

**KEWIRAUSAHAAN
SUKSES MENJALANKAN USAHA**

APRIATNI EP

KATA PENGANTAR

Buku-buku kewirausahaan sering kali mengatakan bahwa aktivitas menjual melalui kewirausahaan, merupakan aktivitas yang dapat menjanjikan penghasilan yang lebih besar dari pada sebagai karyawan, bahkan dapat mengantarkan kepada kekayaan materiil. Hal tersebut dapat dibenarkan, akan tetapi harus dengan pemahaman yang benar. Pada awal memulai usaha, jangan berharap akan memperoleh profit yang besar, bahkan bisa jadi keuangan pribadi akan tergerus untuk memenuhi pembiayaan usaha. Oleh karena sangat dibutuhkan motivasi dan daya juang yang tinggi.

Tidak ada ukuran kapan usaha seharusnya dimulai, bisa saja saat masih duduk dibangku SMA, atau bersamaan dengan kuliah, atau menunggu lulus sarjana, bahkan bisa saja setelah bekerja sebagai karyawan, kemudian memutuskan untuk menjalankan usaha sendiri. Kapan waktu dimulainya usaha, bukan menjadi faktor penentu keberhasilan, masih dibutuhkan banyak faktor yang dapat menentukan keberhasilan usaha.

Buku ini diharapkan dapat menjadikan salah satu buku referensi, bagi mereka yang memutuskan untuk memulai usaha. Buku ini bukan berisi tentang pengalaman penulis dalam menjalankan usaha, melainkan merupakan panduan atau tuntunan tentang proses berpikir yang benar, untuk menumbuhkan keinginan yang datang dari sendiri untuk berani menjadi wirausaha. Banyak kisah-kisah sukses dengan strategi-strategi bisnis yang relevan dan telah dilakukan dari para pengusaha muda.

Berbagai sumber menjadi inspirasi untuk menuangkan dalam bentuk buku ini, semoga buku ini dapat dirasakan manfaatnya, walau disadari hanya dengan buku ini belum lah mencukupi untuk mengantarkan pembaca menjadi wirausaha yang sukses. Diperlukan kemauan dan kemampuan untuk terus menggali ilmu dan pengalaman dari berbagai pihak, untuk melengkapi wawasan pembaca.

Terbitnya buku ini, akan menjadi kenangan yang tak terlupakan bagi penulis, karena buku dengan judul “Kewirausahaan: Sukses Menjalankan Usaha”, merupakan hasil kerja selama Work From Home (WFH), dimasa pandemi virus corona, yang melanda diseluruh negara, termasuk di Indonesia.

Atas Rahmat dan berkat Tuhan Yang Maha Esa, kami diberikan kesehatan dan kelancaran selama proses penyusunan buku, hingga saat terbitnya buku ini. Puji Syukur yang tak terhingga atas limpahan RahmatNya.

Semarang, 2020

DAFTAR ISI

Contents

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
BAB 1	1
WIRAUSAHA WAN	1
1.1. Mempersiapkan menjadi Wirausahawan.....	1
1.2. Hambatan Psikologis	2
BAB 2.....	8
MANAJEMEN BISNIS.....	8
2.1. Pengertian Manajemen.....	8
2.2. Fungsi-fungsi Manajemen.....	10
2.3. Perencanaan Bisnis	11
2.4. Organisasi Bisnis	12
2.4.1. Pertimbangan Bentuk Organisasi	16
2.4.2. Bentuk Organisasi Usaha Kecil.....	16
2.5. Pengarahan Kepada Karyawan.	19
2.6. Pengawasan Kerja	20
2.7. Kepemimpinan Bisnis	22
2.7.1. Fungsi Kepemimpinan.....	24
2.7.2. Gaya Kepemimpinan	25
2.7.3. Peran dan Kegagalan Owner/pemilik.	28
BAB 3	31
KREATIF DAN INOVATIF	31
DALAM BISNIS.....	31

3.1. Potensi Diri	31
3.2 Membangun Potensi Kreatif.....	33
3.3. Kreatif dalam Bisnis	35
3.2.1. Dimensi Personal pada Aspek Kepribadian	36
3.2.2. Dimensi Proses, Mengembangkan Kebiasaan.....	37
3.2.3. Dimensi Produk, Mewujudkan Hasil Nyata.....	38
3.2.4. Dimensi Pers, Faktor Lingkungan	39
3.4. Inovatif	40
3.4.1. Relevansi Inovasi dalam Bisnis	40
BAB 4	45
MEMULAI USAHA MENDIRIKAN USAHA KECIL	45
4.1. Sumber Ide	46
4.2. Memilih Jenis Usaha	46
4.2.1. Jenis usaha menurut kepemilikan	47
4.2.2. Jenis usaha menurut sektor.....	47
4.3. Peluang Usaha Kekinian.....	54
4.4. Memilih Lokasi Usaha	57
4.4.1. Lokasi Usaha untuk Usaha Perdagangan	57
4.4.2. Lokasi Usaha Untuk Usaha Industri	58
4.4.3. Lokasi Usaha untuk Usaha Jasa.....	59
4.5. Mempersiapkan Sumber Daya Manusia.....	59
4.6. Mempersiapkan Modal.....	62
4.7. Mindset Bisnis	64
4.8. Langkah Memulai Bisnis.....	66
BAB 5	70
TREN KEWIRAUSAHAAN	70
5.1. Belajar Dari Para Pengusaha Sukses	70

5.1.1. Keunikan	77
5.1.2. Keberanian	79
5.1.3. Kembangkan Hobi Menjadi Ide.....	80
5.1.4. Jejaring/Kerjasama.....	81
5.1.5. Tenaga Kerja	83
5.2. Kepemilikan Usaha	84
5.2.1. Perusahaan Perseorangan (PO).....	84
5.2.2. Perusahaan Keluarga.....	87
5.2.3. Partnership (Kerja sama perseorangan)	89
5.2.4. Kerjasama Bagi Hasil	90
5.3. Usaha Waralaba (Franchise).....	90
5.3.1. Perjanjian Waralaba	92
5.3.1.1. Biaya Sistem Waralaba.....	93
5.3.1.2. Jangka waktu.....	94
5.3.2. Jenis Usaha Waralaba	95
5.4. Bisnis Online	95
BAB 6	100
STRATEGI BERORIENTASI PERUBAHAN	100
6.1. Pengertian Strategi	100
6.2. Perubahan Bisnis.....	101
6.3. Strategi Bisnis	103
6.3.1. Langkah Penyusunan Strategi Bisnis	103
6.3.2. Permasalahan dan Kekuatan UMKM	105
6.3.3. jenis-jenis strategi bisnis	106
6.3.3.1. Strategi Integrasi	107
6.3.3.2. Strategi Intensif	107
6.3.3.3. Strategi Diversifikasi.....	108

6.3.3.4. Strategi Defensif.....	109
6.4. Implementasi strategi	109
6.5. Mengenal Beberapa Implementasi Strategi di Bidang Pemasaran.....	110
6.5.1. Menjadi Unggul dengan Produk Kreatif	110
6.5.2. Ide Penjualan.....	113
6.5.3. Promosi yang Tepat Sasaran	117
6.5.4. Memotivasi Pembeli.....	120
6.5.5. Merubah keluhan menjadi kepuasan	121
6.5.6. Hargai karyawan	122
6.5.7. Kepuasan untuk semua pihak.....	123
BAB 7	125
MANAJEMEN UNTUK SUKSES	125
7.1. Pengertian Sukses	125
7.2. Meraih Impian	126
7.3. Memanfaatkan Potensi Diri.....	128
7.4. Manajemen Waktu	130
7.4.1. Dimensi masa lalu.	130
7.4.2. Dimensi Saat Ini	131
7.4.3. Dimensi Akan Datang.....	132
7.4.4. Menetapkan Waktu.....	133
7.4.5. Menghindari Keterlambatan Penyelesaian Pekerjaan.....	134
DAFTAR PUSTAKA	138

BAB 1

WIRAUSAHAWAN

1.1. Mempersiapkan menjadi Wirausahawan.

Membangun usaha bisnis berarti mempersiapkan diri untuk menjadi wirausahawan. Beberapa definisi tentang wirausahawan, antara lain dari:

1. Peter F Drucker mendefinisikan pengertian entrepreneur sebagai suatu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Peter F Drucker lebih menitik beratkan pada kemampuan. Kemampuan dalam hal ini terkait dengan kesanggupan, kecakapan dan kekuatan yang ada pada diri seseorang untuk menciptakan segala sesuatu yang dapat membedakan dengan hasil karya orang lain, dan menimbulkan daya tarik.
2. Menurut Kasmir pengertian entrepreneur adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Kekuatan jiwa yang dikemukakan Kasmir, menunjukkan sumber kekuatan. Seseorang yang memiliki jiwa yang “berani” berarti memiliki kekuatan pribadi yang mengantarkan pada keputusan-keputusan yang berani.
3. Sedangkan menurut Zimmerer pengertian entrepreneur adalah suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan. Definisi Zimmerer lebih menekankan pada pelaksanaan serangkaian aktivitas-aktivitas yang kreatif dan inovatif untuk menyelesaikan pekerjaan yang terstruktur, sehingga dari aktivitas tersebut diperoleh nilai tambah.

Dapat disimpulkan dari definisi tersebut, menjadi wirausahawan dibutuhkan kemauan dan kemampuan berpikir kreatif dan inovatif untuk mencari peluang dan mengelola peluang usaha sehingga dari aktivitas tersebut diperoleh keuntungan. Aktivitas bisnis, dimungkinkan terjadi permasalahan yang menyebabkan kerugian usaha. Kerugian yang terjadi dianggap sebagai resiko yang siap untuk dihadapi. Seorang wirausahawan juga harus mampu mencari dan mengelola sumber daya agar lebih bermanfaat. Sumber daya menjadi input bagi perusahaan, antar lain dapat berupa: tenaga kerja, modal finansial, perlengkapan dengan dukungan teknologi modern, dan lain-lain. Pemanfaatan sumber daya dengan efisien dan

efektif diharapkan dapat meningkatkan nilai tambah bagi perusahaan. Dengan demikian wirausahawan akan mampu menciptakan tarah hidup yang lebih baik.

Menjadi wirausahawan yang sukses, berarti harus mampu melakukan perubahan-perubahan. Oleh karena itu kenali diri anda sendiri, seberapa kuat keinginan anda untuk “berubah”. Mengenali kompetensi yang ada pada diri anda, menjadi persyaratan awal sebelum benar-benar merealisasikan usaha bisnis anda. Tidak harus menjadi karakter yang sempurna, untuk menjadi wirausahawan. Karakter yang dibutuhkan untuk menjadi sukses, dapat dibentuk seiring perjalanan usaha yang dilakukan, akan tetapi jika anda telah mengenali kemampuan anda akan sangat membantu memudahkan melakukan perubahan-perubahan sikap dan karakter yang dibutuhkan.

Mereka yang berminat menjadi wirausahawan, seringkali menjadi bingung pada saat membaca buku-buku kewirausahaan yang membahas tentang kemampuan yang harus dibutuhkan jika akan menjadi wirausaha. Hampir semua kemampuan dibutuhkan, sementara anda sendiri menyadari tidak memiliki kemampuan yang sesuai digambarkan dan tertulis pada buku-buku kewirausahaan. Beberapa pemahaman berdasarkan pada filosofi jawa, jika dijalankan pada era saat ini, akan bertentangan budaya kewirausahaan, antara lain:

1. Urip anamung mampir *ngombe* (Hidup hanya untuk mampir minum)
2. Aja ngaya (jangan bekerja terlalu keras)
3. Urip mung sakderma (hidup sekedar menjalani)
4. Urip samadya wae (hidup sederhana)
5. Ora usah neko-neko (tidak usah aneh-aneh)
6. Mangan ora mangan anggere kumpul (Makan tidak makan asalkan kumpul)
7. Akeh anak akeh rejeki (banyak anak banyak rejeki)

Filosofi jawa tersebut diatas dengan terjemahan secara bebas, menggambarkan kesederhanaan pikir, hidup sudah diatur Tuhan, manusia hanya menjalani sesuai dengan rencana Tuhan. Tidak ada yang salah dalam ungkapan tersebut, akan tetapi perlu ditafsirkan dengan tepat, sehingga tidak menjadi bertentangan dengan budaya kewirausahaan. Jika dirasakan filosofi tersebut sudah tidak lagi cocok diterapkan pada situasi saat ini, terlebih di era teknologi dan digital yang terus berkembang, maka segeralah mampukan diri anda untuk berubah.

Karakteristik sukses wirausahawan dalam mengelola bisnis sangat ditentukan oleh orang-orang yang memiliki jiwa entrepreneurship yang menonjol. Modal utama yang dibutuhkan adalah:

1. keinginan untuk sukses

Diawali dengan keinginan untuk sukses akan menuntun anda pada langkah-langkah untuk berani memulai usaha. Kesuksesan tidak cukup hanya dengan berpikir, melainkan harus dimulai dengan hal-hal kecil tetapi penting. Sekuat apapun keinginan anda tetapi tidak diimbangi dengan tindakan, tidak akan pernah terealisasi usaha yang anda inginkan.

2. Berani melangkah dengan segala resiko yang mungkin akan terjadi

Berani menanggung resiko menjadi persyaratan penting seorang wirausahwan. Rasa takut menghadapi kerugian, bangkrut bahkan menjadi gulung tikar, tidak akan pernah mewujudkan usaha bisnis apapun. Memupuk rasa berani menghadapi tantangan dapat dilakukan dengan mempersiapkan segala sesuatu dengan penuh perhitungan yang matang. Sikap optimis dalam pikiran anda akan menuntun pada perilaku anda.

3. Kemauan belajar.

Jangan beranggapan bahwa anda adalah orang yang paling pandai. Banyak hal-hal diluar perhitungan anda yang belum anda ketahui. Kemauan belajar akan menyebabkan seseorang menjadi lebih terbuka. Setiap keadaan disetiap waktu hendaknya menjadi sumber informasi yang berguna untuk mengembangkan kemampuan.

1.2. Hambatan Psikologis

Minat untuk berwirausaha, khususnya bagi lulusan perguruan tinggi, masih sangat rendah. Mereka lebih suka untuk bekerja di perusahaan-perusahaan atau sebagai pegawai Aparatur Sipil Negera. Upaya-upaya berbagai pihak untuk mewujudkan iklim yang dapat mendorong minat berwirausaha, terus dilakukan dengan berbagai cara. Di lingkungan perguruan tinggi, kewirausahaan menjadi salah satu mata kuliah yang harus ditempuh mahasiswa. Penyelenggaraan seminar-seminar terkait pengetahuan-pengetahuan berwirausaha terus dilakukan, bantuan dana untuk usaha menjadi lebih mudah. Menumbuhkan minat berwirausaha masih terus diupayakan Saatnya untuk mengubah pola pikir para lulusan perguruan tinggi untuk mulai berorientasi menjadi wirausahawan.

