drive.

Ada dua lokus penyebab seseorang berhasil atau berprestasi berdasarkan teori atribusi Weiner (Gredler,1991:452), yaitu:

- a. Lokus penyebab intrinsik mencakup (1) Kemampuan, (2) Usaha, dan (3) Suasana hati (*mood*), seperti kelelahan dan kesehatan.
- b. Lokus penyebab ekstrinsik meliputi (1) Sukar tidaknya tugas (2) Nasib baik (keberuntungan), dan (3) Pertolongan orang lain.

Motivasi berprestasi mengandung dua aspek, yaitu (1) Mencirikan ketahanan dan suatu ketakutan akan kegagalan dan (2) Meningkatkan usaha keras yang berguna dan mengharapkan akan keberhasilan (McClelland, 1976:74-75). Dalam motivasi berprestasi yang diharapkan adalah kesuksesan dan meminimalisir kegagalan (takut gagal). Penjelasan diatas menyatakan bahwa terdapat beberapa indikator dalam motivasi berprestasi

(tinggi), yaitu kemampuan dan usaha.

## **6. Selalu Perspektif**

Seorang wirausaha harus mampu menatap masa dengan dengan lebih optimis (melihat ke depan dengan berfikir dan berusaha). Orang yang memikirkan masa depan adalah orang yang memiliki persepektif ke masa yang akan datang. Misalnya, memikirkan peluang dan risiko yang ada.

Walaupun risiko mungkin akan terjadi, seorang wirausaha harus mengetahui bahwa kunci untuk menciptakan sesuatu yang baru dan mencari peluang tantangan demi pembaharuan masa depan. Seorang wirausaha tidak diperbolehkan untuk cepat puas dengan karya/ hasil kreatifitas yang sudah ada. Karena itu ia harus mempersiapkannya dengan mencari suatu peluang.

## **7. Memiliki Perilaku Inovatif Tinggi**

Menurut Poppy King terdapat 3 hal yang selalu dihadapi seorang wirausaha segala bidang yakni:

1. *Obstacle* (hambatan)
2. *Hardship* (kesulitan)
3. *Very rewarding life* (imbalan atau hasil bagi kehidupan yang memukau).

Masa kini menceritakan apa yang telah kita miliki, apa yang belum kita miliki, apa yang kita nikmati dan apa yang belum dapat kita nikmati. Masa depan memberikan harapan,

paling tidak demikianlah seharusnya bagi mereka yang beriman berkepercayaan.

Jika terdapat masa lalu yang tidak menyenangkan dan masih berada pada situasi yang belum sesuai dengan impian kita, maka adalah wajar jika kita mengharapkan masa depan yang lebih baik dan lebih menyenangkan.

Masa lalu, masa kini, dan masa depan berkaitan langsung dengan daya pikir kita. Dan di dalam masa-masa itulah segala hambatan, kesulitan dan kesenangan atau suka cita bercampur baur jadi satu. Sehingga, jika ketiga hal itu dihadapi oleh seorang wirausaha dalam bidang apapun, maka kewirausahaan dapat dilakukan oleh semua orang.

Perbedaan situasi terutama perbedaan situasi pasar akan mempengaruhi perilaku inovatif karena wirausaha tidak ingin usahanya tertinggal dari pengusaha lainnya.

## **8. Selalu Mencari Peluang**

Georges Doriot seorang pendiri modal ventura modern, biasa mengatakan sesuatu seperti ini: " Selalu pertimbangkan berinvestasi pada pria kelas-A dengan ide grade-B. Jangan pernah berinvestasi pada pria kelas-B dengan ide grade-A." Dia tahu apa yang dia bicarakan. Selama bertahun-tahun ia berinvestasi di sekitar 150 perusahaan, termasuk Digital Equipment Corporation (DEC), dan mengawasi mereka ketika mereka berjuang untuk tumbuh. Tetapi Doriot membuat pernyataan tentang bisnis pada 1950-an dan 1960-an.

Selama periode itu, ada jauh lebih sedikit *startup*

Perusahaan-perusahaan AS mendominasi pasar, pasar tumbuh dengan cepat, hampir tidak ada persaingan dari luar negeri, dan sebagian besar pengusaha adalah laki-laki. Saat ini, di pasar global, dengan siklus hidup produk yang semakin pendek dan pertumbuhan rendah atau bahkan tidak ada pertumbuhan untuk beberapa negara industri terkemuka di dunia, bahan penting untuk kesuksesan wirausaha adalah wirausaha hebat dengan tim manajemen kelas satu dan sangat baik peluang pasar.

Sering dikatakan bahwa kewirausahaan sebagian besar adalah masalah keberuntungan. Bukan itu. Kami tidak mengatakan bahwa menjadi gelandang hebat, ilmuwan hebat, atau musisi hebat adalah masalah keberuntungan. Tidak ada lagi keberuntungan untuk menjadi sukses di kewirausahaan daripada menjadi sukses di hal lain. Dalam kewirausahaan, ini adalah masalah mengenali peluang yang baik ketika Anda melihatnya dan memiliki keterampilan untuk mengubah peluang itu menjadi bisnis yang berkembang. Untuk melakukan itu, Anda harus siap. Jadi dalam kewirausahaan, seperti halnya dalam profesi lain, keberuntungan adalah di mana persiapan dan kebutuhan bertemu.

## **9. Memiliki Jiwa Kepemimpinan**

Sifat kepemimpinan, keteladanan dan kepeloporan akan dimiliki oleh seorang wirausaha yang berhasil. Wirausaha yang berhasil memiliki kemampuan untuk menggunakan pengaruh tanpa kekuatan (*power*) dari pihak lain, harus memiliki taktik mediator dan negotiator daripada diktaktor.

Ada tiga tingkatan semangat/ perilaku/ kemampuan wirausaha yang tentunya bervariasi satu sama lain dan yaitu: wirausaha andal, wirausaha tangguh dan wirausaha unggul. *Administrative Entrepreneur* adalah wirausaha yang memiliki kemampuan lebih menonjol dalam memobilisasi sumber daya dan dana, serta mentransformasikannya menjadi output dan memasarkannya secara efisien. Sebaliknya, *Innovative Entrepreneur* adalah wirausaha yang perilaku dan kemampuannya menonjol dalam kreativitas, inovasi serta mengantisipasi dan menghadapi resiko.

## **10. Memiliki Kemampuan Manajerial**

Seorang wirausaha harus memiliki kemampuan untuk mengatur manajemen dari usaha yang dijalani, seperti perencanaan usaha, mengorganisasikan usaha, visualisasikan usaha, mengelola usaha dan sumber daya manusia, mengontrol usaha, maupun kemampuan mengintergrasikan operasi perusahaannya yang kesemuanya Tanpa kemampuan manajerial maka bukan keberhasilan yang diperoleh tetapi kegagalan usaha yang diperoleh.

## **11. Memiliki Keterampilan Personal**

Kebanyakan orang yang dilatih, atau bekerja di bidang kesehatan atau perawatan sosial, dimotivasi oleh keinginan untuk membantu orang menangani penyakit dan kecacatan, untuk mempromosikan kesejahteraan dan kesehatan dan untuk membantu mereka yang kurang beruntung dalam mengatasi

kesulitan dan meningkatkan keterampilan hidup mereka. Oleh karena itu kadang-kadang ada kepercayaan yang salah bahwa bidang-bidang ini asing bagi kewirausahaan karena mereka didanai negara (melalui NHS dan layanan otoritas lokal) atau terjadi melalui organisasi sukarela atau amal.

Tetapi konfigurasi modern dan tingginya biaya layanan seperti itu, ditambah dengan tuntutan untuk kesehatan, kesejahteraan dan gaya hidup yang memenuhi dalam populasi yang meningkat dan menua, bergabung untuk menawarkan peluang yang lebih besar mungkin lebih daripada sebelumnya untuk kegiatan wirausaha (yang, dari tentu saja, dapat juga mencakup usaha sosial).

Wirausahawan yang andal memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Percaya diri dan mandiri yang tinggi untuk mencari keuntungan melalui usaha yang dilaksanakannya.
2. Mampu mencari dan menangkap peluang yang menguntungkan dan memanfaatkannya.
3. Mampu bekerja keras dan tekun untuk menghasilkan barang dan jasa yang lebih tepat dan efisien.
4. Mampu berkomunikasi, tawar menawar dan musyawarah dengan berbagai pihak, terutama kepada pembeli.
5. Menghadapi hidup dan menangani usaha dengan terencana, jujur, hemat, dan disiplin.
6. Mencintai kegiatan usahanya dan perusahaannya secara lugas dan tangguh tetapi cukup luwes dalam melindunginya.

7. Mampu meningkatkan kapasitas diri sendiri dan kapasitas usaha dengan memanfaatkan dan memotivasi orang lain (*leadership/ managerialship*).

## **B. Faktor-faktor Penting Untuk Memulai Perusahaan Baru**

Faktor-faktor seperti pribadi, sosiologis, organisasi, dan lingkungan akan melahirkan perusahaan baru dan memengaruhi perkembangan dari ide menjadi usaha yang layak. Seseorang mendapat ide untuk bisnis baru melalui pencarian yang disengaja atau pertemuan kebetulan. Apakah dia memutuskan untuk mengejar ide itu atau tidak, tergantung pada faktor-faktor seperti prospek karier alternatif, keluarga, teman, panutan, keadaan ekonomi, dan ketersediaan sumber daya.

## **C. Rangkuman**

Karakteristik seorang wirausaha dikatakan baik apabila dapat membawa ke arah kebenaran, keselamatan serta menaikkan derajat dan martabatnya. Karakter wirausaha meliputi: memiliki kreatifitas tinggi, selalu komitmen dalam pekerjaan, memiliki semangat kerja dan bertanggung jawab, mandiri, berani menghadapi risiko, motif berpretasi tinggi, selalu perspektif, perilaku inovatif tinggi, selalu mencari peluang, memiliki jiwa kepemimpinan, memiliki kemampuan manajerial, dan memiliki keterampilan personal. Faktor-faktor seperti pribadi, sosiologis, organisasi, dan lingkungan akan melahirkan perusahaan baru dan memengaruhi perkembangannya dari ide menjadi usaha yang layak

#### **D. Pertanyaan**

1. Sebutkan karakteristik wirausaha yang sukses!
2. Jelaskan motif berwirausaha yang berprestasi!
3. Jelaskan teori Atribusi Weiner tentang penyebab keberhasilan seseorang!

## **BAB IV**

### **MENENTUKAN PELUANG USAHA**

#### **A. Pendahuluan**

Para ahli mendefinisikan kewirausahaan sebagai tanggapan seseorang pada saat berdirinya sebuah usaha yang dilakukan untuk menciptakan peluang-peluang yang diwujudkan dalam berbagai tindakan. Ketelitian dalam melihat sebuah peluang merupakan salah satu faktor keberhasilan dari seorang wirausaha yang diharapkan dapat memanfaatkannya sebelum dimanfaatkan oleh orang lain. Peluang usaha adalah kesempatan yang seharusnya dimanfaatkan bagi seseorang wirausaha untuk mencapai atau mendapatkan keuntungan.