Mewujudkan iklim berwirausaha, harus melibatkan keluarga dan masyarakat. Sebagai orang tua seringkali lebih menghendaki anaknya untuk bekerja sebagai pegawai di kantor-kantor. Justru pihak keluarga yang seharusnya memberikan dukungan pada anak-anaknya untuk berani berwirausaha, tidak bergantung pada lapangan pekerjaan yang semakin terbatas. Dukungan keluarga secara moril maupun mental akan menumbuhkan keberanian untuk

menghadapi tantangan berwirausaha. Masyarakat pada umumnya memiliki pandangan yang kurang baik terhadap usaha bisnis. Usaha bisnis dianggap sebagai usaha sampingan, dengan penghasilan yang tidak menentu. Hal ini menimbulkan salah satu keengganan para anak muda untuk menjalankan usaha bisnis. Usaha bisnis dianggap tidak *prestise*.

Faktor-faktor psikologis yang menyebabkan keengganan untuk berbisnis, antara lain

1. Rendah diri.

Pandangan masyarakat, beranggapan usaha bisnis tidak dapat memberikan kepastian penghasilan, usaha biasanya bersifat musiman tidak permanen. Kenyataan di masyarakat, usaha-usaha bisnis hanya sebagai usaha sampingan, skala kecil dan tidak berkembang. Kesan yang ditimbulkan menjadikan usaha bisnis kurang diminati, dan lebih memilih menjadi pegawai, walau hanya dengan gaji kecil. Rasa rendah diri harus dihindari karena akan menghambat pengembangan diri. Rendah diri atau minder bisa saja terjadi pada siapapun, terutama kalau produk atau jasa yang ditawarkan belum cukup baik. Bisnis hendaknya dibangun dengan memiliki nilai dan manfaat, baik bagi wirausahawan yang bersangkutan maupun bagi lingkungan, oleh karena bangunlah bisnis dengan sungguh-sungguh, jika usaha semakin berkembang, akan memberikan kesan yang baik.

2. Malu.

Kesalahan awal yang biasa dilakukan para wirausahawan pemula, adalah malu dan tidak terang-terangan untuk mengatakan bahwa mereka telah menjalankan usaha. Dengan alasan karena usahanya masih skala kecil, hanya coba-coba, dan sebagainya. Rasa malu terhadap pekerjaan yang sedang ditekuni menjadi kendala untuk menjadikan usahanya maju, karena mereka tidak bisa menghargai usahanya sendiri. Rasa malu akan menghambat dorongan pada dirinya untuk terus menekuni dan mengembangkan usahanya. Seharusnya sekecil apapun usaha yang sudah dimulai, harus berani dipublikasikan kepada teman-temannya atau lingkungannya, sehingga teman dan lingkungannya akan mengetahui usaha apa yang sedang anda tekuni. Hal ini merupakan awal dari kegiatan promosi.

3. Terperangkap pada batas gender

Bidang usaha yang akan dipilih seringkali ditentukan karena faktor gender. Seakan-akan ada batas antara usaha yang seharusnya ditekuni laki-laki atau perempuan. Bidang usaha yang akan dipilih hendaknya didasari pada kemampuan atau ketrampilan serta keberminatn terhadap sesuatu hal. Seringkali usaha bisnis muncul,

diawali dengan keadaan atau kejadian-kejadian yang tidak terduga sebelumnya. Oleh karena itu jangan mengawali dengan membatasi bidang usaha yang akan dipilih.

4. Ingin cepat sukses

Kebalikan dari rasa malu dan gengsi, seseorang berkeinginan untuk cepat sukses dalam usahanya. Akibat dari keinginan tersebut, bisa menyebabkan kurang perhitungan dalam menjalankan usaha bisnisnya, sehingga langkah-langkah usaha tidak terkendali, dan dapat menyebabkan kebangkrutan. Permasalahan yang sering terjadi adalah kesalahan dalam pengelolaan keuangan. Banyaknya tawaran-tawaran pinjaman modal, dengan persyaratan yang mudah dan proses yang cepat, seringkali, tidak dapat menuntaskan persoalan keuangan dan tidak dapat mewujudkan impian.

Hambatan-hambatan psikologis, disadari bukan hal mudah untuk diatasi dalam waktu yang singkat. Sumber keberhasilan sangat ditentukan oleh gaya hidup sehari-hari. Mengatasi hambatan psikologis berarti harus dapat mengatasi gaya hidup yang tidak relevan dengan situasi dimana seseorang sedang merintis usaha bisnis.

Beberapa hal yang perlu diperhatikan terkait dengan perubahan gaya hidup yang relevan, antara lain:

1. Hindari Gaya hidup santai

Menjalankan usaha bisnis yang sudah berjalan maupun menghadapi rintisan usaha bisnis, harus disertai dengan kemauan dan kemampuan untuk bekerja keras. Sebagai pemilik usaha tidak mengenal jam kerja. Kerja keras diartikan sebagai usaha yang dilakukan dengan sungguh-sungguh untuk mencapai hasil yang diinginkan. Menjadi ukuran, apakah anda telah bekerja dengan keras, adalah:

a. Memiliki tujuan yang jelas.

Tujuan yang dimaksud dalam hal ini adalah keinginan atau impian yang ingin dicapai dengan batasan waktu yang ditetapkannya. Tujuan yang jelas menjadi awal dari setiap aktivitas bisnis, sekaligus menjadi penuntun. Seseorang yang memiliki tujuan akan berusaha dengan kerja keras, penuh semangat, tidak merasa ada tekanan, untuk mencapai tujuannya sendiri.

b. Senang melakukan perubahan.

Melakukan perubahan-perubahan dalam aktivitas bisnis, sangat diperlukan. Munculnya ide-ide kreatif yang kemudian di realisasikan, tidak terlepas dari inisiatif-inisiatif yang tinggi. Pekerja kerja tidak segan-segan untuk bertanya, belajar untuk mendapatkan kesempatan-kesempatan baru.

c. Ukuran waktu atau jam kerja. Ukuran waktu bisa tidak terbatas. Penyelesaian pekerjaan adakalanya harus diselesaikan secara cepat, untuk mendapatkan hasil yang cepat juga. Ukuran orang yang bekerja dengan keras, antara lain adalah menghargai waktu, oleh karena itu orang-orang yang menghargai waktu merupakan orang-orang yang disiplin waktu dan selalu menepati janji. Waktu senggang akan digunakan untuk melakukan hal-hal yang produktif dan bermanfaat.

d. Bersedia bekerja secara tim.

Tujuan individu maupun tujuan organisasi tidak dapat dicapai tanpa adanya kerja sama. Seorang pekerja keras akan dengan senang hati bekerja dengan orang lain, bahkan akan bersifat lebih proaktif. Seorang pekerja keras mungkin akan lebih keras bekerja dibandingkan rekan kerjanya, karena mereka memiliki inisiatif yang lebih baik.

2. Hindari Gaya hidup hedonis.

Situasi saat ini gaya hidup hedonis memberikan gambaran gaya hidup konsumtif. Seseorang akan mencari kesenangan dengan berbagai cara, antara lain dengan memiliki kekayaan, barang-barang mewah, menikmati hiburan-hiburan. Gaya hidup ini tentu tidak cocok bagi para pengusaha yang sedang meintis usaha. Pada periode rintisan usaha, masih diperlukan modal kerja yang cukup tinggi. Hindari pengeluaran-pengeluaran yang tidak diperlukan. Tentukan skala prioritas dalam pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari.

3. Hindari gaya hidup eksklusif

Eksklusif dalam hal ini dimaksudkan sikap yang tertutup, sehingga cenderung bersikap tidak dapat memahami orang lain. Jika terdapat perbedaan pandangan dengan orang lain, hendaknya mampu menempatkan diri sesuai cara pandangan orang lain. Implikasi dari gaya hidup eksklusif dalam dunia bisnis, akan menjadikan pengusaha tidak dapat memahami kebutuhan konsumen, enggan mempelajari strategi pesaing yang mungkin lebih berhasil.

Kewirausahaan pada dasarnya adalah kemampuan untuk melakukan hal-hal baru yang inovatif serta pemikiran-pemikiran baru yang kreatif sehingga tercipta sesuatu yang baru dan dapat dinikmati oleh masyarakat. Dengan mengerahkan segala kemampuan, kewirausahaan akan menciptakan nilai dan manfaat yang baik. Thomas W. Zimmereret al (2005), menyatakan, manfaat kewirausahaan adalah:

- a. Memberi peluang dan kebebasan untuk mengendalikan nasib sendiri
Melakukan usaha dengan kemampuan sendiri, berarti seorang wirausahawan akan menjadi pemimpin pada perusahaannya sendiri. Seorang pemimpin berhak untuk menentukan tindakan-tindakan yang perlu dilakukan untuk mewujudkan tujuan yang ingin dicapai.
- b. Memberi peluang untuk melakukan perubahan
Melakukan perubahan yang relevan dengan usaha bisnis, dimaksudkan untuk mencari pembeda antara usaha anda dengan usaha pesaing. Peluang selalu ada, dan bagaimana menangkap peluang disertai tindakan perubahan, akan mewujudkan harapan sesuai keinginan konsumen dan pengusaha.
- c. Memberi peluang untuk mencapai potensi diri sepenuhnya.
Inti kewirausahaan adalah kreatifitas dan inovatif. Keberhasilan usaha bisnis akan ditentukan dari tingkat kreatifitas dan inovatif usaha yang ada. Seorang pengusaha tidak akan kehabisan ide-ide kreatif, yang dapat mengembangkan potensi diri sepenuhnya. Dalam hal ini akan sangat berbeda jika anda bekerja sebagai pegawai atau karyawan biasa, seringkali melakukan pekerjaan-pekerjaan rutin yang dapat membosankan.
- d. Memiliki peluang untuk meraih keuntungan seoptimal mungkin.
Daya tarik kewirausahaan antara lain adalah mendapatkan penghasilan yang bisa lebih besar ketimbang menjadi pegawai tetap. Penghasilan usaha bisnis relatif tidak pasti, akan tetapi ketidak pastian justru menjadi dorongan untuk terus berusaha meningkatkan pembelian barang atau jasa.
- e. Memiliki peluang untuk berperan aktif dalam masyarakat dan mendapatkan pengakuan atas usahanya.
Pemerintah Indonesia, terus mendorong masyarakat untuk memiliki kemampuan dan berminat menjadi wirausahawan. Berbagai kemudaha-kemudahan telah diberikan kepada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Berbagai pelatihan-pelatihan yang diselenggarakan oleh dinas-dinas terkait dan pendampingan dari berbagai pihak, serta kemudahan dan keringanan pinjaman dari perbankan. Hal tersebut dikamsudkan untuk memberikan ruang gerak bagi UMKM, sehingga UMKM dapat memberikan kontribusi bagi masyarakat maupun pemerintah. Penyediaan lapangan kerja bagi masyarakat, peningkatan kesejahteraan bagi masyarakat menjadikan usaha bisnis berperan aktif dalam masyarakat.

- f. Memiliki peluang untuk melakukan sesuatu yang disukai dan menumbuhkan rasa senang dalam mengerjakannya.

Banyak usaha bisnis diawali dengan menyalurkan hobi dan ketertarikan terhadap sesuatu hal. Berawal dari hobi dapat berubah menjadi pekerjaan yang bersifat komersial, dengan demikian seseorang akan menekuni pekerjaan dengan senang hati.

Mereka yang berminat menjadi wirausaha, harus mengetahui potensi diri untuk dikembangkan melalui belajar yang terus menerus hingga dapat mewujudkan cita-cita. Keberhasilan usaha bisnis bersumber dari kepribadian wirausahawan yang tercermin pada sikap dan tingkah laku dalam mengimplimentasikan strategi-strategi bisnis.

BAB 2 MANAJEMEN BISNIS

2.1. Pengertian Manajemen

Manajemen secara umum diartikan sebagai kegiatan perencanaan, pengorganisasi, pengarahan dan pengawasan terhadap pengelolaan sumber daya organisasi, dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Pelaksanaan manajemen secara teoritis tidak berbeda untuk setiap jenis organisasi. Berbagai jenis organisasi dapat dibedakan antara lain:

1. Berdasarkan tujuan
Organisasi berdasarkan tujuan yang ditetapkan, dapat dibedakan:
 - a. Organisasi yang bertujuan mencari keuntungan (Organisasi Bisnis)
 - b. Organisasi sosial (tidak mencari keuntungan)
 - c. Organisasi pendidikan
 - d. Organisasi kesehatan
 - e. Organisasi pertanian
2. Berdasarkan fungsi dan tujuan yang dilayani
 - a. Organisasi produksi (melakukan proses produksi/pabrikasi)
 - b. Organisasi politik, berorientasi pada bidang politik
 - c. Organisasi integratif (Serikat Pekerja)
3. Berdasarkan pihak yang memakai manfaat
 - a. Mutual benefit organization, yaitu manfaat yang dihasilkan diperuntukkan anggota, misalnya koperasi
 - b. Business organization, bergerak dalam usaha bisnis, misalnya perusahaan-perusahaan.
 - c. Service organization, dinikmati oleh pelanggan, bersifat jasa
 - d. Commonwealth organization, kemanfaatannya dinikmati oleh masyarakat, misalnya Rumah Sakit, Puskesmas, dll

Manajemen dalam usaha kecil, seringkali dianggap terlalu berlebihan. Usaha yang dianggap sederhana menjadi tidak mudah bahkan memperlambat dalam pengambilan keputusan. Memahami konsep manajemen dengan benar untuk diterapkan dalam usaha kecil, akan sangat membantu pemilik usaha sekaligus sebagai pelaku usaha. Pemilik usaha memiliki

peran ganda, harus menjalankan kegiatan operasional pembelian, penjualan dan produksi, hingga kegiatan administrasi sekaligus. Dengan manajemen, akan mengarahkan kegiatan usaha secara lebih professional, hal ini akan sangat diperlukan terutama jika usaha sudah semakin berkembang. Manajemen bisnis diperlukan, dimaksudkan untuk:

- a. Menjamin agar tujuan perusahaan dapat tercapai.

Tujuan perusahaan harus ditetapkan, karena digunakan sebagai pedoman dalam menjalankan tindakan-tindakan manajerial. Pelaksanaan manajemen akan membantu dalam pengelolaan bisnis secara benar dan tepat, melalui fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan

- b. Menciptakan efisiensi.

Efisiensi menjadi ciri bagi organisasi modern. Efisiensi artinya kegiatan berjalan dengan benar, dapat menghindari pemborosan waktu, biaya dan tenaga.

- c. Menghasilkan keputusan yang tepat.

Keputusan-keputusan pimpinan, didasarkan pada pengelolaan data dan informasi-informasi yang tepat.

- d. Meminimalisasi konflik individu dan organisasi.

Konflik dapat terjadi dikarenakan adanya perbedaan-perbedaan tujuan diantara bagian-bagian yang ada dalam organisasi. Tujuan manajemen adalah memadukan dan memprioritaskan tujuan-tujuan perusahaan.

Efisiensi dan efektifitas organisasi menjadi indikator keberhasilan manajemen, sekaligus menjadi ukuran keberhasilan organisasi. Efektifitas diartikan sejauh mana perusahaan dapat mencapai tujuan-tujuannya. Ukuran efektifitas dilihat dari tercapai atau tidak tujuan perusahaan. Banyak diperdebatkan dalam buku-buku bacaan, tujuan yang mana menjadi ukuran efektifitas organisasi, karena setiap organisasi akan memiliki lebih dari satu tujuan. Beragam tujuan perusahaan, antara lain diklasifikasikan dalam ukuran jangka waktu, yaitu tujuan jangka pendek, tujuan jangka menengah, dan tujuan jangka panjang. Dalam buku ini, akan lebih disederhanakan bahasan tentang tujuan perusahaan. Pada prinsipnya tujuan yang penting bagi perusahaan, adalah yang dapat menjamin keberlangsungan perusahaan untuk jangka panjang. Tidak ada ukuran efektifitas yang baku untuk setiap organisasi. Organisasi dengan usaha pokok yang berbeda-beda, tentu memiliki ukuran efektifitas atau kriteria yang berbeda. Beberapa contoh kriteria efektifitas untuk perusahaan, antara lain:

- Hasil penjualan
- Volume penjualan
- Laba

- Kepuasan kerja
- Kepuasan konsumen
- Tingkat perputaran pegawai
- Tingkat konflik
- Tingkat kecelakaan kerja

Kriteria efektifitas perusahaan, hendaknya ditetapkan oleh pimpinan perusahaan, dan disosialisasikan kepada seluruh anggota organisasi.

Efisiensi perusahaan diartikan penggunaan sumber daya perusahaan yang sesuai dengan kebutuhan, untuk menghasilkan capaian yang telah ditetapkan. Efisiensi diukur berdasarkan penilaian waktu, tenaga dan biaya. Penggunaan sumber daya perusahaan sesuai ukuran waktu, tenaga dan biaya yang ditetapkan, dapat dihasilkan melalui kegiatan –kegiatan operasional yang baik dan tepat. Dengan demikian, efisien diartikan sebagai dapat menyelesaikan pekerjaan dengan benar. Pemborosan-pemborosan terhadap penggunaan sumber daya perusahaan, disebut dengan tidak efisien. Tidak tercapainya efisiensi perusahaan, dapat disebabkan beberapa hal, baik faktor internal maupun eksternal. Faktor internal perusahaan penyebab tidak tercapainya efisiensi, antara lain:

- a. Tidak terdapat SOP (Standar Operasional Prosedur)
- b. Kurangnya ketrampilan pegawai
- c. Pengawasan yang lemah
- d. Sarana dan prasarana yang kurang memadai

Faktor eksternal penyebab tidak tercapainya efisiensi, antara lain:

- a. Kelangkaan bahan-bahan produksi, yang berakibat harga meningkat
- b. Inflasi
- c. Kebijakan-kebijakan ekspor-import

Dalam hal mengantisipasi maupun menghadapi faktor-faktor internal maupun eksternal perusahaan, diperlukan kemampuan manajerial.

2.2. Fungsi-fungsi Manajemen

Manajemen dapat dipahami karena manajemen sebagai suatu ilmu. Dapat disebut sebagai suatu ilmu, harus memiliki persyaratan, yaitu: manajemen memiliki obyek pembelajaran yang jelas; dipelajari secara sistematis; manajemen bersifat interdisipliner dan manajemen bersifat universal. Salah satu cara untuk membantu memahami tentang manajemen, adalah dengan memahami apa yang menjadi fungsi-fungsi manajemen.

Berbagai tokoh-tokoh manajemen, menetapkan fungsi manajemen yang berbeda-beda, tetapi perbedaan tersebut hanya disebabkan karena perbedaan sudut pandang. Walau demikian fungsi manajemen memiliki ruang lingkup kegiatan yang tidak berbeda. Berbagai contoh fungsi manajemen menurut beberapa ahli.

- a. Menurut Luther Gulick: Planning, Organizing, Staffing, Directing, Coordinating, Budgeting, Evaluating
- b. Menurut James A.F.Stoner, fungsi manajemen meliputi: Fungsi Perencanaan, Fungsi Pengorganisasian, Fungsi Pengarahan, Fungsi Pengawasan
- c. Menurut Henry Fayol: Planning, Organizing, Commanding (=Actuating), coordinating, controlling
- d. Menurut Ernest Dale: Planning, Organizing, Staffing, Directing, Inovasi, Reporting, Controlling

Masih terdapat banyak lagi pendapat para ahli tentang fungsi manajemen. Fungsi manajemen dapat berbeda-beda satu sama lain, akan tetapi perbedaan lebih disebabkan faktor latar belakang pendidikan dan pengalaman dari para ahli yang bersangkutan. Perbedaan latar belakang tersebut dapat menyebabkan perbedaan argumentasi tentang fungsi-fungsi manajemen.

2.3. Perencanaan Bisnis

Perencanaan bisnis (Business Plane), merupakan rencana bisnis dibuat secara tertulis, dan terperinci, dengan mempertimbangkan berbagai faktor-faktor, termasuk alasan mengapa memilih usaha yang akan ditekuni. Perencanaan bisnis diperlukan, antara lain:

- a. Menetapkan tujuan dan mamantau tujuan.
Setiap kegiatan usaha dimaksudkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, oleh karena itu penetapan tujuan merupakan langkah awal yang harus ditentukan. Kegagalan usaha bisa disebabkan karena kesalahan dalam penetapan tujuan
- b. Melakukan langkah-langkah yang tepat dan efisien.
Perencanaan bisnis, hendaknya menjadi pedoman dalam melakukan langkah-langkah riil untuk memulai usaha, serta menghindarkan dari langkah-langkah yang bersifat coba-coba. Prinsip efisiensi sudah diterapkan sejak awal memulai usaha.
- c. Menentukan strategi pemasaran
Usaha bisnis tidak lepas dari aspek-aspek pemasaran, seperti pertimbangan harga, produksi, promosi dan tempat usaha atau distribusi.
- d. Memudahkan mendapatkan bantuan modal.

Persyaratan yang ditetapkan oleh para kreditur (pihak pemberi pinjaman/modal), antara lain adalah proposal kelayakan usaha. Semakin lengkap perencanaan bisnis yang disusun akan memudahkan pengambilan keputusan kreditur untuk memenuhi permohonan permodalan.

e. Menghindari kerugian

Tiap usaha diperlukan dana. Besar kecilnya dana yang dibutuhkan sangat tergantung pada kegiatan usaha yang akan dilakukan. Untuk menghindarkan dari kerugian, diperlukan perencanaan yang matang dan hati-hati

Perencanaan bisnis, disusun sebelum langkah-langkah bisnis secara riil akan dilaksanakan. Perencanaan bisnis menyatakan keyakinan dan kemampuan suatu bisnis akan dijalankan. Terdapat komponen-komponen dalam perencanaan bisnis, yaitu:

a. Ruang lingkup kegiatan usaha

Dijelaskan tentang bidang usaha yang akan dijalankan. Termasuk dalam hal ini penerimaan masyarakat terhadap produk/jasa yang dijual dan tingkat penjualan.

b. Analisis pesaing

Setiap kegiatan bisnis harus diperhitungkan kekuatan dan kelemahan pesaing. Bagaimana potensi usaha untuk memperoleh konsumen, dilihat dari keunggulan usaha dibandingkan dengan pesaing.

c. Strategi menjual.

Komponen bisnis yang sangat penting adalah bagaimana mempertimbangkan strategi-strategi penjualan produk/jasa. Strategi yang ditetapkan didasarkan pada kondisi pasar yang ada, sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada.

d. Rencana kegiatan yang akan dilakukan

Rencana kegiatan operasional usaha terkait bentuk perusahaan, perolehan bahan baku, tenaga kerja, serta pemenuhan kebutuhan modal.

e. Anggaran biaya

Komponen biaya dibuat realistis, sehingga dapat terlihat perbandingan pembiayaan dan penghasilan yang akan diperoleh.

2.4. Organisasi Bisnis

Penentuan jenis organisasi usaha dimaksudkan untuk menjadikan kegiatan perusahaan dijalankan dengan efisien dan tujuan organisasi dapat tercapai. Jenis organisasi disesuaikan

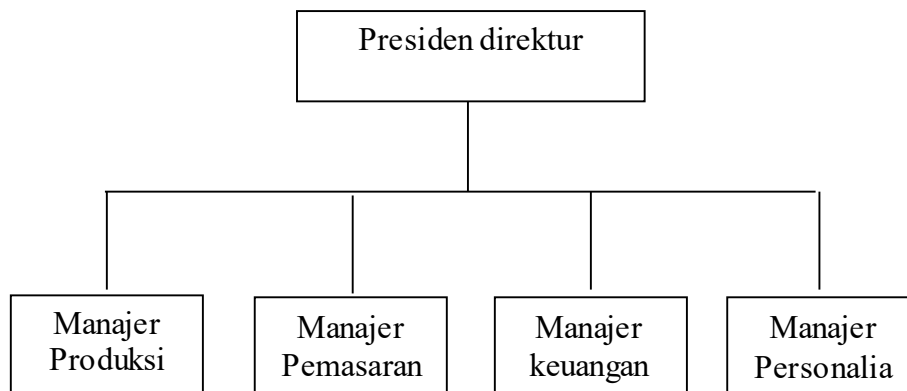
dengan bidang usaha, besar atau kecilnya usaha, luasnya usaha. Berbagai jenis organisasi usaha, antara lain:

1. Organisasi bentuk fungsional

Organisasi bentuk fungsional, mengelompokkan pekerjaan berdasarkan kesamaan fungsi. Fungsi standar yang ada pada usaha bisnis adalah: fungsi produksi, fungsi pemasaran, fungsi keuangan, dan fungsi sumber daya manusia. Setiap bagian organisasi bertugas dalam satu aktivitas fungsional tertentu.

Ciri-ciri organisasi fungsional, adalah:

- a. Pekerjaan terspesialisasi (para ahli tertentu)
- b. Memudahkan pengawasan (bidang keahlian tertentu saja)
- c. Koordinasi internal departemen lebih mudah
- d. Meningkatkan efisiensi operasi



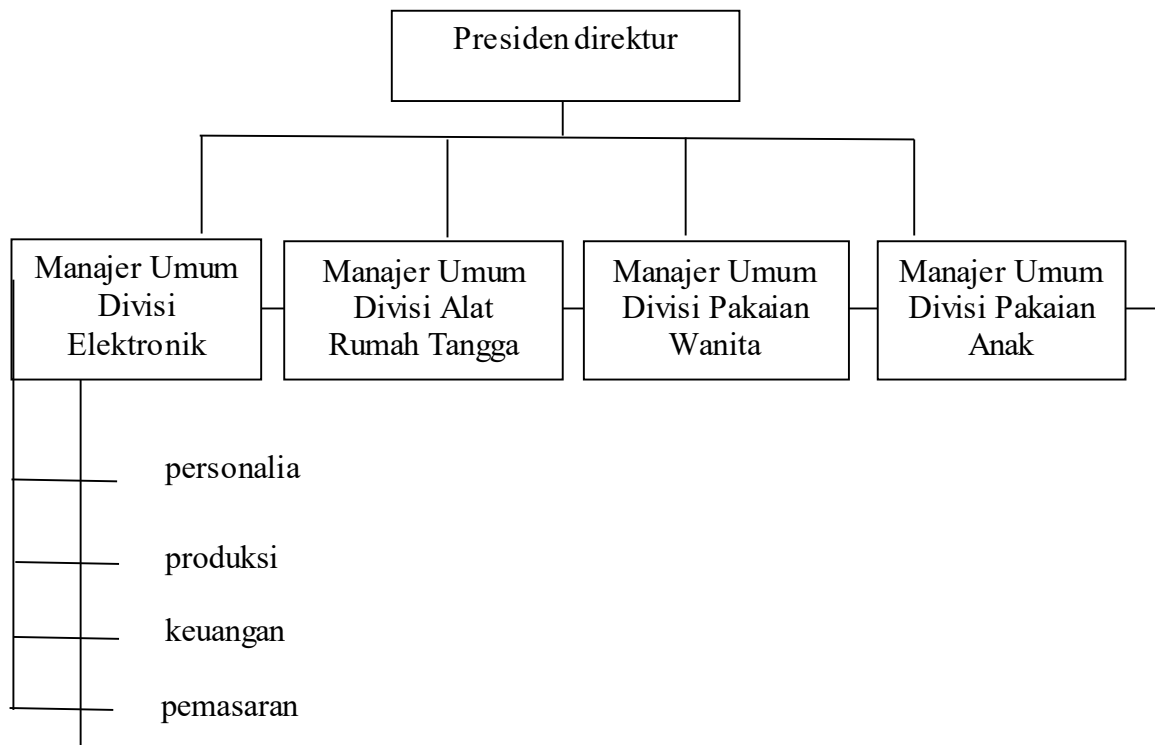
Gambar: Bagan Organisasi Fungsional

Pembagian pekerjaan, didasarkan pada fungsi-fungsi organisasi, dapat menyebabkan masing-masing anggota pada tiap-tiap bagian, akan lebih mementingkan bagiannya masing-masing, cenderung tidak memperhitungkan tugas-tugas yang menyeluruh untuk kepentingan yang lebih luas.

2. Organisasi Bentuk Divisional.

Organisasi bentuk divisional dibedakan berdasarkan divisi produk, divisi lokasi/wilayah maupun divisi pelanggan. Bentuk ini biasanya karena perusahaan sudah besar, kegiatan sudah sangat kompleks. Pembentukan divisi dimaksudkan untuk memudahkan dalam pertanggung jawaban.

a. **bagan Organisasi divisional atas dasar produk.**

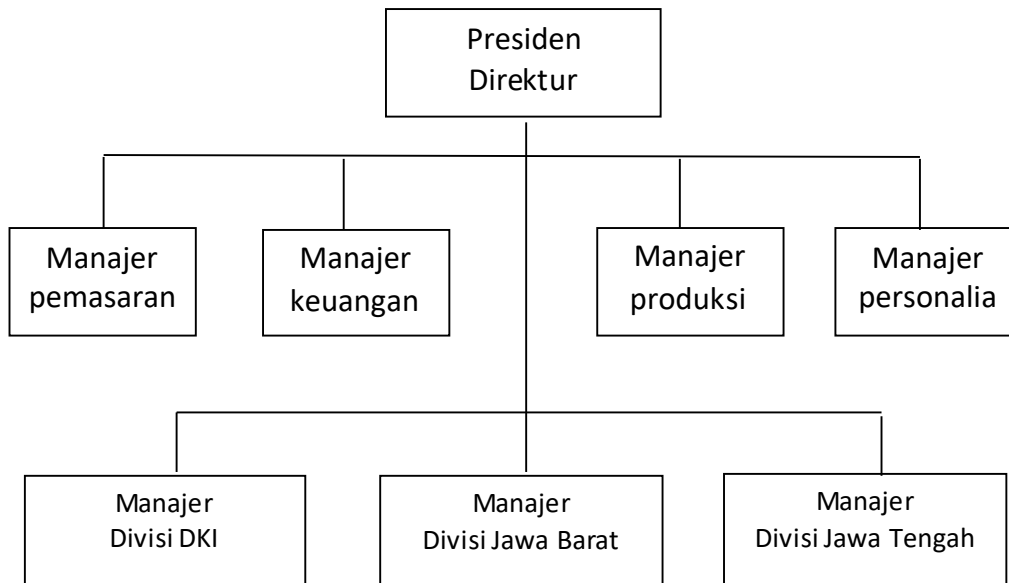


Gambar: Bagan Organisasi Divisional atas dasar produk

Pembagian atas dasar produk, dapat dilakukan jika jenis produk yang dihasilkan, beragam, menggunakan teknologi dan proses yang berbeda satu sama lain. Seorang manajer divisi produk tertentu, artinya akan bertanggung jawab atas jenis produk yang telah ditetapkan, mulai dari proses pembelian, penjualan, maupun pengembangan produk.

b. **Bagan organisasi divisional atas dasar wilayah.**

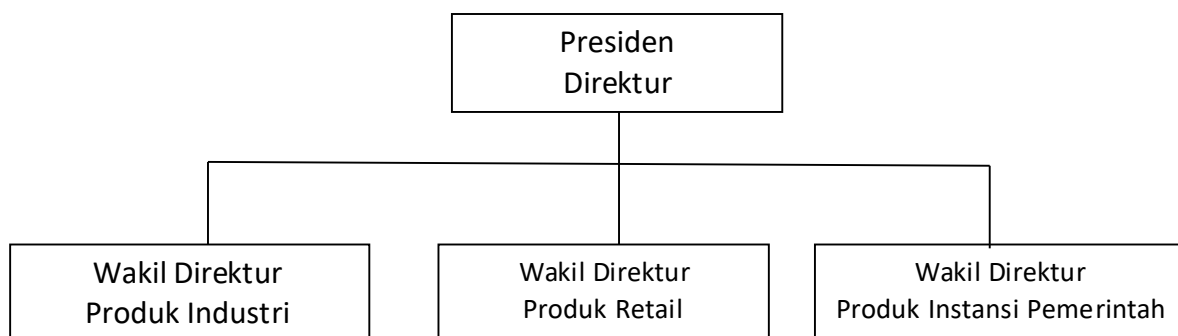
Pembagian divisi atas dasar wilayah, misalnya daerah, regional maupun geografis, pekerjaan disesuaikan dengan tempat aktivitas usaha dilaksanakan. Perusahaan yang memiliki berbagai cabang diberbagai daerah yang tersebar, pemberian nama divisi disesuaikan dengan pembagian wilayah operasional yang telah ditetapkan.