Kemampuan melihat peluang merupakan modal dalam menumbuhkan ide awal untuk berwirausaha. Tidak semua orang mampu melihat peluang apalagi memanfaatkannya karena cara melihat peluang untuk setiap orang pasti berbeda-beda. Seseorang yang telah mengenal kemampuan (potensi diri) lebih cenderung memiliki kemampuan untuk memanfaatkan peluang peluang yang ada.

#### **B. Ciri-ciri Peluang Usaha**

Ada beberapa jenis dan ciri-ciri peluang usaha antara lain:

##### **1. Ciri-Ciri Peluang Usaha yang Potensial**

Terdapat beberapa ciri-ciri peluang potensial, yaitu:

- a. Mempunyai nilai jual tinggi
- b. Bukan hanya sekedar ambisi tetapi harus bersifat nyata

- c. Bisa bertahan lama atau berkelanjutan di pasar
- d. Skala usaha itu dapat diperbesar atau ditingkatkan
- e. Tidak terlalu banyak modal yang digunakan, investasinya tidak terlalu besar tetapi sangat berpotensi menguntungkan dan sebagainya.

## 2. Ciri-ciri Peluang Usaha Yang Baik

Terdapat ciri-ciri peluang usaha yang baik, yaitu:

- a. Peluang usaha tidak meniru orang lain tetapi asli hasil riset dan pemikiran diri sendiri
- b. Peluang harus dapat mengantisipasi perubahan persaingan di pasar
- c. Adanya keyakinan dapat mewujudkannya
- d. Peluang itu harus sesuai dengan kehendak
- e. Kelayakan usaha tersebut telah teruji
- f. Adanya rasa senang apabila menjalankannya

## C. Menentukan Peluang Usaha

Peluang usaha bersumber dari adanya kebutuhan individu atau masyarakat. Memahami kebutuhan masyarakat diperlukan untuk mengetahui perkiraan lingkungan usaha secara keseluruhan baik tentang ekonomi, politik, pasar, persaingan, teknologi, sosial dan geografi. Terdapat 4 sumber peluang usaha, yaitu:

### 1. Peluang dari Diri Sendiri

Rasio kesuksesan seorang wirausaha dapat dilihat dari bagaimana peluang itu mampu untuk dicapai. Peluang dari

diri sendiri dapat disebabkan oleh beberapa faktor seperti hobi, keahlian, pengetahuan dan latar belakang dari pendidikan yang telah diperolehnya. Berikut beberapa alasan yang menjelaskan bahwa peluang dari diri sendiri memiliki tingkat kesuksesan yang besar, antara lain:

- a. Usaha membutuhkan proses yang panjang dan membutuhkan waktu yang lama bahkan bisa seumur hidup
- b. Usaha membutuhkan konsistensi dan komitmen yang tinggi
- c. Kesuksesan usaha adalah akumulasi dari kesuksesan menakhlikkan kegagalan hingga semua bisa terwujud.

## 2. Peluang dari Lingkungan

Contoh peluang usaha yang berasal dari lingkungan yaitu usaha/ bisnis orang tua, lingkungan rumah seperti tetangga, teman sekolah, teman dirumah, atau segala sesuatu yang dapat dilihat saat berangkat ke sekolah dan saat berkunjung ke berbagai tempat.

## 3. Peluang dari Perubahan yang Terjadi

Perubahan lingkungan, kondisi negara atau kondisi dunia dapat menyebabkan timbulnya peluang usaha. Misalnya, harga kedelai import naik, maka kesempatan bagi petani dalam negeri untuk menanam kedelai sebagai pengganti *supply* kedelai dari luar negeri.

## 4. Peluang dari Konsumen

Pendapat dari konsumen dapat menjadi peluang usaha yang

baru. Pendapat tersebut misalnya:

- a. Keluhan-keluhan konsumen,
- b. Saran-saran dari konsumen,
- c. Permintaan khusus dari konsumen atau calon konsumen,
- d. Angan-angan yang diinginkan konsumen/ pembeli terhadap barang atau jasa, dan
- e. Harapan dari konsumen/ pembeli tentang barang atau jasa.

Perubahan yang terjadi terhadap lingkungan usaha terjadi setiap saat bahkan cukup pesat. Seiring dengan itu, terjadi pula perubahan kebutuhan masyarakat. Peluang usaha yang prospektif harus ditemukan dengan cara mencari informasi yang terkait dengan perubahan lingkungan dan kebutuhan masyarakat. Sumber informasi dapat diperoleh dari beberapa tempat seperti, instansi/lembaga pemerintah, media massa, pasar atau bahkan melalui wawancara dengan konsumen/pembeli. Jadi, dapat dikatakan peluang itu ada karena terjadinya perubahan-perubahan yang terus berlangsung baik secara individu maupun kelompok masyarakat. Kemampuan melihat peluang sangat tergantung pada informasi yang kita peroleh tentang faktor-faktor lingkungan usaha. Dalam menemukan peluang usaha, kita dapat menggunakan dua pendekatan, yaitu:

- a. Pendekatan *in-side-out* (dari dalam ke luar): keberhasilan akan dapat diraih dengan memenuhi kebutuhan yang ada saat ini.

- b. Pendekatan *out-side-in* (dari luar ke dalam): keberhasilan akan dapat diraih dengan menciptakan kebutuhan.

### **a. Memilih Lapangan Usaha**

Lapangan usaha adalah kegiatan dari pekerjaan seseorang yang dilakukan sesuai dengan golongan atau kualifikasi lapangan usaha untuk menghasilkan barang atau jasa. Dalam memilih lapangan usaha yang akan kita jalankan, ada beberapa hal yang harus dipertimbangkan antara lain:

- a. Lapangan usaha yang cocok untuk orang lain belum tentu cocok bagi kita.
- b. Lapangan usaha yang pada masa lalu menguntungkan, belum tentu pada saat ini masih menguntungkan, atau lapangan usaha yang menguntungkan saat ini belum tentu menguntungkan di masa yang akan datang.
- c. Lapangan usaha yang berkembang baik di suatu daerah, belum tentu dapat berkembang dengan baik pula di daerah lain, dan sebaliknya.

Dari pertimbangan tersebut, maka dalam memilih lapangan usaha kita perlu melihat dan mengkaji kembali kondisi internal dan kondisi eksternal pada usaha yang kita jalankan. Karena kedua faktor tersebut akan sangat menentukan kesuksesan kita dalam menjalankan usaha.

#### **1. Faktor Internal**

Faktor internal adalah faktor yang bersumber dari dalam/diri sendiri, antara lain:

- a. Wawasan atau pengetahuan yang ada pada diri sendiri
- b. Pengalaman pada dunia bisnis atau usaha
- c. Pengalaman dan kemampuan ketika menyelesaikan suatu masalah
- d. Kemampuan atau pemahaman terhadap sesuatu atau situasi kondisi

## 2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor yang bersumber dari luar, antara lain:

- a. Masalah yang muncul dan dihadapi dan belum terselesaikan
- b. Kesulitan dalam mencari solusi masalah
- c. Pemikiran yang baik untuk membuat sesuatu yang baru dari suatu kondisi
- d. Keperluan yang belum tercapai atau terpenuhi untuk diri sendiri ataupun orang lain

Langkah awal yang perlu diperhatikan dan dilakukan dalam menentukan peluang usaha adalah mengumpulkan berbagai jenis lapangan usaha dan gagasan produk yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup manusia. Kualitas kehidupan manusia yang baik dapat diperoleh apabila semua komponen kebutuhannya terpenuhi.

Berdasarkan lapangan usahanya, perusahaan dapat dikelompokkan menjadi perusahaan ekstraktif, agraris, industri, perdagangan dan jasa.

### 1. Perusahaan Ekstraktif

Perusahaan ekstraktif adalah perusahaan yang kegiatannya langsung mengambil dan memanfaatkan hasil-hasil kekayaan alam. Misalnya, pertambangan dan perikanan dilautan bebas.

### 2. Perusahaan Agraris

Perusahaan agraris adalah usaha perusahaan yang bergerak dibidang pengelolaan sumber daya alam. Misalnya, agro industri, perkebunan dan perikanan darat.

### 3. Perusahaan Industri

Perusahaan industri adalah perusahaan yang bergerak dibidang pengelolaan bahan baku menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Misalnya pakaian dari bahan kain dan sepatu dari bahan kulit.

### 4. Perusahaan Niaga atau Perdagangan

Perusahaan niaga adalah perusahaan yang bergerak dibidang penyaluran atau jual beli barang dari perodusen kepada konsumen. Misalnya grosir, toko serta perusahaan ekspor dan impor.

### 5. Perusahaan Jasa

Perusahaan jasa adalah perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan jasa. Misalnya telekomunikasi, pos dan giro, perbankan dan asuransi.

## **b. Mengembangkan Gagasan Usaha**

Setelah dilakukannya pemilihan dari lapangan usaha, telah ditemukan ratusan atau bahkan ribuan gagasan usaha. Untuk

memperkecil pilihan dalam melakukan analisis berikutnya, maka kita harus membuat penyisihan dari berbagai jenis gagasan usaha yang telah dilakukan pada langkah pertama. Gagasan usaha yang dipilih adalah gagasan yang memiliki pertimbangan bahwa produk yang dihasilkan merupakan kebutuhan vital bagi manusia dengan tingkat permintaan dan harga yang relatif memadai.

Adapun metode-metode dalam mencari gagasan usaha, antara lain:

1. Metode ATM (Amati, Tiru dan Modifikasi)

Metode ini digunakan untuk mendirikan atau memulai suatu usaha salah satu metode yang cukup tepat, berisi perintah untuk mengamati usaha yang sudah ada sebelumnya, meniru usaha dan memodifikasinya.

2. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis berdasarkan faktor internal dan faktor eksternal. Metode ini paling sering digunakan dalam evaluasi bisnis guna mencari strategi yang akan dilakukan.

Analisis SWOT terdiri dari empat faktor, yaitu:

- *Strengths* (Kekuatan)

Merupakan kondisi kekuatan yang terdapat dalam organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada.

- *Weakness* (Kelemahan)

Merupakan kondisi kelemahan yang terdapat dalam organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada.

- *Opportunities* (Peluang)

Merupakan kondisi peluang berkembang di masa datang yang terjadi diluar organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri, misalnya kompetitor, kebijakan pemerintah dan kondisi lingkungan sekitar.

- *Threats* (Ancaman)

Merupakan kondisi yang mengancam dari luar yang dapat mengganggu organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri.

Gagasan usaha dapat dilakukan secara bertahap, artinya jika orang ingin menemukan ide atau gagasan akan memulai dengan melakukan survei lebih dahulu, setelah itu dilakukan pencocokan hasil survei dengan pengalaman pribadi sebelumnya atau dengan menguji hasil survei berdasarkan referensi yang pernah dibaca. Ada hal penting yang harus dilakukan untuk mengidentifikasi ide atau gagasan usaha, antara lain:

1. Melakukan survei atau pengamatan langsung ke lokasi
2. Menghimpun seluruh pengalaman mengenai usaha yang pernah ditekuni sebelumnya
3. Mendengar atau melakukan diskusi mengenai usaha khusus pada usaha yang sedang diminati saat ini

Ketiga hal ini sebenarnya merupakan tahapan awal dalam melakukan identifikasi ide atau gagasan usaha. Jika ide atau gagasan usaha sudah ditemukan, langkah berikutnya adalah dengan melakukan kajian secara umum dari sudut ekonomi,

kemampuan teknis, ketersediaan sumber daya manusia, khususnya yang berkaitan dengan keterampilan yang diperlukan. Terakhir mempertimbangkan kemampuan keuangan yang ada.

#### **D. Rangkuman**

Peluang usaha merupakan suatu kesempatan yang seharusnya dimanfaatkan bagi seseorang wirausaha dalam mencapai atau mendapatkan keuntungan. Pendekatan yang dilakukan untuk menemukan peluang usaha terbagi atas pendekatan *in-side-out* dan pendekatan *out-side-in*. Faktor yang perlu dilihat dan dikaji untuk memilih lapangan usaha adalah kondisi internal kita dan kondisi eksternal dimana usaha kita jalankan. Lapangan usaha adalah suatu kegiatan dari pekerjaan seseorang sesuai dengan golongan atau kualifikasi lapangan usaha untuk menghasilkan barang atau jasa.

Apabila seorang wirausaha ingin menemukan ide atau gagasan memulai survei lebih dahulu, setelah itu dilakukan pencocokan hasil survei dengan pengalaman pribadi sebelumnya atau dengan menguji hasil survei berdasarkan referensi yang pernah dibaca. Gagasan usaha dapat dilakukan secara bertahap, artinya Metode gagasan usaha dibagi dua yaitu metode ATM (amati, tiru dan modifikasi) dan analisis SWOT.

### **E. Pertanyaan**

1. Jelaskan ciri – ciri peluang usaha yang baik!
2. Bagaimana langkah – langkah dalam menentukan peluang usaha!
3. Coba buat analisis SWOT dari ide usaha yang anda akan jalani!



## **BAB V**

### **KOMUNIKASI**

#### **A. Pendahuluan**

Komunikasi merupakan dasar dalam menyampaikan pesan, mendekati pelanggan, memimpin karyawan dan memotivasi bagi seorang wirausaha. Dalam menciptakan produk unggulan, wirausaha harus membuat konsep layanan prima dan gagasan-gagasan kreatif yang kemudian dikomunikasikan agar berguna bagi orang lain. Apabila produk tersebut tidak dikomunikasikan kepada orang lain, maka hal tersebut menjadi tidak berguna.

Komunikasi penting bagi suatu organisasi, karena dengan adanya komunikasi yang baik suatu organisasi dapat berjalan dengan lancar dan berhasil. Jadi, komunikasi sangat berpengaruh dalam menjalankan organisasi atau bisnis. Perlu adanya pengetahuan tentang konsep-konsep dasar komunikasi seperti definisi komunikasi, komponen komunikasi dan prinsip-prinsip komunikasi guna untuk meningkatkan keahlian dalam menyampaikan informasi secara akurat.

#### **B. Pengertian Komunikasi**

Istilah komunikasi berasal dari bahasa Inggris yaitu *communication*. Secara etimologis komunikasi adalah dari bahasa Latin *communicatus*, kata ini bersumber dari kata *communis*. *Communis* artinya berbagi atau menjadi milik bersama yaitu suatu usaha yang memiliki tujuan untuk kebersamaan atau

kesamaan makna.

Louis Forsdale (1981) menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses memberikan signal menurut aturan tertentu, sehingga dengan cara ini suatu sistem dapat didirikan, dipelihara dan diubah. Komunikasi dalam hal ini juga dapat diartikan sebagai suatu proses. Signal yang dimaksud adalah berbentuk verbal dan non verbal, misalnya setiap bahasa mempunyai aturan tertentu baik bahasa lisan, tulisan maupun isyarat. Jika pengirim signal menggunakan bahasa yang sama dengan penerima, maka si penerima akan dapat memahami maksud dari signal tersebut, tetapi jika tidak maka signal tidak tersampaikan dengan baik.

Menurut Brent D. Rubben komunikasi manusia itu berkaitan dengan proses seseorang dalam berhubungan baik secara individu, kelompok organisasi dan dalam masyarakat untuk menciptakan, mengirimkan dan menggunakan informasi untuk mengkoordinasi lingkungannya.

Sudah banyak yang mendefinikan tentang pengertian komunikasi. Jika dianalisis pada prinsipnya dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan proses pemberitahuan, mendengarkan dan memahami secara kontiniu (terus menerus) dengan menggunakan lambang-lambang tertentu. Komunikasi yang baik adalah komunikasi yang berlangsung secara timbal balik dan terus menerus yang dapat menciptakan saling mengerti antara pihak pengirim dan penerima informasi. Dengan demikian, komunikasi dapat bermanfaat untuk mencapai tujuan bagi setiap wirausaha.

### C. Komponen Komunikasi

Berikut tiga unsur yang harus dipenuhi dalam proses komunikasi, yaitu: (Nurjaman & Umam, 2012)

1. Komunikator: orang yang menyatakan pesan kepada komunikan yang dapat berupa perseorangan atau kelompok.
2. Komunikan: orang yang menerima pesan dari komunikator.
3. Saluran/ media: wadah/ tempat yang menyalurkan isi pernyataan komunikator kepada komunikan yang digunakan oleh pengirim pesan.

Setiap unsur tersebut memiliki hubungan yang sangat erat dan sehingga dapat menentukan keberhasilan dari sebuah komunikasi. Selain ketiga unsur tersebut, terdapat sembilan unsur yang menjadi faktor-faktor kunci, yaitu: (Effendy, 2011:18)

1. *Sender* (komunikator): unsur yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.
2. *Encoding* (penyandian): sebuah proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambang.
3. *Message* (pesan): seperangkat lambang yang mempunyai makna yang disampaikan oleh komunikator.
4. *Media*: sebuah saluran komunikasi tempat berjalannya pesan dari komunikator kepada komunikan.
5. *Decoding*: proses saat komunikator menyampaikan makna pada lambang yang ditetapkan komunikan.
6. *Receiver*: komunikan yang menerima pesan dari komunikator.
7. *Response*: sebuah tanggapan atau reaksi dari komunikan

setelah menerima pesan.

8. *Feedback*: sebuah umpan balik yang diterima komunikator dari komunikan.
9. *Noise*: gangguan yang tidak direncanakan namun terjadi selama proses komunikasi dan menyebabkan komunikan menerima pesan yang berbeda dari komunikator.

#### **D. Tujuan Dan Fungsi Komunikasi**

Effendy (2003:55) menjelaskan bahwa terdapat tujuan dari komunikasi yang terbagi menjadi empat yaitu:

1. sikap (*to change the attitude*)
2. Mengubah opini/pendapat (*to change the opinion*)
3. Mengubah perilaku (*to change the behavior*)
4. Mengubah masyarakat (*to change the society*)

#### **Fungsi Komunikasi**

Selain tujuan, komunikasi memiliki fungsi tersendiri. Menurut Robbins & Judge (2011:5) sebuah kelompok atau organisasi, komunikasi memiliki empat fungsi utama, yaitu :

##### **a. Pengawasan**

Fungsi ini menjelaskan bahwa untuk mengawasi perilaku anggota dalam suatu organisasi diperlukan cara-cara dalam bertindak. Organisasi memiliki hierarki otoritas dan garis panduan formal yang patut ditaati oleh karyawan. Contohnya, ketika seorang karyawan diwajibkan untuk mengomunikasikan segala keluhan yang berkaitan dengan pekerjaan kepada atasan atau pada saat karyawan diminta untuk mematuhi segala

peraturan yang telah dibuat oleh perusahaan.

b. Motivasi

Menjaga motivasi dalam komunikasi dilakukan dengan cara menjelaskan kepada karyawan mengenai hal-hal yang harus dilakukan, seberapa baik pekerjaan dan apa yang harus dilakukan untuk memperbaiki kinerja yang dinilai kurang baik.

c. Ekspresi emosional

Fungsi komunikasi dimaksudkan sebagai jalan keluar dari perasaan-perasaan anggotanya dalam memenuhi kebutuhan sosial. Sebagai contoh, kelompok kerja/ karyawan merupakan sumber utama dalam interaksi sosial yang menciptakan sebuah mekanisme fundamental dimana melalui anggotanya mereka menunjukkan perasaan frustrasi dan rasa puas mereka.

d. Informasi

Komunikasi mempunyai peran sebagai pemberi informasi yang dibutuhkan baik oleh individu maupun kelompok yang digunakan untuk mengambil keputusan dengan cara menyampaikan data untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi pilihan-pilihan yang ada.

## **E. Kegunaan Mempelajari Ilmu Komunikasi**

Ruben and Steward (2005) menyatakan bahwa terdapat beberapa alasan mempelajari ilmu komunikasi, antara lain:

1. Komunikasi adalah fundamental dalam kehidupan kita.

Komunikasi memegang peranan penting dalam kehidupan kita sehari-hari. Setiap orang pasti melakukan komunikasi karena tidak ada aktivitas yang tidak menggunakan komunikasi. Dari

interaksi komunikasi kita dapat membuat perbedaan esensial apabila kita berkomunikasi dengan orang lain. Begitupun sebaliknya, orang lain akan berkomunikasi dengan kita. Jadi terjalinlah hubungan timbal balik antara dua belah pihak. Hal ini menjadikan komunikasi sangat fundamental dalam kehidupan kita.

2. Komunikasi adalah merupakan suatu aktifitas kompleks.

Komunikasi adalah suatu aktifitas kompleks dan menantang. Dalam hal ini ternyata aktifitas komunikasi bukanlah suatu aktifitas yang mudah. Untuk mencapai kompetensi komunikasi diperlukan understanding dan suatu keterampilan sehingga komunikasi yang dilakukan menjadi efektif.