Gambar: Bagan Organisasi Divisional atas dasar wilayah

c. Bagan organisasi divisional atas dasar pelanggan/pengguna.

Pembentukan divisi atas dasar pelanggan, dapat dilakukan untuk perusahaan yang memiliki berbagai segmen pembeli atau pelanggan yang berbeda, misalnya pengguna dari lingkungan industri, konsumen rumah tangga/pribadi, dan pengguna dari lingkungan pendidikan, dan lain-lain.



Gambar: Bagan Organisasi Divisional atas dasar pelanggan

2.4.1. Pertimbangan Bentuk Organisasi

Menyusun bentuk organisasi bisnis, diperlukan berbagai pertimbangan yang matang. Pertimbangan yang matang dimaksudkan untuk memudahkan dalam koordinasi pekerjaan dan kontrol pekerjaan. Hal-hal yang perlu diperhatikan:

a. Jumlah tenaga kerja

Usaha yang baru didirikan pada umumnya belum memiliki banyak tenaga kerja. Pemilik usaha dapat merangkap beberapa pekerjaan sekaligus. Semakin berkembang suatu usaha, akan dibutuhkan tenaga kerja yang semakin banyak juga.

b. Jumlah aktivitas

Banyak atau tidak aktivitas usaha yang dilakukan tergantung pada kemampuan perusahaan. Semakin beragam aktivitas yang dilakukan, akan membutuhkan pengendalian yang semakin tinggi. Terlebih jika aktivitas usaha dilakukan di berbagai daerah yang berbeda, dibutuhkan pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas.

c. Fleksibilitas usaha

Bentuk organisasi yang telah ditetapkan, hendaknya tidak menghambat kemungkinan berubah atau berkembangnya usaha.

d. Kemampuan permodalan

Semakin besar organisasi yang dibentuk, akan berpengaruh pada pembiayaan. Oleh karena itu pertimbangan efisiensi menjadi prioritas utama agar perusahaan dapat mengoptimalkan permodalan yang dimiliki.

2.4.2. Bentuk Organisasi Usaha Kecil

Bentuk organisasi untuk usaha kecil, pada umumnya sebagai berikut:

a. Pendiri sekaligus sebagai pemilik usaha, berfungsi sebagai pemimpin

b. Pemilik usaha merangkap berbagai kegiatan, misalnya: melakukan pembelian bahan-bahan, mengelola bahan, menjadi kasir, melakukan pengawasan setiap aktivitas usaha, dan lain-lain

c. Pembagian tugas antar anggota bersifat fleksibel, karena mereka berpikir bekerja secara tim

d. Pendirian usaha dengan melibatkan dua orang atau lebih dengan posisi yang sama, seringkali tidak disertai ketegasan pembagian tugas dan wewenang

Manajemen untuk usaha kecil, seringkali tidak melaksanakan manajemen sebagaimana mestinya. Seringkali pembagian tugas dan wewenang tidak ditentukan secara jelas. Sifatnya yang fleksibel menyebabkan usaha kecil dijalankan secara lebih praktis. Kalaupun pimpinan telah menetapkan pembagian tugas dan wewenang seringkali didalam pelaksanaannya tidak berjalan sebagaimana yang telah diatur. Beberapa hal yang menyebabkan terjadinya hal ini, antara lain:

- a. Kedekatan hubungan antara pimpinan dan anggota. Pimpinan tidak bertindak sebagai manajer, bahkan menempatkan diri sebagai rekan kerja
- b. Jumlah anggota tidak banyak, sering terjadi rangkap pekerjaan. pengawasan dapat dilakukan secara langsung oleh pimpinan
- c. Orientasi usaha masih bersifat jangka pendek
- d. Pengawasan dapat dilakukan secara langsung oleh pimpinan

Usaha kecil yang semakin berkembang, terjadi perluasan pasar, dengan jumlah anggota semakin bertambah, dituntut adanya pembagian kerja yang semakin jelas. Jikalau dibutuhkan struktur organisasi, maka struktur yang sederhana untuk usaha kecil adalah struktur organisasi fungsional. Pembagian pekerjaan yang didasarkan pada fungsi-fungsi tertentu, akan memperjelas ruang lingkup pekerjaan, sehingga pekerja akan lebih terspesialisasi pada pekerjaannya.

Keunggulan bentuk fungsional bagi usaha kecil, adalah:

- a. Tanggung jawab dan wewenang berdasarkan pekerjaan/fungsi, dapat dipahami
- b. Jalur untuk komunikasi dan koordinasi antar pekerjaan, mudah dan jelas untuk dilaksanakan
- c. Lebih mudah dan lebih cepat untuk mengatasi permasalahan, karena sumber permasalahan dapat segera diketahui.
- d. Lebih mendukung terciptanya efisiensi usaha.

Pembagian wewenang dan pekerjaan, hendaknya diimbangi dengan kecukupan anggota, agar masing-masing bagian tidak dibebani hanya dengan pekerjaan administrasi. Terjadi kemungkinan bentuk fungsional tidak memudahkan koordinasi diantara masing-masing bagian, terutama pada garis horizontal, atau diantara pegawai karena mereka akan fokus pada bidang fungsional masing-masing.

Contoh organisasi usaha kecil, yang bergerak dalam bidang jasa, bentuk sederhana, dengan fungsi-fungsi sebagai berikut:

- a. **Owner**, adalah pemilik usaha, sekaligus sebagai pimpinan tertinggi, bertanggung jawab:
 1. Menjamin kelancaran pekerjaan, dengan mengkoordinir semua karyawan

2. Merencanakan kegiatan sebagai acuan dalam penyusunan jadwal kegiatan untuk masing-masing posisi di bawahnya
 3. Sebagai komunikator, untuk menyampaikan segala arahan atau instruksi kerja
 4. Pengambil keputusan, hampir disemua bidang dengan segala permasalahan yang ada
- b. **Bagian keuangan**, biasanya bagian ini dipercayakan pada orang-orang terdekat, misalnya istrinya, anaknya atau saudara terdekat. Jika hal ini tidak dimungkinkan, bisa saja diserahkan pada karyawan yang dipercaya oleh owner. Bagian keuangan dimaksudkan untuk menjamin pemisahan antara keuangan pribadi dengan keuangan usaha, sehingga keuntungan usaha dapat dihitung dengan benar, dengan bantuan pencatatan setiap transaksi keuangan. Bagian keuangan, bertanggung jawab:
1. Mengelola setiap transaksi keuangan dengan menggunakan pencatatan walau hanya pencatatan sederhana.
 2. Melaporkan keuangan secara periodik kepada pimpinan
 3. Melakukan pembayaran gaji/upah kepada karyawan perusahaan
- c. **Bagian pemasaran**. Usaha yang sudah semakin berkembang, akan membutuhkan karyawan yang fokus pada kegiatan memasarkan produk/jasa. Bagian pemasaran , bertanggung jawab:
1. Memasarkan barang/jasa dengan cara-cara yang lebih mengandalkan kemampuan menjual secara personal.
 2. Memahami bidang usaha perusahaan, termasuk penguasaan terhadap barang/jasa yang dimiliki perusahaan.
- d. **Bagian produksi**. Bagian produksi, menjamin kegiatan operasional untuk menghasilkan barang/jasa dapat berjalan dengan lancar. bertanggung jawab
1. Mencatat dan melaporkan jumlah bahan-bahan dan alat-alat perlengkapan
 2. Merencanakan dan melaporkan kebutuhan bahan-bahan dan alat-alat perlengkapan, secara periodik
 3. Melakukan pembelian bahan2 dan alat perlengkapan
- e. **Bagian ketenaga kerjaan**. Fungsi ini dalam usaha kecil, tidak harus ada. Berbagai kemungkinan menempatkan fungsi ini dalam perusahaan, antara lain: 1) menjadi tanggung jawab owner, mulai dari merekrut karyawan sampai penempatan. 2) menjadi tanggung jawab bagian keuangan, karena bagian keuangan dapat memperhitungkan antara kebutuhan karyawan dengan alokasi pendanaan untuk gaji atau upah karyawan.
- Penetapkan tugas-tugas dan tanggung jawab yang jelas, untuk masing-masing karyawan, akan menentukan kelancaran pekerjaan. Permasalahan yang terjadi akan lebih cepat

diselesaikan, terutama terkait dengan kegiatan operasional. Owner memiliki peran penting dalam pembagian tugas karyawan, walau sesungguhnya tidak ada pembagian tugas yang akan sama untuk satu perusahaan dengan perusahaan lainnya.

2.5. Pengarahan Kepada Karyawan.

Fungsi pengarahan didalam manajemen, dimaksudkan memberikan dorongan kepada seluruh karyawan untuk dapat bekerja atas kesadarannya sendiri, melakukan pekerjaan dengan sungguh-sungguh. Seberapapun ukuran usaha, baik usaha skala besar maupun kecil, karyawan menjadi modal penting untuk keberlangsungan suatu usaha. Permasalahan yang sering timbul, terkait ketenagakerjaan adalah kurangnya pemahaman akan pentingnya kualitas pekerjaan sebagai jaminan keberlanjutan usaha. Seringkali mereka hanya berorientasi jangka pendek. Dibutuhkan pendekatan yang tepat untuk dapat menumbuhkan tanggung jawab dan rasa senang dalam bekerja, antara lain:

1. Hubungan baik dengan karyawan

Hubungan baik pemilik usaha dengan karyawan akan memberikan pengaruh positif. Tunjukkan kepedulian pemilik usaha kepada karyawan, sering-sering berkomunikasi dengan karyawan, hingga pemilik usaha mengetahui kondisi keluarga karyawan. Hal-hal sederhana yang dilakukan pemilik usaha sebagai bentuk kepedulian akan berguna membangun semangat kekeluargaan, sehingga pekerjaan tidak lagi dirasakan sebagai beban berat.

2. Menjelaskan peran karyawan dalam pengembangan usaha

Menjadikan karyawan sebagai orang yang dibutuhkan dalam aktivitas usaha sehari-hari maupun untuk pengembangan usaha akan menciptakan rasa dihargai. Lebih dari itu akan menumbuhkan rasa tanggung jawab dalam pelaksanaan pekerjaan.

3. Membantu permasalahan yang dihadapi karyawan.

Sebagai bentuk timbal balik terhadap apa yang sudah diberikan karyawan untuk perusahaan, tidak ada salahnya, pemilik usaha membantu karyawan jika karyawan sedang menghadapi permasalahan diluar permasalahan pekerjaan.

4. Berikan apresiasi atas hasil kerja karyawan.

Pujian sekecil apapun dari pemilik usaha terhadap karyawan akan memberikan dampak besar bagi karyawan. Apresiasi bisa dalam bentuk pujian atas upaya peningkatan ketrampilan yang telah dilakukan karyawan.

5. Hargai setiap ide-ide atau gagasan karyawan

Ide-ide atau gagasan karyawan, hendaknya tidak dipandang sebelah mata. Ide-ide yang muncul seringkali berhubungan dengan keadaan di lapangan. Pekerja akan lebih memahami kondisi yang sesungguhnya dihadapi, terutama pada saat pekerja berhadapan dengan konsumen

6. Berikan pengawasan yang proposional.

Luangkan waktu, saat karyawan bekerja, untuk berada bersama mereka. Dengan pendekatan yang tepat, kehadiran pemimpin tidak akan dirasakan sebagai bentuk kontrol, melainkan akan meningkatkan semangat bekerja.

7. Dengarkan keluhan.

Seorang pemimpin dituntut untuk mampu mendengarkan apa yang disampaikan karyawan. Sikapi segala keluhan dengan reaksi yang positif

Apapun yang menjadi pertimbangan bertindak seorang pimpinan, hendaknya dilandasi untuk menciptakan suasana kerja yang nyaman dan kondusif. Lingkungan kerja yang nyaman kerap kali membuat karyawan senang bekerja.

2.6. Pengawasan Kerja

Pengawasan kerja dimaksudkan untuk menjamin pelaksanaan kerja tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditetapkan. Pengawasan bisa dilaksanakan setiap saat, seiring dengan pelaksanaan pekerjaan atau pengawasan dilakukan setelah kegiatan selesai dilaksanakan. Walau pengawasan bertujuan mulia dalam pelaksanaan manajemen, akan tetapi seringkali pengawasan dapat menimbulkan rasa tidak nyaman bagi karyawan.

Beberapa tokoh manajemen mengartikan pengawasan, diartikan, sebagai berikut:

1. G.R Terry. 1991, pengawasan sebagai upaya kontrol birokrasi ataupun organisasi harus dilaksanakan dengan baik, karena: “Apabila tidak dilaksanakan, cepat atau lambat akan mengakibatkan mati/hancurnya suatu organisasi atau birokrasi itu sendiri.
2. M. Manulang dalam karyanya Dasar-dasar Manajemen, mendefinisikan pengawasan sebagai: “Suatu proses untuk menetapkan pekerjaan apa yang sudah dilaksanakan, menilainya, dan mengoreksinya bila perlu dengan maksud supaya pelaksanaan pekerjaan sesuai dengan rencana semula”
3. Kartini kartono, pengawasan dimaknai sebagai: karyawan akan dapat bekerja sama dengan baik kearah pencapaian sasaran dan tujuan umum organisasi. Pengawasan untuk

mengukur hasil pekerjaan dan menghindari terjadinya penyimpangan-penyimpangan.

Terhadap penyimpangan yang terjadi, dapat dilakukan tindakan koreksi.