3. Komunikasi adalah vital untuk suatu kedudukan/posisi efektif.

Karir dalam bisnis, pemerintah, atau pendidikan memerlukan kemampuan dalam memahami situasi komunikasi, mengembangkan strategi komunikasi efektif, memerlukan kerjasama antara satu dengan yang lain dan dapat menerima atas kehadiran ide-ide efektif melalui saluran-saluran komunikasi. Komunikasi yang dilakukan untuk mencapai kesuksesan dari suatu kedudukan/posisi tertentu antara lain melalui kemampuan secara personal dan sikap, kemampuan interpersonal, kemampuan dalam melakukan komunikasi oral dan tulisan, serta lain sebagainya.

4. Suatu pendidikan tinggi tidak menjamin kompetensi komunikasi yang baik.

Terkadang kita menganggap bahwa komunikasi hanyalah suatu yang bersifat *common sense* dan pasti sudah diketahui semua orang. Padahal masih banyak yang tidak memiliki keterampilan berkomunikasi yang baik, karena ternyata banyak pesan-pesan dalam komunikasi yang disampaikan tidak hanya dalam bentuk verbal, tetapi nonverbal, ada keterampilan komunikasi dalam bentuk tulisan dan oral, ada ketrampilan berkomunikasi secara interpersonal, ataupun secara kelompok, sehingga kita dapat berkolaborasi sebagai anggota dengan baik, dan lain-lain.

5. Komunikasi populer.

Komunikasi dikatakan populer karena banyak bidang-bidang komunikasi modern yang memfokuskan pada pembelajaran tentang pesan, ada juga tentang hubungan antara komunikasi dengan bidang profesional lainnya, termasuk hukum, bisnis, informasi, pendidikan, ilmu komputer dan lain-lain.

## **F. Komunikasi Dalam Organisasi**

Menurut Pace & Faules, pengertian komunikasi organisasi adalah sebagai penafsiran pesan dari unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Bagian-bagian komunikasi yang terdapat dalam organisasi memiliki hubungan satu dengan yang lain dalam suatu lingkungan

Menurut West & Turner (2012:38) terdapat variasi dari jenis komunikasi, yang meliputi:

- a. Komunikasi *Interpersonal* (percakapan antara atasan dan bawahan).
- b. Kesempatan berbicara di depan publik (presentasi yang dilakukan oleh para eksekutif dalam perusahaan).
- c. Kelompok kecil (kelompok kerja yang mempersiapkan laporan).
- d. Komunikasi dengan menggunakan media (memo internal, *e-mail* dan konferensi jarak jauh).

Dari pembagian jenis komunikasi organisasi diatas, West dan Turner menyimpulkan bahwa organisasi terdiri dari kelompok yang diarahkan oleh tujuan akhir yang sama.

## **G. Jenis-Jenis Komunikasi**

Efektifnya komunikasi dapat dilihat apabila maksud dari pemberi informasi sampai dengan benar atau dapat ditangkap oleh penerima informasi satu sama lain. Berikut merupakan jenis-jenis komunikasi antara lain:

1. Komunikasi menurut cara penyampaiannya
  - a. Komunikasi Lisan, merupakan komunikasi yang dilakukan secara langsung atau tidak dibatasi oleh jarak.
  - b. Komunikasi Tertulis, merupakan komunikasi yang dilakukan secara tulisan berbentuk surat, naskah, gambar atau pun spanduk dengan tujuan pesan yang diberikan tersampaikan dengan baik.

2. Komunikasi menurut kelangsungannya
  - a. Komunikasi langsung, merupakan komunikasi yang dilakukan tanpa bantuan, campur tangan atau perantara pihak lain.
  - b. Komunikasi tidak langsung, merupakan komunikasi yang dilakukan melalui perantara, baik itu pihak ketiga (selain penerima dan pengirim informasi) atau alat bantu komunikasi lainnya.
  
3. Komunikasi menurut perilakunya
  - a. Komunikasi formal, merupakan komunikasi resmi dimana informasi yang disampaikan menempuh jaringan organisasi struktur formal dan tampaknya mengalir dengan arah yang tidak dapat diduga.
  - b. Komunikasi informal, merupakan komunikasi dengan jaringan yang biasanya jauh lebih cepat dibandingkan dengan saluran-saluran resmi. Informasi informal/personal ini muncul dari interaksi diantara orang-orang.
  - c. Komunikasi nonformal, merupakan komunikasi yang terjadi antara formal dan informal yaitu komunikasi yang bertujuan dengan pelaksanaan tugas pekerjaan organisasi.
  
4. Komunikasi menurut aliran informasinya
  - a. Komunikasi satu arah, merupakan komunikasi yang berlangsung dari satu pihak saja.
  - b. Komunikasi dua arah, merupakan komunikasi yang bersifat timbal balik. Dalam hal ini komunikasi diberi kesempatan

untuk memberikan respon atau *feedback* kepada komunikasinya.

- c. Komunikasi ke atas, merupakan komunikasi yang terjadi dari bawahan kepada atasan.
- d. Komunikasi ke bawah, merupakan komunikasi yang terjadi dari atasan kepada bawahan.
- e. Komunikasi ke samping, merupakan komunikasi yang terjadi di antara orang yang memiliki kedudukan sejajar.

## **H. Lima Kaidah Komunikasi**

Terdapat 5 (lima) Kaidah Komunikasi efektif yang disingkat dengan *REACH* (*Respect, Empathy, Audible, Clarity, dan Humble*) yang berfungsi sebagai fondasi untuk mengembangkan kemampuan berbicara di depan publik, antara lain:

### *1. Respect* (Hormat)

*Respect* adalah sikap menghargai khalayak atau hadirin. Hal ini merupakan kaidah pertama dalam berkomunikasi dengan orang lain, termasuk berbicara di depan publik.

### *2. Empathy* (Empati)

*Empathy* adalah kemampuan menempatkan diri pada situasi atau kondisi yang dihadapi oleh orang lain. Rasa empati akan memberi kemampuan untuk dapat menyampaikan pesan (*message*) dengan cara dan sikap yang akan memudahkan penerima pesan (*receiver*) menerimanya.

### 3. *Audible* (Dapat didengar dan dipahami)

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

### 4. *Clarity* (Jelas)

*Clarity* adalah kejelasan dari pesan yang disampaikan. *Clarity* sangat tergantung pada mutu suara dan bahasa yang digunakan. Penggunaan bahasa yang memiliki tingkat kesulitan yang tinggi akan mengakibatkan orang lain susah untuk dimengerti dan itu akan menyebabkan apa yang kita sampaikan tidak dapat mencapai tujuannya. Seringkali orang menganggap remeh pentingnya *Clarity* dalam *public speaking*, sehingga tidak menaruh perhatian pada suara (*voice*) dan kata-kata yang dipilih untuk digunakan dalam presentasi atau pembicaraannya.

### 5. *Humble* (Rendah Hati)

*Humble* adalah sikap rendah hati yang terkait dengan hukum pertama untuk membangun rasa menghargai orang lain. Kerendahan hati juga berarti tidak sombong dan menganggap diri penting ketika berbicara di depan publik. Dengan adanya sifat rendah hati, pembicara dapat menangkap perhatian dan respon

positif dari publik pendengarnya.

Prinsip komunikasi tersebut diharapkan dapat memberikan pemahaman bahwa sebagai wirausaha harus memiliki komunikasi yang lebih baik, terutama berkomunikasi dengan efektif dengan pihak lain, yaitu memahami hakikat komunikasi, proses terjadinya komunikasi, syarat-syarat terjadinya komunikasi dan komunikasi antar pribadi secara efektif.

## **I. Rangkuman**

Komunikasi merupakan proses pemberitahuan, mendengarkan dan memahami secara kontiniu (terus menerus) dengan menggunakan lambang atau bahasa tertentu. Komunikasi yang baik adalah komunikasi yang berlangsung secara timbal balik dan terus menerus sehingga dapat menciptakan saling pengertian semua pihak (pengirim dan penerima informasi). Komponen komunikasi meliputi Lingkungan komunikasi, sumber penerima, *Enkoding-Decoding*, kompetensi komunikasi, pesan, saluran, umpan balik serta gangguan. Komunikasi dalam organisasi terdiri dari komunikasi formal dan informal, komunikasi ke atas dan ke bawah horizontal dan silang serta lima kaidah komunikasi

## **J. Pertanyaan**

1. Jelaskan perbedaan komunikasi formal dan informal!
2. Seberapa pentingnya komunikasi dalam berwirausaha!  
Jelaskan!
3. Jelaskan komunikasi yang baik dalam berwirausaha!



## **BAB VI**

### **KREATIVITAS DAN INOVASI**

#### **A. Pendahuluan**

Pentingnya kreatifitas adalah perannya sebagai pemicu pemikiran bagi seorang wirausaha. Dari hasil kreatifitas tersebut, maka akan diwujudkan dalam bentuk inovasi produk dan jasa. Untuk mengetahui seberapa kreatif diri kita, maka dapat dilakukan pengukuran dengan melakukan test atau uji. Hal ini dilakukan untuk menunjukkan seberapa baik wirausaha memenuhi syarat dalam bidang kreatifitas.

Kemampuan inovasi dan kreatifitas dalam pengembangan usaha dibutuhkan untuk menghadapi tantangan dalam usaha, khususnya seperti menemukan produk dan layanan yang unggul. Pembisnis sukses akan menghasilkan banyak produk dan layanan yang merupakan hasil inovasi dan kreatifitas yang dikembangkan dalam usaha. Jadi, inovasi dan kreatifitas diperlukan untuk menjadi wirausaha yang unggul.

Penerapan inovasi dan kreativitas mempunyai perbedaan. Walaupun memiliki wilayah domain yang sama namun keduanya memiliki batasan yang jelas. Langkah awal menuju inovasi yang terdiri dari berbagai tahapan adalah ringkasan dari makna kreativitas. Kreativitas berhubungan dengan produksi pembaruan dan ide yang bermanfaat sedangkan inovasi berkaitan dengan produksi atau adopsi ide yang bermanfaat dan implementasinya.

## **B. Pengertian Kreativitas dan Inovasi**

Kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk melahirkan atau menciptakan sesuatu yang baru baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya. Zimmerer (1996) menjelaskan bahwa untuk mengembangkan keterampilan, seseorang menggunakan otak sebelah kiri. Sedangkan otak sebelah kanan digunakan untuk mengembangkan keterampilan yang kreatif. Jadi dapat disimpulkan bahwa kreativitas adalah kemampuan seseorang dalam mengembangkan pemikiran supaya terciptanya gagasan baru yang dapat memperbarui gagasan lama.

Inovasi atau *innovation* berasal dari bahasa inggris dengan kata *innovate* dan bahasa latin *innovare* yang memiliki makna membuat perubahan atau memperkenalkan sesuatu yang baru. Inovasi merupakan proses menemukan sesuatu yang baru ke dalam situasi yang baru juga. Pembaruan ini berbeda bagi banyak orang karena sifatnya relatif (anggapan baru seseorang dapat menjadi anggapan lama bagi orang lain).