Peran pemimpin dalam menjalankan fungsi pemimpin, tidak dimaksudkan untuk semata-mata mencari kesalahan karyawan, pada dasarnya manfaat pengawasan dalam pelaksanaan usaha, adalah:

1. Menjamin perencanaan yang telah ditetapkan dapat dijalankan
2. Melaksanakan koordinasi diantara bagian-bagian pekerjaan
3. Menghindari pekerjaan-pekerjaan yang tidak efisien
4. Membangun rasa tanggung jawab masing-masing karyawan dalam penyelesaian pekerjaan
5. Membangun kedisiplinan karyawan
6. Menciptakan kepuasan kerja karena terhindar dari kesalahan kerja
7. Membangun kepercayaan diantara anggota organisasi
8. Pengawasan hendaknya memberi manfaat bukan sebaliknya.

Tingkat pengawasan yang akan dilakukan pemilik usaha, bersifat relatif, disesuaikan dengan kebutuhan. Dalam pelaksanaan usaha kecil, pemilik usaha sekaligus sebagai pelaku usaha, akan banyak melakukan kegiatan-kegiatan operasional secara langsung. Dalam hal ini pengawasan relatif lebih kecil intensitasnya. Sebaliknya semakin banyak keterlibat anggota dalam usaha, maka pengawasan semakin diperlukan. Hal-hal yang perlu diperhatikan proses pengawasan pimpinan, adalah:

1. Pengawasan yang berlebih, dapat menimbulkan rasa tidak nyaman bagi karyawan.
Metode pengawasan yang dilakukan, hendaknya dapat diterima oleh seluruh anggota organisasi
2. Menjaga konsistensi standar kerja dan pedoman kerja.
3. Konsistensi antara perkataan dan perbuatan pimpinan, agar dapat menjadi panutan
4. Temuan terjadinya penyimpangan harus segera, ditindaklanjuti.

Proses pengawasan seketat apapun, tidak lah cukup, dibutuhkan dalam menunjang proses pengawasan adalah ketentuan-ketentuan yang diberlakukan dipastikan telah dipahami dan diterima oleh seluruh anggota organisasi.

2.7. Kepemimpinan Bisnis

Pemimpin dalam organisasi bisnis adalah seseorang yang memiliki kewenangan untuk memerintah bawahannya, dengan tujuan mencapai tujuan organisasi. Dalam menjalankan tugasnya seorang pemimpin berperan aktif menjalankan usahanya serta mengatasi permasalahan didalam organisasinya. Tugas penting seorang pemimpin adalah bagaimana menggerakkan bawahan agar bersedia mengerahkan kemampuannya untuk kepentingan organisasi. Apakah menggerakkan bawahan untuk mau bekerja, merupakan pekerjaan yang sulit? Apakah seorang pemimpin yang memiliki kedudukan lebih tinggi daripada bawahan, tidak secara otomatis dapat menggerakkan bawahan? Akan muncul banyak pertanyaan-pertanyaan serupa. Mari kita lihat uraian-uraian selanjutnya tentang peran pemimpin.

Berikut ini akan diuraikan dari beberapa pemimpin perusahaan, yang menyatakan ukuran kesuksesan seorang pemimpin, sebagai berikut:

1. Steven Johnsons Tjan, (CEO) Boga Group Jatim, menyatakan bahwa seorang pemimpin yang sukses adalah pemimpin yang mau melayani. Diawali dengan sikap empati, yaitu mampu memahami situasi dan kondisi orang lain, dengan melihat dari perspektif orang lain tersebut. Selanjutnya akan muncul jiwa melayani.
2. Neil E.Prayoga, Kepala Subbagian Pengembangan dan Kepemimpinan Sekretariat Direktorat Jenderal Kekayaan Negara (DJKN), menyatakan bahwa seorang pemimpin yang berhasil adalah pemimpin yang mampu melahirkan pemimpin baru dan pemimpin yang ideal adalah pemimpin yang dapat menyelesaikan berbagai masalah yang kompleks disertai dengan kreatifitas
3. Nickhil Jakatdar, CEO of Vuclip, menyatakan bahwa seorang pemimpin yang sukses adalah yang mampu menginspirasi anak buahnya.
4. Johnny Darmawan Danusasma, CEO PT Toyota Astra Motor, dan sebagai CEO terbaik Indonesia tahun 2009 dan 2011. Konsep kepemimpinan yang diterapkan adalah: 1) harus memiliki konsep ke depan, 2) berjalan konsep, 3) tim yang kuat untuk menjalankan konsep.

Seorang pemilik usaha dipercaya untuk mengelola organisasi, hingga tujuan dapat terwujud. Tujuan organisasi bukan hanya milik organisasi, tapi seluruh anggota organisasi berkepentingan terhadap tercapainya tujuan organisasi. Dengan tercapainya tujuan organisasi, berarti tujuan masing-masing individu juga tercapai. Setiap anggota organisasi terikat pada

tujuan organisasi, karena masing-masing anggota memiliki kepentingan, terhadap tujuan organisasi. Tujuan organisasi tercapai maka tujuan masing-masing individu, juga akan terpenuhi. Sebagai seseorang yang dipercaya memimpin organisasi, berarti pemimpin harus memiliki kemampuan dan kepribadian untuk mendukung aktivitas pemimpin. Tindakan pemimpin dipengaruhi oleh kedudukannya, gaya kepemimpinan dan karakter. Keberhasilan seorang pemimpin menggerakkan bawahan, bukan semata-mata karena kedudukannya yang lebih tinggi dari bawahan, melainkan pendekatan-pendekatan serta gaya kepemimpinan yang diberlakukannya.

Pemimpin dan kepemimpinan merupakan dua hal yang berbeda. Berikut pengertian tentang kepemimpinan:

1. SP.Siagian, kepemimpinan adalah kemampuan dan ketrampilan seorang pemimpin untuk mempengaruhi perilaku bawahan untuk bersedia bekerja menyumbangkan tenaga dan pikiran untuk tercapainya tujuan organisasi
2. James AF.Stoner, leadership adalah proses untuk mengarahkan dan mempengaruhi kegiatan yang berhubungan dengan anggota organisasi
3. George R.Terry, leadership adalah kegiatan mempengaruhi bawahan untuk diarahkan agar tujuan organisasi dapat terwujud.
4. Jacob dan Jacques, kepemimpinan adalah suatu proses memberi arti terhadap usaha Bersama, sehingga bersedia melakukan pekerjaan untuk mencapai tujuan.

Dari beberapa pengertian tersebut, dapat disimpulkan, bahwa kepemimpinan berhubungan dengan:

1. Kegiatan atau proses mempengaruhi dan mengarahkan
2. Orang lain atau bawahan
3. Melaksanakan pekerjaan
4. Tercapai tujuan Bersama

Dengan demikian kepemimpinan berhubungan dengan kekuatan pemimpin dalam menjalankan perannya untuk mengantarkan usaha bisnis menuju kesuksesan. Seorang pemimpin memiliki peran. karena kedudukan yang melekat pada pemimpin, namun demikian peran terbesar pemimpin adalah menciptakan keterlibatan bawahan untuk tercapainya tujuan.

Peran pemimpin selaku pelaku usaha , antara lain:

1. Menciptakan visi, misi, dan tujuan
2. Penggagas ide
3. Pengambil keputusan

4. Membangun tim dan mengarahkan
5. Mengalokasikan pekerjaan
6. Mengembangkan sdm
7. Memotivasi

Implikasi dari peran yang melekat pada diri seorang pemimpin dalam menjalankan usaha, menjadikan pemimpin sebagai penentu keberhasilan usaha. Penentuan visi dan misi organisasi menjadi tanggung jawab pemimpin. Visi dan misi akan digunakan sebagai pedoman dalam menjalankan aktivitas usaha. Visi dan misi harus tergambar dengan lebih jelas dan rinci pada tujuan organisasi. Setiap aktivitas bisnis, melalui ide-ide kreatif adalah sebuah keputusan yang ditetapkan pimpinan, untuk dilaksanakan oleh anggota organisasi. Kesuksesan suatu usaha, diawali dengan keberhasilan memimpin seluruh bawahan menjadi suatu tim kerja yang solid. Keterlibatan bawahan dalam suatu proses, ditentukan oleh upaya-upaya yang dilakukan, kemampuan yang dimiliki serta penyediaan sarana dan pra sarana usaha. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kekokohan pilar-pilar usaha bisnis ditentukan oleh kemampuan memimpin didukung upaya kerja keras seluruh anggota organisasi untuk mewujudkan tercapainya tujuan organisasi

2.7.1. Fungsi Kepemimpinan

Kepemimpinan berhubungan dengan situasi *relationship*, dalam kehidupan berwirausaha. Wujud interaksi antar anggota maupun antara pimpinan dan anggota, menjadi penentu terciptanya lingkungan kerja yang baik. Hal itu dapat dilihat dari fungsi-fungsi kepemimpinan, yaitu:

1. Fungsi Instruktif. Dalam hal ini seorang pemimpin berfungsi menginstruksikan kepada bawahan tentang tindakan-tindakan yang perlu dilakukan. Instruksi atau perintah harus disampaikan dengan jelas, terkait apa yang harus dikerjakan, bagaimana mengerjakannya, kapan waktu pengerjaannya, dsb
2. Fungsi Konsultatif. Dengan fungsi ini, seorang pemimpin akan bertindak memberikan pertimbangan-pertimbangan kepada bawahan, sehingga penyelesaian pekerjaan dapat berjalan dengan baik.
3. Fungsi Partisipatif. Pemimpin dalam hal ini dituntut untuk mampu melibatkan bawahan dalam peran yang lebih penting, misalnya dalam proses pengambilan keputusan, mempercayakan suatu pekerjaan kepada bawahan yang sesungguhnya

menjadi tanggung jawab pimpinan, dengan maksud agar bawahan memiliki kesempatan dan pengalaman bekerja.

4. Fungsi Delegasi. Dalam hal ini, pemimpin dapat mendelegasikan pekerjaan kepada bawahan untuk sebuah penyelesaian pekerjaan. Pendelegasian pimpinan kepada bawahan, berarti memberikan kepercayaan kepada bawahan.
5. Fungsi Pengendalian. Pemimpin menjalankan fungsi pengawasan, koordinasi, pengarahan yang efektif, dengan maksud menghindari terjadinya penyimpangan-penyimpangan dalam pelaksanaan kegiatan.

luasnya fungsi-fungsi yang melekat pada pelaksanaan kepemimpinan, bukan berarti seorang pemimpin menjadi bersifat otoriter terhadap bawahan. Pemimpin berkewajiban menciptakan tim kerja yang efektif, karena pencapaian visi, misi dan tujuan organisasi tidak dapat diselesaikan sendiri oleh seorang pemimpin.

2.7.2. Gaya Kepemimpinan

Yang dimaksud gaya kepemimpinan adalah perilaku pemimpin dalam menjalankan perannya untuk mempengaruhi bawahan. Gaya kepemimpinan terbentuk didasarkan pertimbangan-pertimbangan situasi dan kondisi organisasi dan karakteristik bawahan. Keberhasilan pemimpin dalam mempengaruhi bawahan, adalah pemimpin yang dapat menyesuaikan dengan karakteristik bawahan, melihat kekuatan dan kelemahan bawahan, sehingga pemimpin dapat diterima oleh bawahan. Keberhasilan juga dapat ditunjukkan dengan kemauan bawahan menjalankan tugas-tugasnya, atas dasar pengakuan dan kepercayaan bawahan kepada pimpinan.

Pembahasan tentang gaya kepemimpinan, telah banyak diuraikan dalam buku-buku bacaan. Ada beragam pembedaan tentang gaya kepemimpinan, antara lain:

1. Gaya otoriter
2. Gaya visioner
3. Gaya demokratis
4. Gaya afiliatif
5. Gaya partisipatif
6. Gaya delegatif

Beragam gaya kepemimpinan, dengan karakteristik perilaku yang berbeda-beda, tidak dapat ditentukan gaya kepemimpinan seperti apa yang terbaik. Peran kepribadian atau karakter

pemimpin akan turut menentukan gaya kepemimpinan, namun demikian pemimpin yang baik harus mampu mempertimbangkan situasi dan kondisi lingkungan internal maupun eksternal yang sedang terjadi.

Beberapa contoh keberhasilan pemimpin organisasi dengan gaya kepemimpinan yang berbeda-beda:

1. Gaya Visioner

Wishnutama Kusubandio, dikenal sebagai salah satu pendiri NET TV. Menjadi Direktur Utama NET TV dari tahun 2013-2019, saat ini menjadi Komisaris Utama NET TV. Kepemimpinan Wishnutama disebut-sebut sebagai sosok yang inspiratif bagi generasi muda, berusaha merubah wajah industri TV. Dikenal sebagai pemimpin visioner, karena memiliki visi dan misi yang jelas, berani berbeda, dan profesional dengan orientasi masa depan. Pemikiran yang kreatif untuk kemajuan masa depan. Beliau juga mampu menstimulus karyawan untuk menciptakan karya-karya yang inovatif dan kreatif. sehingga mampu mewujudkan visi menjadi aksi nyata, dengan keterlibat seluruh karyawan. Tidak diragukan integritas dan kompetensi di bidang pertelevisian.

2. Gaya Demokratis

Tipe kepemimpinan demokratis adalah tipe yang diharapkan berkembang di negara Indonesia. Kepemimpinan yang bersedia menerima dan menghargai pendapat orang lain, akan tetapi tetap dengan pengendalian yang bertanggung jawab, menegakan hukum yang berlaku. Dengan gaya ini akan menjamin berkembangnya produktifitas anggota, sehingga kontribusi terhadap terwujudnya tujuan organisasi, akan lebih baik. Tokoh-tokon demokratis, antara lain: Presiden BJ Habibi, disebut sebagai tokoh demokrasi, John F Kennedy dan Mahatma Gandhi

3. Gaya Otoriter

Gaya otoriter dapat digunakan pada organisasi-organisasi tertentu, dalam menjalankan tugasnya, harus didasarkan kepada ketaatan pada atasan. Bawahan wajib mengikuti atau mentaati perintah atasan. Beban tanggung jawab menjadi mutlak ada pada pimpinan, dengan demikian sebagai pengendali ada pada pimpinan. Tokoh-tokoh dengan gaya otoriter, antara lain: Hitler, Saddam Husein, Husni Mubarak, dll

4. Gaya kekeluargaan dan gotong royong

Gaya kepemimpinan dengan mengutamakan kekeluargaan dan gotong royong, dikemukakan oleh Achmad Zaky, sebagai pendiri dan CEO Bukalapak. Kepemimpinan yang baik, menurut beliau akan tercapai dengan adanya kerjasama yang baik dari seluruh anggota tim. Satu sama lain harus memberikan masukan-masukan yang bersifat membangun. Konflik yang dalam kerja tim seringkali tidak dapat dihindari, akan tetapi dapat diselesaikan dengan cara berdiskusi, komunikasi yang baik, kemauan untuk saling belajar dengan menggali berbagai informasi. Lebih lanjut dikatakan, bahwa kerja sama tim menjadi kunci utama pencapaian visi dan misi.

5. Gaya Keterbukaan dan Kerjasama

Ferry Unardi pendiri dan membesarkan Traveloka. Ferry menerapkan gaya kepemimpinan yang terbuka. Manajemen keterbukaan akan menghasilkan individu-individu yang mampu berkreasi dan berinovasi. Menurut beliau, tiap individu memiliki kapabilitas untuk meningkatkan pertumbuhan bisnisnya. Berikan kebebasan kepada tiap individu untuk menciptakan ide-ide kreatif. Otonomi yang diberikan atas pekerjaannya akan menumbuhkan rasa memiliki sehingga rasa tanggung jawab juga semakin besar terhadap pekerjaan yang dilakukan. Terobosan-terobosan baru hasil kerja yang professional dari tim kerja yang dapat diandalkan akan menghasilkan kemampuan daya saing.