## **C. Proses Kreatif**

Dalam mengembangkan kreativitas, terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan. Antara lain:

### **1. Persiapan**

Persiapan merupakan suatu kegiatan awal sebelum melakukan sebuah kegiatan. Langkah ini mencakup persiapan akal untuk berfikir kreatif, pelatihan formal, pelatihan kerja, pengalaman bekerja dan mengambil peluang belajar lainnya.

Pelatihan ini memberikan dasar cara membangun kreatifitas dan inovasi.

## 2. Investigasi

Investigasi merupakan upaya penelitian, penyelidikan, pencarian, pemeriksaan dan pengumpulan data, informasi dan temuan lainnya untuk mengetahui kebenaran atau bahkan mencari sebuah fakta yang kemudian menyajikan kesimpulan atas rangkaian temuan dan susunan kejadian. Diharapkan langkah ini dapat mengembangkan pemahaman kuat atas masalah atau situasi yang ada.

## 3. Transformasi

Transformasi merupakan perubahan bentuk, ukuran dan posisi suatu benda atau kegiatan. Informasi yang disajikan harus dipandang dari perbedaan dan persamaan yang ada karena itu adalah langkah awal untuk mendapatkan kesimpulan yang jelas.

## 4. Inkubasi

Inkubasi merupakan proses menjaga sesuatu hal dalam kondisi tertentu dengan tujuan agar hal tersebut dapat berkembang dan menghasilkan sesuatu yang sesuai dengan harapan. Langkah ini menjelaskan bahwa peran alam bawah sadar sangat penting dan memerlukan waktu untuk merefleksi informasi yang dikumpulkan.

## 5. Iluminasi

Iluminasi merupakan sebuah konsep penerangan terhadap pemahaman atau pemikiran yang menggambarkan kebenaran dalam konsep tunggal.

## 6. Verifikasi

Verifikasi merupakan suatu tahap pemeriksaan terhadap kebenaran laporan, pernyataan, perhitungan dan sebagainya. Bagi para wirausaha, melakukan validasi atas ide akan memastikan akurasi dan manfaatnya, dijalankan dengan melakukan percobaan, menjalankan percobaan, menjalankan simulasi, menguji pemasaran produk atau jasa, menetapkan program pemandu dalam skala kecil, membuat prototype dan banyak kegiatan lainnya yang dirancang untuk memverifikasi bahwa ide baru tersebut bisa diterapkan dengan berhasil dan praktis.

## 7. Implementasi

Implementasi merupakan suatu tindakan dari rencana yang telah disusun secara cermat dan rinci (matang). Fokus dalam langkah ini adalah merealisasikan pemikiran/ ide menjadi kenyataan.

### **D. Meningkatkan Kreativitas dalam Organisasi**

Lingkungan wirausahawan harus dapat menyuburkan atau menciptakan kreativitas bagi dirinya sendiri maupun bagi karyawannya. Lingkungan organisasi yang tepat dapat

mendorong orang untuk mengembangkan usaha/ bisnisnya dengan cara menumbuhkan ide baru walaupun kreasi tersebut mudah untuk dihancurkan.

Adapun cara untuk meningkatkan kreativitas di dalam organisasi, yaitu:

1. Menjadikan kreativitas sebagai nilai inti perusahaan
2. Merangkul keragaman
3. Mengharapkan kreativitas/ pembaharuan
4. Mengharapkan dan memberikan ruang pada kegagalan
5. Mendorong rasa ingin tahu
6. Melakukan perubahan tata ruangan secara periodik
7. Memandang masalah sebagai tantangan
8. Memberikan pelatihan kreativitas
9. Memberikan dukungan
10. Mengembangkan prosedur untuk menangkap ide-ide
11. Berbicara dengan pelanggan
12. Mencari tahu kegunaan produk atau jasa perusahaan
13. Memberi penghargaan terhadap kreativitas

## **E. Jenis-jenis Inovasi**

### **1. Inovasi Terobosan**

Inovasi terobosan merupakan inovasi dalam hal produk, proses, teknologi atau biaya terkait hal ini yang menunjukkan lompatan ketentuan ke arah perbaikan pada satu atau lebih cara-cara tersebut. Inovasi terobosan meliputi mesin uap, komputer, pesawat terbang, mobil, internet dan nonteknologi.

## 2. Inovasi Teknologi

Inovasi teknologi merupakan memperkenalkan suatu teknologi, pelayanan dan cara-cara baru yang lebih bermanfaat. Munculnya lebih sering bila dibandingkan dengan inovasi terobosan dan pada umumnya tidak berada tingkat yang sama dengan penemuan ilmiah dan kemajuan. Meski demikian, inovasi ini juga berarti karena dapat menawarkan kemajuan pada produk atau pasar.

## 3. Inovasi Biasa

Inovasi biasa merupakan inovasi yang paling sering muncul. Inovasi yang jumlahnya lebih banyak ini biasanya mengembangkan inovasi teknologi menjadi produk atau jasa yang lebih baik atau inovasi yang memiliki daya tarik pasar yang berbeda biasanya lebih baik. Inovasi ini berasal dari analisis daya tarik pasar bukan dorongan teknologi.

## **F. Meningkatkan Inovasi dalam Organisasi**

Paul Sloane dalam sebuah tulisannya menjelaskan bahwa terdapat 10 solusi untuk meningkatkan inovasi dalam suatu organisasi, yaitu:

1. Memiliki visi untuk berubah
2. Memiliki semangat untuk perubahan
3. Memerangi ketakutan akan perubahan
4. Berfikir seperti pemodal yang berani mengambil resiko
5. Memiliki suatu rencana usulan yang dinamis
6. Mematahkan aturan

7. Beri setiap orang dua pekerjaan
8. Kolaborasi
9. Menerima kegagalan
10. Membangun prototype

## **G. Peranan Inovasi dan Kreativitas dalam Pengembangan Produk dan Jasa**

Inovasi dan kreatifitas memegang peranan penting dalam mengembangkan produk dan jasa dalam bisnis. Berbagai kesuksesan wirausaha di dunia disebabkan oleh kreatifitas dalam mengembangkan produk. Persaingan yang ketat dapat mendorong wirausaha untuk memiliki kreatifitas yang tinggi. Daya kreatifitas tersebut harus dilandasi cara berpikir maju, gagasan-gagasan baru yang berbeda dibandingkan produk-produk yang telah ada. Gagasan-gagasan yang kreatif umumnya tidak dapat dibatasi oleh ruang, bentuk ataupun waktu dan memberikan terobosan-terobosan baru dalam dunia usaha.

Saat ini berbagai hasil dari inovasi yang didasarkan kreatifitas wirausaha menjadi produk dan jasa yang unggul. Wirausaha memberikan nilai tambah atas barang dan jasa yang kemudian menciptakan berbagai keunggulan termasuk keunggulan bersaing melalui proses kreatif dan inovatif. Salah satu langkah yang harus dilakukan oleh wirausaha adalah mengembangkan dan memajukan produk-produk usaha yang lebih unggul. Contoh perusahaan yang sukses dalam produknya karena memiliki kreativitas dan inovasi dibidang teknologi adalah perusahaan seperti Microsoft, Sony, dan Toyota Motor.

## **Microsoft dan Kreativitas**

Bill Gates merupakan seorang pendiri dan CEO dari Microsoft. Bill Gates menyatakan bahwa ia tidak inovator dan tidak ingin menjadi pemimpin dalam pengembangan perangkat lunak, bisnis yang berisiko tinggi dengan masa depan yang tidak dapat diprediksi. Dia lebih memilih perusahaan lain datang dengan ide-ide inovatif dan menguji pemasaran mereka. Jika berhasil, Microsoft juga akan mencoba untuk mendapatkan teknologi mereka atau mengembangkan produk untuk aplikasi serupa.

Bill Gates mengusulkan semacam kontrak untuk IBM dan merupakan pemasar yang sangat kreatif. Bill Gates mengklaim bahwa perusahaannya mulai dari awal gaya yang sangat sederhana dan terletak di *basement*, kemudian berkembang menjadi pengembang perangkat lunak yang dominan di dunia yang membuat dia sekarang menjadi orang terkaya di dunia.

Bill Gates adalah orang yang sangat kreatif dan tahu bagaimana menerapkan kreativitas untuk berbagai teknik pengembangan pasar. Kontrak yang terkenal dengan IBM untuk mengembangkan MS DOS adalah apa yang membawa Microsoft dari perusahaan skala kecil *software* biasa untuk menjadi pemain utama. Dalam kontrak itu, ia cukup kreatif untuk menemukan cara untuk melayani IBM, sambil mempertahankan hak lisensi dari system operasinya.

Di belakang banyak analis mengklaim bahwa itu adalah kepicikan dari IBM untuk membiarkan Bill Gates untuk pergi

dengan kontrak tersebut. Mungkin kepicikan adalah faktor. Tetapi jika kita memproyeksikan kembali ke awal 1980-an, sangat sedikit orang akan memiliki visi untuk mengenali pentingnya perangkat lunak, dan bahkan lebih sedikit pertumbuhan potensinya.

## **H. Rangkuman**

Kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relative berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya.

Inovasi merupakan proses menemukan atau mengimplementasikan sesuatu yang baru ke dalam situasi yang baru. Produk jasa yang unggul berasal dari berbagai hasil inovasi yang didasarkan kreatifitas wirausaha. Wirausaha memberikan nilai tambah atas barang dan jasa yang kemudian menciptakan berbagai keunggulan termasuk keunggulan bersaing melalui proses kreatif dan inovatif. Salah satu langkah yang harus dilakukan oleh wirausaha adalah mengembangkan dan memajukan produk-produk usaha yang lebih unggul.

Dalam mengembangkan kreativitas, ada beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu persiapan, investigasi, transformasi, inkubasi, iluminasi, verifikasi dan implementasi.

## **I. Pertanyaan**

1. Apa yang dimaksud dengan kreatif dan inovatif?
2. Sebagai seorang wirausaha, kreativitas seperti apa yang harus dimiliki agar usaha tersebut maju?
3. Jika anda mempunyai sebuah usaha, inovasi apa yang ada pada usaha tersebut yang membedakan dengan usaha yang lain!

## **BAB VII**

### **MANAJEMEN KEUANGAN USAHA**

#### **A. Pengertian Manajemen Keuangan**

Menurut Bambang Riyanto, seorang ahli dari Indonesia berpendapat bahwa pengertian manajemen keuangan adalah semua aktivitas perusahaan yang berkaitan dengan upaya dalam mendapatkan pembiayaan yang diperlukan dengan dana seminimal mungkin dan syarat-syarat yang menguntungkan dan usaha untuk menggunakan dana tersebut seefisien mungkin. Tujuan manajemen keuangan terbagi atas:

1. Memaksimalkan keuntungan
2. Menjaga kelangsungan hidup
3. Menurunkan biaya modal

Manajer keuangan memiliki kepentingan dengan penentuan jumlah aktiva dari investasi pada berbagai aktiva dan memilih sumber-sumber dana untuk membelanjai aktiva tersebut.