6. Gaya Kepemimpinan Berbasis Budaya

Chairul Tanjung, pemimpin perusahaan PT Corp. beliau dikenal sebagai pengusaha sukses yang memiliki jiwa nasionalisme yang kuat. Model kepemimpinan yang cocok untuk negara Indonesia adalah kepemimpinan yang berbasis pada budaya Indonesia. Negara Indonesia memiliki berbagai karakteristik sosial, budaya dan alam yang beragam, dan membentuk situasi beragam pula. Jika mampu menerapkan kepemimpinan berbasis budaya, maka tidak akan bertentangan dengan situasi yang ada. Jiwa nasionalisme beliau terimplikasi pada sumbangan pemikiran yang diberikan untuk kemajuan negara Indonesia. Prinsip kepemimpinan yang ideal, adalah:

1. Memiliki visi yang besar
2. Integritas yang kuat
3. Kecepatan berkreasi dan inovasi
4. profesional
5. Berbuat untuk kepentingan orang banyak

6. Menerapkan nilai-nilai kewirausahaan

7. Gaya Kepemimpinan KeTuhanan

Gaya kepemimpinan KeTuhanan, dikemukakan oleh Agung Janarko, salah satu pemilik dan pendiri Anggrek Katering, yang merupakan salah satu usaha katering yang dikenal masyarakat kota Semarang. Terjun sebagai owner sekaligus pengelola usaha bersama kakak kandung dan seorang sahabat, dimulai tahun 1997 saat terjadi krisis moneter di Indonesia. Tidak pernah terpikirkan jalan menuju kesana, Tuhan yang mengatur semuanya, saat perusahaan tempat bekerja, terkena dampak krismon, otomatis tidak ada lagi pekerjaan, saat itulah tergerak untuk memulai usaha sendiri. Prinsip bisnis yang terus dipegang dan tanamkan kepada seluruh karyawan.....: *bahwa bisnis ini bukan milik saya, bisnis ini milik Tuhan, saya hanya dipercaya Tuhan untuk mengelola, jadi kita harus ikuti aturan dan patuh pada ajaran Tuhan. Pertolongan Tuhan selalu ada, hadir pada saatNya. Kita semua hanya tangan-tangan Tuhan untuk mengelola usaha ini. Tuhan tidak mencari keuntungan dari bisnis yang dimiliki Tuhan, tapi untuk memberi kepuasan kepada semua pihak.*

Beragam gaya-gaya kepemimpinan yang dijalankan oleh pimpinan. Gaya kepemimpinan bukan sekedar pilihan, ada perbaduan antara karakter, perilaku, kemampuan pimpinan dengan situasi kondisi karyawan, situasi kondisi organisasi serta situasi dan kondisi lingkungan eksternal.

2.7.3. Peran dan Kegagalan Owner/pemilik.

Bisnis Owner atau sering dimudahkan dengan sebutan owner, diterjemahkan sebagai pemilik usaha yang menginvestasikan dana pada usahanya. Pada usaha kecil sebagai owner akan berperan sebagai seorang manajer, yaitu menjalankan aktivitas-aktivitas utama, mulai dari perencanaan usaha dan perencanaan kegiatan, menetapkan orang-orang untuk terlibat dalam usaha, memberikan pengarahan kepada karyawan, sekaligus sebagai pengawas usaha. Alasan utama, mengapa seorang owner terlibat langsung pada aktivitas sehari-hari:

1. karena untuk usaha kecil hanya memiliki sedikit karyawan
2. aktivitas bisnis masih dapat ditangani langsung dan belum membutuhkan karyawan tambahan
3. karyawan belum dapat diberi tanggung jawab penyelesaian pekerjaan
4. karyawan harus selalu diawasi, agar tidak memberi peluang terjadi penyimpangan

Alasan tersebut dapat dibenarkan, sepanjang alasan tersebut untuk memperhitungkan unsur efisiensi usaha. Resiko yang terjadi, owner akan terbelenggu pada aktivitas rutin, sehingga tidak memiliki kesempatan untuk melakukan pengembangan usaha. Pengembangan usaha akan dapat dilakukan jika owner memiliki kesempatan untuk lebih banyak survey market, melihat aktivitas pesaing, serta menemukan terobosan-terobosan baru.

Seorang owner yang berperan sebagai manajer, sekaligus sebagai seorang pemimpin, bertanggung jawab penuh atas keberlangsungan usaha. Masa depan karyawan, dengan kehidupannya, akan bergantung pada kelangsungan usaha. Oleh karena itu harus dipahami dan dilaksanakan dengan benar apa yang menjadi tanggung jawab seorang pimpinan. Tugas-tugas penting seorang pemimpin adalah sebagai berikut:

1. menetapkan tujuan dan menyampaikan dengan jelas dan terperinci, kepada seluruh karyawan
2. merencanakan setiap aktivitas bisnis yang akan dilakukan
3. menciptakan suasana kerja yang dapat mendorong karyawan untuk bekerja secara tim work
4. menciptakan sistem kerja untuk menjamin koordinasi dan kontrol antar karyawan berjalan dengan baik
5. menjalankan evaluasi kerja sebagai bagian dari fungsi pengawasan.

Di saat-saat awal menjalankan usaha, owner akan dihadapkan pada ketidakpastian dan kompleksitas yang besar. Investasi tidak hanya berupa dana, melainkan waktu dan tenaga yang akan tercurah pada aktivitas bisnis. Dibutuhkan Hasrat yang kuat untuk menjalankan usaha yang telah menjadi pilihannya, diimbangi dengan pengetahuan yang memadai. Dapat dikatakan bahwa kesuksesan maupun kegagalan usaha dipengaruhi oleh dua faktor penting, yaitu:

1. pengetahuan yang memadai
2. passion/hasrat yang kuat

Tujuan bisnis owner menginvestasikan dana, waktu dan tenaga adalah dapat menggapai kesuksesan yang relevan dengan investasi. Dengan passion, akan mengarahkan pada pikiran-pikiran positif yang intens terkait dengan peran owner sebagai pemilik sekaligus pemimpin, sehingga jerih payah yang dilakukan akan menghasilkan kesuksesan sesuai yang diharapkan. Antisipasi terhadap kegagalan yang mungkin terjadi, akan menjadi pijakan yang kuat untuk mengembangkan pikiran dan perasaan positif. Bentuk-bentuk kegagalan usaha, dapat diidentifikasi sedini mungkin, agar tidak menjadikan problem yang semakin besar. Kegagalan dapat diidentifikasi, antara lain:

1. Tingginya tingkat perputaran karyawan yang keluar dan masuk

Ada beberapa kemungkinan mengapa karyawan keluar dari perusahaan, antara lain:

- a. Owner tidak memiliki kompetensi di bidangnya
- b. Owner tidak memberi kepercayaan kepada bawahan
- c. Tidak jelas masa depan usaha
- d. Tidak cocok dengan lingkungan kerja dan jenis pekerjaan
- e. Tidak ada kesempatan berkembang

2. Perilaku karyawan.

Kegagalan seorang owner dalam menjalankan manajemen akan mempengaruhi perilaku karyawan, antara lain:

- a. Tidak memiliki semangat untuk bekerja/malas bekerja
- b. Bekerja karena ada pengawasan
- c. Menyalahkan sistem yang berjalan
- d. Tidak dapat menerima masukan
- e. Enggan melakukan perubahan
- f. Seringkali tidak bekerja sesuai aturan yang dapat merugikan perusahaan

Dua faktor di atas, yaitu tingginya tingkat perputaran karyawan dan perilaku karyawan yang tidak mendukung untuk terjadinya perubahan, akan berpengaruh pada faktor-faktor yang lain, misalnya terjadinya penurunan hasil penjualan, hanya mampu menjual dengan harga batas bawah, trafik penjualan menurun.

Sumber kegagalan usaha, terutama usaha kecil sangat ditentukan oleh seorang pemimpin. Kegagalan seorang pemimpin yang berakibat kepada kualitas karyawan, antara lain disebabkan:

1. Tidak menguasai secara mendalam bidang usaha yang ditekuni
2. Pemimpin tidak memberikan feedback
3. Tidak bisa menerima masukan dari bawahan
4. Pemimpin kurang memperhitungkan insentif atau penghargaan
5. Kurang mampu memberikan pengarahan dan menjelaskan tujuan perusahaan
6. Tidak mampu memberikan motivasi

Bukan hal yang mudah mengendalikan usaha, terlebih untuk usaha yang telah memiliki banyak pekerja. Tanggung jawab besar untuk keberlanjutan usaha. Tidak cukup hanya dengan usaha yang sekedar berjalan, akan tetapi suatu usaha bisnis harus terus berkembang sesuai dengan perkembangan lingkungan usaha. Namun tidak sedikit para pengusaha yang sukses saat ini, berawal dari usaha yang kecil.

BAB 3

KREATIF DAN INOVATIF DALAM BISNIS

3.1. Potensi Diri.

Memulai usaha bisnis, dapat dimulai dengan mengenali dan yakin akan potensi yang ada pada diri sendiri. Selanjutnya implementasikan perencanaan bisnis sesuai dengan “passion” dan bakat anda. Menjadi tidak mudah memulai usaha, jika rasa takut untuk memulai sudah menghantui perasaan seseorang. Rasa takut sangat manusia, siapapun pernah merasakan takut, akan rasa takut yang berlebih, dapat menimbulkan dampak negatif untuk kehidupan. Berbagai cara dapat dilakukan untuk menghilangkan rasa takut untuk memulai usaha:

1. Bantuan dari orang lain

Menghilangkan rasa takut sama saja dengan membangun kepercayaan dan keyakinan. Tidak bisa dirubah dalam sesaat. Selangkan waktu anda, untuk meminta bantuan orang lain, berbicara dengan orang lain, yang anda percaya dan dapat menenangkan hati dan pikiran anda. Jika anda takut untuk memulai berwirausaha, bisa jadi itu disebabkan karena pengetahuan anda tentang wirausaha belumlah cukup. Anda hanya dibayangi ketakutan bahwa usaha anda tidak berhasil. Datanglah pada orang yang tepat, yang telah lebih dahulu memulai melaksanakan wirausaha. Pengalaman orang lain, akan membantu menambah pengetahuan. Diawali dari peningkatan pengetahuan anda tentang ber wirausaha, akan dapat membangun kepercayaan diri, sehingga rasa takut bisa diaatasi.

2. Diri sendiri, menjadi obat yang mujarab.

Segala sesuatu yang bersumber dari diri sendiri, dapat dikembangkan dari diri anda sendiri. Bayangan dan pikiran negatif anda yang justru memunculkan rasa takut. Memulailah dengan lebih banyak memperhatikan usaha-usaha bisnis yang ada disekitar anda, bangun terus keinginan untuk berwirausaha, sehingga dapat mengalahkan rasa takut. Untuk usaha awal, tidak perlu terobsesi untuk menjadi sempurna. Kenali faktor-faktor yang dapat menyebabkan rasa takut. Bayangkan jika permasalahan itu muncul, siapkan dengan berbagai langkahantisipasi. Seringkali terjadi, sesungguhnya bukan rasa takut yang ada pada pikiran anda, tetapi rasa tidak percaya diri, malu, dan takut dinilai negatif atas usaha yang anda lakukan. Pikirkan bahwa orang-orang disekeliling anda adalah orang-orang yang akan membantu anda, ciptakan hubungan baik dengan mereka, jadikan mereka penasehat anda, maka mereka akan merasa turut terlibat dan bertanggung jawab terhadap usaha anda.

Jika dalam usaha, anda mengalami kebangkrutan, jatuh hingga ke dasar yang paling dalam, maka jadikan dasar jurang menjadi pijakan anda untuk meluncur ke permukaan. Jadikan potensi diri anda, pijakan yang kokoh untuk meluncur ke permukaan. Potensi diri diartikan sebagai kemampuan dan kualitas yang dimiliki seseorang. Potensi diri, sesungguhnya telah dimiliki seseorang sejak dia dilahirkan dan dapat dikembangkan melalui proses belajar. Dengan demikian potensi diri dapat dikatakan berasal dari bawaan sejak lahir, dan orang sering menyebutnya sebagai bakat, selanjutnya potensi diri juga berasal dari proses belajar. Segala sesuatu yang dipelajari dengan kerja keras dan sungguh-sungguh akan dapat mengembangkan potensi diri anda. Jikalau seseorang tidak menyadari potensi diri yang ada pada dirinya sendiri, hal tersebut, disebabkan karena ketidakpedulian, sehingga tidak menyadari, bahkan tidak mengenali dirinya sendiri. Bakat yang disadari sejak anak masih kecil, dan terus dikembangkan dengan berbagai upaya yang gigih, maka bakat akan terasah dengan baik.

Demikian halnya berwirausaha bukan semata sebagai mata pencaharian, melainkan ada unsur seni dalam mengelola usaha. Perpaduan yang solid antara pengetahuan yang dimiliki dengan kemampuan seni mengelola, akan mengantarkan usaha bisnis pada kesuksesan.

Berbagai cara dapat mengembangkan potensi diri, antara lain:

1. Kenali diri sendiri.

Beri waktu untuk mengenali diri anda sendiri, misalnya pertanyakan pada diri anda sendiri, selama perjalanan hidup anda, bagaimana bentuk kerja keras anda, apa yang menjadi kesukaan anda, kebahagiaan dan kepuasan seperti apa, yang pernah anda peroleh, atas kerja keras anda selama ini, dalam hal apa penghargaan atau pujian dari orang lain atau teman-teman anda atas diri anda. Jangan terlalu fokus pada keberhasilan orang lain, tapi perhatikan diri anda sendiri.

2. Keinginan atau cita-cita yang menjadi tujuan hidup anda, setidaknya apakah sudah berjalan kearah pencapaian tujuan.

3. Kuatkan cita-cita anda, dengan upaya yang gigih

Sejalan dengan upaya pengembangan potensi diri anda, kuatkan juga niat anda untuk berwirausaha. Sejak awal gagasan muncul untuk berwirausaha, disaat itu potensi diri akan dikembangkan. Salah satu potensi penting yang diperlukan bagi seorang wirausahawan adalah kemampuan kreativitas dan inovasi. Segala hal yang berhubungan dengan kemampuan pasti bisa ditumbuhkan atau diwujudkan pada diri seorang. Potensi yang ada pada diri masing-masing orang, hanya diketahui oleh orang yang bersangkutan, akan tetapi tidak semua orang menyadari potensi yang ada pada dirinya sendiri. Mengenali potensi diri

menjadi langkah awal sebelum seseorang memutuskan apa yang menjadi tujuan hidupnya. Potensi diri yang akan mengantarkan seseorang mampu mengatasi persoalan-persoalan hidup yang dapat menghambat tercapainya tujuan hidup.

3.2 Membangun Potensi Kreatif

Berbagai buku-buku kewirausahaan, mengajarkan bahwa kunci utama keberhasilan berwirausaha adalah mampu kreatif dan berinovasi. Kreatifitas dan Inovasi dapat digunakan dalam strategi-strategi yang berhubungan dengan upaya mempertahankan maupun mengembangkan usaha. Dua kata ini yaitu kreatif dan inovatif, sering disamakan arti, padahal kedua nya berbeda. Pengertian tentang kreatifitas, diantaranya:

1. Munandar (1995:25), kreativitas adalah kemampuan yang ada pada seseorang dalam menciptakan suatu yang baru, dalam bentuk gagasan-gagasan yang dapat diterapkan untuk pemecahan masalah, atau kemampuan untuk menganalisis hubungan-hubungan baru antara unsur-unsur yang sudah ada sebelumnya.

Pada umumnya berbagai pengertian tentang kreativitas, selalu menekankan adanya sesuatu yang baru yang dapat diwujudkan melalui berbagai aktivitas-aktivitas. Dengan demikian kreativitas masih sebatas pada pemikiran, seperti pada pendapat

2. Suryosubroto, 2009: 220), bahwa kreativitas merupakan ide atau pemikiran dan penemuan yang mendatangkan sesuatu pembaharuan yang kreatif
3. Kamus Webster, kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk mencipta yang ditandai dengan orisinalitas dalam berekspresi yang bersifat imajinatif.
4. Kamus Besar Bahasa Indonesia, kreativitas adalah kemampuan untuk mencipta, perihal berkreasi dan kekreatifan.
5. James J. Gallagher dalam Yeni Rachmawati (2005:15) mengatakan bahwa “Creativity is a mental process by which an individual creates new ideas or products, or recombines existing ideas and product, in fashion that is novel to him or her “ , artinya adalah: kreativitas merupakan suatu proses mental yang dilakukan individu berupa gagasan ataupun produk baru, atau mengkombinasikan antara keduanya yang pada akhirnya melekat pada dirinya

Dari berbagai definisi tersebut, implikasinya kreativitas adalah:

1. Berhubungan dengan proses
2. Berhubungan dengan kemampuan
3. Individual yang bersifat seni

4. Menghasilkan sesuatu pembaharuan

Kemampuan berfikir kreatif untuk masing-masing orang, berbeda-beda. Berpikir kreatif artinya seseorang yang memiliki keinginan untuk berbeda dengan orang lain atau pemikiran orang pada umumnya. Tiap manusia dibekali dengan otak yang digunakan untuk berpikir, menemukan ide-ide, bergerak untuk menjalankan ide-ide, dan kegunaan lainnya, tetapi tidak semua orang, mampu menggunakan otaknya dengan sebaik-baiknya. Dihadapkan dalam permasalahan, seringkali Anda berpikir sangat keras, memutar otak, bahkan menjadikan waktu tidur Anda berkurang, belum tentu permasalahan yang Anda hadapi dapat terselesaikan sesuai dengan yang Anda harapkan. Demikian juga jika Anda berangan-angan untuk menjadi wirausahawan, tanpa berpikir kreatif, mimpi Anda tidak akan terwujud. Pentingnya berpikir kreatif, dalam bisnis:

1. Menemukan ide-ide baru dan seringkali ide-ide baru menjadi peluang dalam usaha
2. Kendala atau kesulitan dalam berbisnis, justru menjadi pemikiran awal untuk memunculkan ide-ide baru
3. Peduli dan perhatikan setiap kejadian-kejadian baru yang dialami dan menjadikannya suatu hal baru sebagai suatu pengetahuan yang berguna
4. Tidak terbelenggu pada rutinitas
5. Berorientasi mengatasi keterbatasan, untuk berubah menjadi keunggulan
6. Kembangkan kebiasaan-kebiasaan di masyarakat menjadi kebiasaan yang berbeda
7. Kembangkan imajinasi, hingga di luar logika

Kemampuan berkreasi tidak berdiri sendiri dan muncul begitu saja. Dibutuhkan karakter-karakter lain yang menyertainya, antara lain:

1. Menjadi orang yang tidak cepat meyerah
2. Tidak takut gagal
3. Percaya diri
4. Keingintahuan yang tinggi
5. Selalu ingin belajar
6. Berani menghadapi resiko
7. Persoalan atau kesulitan tidak harus dihindari, bahkan cenderung sensitive terhadap persoalan, segera bereaksi mengatasi solusi
8. Keterbukaan
9. Kemampuan berimajinasi dengan berpikir jauh kedepan
10. Keseimbangan antara berpikir dan bertindak

3.3. Kreatif dalam Bisnis

James Melvin "Mel" Rhodes, terlahir pada tanggal 14 juni 1916, merupakan ilmuwan Amerika pencetus konsep 4 P kreativitas dan disebut “The Four P’s of Creativity”. 4 P Kreativitas dari Rhodes. Konsep 4 P Kreativitas, dimaksudkan, untuk membantu memahami konsep kreativitas. Rhodes, menyimpulkan dari berbagai definisi dari para ahli, kreativitas dapat dilihat dari 4 dimensi, sebagai berikut:

1. Person (orang).
Istilah Person (orang), dimaksudkan melihat kreativitas dari aspek pribadi individu, yang meliputi: kepribadian, kecerdasan, temperamen, fisik, sikap, konsep diri, sistem nilai, mekanisme pertahanan dan perilaku
2. Process (proses), berhubungan dengan anggapan yang muncul dalam benak seseorang, perubahan motivasi, pembelajaran pemikiran dan komunikasi
3. Product (produk), merupakan hasil pemikiran yang dikomunikasikan kepada orang lain. Komunikasi yang disampaikan berhubungan ide-ide yang diwujudkan dalam bentuk yang nyata.
4. Pers (tekanan), merupakan faktor lingkungan yang dapat mempengaruhi kreativitas seseorang.

Kreativitas dalam bisnis, dikatakan menjadi kunci utama keberhasilan berbisnis. Wirausahawan sukses dengan perusahaan-perusahaan besar, yang terus mengalami perkembangan, dapat kita lihat sebagai sosok yang mampu membawa perusahaannya mencapai posisi puncak dan berhasil menghadapi persaingan yang semakin ketat. Kunci sukses mereka adalah mampu menciptakan produk-produk berkualitas beraneka ragam yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat serta memiliki kemampuan memaknai perubahan gaya hidup masyarakat dengan menawarkan produk dan jasa yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat. Jika kemampuan melakukan perubahan diartikan sebagai Tindakan kreatif, maka terjawablah bahwa kreativitas menjadi kunci keberhasilan.

Kreativitas tentu tidak dapat berdiri sendiri, dibutuhkan faktor-faktor lain yang mempengaruhi, agar kreativitas dapat terwujud, misalnya kebudayaan, lingkungan organisasi, maupun lingkungan eksternal. Timbul pertanyaan, bagaimana jika seseorang tidak terlahir sebagai sosok yang kreatif? Apakah masih memiliki kesempatan untuk menjadi wirausahawan? Dari berbagai definisi tentang kreativitas dengan sudut pandang yang dapat berbeda, namun tetap dapat disarikan, bahwa kreativitas berhubungan dengan kemampuan seseorang untuk menciptakan pembaharuan. Kemampuan membentuk kepribadian yang kuat, bukan sesuai yang mustahil untuk dikembangkan.

3.2.1. Dimensi Personal pada Aspek Kepribadian

Menggali kreativitas, diawali dari aspek kepribadian. Hal ini bukan hal yang mudah, tetapi juga bukan hal yang mustahil untuk dibentuk. Aspek kepribadian akan menjadi landasan untuk pembentukan kreativitas selanjutnya. Kepribadian dapat diartikan sebagai dasar bertingkah laku sosial, didasari oleh kekuatan-kekuatan yang ada pada diri seseorang, diantaranya: kekuatan rohani, mental, opini, dan komunikasi sosial. Hal-hal yang berhubungan dengan kepribadian, menurut Alwisol, 2005 : 8-9:

1. **Karakter**, merupakan tingkah laku dasar seseorang yang bersifat menonjol, baik secara eksplisit maupun implisit. Pada umumnya seseorang hanya memiliki satu karakter yang menonjol. Berdasarkan pada perilaku yang menonjol tersebut, muncul pemisahan berbagai karakter, yang disebut:
 - a. Sanguinis (populer), merupakan karakter yang bersifat *people-oriented* dan mudah bekerja sama dengan orang lain.
 - b. Koleris (kuat), merupakan karakter seseorang yang suka menghadapi tantangan, berpetualangan, tegas, kompetitif. Dan tidak mudah menyerah.
 - c. Melankolis (sempurna), karakter ini sering juga disebut perfeksionis. Merupakan sosok yang suka dengan yang rapi, teratur, terencana, pemecahan masalah dengan kreatif untuk mencapai kesempurnaan. Rapi yang ditampilkan, bisa dilihat dari berpenampilan, pekerjaan, penataan, maupun dalam bertindak.
 - d. Plegmatis (cinta damai), merupakan karakter yang mencintai kedamaian, tidak ingin ada konflik, lebih tenang, mudah diatur.
2. **Temperamen**, merupakan kepribadian yang berhubungan dengan faktor biologis. Temperamen bersifat permanen melekat pada diri seseorang dan bersifat bawaan atau keturunan dari orang tua. Berhubungan dengan mudah tidaknya muncul emosi, tingkat kecepatan bereaksi, berhubungan juga dengan suasana hati.
3. **Sifat-sifat**, merupakan diskripsi singkat terhadap seseorang, karena perilakunya yang sama selalu muncul atas reaksi terhadap stimulus yang sama atau mirip, misalnya orang dapat mendiskripsikan seseorang adalah pemarah, mudah tersinggung, penyabar, baik hati, selalu membantu, dll.
4. **Ciri**, merupakan tanda-tanda yang dapat menggambarkan sesuatu dan membedakan dengan yang lain
5. **Kebiasaan**, merupakan perilaku yang sama dan cenderung berulang

Kembali pada pembahasan kita tentang kreativitas, **faktor Person**(orang), menjadi penentu, dapat atau tidaknya seseorang menciptakan kreativitas. Permasalahannya adalah bisakah merubah kepribadian agar menjadi seseorang yang memiliki ciri-ciri sebagai orang yang kreatif. Kepribadian bersifat relatif tetap, akan tetapi kepribadian dapat dirubah, walau tidak dalam waktu yang singkat. Carol Dweck (2008), mengatakan bahwa kepribadian dapat dirubah dengan meningkatkan kualitas:

1. Kepercayaan dan keyakinan diri, Dweck mengatakan bahwa faktor ini memerankan peran penting untuk membentuk kepribadian seseorang
2. Tujuan dan strategi penyelesaian masalah, hal ini dibutuhkan untuk mengembangkan kepribadian

3.2.2. Dimensi Proses, Mengembangkan Kebiasaan

Kebiasaan berhubungan dengan perilaku atau perbuatan yang berulang-ulang dilakukan, dan dilakukan tanpa proses berpikir (Siagian, 2012). Contoh kebiasaan baik, seperti:

- Olah raga
- Menghormati orang yang lebih tua
- Berdoa sebelum makan
- Membuat rencana sebelum bertindak
- Belajar dengar mendengarkan musik

Kebiasaan tidak hanya kebiasaan baik, tetapi juga ada kebiasaan yang buruk. Tergantung pada kebiasaan yang dilakukan, akan mengantarkan kepada kesuksesan. Bagaimana kebiasaan dapat mengantarkan kepada kesuksesan? Perbuatan yang dilakukan secara berulang-ulang akan memberikan keuntungan, seperti:

1. Dapat menyelesaikan pekerjaan dalam waktu yang lebih singkat
2. Terhindar dari kesalahan
3. Manfaat dari kegiatan akan lebih maksimal
4. Lebih mudah mengatur waktu, karena kegiatan sudah terjadwal
5. Tidak ada beban, karena kegiatan sudah menjadi rutinitas
6. Tujuan menjadi lebih mudah tercapai

Proses pembentukan kebiasaan akan menjadi mudah jika dibiasakan sejak kecil, dalam hal ini orang tua dan lingkungan terdekat, berperan dalam menciptakan kebiasaan. Jikalau merasakan kebiasaan mu tidak menguntungkan atau tidak kamu sukai, bisa mengubahnya dengan kebiasaan yang lebih baik dan kamu sukai. Membiasakan melakukan perbuatan atau

bersikap agar menjadi sosok yang kreatif, perlu dukungan dari berbagai pihak, seperti lingkungan keluarga, Pendidikan, dan masyarakat. Peran lingkungan dalam hal ini adalah dengan memberikan kesempatan dan memberi kepercayaan untuk melakukan hal-hal positif atas keinginan sendiri, memberikan dukungan saat seseorang berusaha berkreasi, memberikan arahan-arahan agar apa yang dilakukan tidak merugikan orang lain dan bukan bersifat mengatur. Pada intinya adalah lingkungan terdekat memberikan kebebasan seseorang untuk mengekspresikan dirinya sesuai keinginannya atau imajinasinya. Proses pembentukan kreatifitas akan berjalan secara alamiah dan berkembang, dengan adanya iklim lingkungan yang kondusif. Kebiasaan seperti apa yang perlu dikembangkan? Menurut Jack Canfield dan Kimberly Kirberger (2001), kebiasaan yang diperlukan untuk menciptakan kreatifitas:

1. Bersifat proaktif
2. Memiliki tujuan hidup yang jelas
3. Memprioritaskan yang utama
4. Berpikir menang
5. Berusaha memahami terlebih dahulu, jika ingin dipahami
6. Wujudkan sinergi
7. Mengasah kemampuan

Dengan demikian kebiasaan bukan hanya mengenai perbuatan, akan tetapi juga berupa pikiran-pikiran serta prinsip hidup yang dipegang teguh.

3.2.3. Dimensi Produk, Mewujudkan Hasil Nyata

Kreativitas bukan hanya angan-angan melainkan harus diwujudkan. Wujud kreativitas dalam bisnis, dapat berupa:

1. Ide-ide kreatif mempromosikan produk
2. Teknis kreatif dalam melakukan penjualan
3. Ide kreatif untuk menciptakan kepuasan pelanggan
4. Ide kreatif pelayanan kepada konsumen
5. Menciptakan variasi produk yang berbeda dengan yang lain
6. Menciptakan teknologi kreatif
7. Kreatif dalam produk kesenian dan pariwisata

Ide-ide kreatif, bisa dimaksudkan untuk pemecahan masalah maupun untuk pencapaian tujuan-tujuan yang diinginkan. Tidak terhingga dan tidak terbatas, berkaitan dengan ide-ide kreatif dalam bisnis.

Implementasi kreatifitas dalam bisnis, tidak harus sesuatu yang original. Kreatifitas dapat memaknai sesuatu yang tidak berguna menjadi lebih berguna, atau sesuatu yang belum pernah dilakukan, mencoba sesuatu yang baru dengan berbagai modifikasi. Kreatifitas juga dapat kita terapkan dalam bisnis kita dengan mengadopsi kreatifitas orang lain, selama hal itu tidak melanggar hak paten seseorang. Pada intinya menerapkan sesuatu yang baru dengan gagasan-gagasan baru dalam bisnis Anda, sudah termasuk kriteria kreatif.