Terdapat tiga aktivitas/fungsi yang berhubungan dengan manajemen keuangan:

1. Aktivitas penggunaan dana (*Allocation of funds*): aktivitas dalam menginvestasikan dana pada berbagai aktiva.
2. Aktivitas perolehan dana (*Raising of funds*): aktivitas untuk mendapatkan sumber dana baik dari sumber internal perusahaan maupun sumber eksternal perusahaan, termasuk juga politik dividen.
3. Aktivitas pengelolaan aktiva (*Manajemen assets*): setelah

dana diperoleh dan dialokasikan dalam bentuk aktiva-aktiva harus dikelola seefisien mungkin.

## **B. Ruang Lingkup Manajemen Keuangan**

Ada beberapa pengaturan keuangan pada sebuah organisasi, antara lain:

1. Keputusan investasi, kebijakan perusahaan dalam penggunaan aset.
2. Keputusan keuangan, keputusan yang berhubungan dengan keputusan pembiayaan seperti jenis sumber, periode pembiayaan, biaya dan pengembalian.
3. Keputusan dividen, keputusan mengenai proporsi laba yang akan diperoleh pemegang saham dan proporsi dana yang disimpan untuk diversifikasi usaha.

## **C. Fungsi Manajemen Keuangan**

Setiap usaha pasti memiliki fungsi dalam manajemen keuangannya, berikut beberapa fungsi manajemen keuangan antara lain:

1. Memperoleh dana (*raising of fund*)
2. Menggunakan dana (*allocation of fund*)

## **D. Memperoleh Dana**

Pada dasarnya sumber permodalan untuk memulai suatu usaha dapat di peroleh melalui:

- a. Modal Sendiri

Sumber modal sendiri merupakan cara yang paling

mudah yaitu diperoleh dari tabungan, dana cadangan atau mempergunakan aset yang tidak produktif.

#### b. Pinjaman Bank

Apabila modal sendiri tidak mencukupi untuk memenuhi kebutuhan, pinjaman dari bank dapat menjadi alternatif sebagai wadah penambahan modal usaha. Ada tiga jenis kredit perbankan, yaitu :

1. Kredit Usaha yaitu kredit yang ditunjukkan untuk membiayai usaha yang produktif.
2. Kredit Konsumsi yaitu kredit yang digunakan untuk membeli sesuatu yang sifatnya konsumtif, misalnya membeli rumah atau kendaraan pribadi
3. Kredit Serbaguna yaitu kredit yang bisa digunakan untuk tujuan konsumsi maupun usaha.

### **E. Menggunakan Dana**

Aktivitas dalam penggunaan dana adalah aktivitas menginvestasikan dana pada berbagai aktiva yang dikenal sebagai portofolio. Istilah portopolio sendiri memiliki arti dalam manajemen strategis dan pemasaran yaitu digunakan untuk menunjukkan sekumpulan produk, proyek, layanan jasa atau merk yang ditawarkan untuk dijual oleh suatu perusahaan.

### **F. Rangkuman**

Manajemen keuangan adalah semua aktivitas perusahaan yang berkaitan dengan upaya dalam mendapatkan pembiayaan

yang diperlukan dengan dana seminimal mungkin dan syarat-syarat yang menguntungkan dan usaha untuk menggunakan dana tersebut seefisien mungkin. Tujuan manajemen keuangan yaitu memaksimalkan keuntungan, menjaga kelangsungan hidup dan menurunkan biaya modal.

### **G. Pertanyaan**

1. Seberapa pentingkah manajemen keuangan dalam berwirausaha!
2. Bagaimana manajemen keuangan yang baik dalam suatu usaha!
3. Buatlah suatu konsep keuangan dari usaha yang anda punya!

## **BAB VIII**

### **EVALUASI KINERJA**

#### **A. Pengertian Evaluasi Kinerja**

Proses pengendalian merupakan suatu mekanisme untuk menjamin terealisasinya tujuan perencanaan. Peranan dalam mencapai tujuan perusahaan terdapat dalam fungsi perencanaan dan pengendalian. Oleh sebab itu, para wirausaha harus dapat merencanakan dan mengendalikan aktivitas-aktivitas usaha dengan cara tertentu.

Proses perencanaan akan memberikan arah atau dapat dijadikan sebagai pedoman bagi kegiatan-kegiatan usaha, sedangkan pengendalian akan menjamin terjadinya keselarasan antara tujuan-tujuan dan rencana usaha. Dengan demikian pengendalian dimaksudkan untuk mengecek efektivitas penyelesaian rencana-rencana yang telah disusun dan ditetapkan. Terdapat 3 tahapan dalam pengendalian kinerja, yaitu:

1. Mengukur kinerja aktual

Pengukuran kinerja merupakan salah satu tantangan dalam melakukan pengendalian sehingga membutuhkan kejelian dan ketegasan dalam memastikan bahwa aktifitas yang dilakukan telah disusun rencana dan diukur kinerjanya

2. Membandingkan kinerja aktual dengan standar

Proses pengendalian dan pengawasan merupakan suatu upaya sistematis untuk menetapkan kinerja standar untuk merancang sistem informasi umpan balik, kemudian

membandingkan kinerja aktual dengan standar yang telah ditentukan. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk menetapkan apakah telah terjadi suatu penyimpangan, serta untuk mengambil tindakan perbaikan yang diperlukan untuk menjamin bahwa semua sumber daya telah digunakan seefektif dan seefisien mungkin guna mencapai tujuan perusahaan.

### 3. Melakukan tindakan manajerial

Pengendalian akan menuntut aktifitas tindakan manajerial. Dalam upaya tersebut untuk setiap cara agar pengendalian tindakan ini dapat mencapai pengendalian ketat yaitu memutuskan berbagai aktifitas managerial yang konsisten dalam semua tindakan yang kritis bagi kesuksesan usaha.

## **B. Syarat Efektivitas Evaluasi Kinerja**

Ada beberapa syarat yang dapat dilakukan dalam evaluasi kinerja yang efektif, antara lain:

1. *Relevance*: berhubungan dengan standar tampilan kerja dari suatu tugas dan tujuan organisasi.
2. *Sensitivity*: sistem penilaian yang digunakan dapat membedakan antara pegawai yang efektif dan tidak efektif.
3. *Realibility*: sistem yang digunakan harus dapat diandalkan dan dipercaya.
4. *Acceptability*: jenis dan tingkat perilaku kerja harus dapat diterima oleh atasan dan bawahan.
5. *Practicality*: mudah dimengerti

### **C. Manfaat Evaluasi Kinerja**

Payaman Simanjuntak (2005) menyatakan bahwa manfaat evaluasi kinerja adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan Kinerja. Terutama bila hasil evaluasi kinerja menunjukkan kinerja seseorang rendah atau dibawah standar yang telah ditetapkan, maka orang yang bersangkutan dan atasannya akan segera membuat segala upaya untuk meningkatkan kinerja tersebut, misalnya dengan bekerja lebih keras dan tekun. Untuk itu, setiap pekerja perlu menyadari dan memiliki:
  - a. Kemampuan tertentu sebagai dasar untuk mengembangkan diri lebih lanjut
  - b. Keinginan untuk terus belajar dan meningkatkan kemampuan kerja
  - c. Sikap tertarik pada pekerjaan dan etos kerja yang tinggi
  - d. Keyakinan untuk berhasil.
  
2. Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM). Evaluasi kinerja mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan setiap individu, serta potensi yang dimilikinya. Dengan demikian manajemen dan individu dimaksud dapat mengoptimalkan pemanfaatan keunggulan dan potensi individu yang bersangkutan, serta mengatasi dan mengkompensasi kelemahan-kelemahannya melalui program pelatihan. Manajemen dan individu, baik untuk memenuhi kebutuhan perusahaan atau organisasi, maupun dalam rangka pengembangan karier mereka masing-masing.

3. Pemberian Kompensasi. Melalui evaluasi kinerja individu, dapat diketahui siapa yang memberikan kontribusi kecil dalam pencapaian hasil akhir organisasi atau perusahaan. Pemberian imbalan atau kompensasi yang adil haruslah didasarkan kepada kinerja atau kontribusi setiap orang kepada perusahaan. Pekerja yang menampilkan evaluasi kinerja yang tinggi patut diberi kompensasi, antara lain berupa: pemberian penghargaan dan atau uang ; pemberian bonus yang lebih besar daripada pekerja lain, dan atau percepatan kenaikan pangkat dan gaji.
4. Program Peningkatan Produktivitas. Dengan mengetahui kinerja masing-masing individu, kekuatan dan kelemahan masing-masing serta potensi yang mereka miliki manajemen dapat menyusun program peningkatan produktivitas perusahaan.
5. Program Kepegawaian. Hasil evaluasi kinerja sangat bermanfaat untuk menyusun program-program kepegawaian, termasuk promosi, rotasi dan mutasi, serta perencanaan karier pegawai.
6. Menghindari Perlakuan Diskriminasi. Evaluasi kinerja dapat menghindari perlakuan diskriminasi dan kolusi, karena setiap tindakan kepegawaian akan didasarkan kepada kriteria obyektif, yaitu hasil evaluasi kinerja.

## **D. Tujuan Evaluasi Kinerja**

Tujuan dari evaluasi kinerja menurut James E. Neal Jr (2003:4-5) adalah:

- a. Mengidentifikasi kemampuan dan kekuatan karyawan
- b. Mengidentifikasi potensi perkembangan karyawan
- c. Memberikan informasi bagi perkembangan karyawan
- d. Membuat organisasi lebih produktif
- e. Memberikan data bagi kompensasi karyawan yang sesuai
- f. Memproteksi organisasi dari tuntutan hukum perburuhan.

## **E. Elemen Evaluasi Kinerja**

Menurut Werther & Davis (1996), elemen utama dalam sistem pengendalian kinerja terbagi atas:

### *1. Performance Standart*

Penilaian kinerja sangat membutuhkan standar yang jelas yang dijadikan patokan terhadap kinerja yang akan diukur. Hal ini berhubungan dengan jenis pekerjaan yang akan diukur dan hasil yang diharapkan akan terlihat dengan adanya penilaian kinerja ini.

Terdapat 4 hal yang harus diperhatikan dalam menyusun standar penilaian kinerja yang baik dan benar yaitu:

- a. *Validity* berarti keabsahan standar tersebut sesuai dengan jenis pekerjaan yang dinilai. Keabsahan yang dimaksud di sini adalah standar tersebut memang benar-benar sesuai atau relevan dengan jenis pekerjaan yang akan dinilai tersebut.
- b. *Agreement* berarti persetujuan, yaitu standar penilaian

tersebut disetujui dan diterima oleh semua pegawai yang akan mendapat penilaian. Ini berkaitan dengan prinsip validity di atas.

- c. *Realism* berarti standar penilaian tersebut bersifat realistis, dapat dicapai oleh para pegawai dan sesuai dengan kemampuan pegawai.
- d. *Objectivity* berarti standar tersebut bersifat obyektif, yaitu adil, mampu mencerminkan keadaan yang sebenarnya tanpa menambah atau mengurangi kenyataan dan sulit untuk dipengaruhi oleh bias-bias penilai.

## 2. Kriteria Manajemen Kinerja (Criteria for Managerial Performance)

Kriteria penilaian kinerja dapat dilihat melalui beberapa dimensi, yaitu:

- a. Kegunaan fungsional bersifat krusial, karena hasil penilaian kinerja dapat digunakan untuk melakukan seleksi, kompensasi, dan pengembangan pegawai, maka hasil penilaian kinerja harus valid, adil, dan berguna sehingga dapat diterima oleh pengambil keputusan.
- b. Valid atau mengukur apa yang sebenarnya hendak diukur dari penilaian kinerja tersebut
- c. Bersifat empiris, bukan berdasarkan perasaan semata.
- d. Sensitivitas kriteria. Kriteria itu menunjukkan hasil yang relevan saja, yaitu kinerja, bukan hal-hal lainnya yang tidak berhubungan dengan kinerja.
- e. Sistematika kriteria. Hal ini tergantung dari kebutuhan

organisasi dan lingkungan organisasi. Kriteria yang sistematis tidak selalu baik. Organisasi yang berada pada lingkungan yang cepat berubah mungkin justru lebih baik menggunakan kriteria yang kurang sistematis untuk cepat menyesuaikan diri dan begitu juga sebaliknya.

- f. Kelayakan hukum yaitu kriteria itu harus sesuai dengan hukum yang berlaku.

## **F. Rangkuman**

Pengendalian merupakan suatu mekanisme untuk menjamin terealisasinya tujuan perencanaan. Peranan dalam mencapai tujuan perusahaan terdapat dalam fungsi perencanaan dan pengendalian. Oleh sebab itu, para wirausaha harus dapat merencanakan dan mengendalikan aktivitas-aktivitas usaha dengan cara tertentu. Proses pengendalian dan pengawasan merupakan suatu upaya sistematis untuk menetapkan kinerja standar untuk merancang sistem informasi umpan balik, kemudian membandingkan kinerja aktual dengan standar yang telah ditentukan

## **G. Pertanyaan**

1. Jelaskan manfaat evaluasi kinerja!
2. Jelaskan 3 tahapan dalam evaluasi kinerja!
3. Bagaimana sistem pengendalian yang baik bagi seorang wirausaha dalam menjalankan usahanya!



## **BAB IX**

### **PENGEMBANGAN ETIKA DAN STRATEGI BISNIS**

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

Etika berasal dari bahasa Yunani Kuno yaitu “*ethikos*”, berarti timbul dari kebiasaan merupakan suatu cabang filsafat yang mempelajari nilai/ kualitas yang menjadi studi mengenai standar dan penilaian moral. Etika mencakup hal yang berkaitan dengan penerapan konsep benar dan salah, baik buruk dan tanggung jawab. Secara metodologis, etika memerlukan sikap kritis dan sistematis dalam melakukan refleksi. Itu yang menyebabkan etika termasuk kedalam suatu ilmu yang berkaitan dengan tingkah laku manusia. Jadi, etika adalah kajian ilmu tentang tingkah laku seseorang dari sudut pandang normatif.

Menurut Zimmerer (1996:20), etika bisnis merupakan suatu kode etik perilaku pengusaha berdasarkan nilai-nilai moral dan norma yang dijadikan tuntunan dalam membuat keputusan dan memecahkan persoalan. Etika bisnis juga termasuk ke dalam bagian dari filsafat yang memiliki arti luas yaitu suatu usaha sistematis untuk memahami pengalaman manusia baik secara individu (pribadi) maupun kelompok (organisasi). Masih banyak orang yang tidak sadar dengan fungsi etika. Hak ini menyebabkan peran etika menjadi bagian yang integral dari pribadi seseorang sehingga tidak lagi dipersoalkan. Sasaran etika adalah moralitas, yang mencakup praktek dan kegiatan yang membedakan hal-hal yang harus diperhatikan seperti aturan-aturan yang mengendalikan kegiatan itu dan nilai-nilai yang dijadikan sasaran oleh praktek tersebut.

## **B. Pengertian Strategi Bisnis**

Secara umum, strategi bisnis adalah berbagai macam upaya yang dilakukan supaya bisnis yang dijalankan bisa mencapai tujuan dengan efektif dan efisien. Tujuan disini maksudnya adalah mendapatkan pendapatan yang maksimal dan keberhasilan dalam jangka panjang. Strategi bisnis juga bisa diartikan sebagai upaya perusahaan dalam mengambil suatu kebijakan dan pedoman yang mempunyai komitmen dan tindakan yang terintegrasi. Hal tersebut dirancang untuk membangun keunggulan dalam persaingan bisnis untuk memenuhi dan mencapai tujuan bisnis.

## **C. Pengembangan Etika Bisnis**

Dalam dunia bisnis, etika diperlukan untuk mengelola dan menjalankan sebuah bisnis. Karena dengan etika yang baik maka bisnis akan lebih mudah untuk dikembangkan dan diterapkan didalam suatu usaha. Setiap wirausaha tentunya menyakini bahwa prinsip menjalankan bisnis yang baik adalah prinsip yang beretika. Oleh karena itu, etika dapat dijadikan pedoman bagi semua pembisnis.

## **D. Sasaran dan Lingkup Etika Bisnis**

1. Etika bisnis bertujuan untuk menghimbau pelaku bisnis agar menjalankan bisnisnya secara baik.
2. Untuk menyadarkan masyarakat khususnya konsumen dan masyarakat luas akan hak dan kepentingan mereka yang tidak boleh dilanggar oleh praktek bisnis siapapun.

3. Etika bisnis membahas tentang sistem ekonomi yang sangat menentukan etis tidaknya suatu praktek bisnis.

### **E. Prinsip-prinsip Etika Bisnis**

Pada dasarnya, setiap pelaksanaan bisnis harusnya menyelaraskan proses bisnis dengan etika bisnis yang telah disepakati secara umum dalam lingkungan wirausaha. Sonny Keraf (1776) menjelaskan bahwa prinsip etika bisnis adalah sebagai berikut:

- a. Prinsip otonomi, sikap dan kemampuan manusia untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadarannya tentang apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan.
- b. Prinsip kejujuran, terdapat tiga lingkup kegiatan bisnis yang bisa ditunjukkan secara jelas bahwa bisnis tidak akan bisa bertahan lama dan berhasil kalau tidak didasarkan atas kejujuran.
  1. Jujur dalam pemenuhan syarat-syarat perjanjian dan kontrak.
  2. Jujur dalam penawaran barang atau jasa dengan mutu dan harga yang sebanding.
  3. Jujur dalam hubungan kerja intern dalam suatu perusahaan.
- c. Prinsip Keadilan, menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan sesuai kriteria yang rasional obyektif, serta dapat dipertanggung jawabkan.
- d. Prinsip Saling menguntungkan (mutual benefit principle) bisnis harus dijalankan sedemikian rupa sehingga

menguntungkan semua pihak

- e. Prinsip Integritas Moral, terutama dihayati sebagai tuntutan internal dalam diri pelaku bisnis atau perusahaan, agar perlu menjalankan bisnis dengan tetap menjaga nama baik pimpinan atau orang-orangnya maupun perusahaannya.

## **F. Peran Etika Bisnis**

Adapun etika bisnis perusahaan memiliki peran yang sangat penting, yaitu untuk membentuk suatu perusahaan yang kokoh dan memiliki daya saing yang tinggi serta mempunyai kemampuan menciptakan nilai yang tinggi, dimana diperlukan suatu landasan yang kokoh untuk mencapai itu semua. Dan biasanya dimulai dari perencanaan strategis, organisasi yang baik, sistem prosedur yang transparan didukung oleh budaya perusahaan yang handal serta etika perusahaan yang dilaksanakan secara konsisten dan konsekuen. Menurut Richard De George, bila perusahaan ingin sukses/berhasil memerlukan 1 hal pokok yaitu:

- a. Memiliki produk yang baik
- b. Memiliki manajemen yang baik
- c. Memiliki Etika

## **G. Strategi Bisnis**

Setiap perusahaan tentunya memerlukan strategi bisnis jika usaha atau perusahaannya ingin berkembang dan maju dalam kondisi persaingan bisnis di dunia global yang semakin maju ini. Merancang strategi bisnis adalah suatu hal yang wajib

untuk dilakukan oleh para pengusaha dan perusahaan. Tanpa pendekatan yang tepat suatu bisnis akan mengalami kesulitan untuk bisa bertahan dalam persaingan pasar.

## H. Prinsip Dasar Strategi Bisnis

Berikut ini adalah beberapa prinsip dasar strategi bisnis, antaralain:.

1. Mulai dengan Data, dalam merancang suatu strategi, tidak hanya mengandalkan insting atau asumsi saja. Wirausaha dapat melakukan berbagai riset sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan sesuai dengan data atau informasi terbaru yang akurat. Dalam proses pengumpulan data, bisa dimulai dari data tentang bisnis yang dilakukan. Kumpulkan semua fakta tentang bagaimana bisnis berjalan dalam kurun waktu tertentu.
2. Memilih Pendekatan Strategi Bisnis, terdapat beberapa pendekatan yang bisa dilakukan yaitu sebagai berikut.
  - a. Analisa SWOT: suatu rencana dalam pemecahan permasalahan yang dihadapi oleh berbagai organisasi atau perusahaan yang mempunyai keinginan adanya suatu penilaian terhadap rencana yang akan dikehendaki. Analisis ini terdiri dari faktor internal (kekuatan /*strength* dan kelemahan/*weakness*), serta faktor eksternal (peluang *opportunity* dan ancaman/*threat*).
  - b. Analisis SMART: suatu analisis yang bertujuan untuk dapat mengetahui dan juga menguji hasil kuantitatif keadaan dari suatu kegiatan. Analisis ini terdiri dari spesifik (*Specific*), terukur (*Measurable*), keberhasilan

(*Achievable*), beralasan (*Reasonable*) dan order waktu (*Time order*).

3. Menentukan detail strategi bisnis, setelah melakukan riset atau analisis wirausaha dapat menentukan detail strategi yang akan diaplikasikan. Tujuannya adalah untuk mempermudah dalam pelaksanaan strategi yang sudah disusun atau direncanakan dengan tepat.
4. Evaluasi berdasarkan data, melakukan pengecekan apakah strategi yang dilakukan sudah berhasil. Apabila sudah berhasil, yang harus dilakukan selanjutnya adalah terus melakukan pengawasan pada pelaksanaan strategi tersebut. Jika belum berhasil, maka perlu untuk melakukan pengecekan bagian mana yang tidak berhasil dan apa yang menjadi penyebabnya.

## **I. Keahlian Penyusun Strategi Bisnis**

Supaya bisa menyusun suatu strategi yang konseptual, maka dalam melakukan penyusunan strategi dituntut untuk mempunyai berbagai keahlian sebagai penyusun strategi.

Beberapa keahlian tersebut diantaranya sebagai berikut.

1. Identifikasi: suatu proses analisis yang penting dan cermat untuk dapat menjamin seluruh faktor yang mempengaruhi strategi sudah matang dipertimbangkan.
2. Prediksi: perkiraan/ramalan strategi. Hal tersebut membutuhkan keahlian dalam mempertimbangkan kondisi masa yang akan datang.
3. Inovasi: dalam konteks lingkungan dan berbagai sumber

perusahaan, penyusunan strategi ini harus melakukan penyelidikan terhadap berbagai pilihan strategi seluas – luas nya, namun tetap dalam kemampuan perusahaan.

4. Evaluasi: tahap pengujian setelah melakukan identifikasi, prediksi dan inovasi yang tidak hanya melibatkan berbagai instrument logis, namun dalam kenyataannya membutuhkan juga analisis dan pertimbangan.
5. Pembuatan Keputusan: alternatif strategi yang disusun dengan keahlian inovasi atau diuji konsisten-nya supaya bisa dibuat keputusan pemilihan strategi.

## **J. Jenis Strategi Bisnis**

Strategi bisnis ini pada dasarnya terdapat 3 jenis, yaitu sebagai berikut.

### **1. Pertumbuhan**

Strategi pertumbuhan adalah pada saat suatu organisasi atau perusahaan memperluas jumlah pasar yang dilayani atau produk yang ditawarkan, baik dengan melalui bisnis nya saat ini atau dengan membuka bisnis baru.

### **2. Stabilitas**

Strategi stabilitas adalah suatu strategi organisasi yang dimana organisasi terus melakukan apa yang sedang dilakukannya sekarang.

### **3. Pembaharuan**

Pada saat sudah organisasi atau perusahaan sedang

mengalami masalah, maka organisasi tersebut harus melakukan sesuatu. Terdapat 2 tipe utama dalam strategi ini, yaitu strategi penciutan atau retrenchment dan strategi turn around.

- a. Strategi penciutan adalah strategi yang dimaksudkan untuk melakukan pengurangan atas pasar atau pun beberapa fungsi dalam organisasi yang mempunyai aliran keuangan negatif.
- b. Strategi *turn around* adalah strategi yang digunakan untuk mengembalikan penurunan profitabilitas menuju pemulihan dan pencapaian keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

## **K. Komponen Strategi Bisnis**

Berikut ini merupakan beberapa komponen dari strategi bisnis.

- a. Strategi Operasi, adalah strategi yang dilakukan untuk mengubah masukan atau input (bahan baku, bahan penolong, mesin, manusia, dan lain sebagainya) menjadi keluaran atau output yang mempunyai nilai.
- b. Strategi Pemasaran, strategi ini meliputi segmentasi pasar, strategi produk, strategi harga, strategi promosi, strategi tempat, dan pembidikan pasar.
- c. Strategi Sumber Daya Manusia, strategi ini meliputi merencanakan dan juga menarik berbagai sumber daya manusia yang mempunyai kualitas baik, mengembangkan SDM supaya berkualitas, menilai kinerja dari SDM, memberikan motivasi, dan memelihara SDM yang berkualitas.
- d. Strategi Keuangan, strategi ini berkaitan dengan

pengaturan keuangan yang se-efisien dan se-efektif mungkin. Suatu bisnis dikatakan efisien dan juga efektif jika bisa menghasilkan keuntungan yang besar dengan biaya yang kecil.

## **L. Manfaat Strategi Bisnis**

Dengan membuat strategi bisnis yang baik tentunya akan memberikan suatu manfaat bagi bisnis yang dijalani, misalnya seperti:

1. Pedoman dalam Membangun Bisnis
2. Mengetahui Tingkat Keberhasilan
3. Memenangkan Persaingan

## **M. Rangkuman**

Etika bisnis merupakan suatu kode etik perilaku pengusaha berdasarkan nilai-nilai moral dan norma yang dijadikan tuntunan dalam membuat keputusan dan memecahkan persoalan. Adapun etika bisnis perusahaan memiliki peran yang sangat penting, yaitu untuk membentuk suatu perusahaan yang kokoh dan memiliki daya saing yang tinggi serta mempunyai kemampuan menciptakan nilai yang tinggi, dimana diperlukan suatu landasan yang kokoh untuk mencapai itu semua. Selain itu strategi bisnis juga merupakan hal penting dalam berwirausaha. Merancang strategi bisnis adalah suatu hal yang wajib untuk dilakukan oleh para pengusaha dan perusahaan. Tanpa pendekatan yang tepat suatu bisnis akan mengalami kesulitan untuk bisa bertahan dalam persaingan pasar.

## **N. Pertanyaan**

1. Jelaskan peran etika bisnis dalam berwirausaha!
2. Bagaimana etika bisnis yang harus dilakukan wirausaha!
3. Jelaskan strategi bisnis yang bagus dalam berwirausaha!

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. (2013, April 11). Pengertian Komunikasi, Arti Penting Komunikasi, Jenis dan Proses Komunikasi, Komunikasi yang Efektif. Dipetik April 11, 2013, dari Blogspot: <http://zabidin1993.blogspot.com/2013/04/pengertian-komunikasi-arti-penting.html?m=1>
- Ahmad. (2020, Mei 10). Pengertian Komunikasi. Dipetik Mei 10, 2020, dari [www.yuksinau.id](http://www.yuksinau.id): <https://www.yuksinau.id/pengertian-komunikasi/>
- Badriya, Y. (2016). 10 Jenis Jenis Komunikasi Beserta Contoh dan Pengertiannya. Dipetik 2016, dari [Ilmuseni.com](http://ilmuseni.com): <https://www.google.com/amp/s/ilmuseni.com/dasar-seni/jenis-jenis-komunikasi/amp>
- Basriman Hasan, D. (2017). Memilih Lapangan Usaha. Dipetik 2017, dari Scribd: <https://id.scribd.com/document/367736957/Makalah-Kewirausahaan-Memilih-Lapangan-Usaha>
- Berpendidikan. (17, Agustus 2019). 5 Jenis Perusahaan Berdasarkan Lapangan Usahnya. Dipetik Agustus 2019, 17, dari [Berpendidikan.Com](http://Berpendidikan.Com): <https://www.berpendidikan.com/2019/08/5-jenis-perusahaan-berdasarkan-lapangan-usahnya.html>
- Bygrave, A. Z. (2010). Entrepreneurship. USA: John Wiley & Sons, Inc.
- Dosen Pendidikan. 2014. Penilaian Kinerja. <https://www.dosenpendidikan.co.id/penilaian-kinerja/>

- Hendryadi. 2009. Evaluasi Kinerja. dari teorionline.wordpress.com: <https://www.google.co.id/amp/s/teorionline.wordpress.com/2010/01/25/evaluasi-kinerja/amp/>
- Kurniawan, A. (2020, Januari 11). Kreativitas dan Inovasi-Pengertian, Wirausaha, Proses, Jenis, Meningkatkan, Implementasi. Dipetik Januari 11, 2020, dari Gurupendidikan.com: <https://www.gurupendidikan.co.id/kreativitas-dan-inovasi/>
- Panincong, W. (t.thn.). Makalah Mengenai Peluang Usaha. Diambil kembali dari [www.academia.edu](http://www.academia.edu): [https://www.academia.edu/10463645/makalah\\_mengenai\\_peluang\\_usaha](https://www.academia.edu/10463645/makalah_mengenai_peluang_usaha)
- Priharto, Sugi. (2020). Pengertian Manajemen Keuangan Beserta, Tujuan, Ruang Lingkup, dan Fungsinya. Dipetik 17 Feruari 2020. PT Cipta Piranti Sejahtera. <https://accurate.id/ekonomi-keuangan/pengertian-manajemen-keuangan/>
- Takdir, D. D. (2015). Kewirausahaan. Yogyakarta: Wijana Mahadi Karya.
- Taufik. (2016). Pengertian Sumber Peluang Usaha. Dipetik 2016, dari [www.katapengertian.com](http://www.katapengertian.com): <https://www.katapengertian.com/2016/01/pengertian-sumber-peluang-usaha.html?m=1>
- Umar, A. (2009, April 10). Komunikasi dalam Wirausaha. Dipetik April 10, 2009, dari Blogspot: <http://umarstain.blogspot.com/2009/04/komunikasi->

dalam-kewirausahaan.html?m=1

Wikipedia.Portopolio.<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Portopolio>  
Yogyakarta, M. U. (2017). Inovasi Terobosan. Dipetik 2017, dari  
www.coursehero.com: [https://www.coursehero.com  
/file/p63sn6i/INOVASI-TEROBOSAN-Inovasi-  
terobosan-breakthrough-innovation-merupakan-inovasi/](https://www.coursehero.com/file/p63sn6i/INOVASI-TEROBOSAN-Inovasi-terobosan-breakthrough-innovation-merupakan-inovasi/)



## BIODATA PENULIS



Shita Tiara, lahir di Medan 20 Desember 1965. Menempuh Pendidikan tinggi S1 dan S2 di Universitas Syiah Kuala. Sekarang sebagai dosen tetap di Fakultas Ekonomi Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah. Penulis merupakan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah dari tahun 2017 – sekarang.



Siti Fatimah Hanum, lahir di Medan 26 Juli 1979. Menempuh Pendidikan tinggi S1 di UMN Al Washliyah jurusan Farmasi dan Program S2 di Institut Kesehatan Helvetia jurusan Kesehatan Masyarakat. Sejak tahun 2019 sampai sekarang menjadi dosen tetap di Fakultas Farmasi dan kesehatan di Institut Kesehatan Helvetia. Penulis merupakan Ka.Lab Farmasi dan Kesehatan di Institut Kesehatan Helvetia dan menjadi apoteker penanggung jawab apotek Gabe Farma.



Debbi Chyntia Ovami, lahir di Medan 10 Maret 1990. Menempuh Pendidikan tinggi S1 di Universitas Negeri Medan jurusan Pendidikan Akuntansi dan Program S2 di Universitas Sumatera Utara jurusan Akuntansi. Sejak tahun 2015 sampai sekarang menjadi dosen tetap di Fakultas Ekonomi Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah. Penulis merupakan Ka. Prodi

Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah dari tahun 2017–sekarang. Penulis sudah menerbitkan buku Pengantar Akuntansi Perusahaan Jasa, Dagang dan Manufaktur dan *English Bussiness for Entrepreneur*.