3.2.4. Dimensi Pers, Faktor Lingkungan

Menyadari pentingnya kreativitas dalam kehidupan, maka hendaknya lingkungan terdekat, yaitu orang tua, anggota keluarga yang lain, lingkungan Pendidikan, dapat mendorong dan memfasilitasi pengembangan kreativitas. Kemampuan kreativitas hendaknya dibangun sejak usia dini. Menurut Rogers (dalam Munandar, 2009), kondisi lingkungan berkontribusi mengembangkan kreativitas, dengan cara:

1. Memberikan rasa aman, yaitu dapat dilakukan dengan cara: 1) menerima kelebihan dan kekurangan seseorang, dengan apa adanya; 2) menciptakan suasana nyaman, tidak menimbulkan rasa bersalah, 3) berempati.
2. Memberikan kebebasan dan kesempatan untuk mengekspresikan aspek emosional, pikiran maupun perasaan secara simbolis

Lingkungan yang mendukung pengembangan kreativitas, tidak bersifat pasif, melainkan lebih bersifat aktif, dengan cara:

1. memberikan rangsangan dukungan mental, sehingga seseorang akan menjadi lebih percaya diri, berani dan merasa dihargai.
2. kondisi fisik lingkungan, seperti suasana disekeliling yang tenang, sejuk dan bersih. Diharapkan dengan lingkungan fisik yang mendukung dapat menciptakan ide-ide kreatif
3. memberikan pembelajaran yang tidak bersifat membatasi, akan menambah wawasan yang berguna sebagai pencerahan dalam proses pemikiran untuk menciptakan ide-ide dan gagasan kreatif. Proses pembelajaran bisa berasal dari orang tua, anggota keluarga yang lain, dan guru.

3.4. Inovatif

Kata inovasi sering disandingkan dengan kreativitas, sehingga seringkali kata inovasi dianggap sama dengan kreativitas. Pengertian inovasi, menurut para ahli:

1. Menurut pendapat Allen (tahun 2010), inovasi diartikan sebagai:
 - a. Inovasi merupakan suatu kegiatan imajinatif untuk menghasilkan produk dan jasa yang orisinal dan bersifat komersial.
 - b. Inovasi berhubungan dengan proses komersialisasi atau ekstraksi nilai dari sebuah ide atau gagasan.
2. Menurut Rosenfeld, Inovasi merupakan transformasi pengetahuan kepada produk, proses dan jasa baru, tindakan menggunakan sesuatu yang baru.
3. Menurut Sutarno (2012), inovasi diartikan sebagai penerapan cara-cara baru dalam pengaturan kerja dalam suatu organisasi, dengan maksud untuk menciptakan keunggulan kompetitif dari organisasi tersebut.

Dari berbagai definisi tersebut, dapat dilihat perbedaan antara inovasi dan kreatif. Kegiatan bersifat inovatif, dapat disimpulkan, sebagai berikut:

1. Dapat dilihat hasilnya baik dalam bentuk produk atau jasa
2. Dapat berhubungan dengan penggunaan atau penerapan sesuatu yang baru dalam proses penyelesaian pekerjaan
3. Dimaksudkan untuk menciptakan keunggulan
4. Bersifat komersial

3.4.1. Relevansi Inovasi dalam Bisnis

Menurut Ir.Hendra,MM dalam bukunya “Dasar-dasar Kewirausahaan” dijelaskan bahwa Inovasi mengimplementasikan kreativitas sehingga suatu hal menjadi lebih berguna bagi kepentingan manusia. Inovasi bisa dalam bidang apapun terkait dengan kehidupan sehari-hari. Inovasi merupakan wujud nyata dari penyelesaian masalah yang bersifat kreatif. Kemampuan berinovasi bagi wirausahawan menjadi tuntutan utama. Dengan berinovasi, keuntungan yang akan diperoleh, sebagai berikut:

1. Perencanaan program-program inovasi disusun secara lebih matang
2. Memiliki cara-cara baru yang lebih bersifat kekinian dan dapat diterima dan dilaksanakan

3. Pencapaian tujuan menjadi lebih terjamin, karena perubahan yang terjadi harus memiliki arah yang jelas untuk mendukung pencapaian tujuan
4. Usaha menjadi lebih unggul dan memiliki daya saing

Inovasi menjadi jaminan terjadi perubahan. Istilah yang biasa digunakan dalam tingkatan perubahan, sebagai berikut:

1. Pergantian, diartikan sebagai mengganti sesuatu yang sudah ada sebelumnya dengan sesuatu yang baru, misalnya pergantian dalam sistem pembayaran, pergantian metode pembelajaran, pergantian teknis-teknis penyelesaian pekerjaan dengan teknologi baru
2. Perubahan, diartikan menemukan sesuatu yang baru, bisa dalam hal rasa, warna, bentuk, fungsi dll
3. Penambahan, merupakan penambahan sebagian dari yang sudah ada, misalnya penambahan persyaratan
4. Penyusunan kembali, berhubungan dengan menyusun ulang dari sebelumnya, dengan maksud menjadikan lebih baik dan lebih efisien.
5. Penghapusan, diartikan menghilangkan sebagian unsur yang ada pada sesuatu, misalnya pada barang maupun pada proses pelayanan dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu
6. Penguatan, dalam hal ini bisa dengan penambahan, pergantian, perubahan dari potensi awal sehingga dapat difungsikan menjadi lebih optimal

Tindakan bersifat inovatif akan berdampak adanya perubahan. Perubahan tersebut akan menjadi kunci sukses seorang wirausahawan. Perusahaan-perusahaan sukses yang kita kenal, mereka telah berdiri sejak belasan tahun yang lalu, atau bahkan puluhan tahun, ataupun lebih. Bagaimana mereka bisa bertahan dan berkembang? Sementara persaingan semakin ketat. Perang antar produk atau jasa terus terjadi, dan hanya mereka yang mampu berinovasi akan bertahan sukses dan terus berkembang. Inovasi akan muncul karena adanya rangsangan untuk berkompetisi dan menjadi pemenang. Geoffrey A. Moore, dalam bukunya *Dealing with Darwin*, menjelaskan pentingnya inovasi yang disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan. Perusahaan yang mampu berinovasi untuk memperkuat daya saing, akan memperoleh kesuksesan. Perusahaan yang sedang dalam situasi sulit, terpuruk, jika ditangani dengan inovasi yang tepat, akan dapat bangkit kembali.

Berikut beberapa contoh strategi inovasi untuk bersaing, agar dapat memenangkan pasar, berbagai perusahaan besar di Indonesia.

Table: 3.1.
Strategi Bersaing

Brand pasta gigi close up dan smile up, segmen remaja usia 15-25 th	
Strategi close up	<ul style="list-style-type: none"> - Meluncurkan varian produk Flavalicious. Terdiri dari 2 macam rasa - Gencar iklan di TV, Kampanye produk dengan berbagai kegiatan dengan sasaran anak muda
Strategi Smile Up	<ul style="list-style-type: none"> - Meluncurkan produk Smile rasa sarsaparilla dan peppermint - Gencar aktivitas promosi
Brand kertas PaperOne dan Bola Dunia	
Strategi Paper One	<ul style="list-style-type: none"> - Mengadakan Co-Branding dengan kios-kios photo copy - Pemasaran produk melalui agen tunggal
Strategi Bola Dunia	<ul style="list-style-type: none"> - Gencar iklan di radio, surat kabar dan majalah - Road show bertajuk dari kantor ke kantor
Brand Properti Grup Agung Podomoro dan Summarecon	
Strategi grup Agung Podomoro	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan terobosan dengan cara partnership disetiap proyek - Iklan dengan menggunakan puisi
Strategi Summarecon	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan subsidi supaya suku bunga tidak memberatkan konsumen - Strategi penjualan, dengan uang muka lebih ringan dan bisa dicicil - Disain lebih inovatif
Brand minyak goreng Bimoli dan Tropical	
Strategi Bimoli	<ul style="list-style-type: none"> - Inovasi produk: kandungan omega 9 sebesar 40% - Strategi harga yang kompetitif dengan kualitas baik
Strategi Tropical	<ul style="list-style-type: none"> - Inovasi produk: penyaringan 2 kali - Inovasi promosi: pendekatan Kesehatan - Meluncurkan varian produk yang lebih murah dari pada Tropical, yaitu Faiswell
Brand kecap Bango dan kecap ABC	
Strategi kecap Bango	<ul style="list-style-type: none"> - Inovasi promosi dengan mengadakan acara "Bango Cita Rasa Nusantara" dan Gerobak Sate Bango

	- Inovasi produk: menambah varian kemasan ukuran 225 ml
Strategi kecap ABC	- Inovasi promosi: iklan ditayangkan di TV dengan gencar, menjadi sponsor acara memasak di TV
Brand sabun krim BuKrim dan Ekonomi	
Strategi BuKrim	<ul style="list-style-type: none"> - Inovasi promosi: menggunakan artis; banus beli 1 dapat 2 - Inovasi penjualan: mencari pasar yang belum disentuh merek lain, menerapkan harga - Inovasi saluran distribusi yang tidak biasa
Strategi Ekonomi	<ul style="list-style-type: none"> - Inovasi produk: mengeluarkan varian produk - Inovasi iklan: beli 1 dapat 2; beli 2 dapat 3 - Mempertahankan konsumen yang loyal dengan program-program yang menarik

Inovasi dapat dilakukan dalam bidang apapun, akan tetapi tidak semua bentuk inovasi dapat memberikan hasil sesuai yang diinginkan., terlebih kegiatan perubahan akan berdampak pada pembiayaan yang tidak sedikit jumlahnya. Inovasi hendaknya memiliki ciri-ciri, sebagai berikut:

1. Merupakan program terencana. Inovasi dapat juga bersifat berkesinambungan, merupakan proses yang panjang, oleh karena itu perlu perencanaan yang matang, agar menjadi sebanding dengan biaya yang harus dikeluarkan
2. Sejalan dengan visi dan misi perusahaan
3. Bersifat kekinian, memiliki karakteristik yang khas
4. Dapat dilaksanakan dan terintegrasi
5. Dapat meningkatkan nilai tambah
6. Berorientasi pada kebutuhan pasar

Melaksanakan strategi inovasi, dibutuhkan pemanfaatan sumberdaya yang dimiliki perusahaan. Perusahaan yang memiliki sumberdaya yang baik, akan lebih mudah menciptakan strategi inovasi yang tepat. Sumberdaya manusia diyakini sebagai modal utama perusahaan, sebagai kunci penggerak roda perusahaan, walau tetap diperlukan dukungan-

dukungan

sumberdaya

yang

lain.

BAB 4

MEMULAI USAHA MENDIRIKAN USAHA KECIL

Negara Indonesia dikenal sebagai negara dengan kekayaan alam yang sangat besar. Sumber daya alam berasal dari berbagai bidang, antara lain: pertanian, perkebunan, pertambangan. Melihat kenyataan yang ada di Indonesia, kekayaan alam yang melimpah belum dapat menciptakan kesejahteraan yang merata bagi rakyatnya. Pengangguran di Indonesia masih sangat banyak, dari mereka yang tidak berpendidikan sampai para sarjana, masih sulit untuk mendapatkan pekerjaan. Lapangan pekerjaan yang terbatas harus diperebutkan banyak orang. Sumber daya alam dengan kekayaan alam yang berlimpah, tidak dapat dinikmati masyarakat luas. Salah satu penyebab keterpurukan masyarakat dalam aspek ekonomi, adalah bersumber dari budaya.

Dalam bukunya Dr. Riant Nugraha, diuraikan bahwa sejak penjajahan Belanda, ditanamkan bahwa pribumi lebih cocok menjadi pegawai, sedangkan masalah dagang diserahkan pada kelompok Tionghoa. Masyarakat menjadi tidak berminat menjadi wirausaha, bahkan muncul pemikiran bahwa pribumi adalah bangsawan dan tabu untuk berdagang. Untuk mengatasi keterbatasan lapangan pekerjaan, solusi Pemerintah adalah dengan sebanyak-banyaknya mencetak wirausahawan. Pemerintah terus menerus menyerukan perlunya penciptaan wirausahawan dan menjadikan hal tersebut, sebagai agenda Pemerintah dalam rangka mengembangkan perekonomian.

Saat ini minat masyarakat Indonesia, terutama para generasi milenial, terhadap kewirausahaan, cukup menggembirakan. Figur-figur pengusaha muda yang sukses menjadi sumber inspirasi dan dorongan untuk berwirausaha. Penciptaan wirausaha yang semakin berkembang, hendaknya bukan wirausaha yang hanya ikut-ikutan, melainkan wirausaha yang berbasis pengetahuan dan teknologi, yang akan menjadikan mereka berkembang secara mandiri dan kuat.

4.1. Sumber Ide

Ide diartikan sebagai gagasan tentang sesuatu hal yang muncul dari pemikiran seseorang. Tahap awal memulai usaha, selalu dimulai dari ide tentang jenis usaha yang akan ditekuni, sekaligus ide tentang konsep usaha. Mendapatkan ide usaha, bisa terinspirasi dari banyak hal. Selalu ada penjelasan dari pengusaha sukses mengenai munculnya ide bisnis. Berdasarkan hasil penelitian tahun 2005 di Amerika, oleh Longenecker, sumber ide, sebagai berikut:

Table: 4.1
Sumber Ide

NO	SUMBERIDE	JUMLAH
1	Pengalaman pekerjaan utama	± 45%
2	Kesenangan atau hobi	±16%
3	Kesempatan yang berubah	±11%
4	Saran-saran dr pihak lain	±7%
5	Pendidikan dan kursus	±6%
6	Bisnis atau usaha keluarga	±6%
7	Teman atau kerabat	±5%
8	Lain-lain	±4%

Daftar tentang sumber ide masih bisa lebih banyak lagi, bahkan dapat dikatakan sumber inspirasi tidak akan pernah ada habisnya. Munculnya ide bisnis, menjadikan kekuatan untuk melangkah pada tahap-tahap selanjutnya. Beberapa hal yang perlu menyertai ide bisnis, antara lain:

1. Sesuaikan dengan kemampuan atau keahlian
2. Dibutuhkan pemahaman terkait bidang usaha yang akan ditekuni
3. Dibutuhkan motivasi usaha

4.2. Memilih Jenis Usaha

Ada berbagai alasan timbulnya minat seseorang untuk berwirausaha. Seperti disampaikan para mahasiswa peserta mata kuliah kewirausahaan di perguruan tinggi negeri, pada Survey rutin yang dilakukan, menyatakan bahwa alasan berminat berwirausaha, adalah:

Table: 6.2
Alasan Berwirausaha

NO	ALASAN	JUMLAH
1	Penghasilan besar dari pada karyawan	25
2	Ingin kaya	20
3	Membuka lapangan kerja	17
4	Kesejahteraan keluarga lebih baik	14
4	Tidak terikat waktu, lebih fleksibel	13
6	Mengembangkan hobi	8
10	Meneruskan usaha orang tua	2
11	Senang dengan tantangan	1
	JUMLAH	100

Apapun alasan yang menyebabkan munculnya minat untuk berwirausaha, tidak dapat menjadi ukuran keberhasilan usaha. Yang terpenting, seberapa kuat alasan tersebut ada pada diri seseorang yang dapat mendorong keberanian mengeksekusi minat menjadi sebuah kenyataan. Tidak berhenti dengan mempertanyakan alasan timbulnya minat berwirausaha, Langkah penting yang harus diputuskan adalah memilih jenis usaha.

4.2.1. Jenis usaha menurut kepemilikan

Jenis usaha berdasarkan kepemilikan dapat dibedakan:

1. Perusahaan negara.
Merupakan perusahaan yang modalnya berasal dari pemerintah dan didirikan oleh pemerintah
2. Koperasi.
Permodalan koperasi berasal dari anggota koperasi
3. Perusahaan swasta
Modal usaha berasal dari perorangan atau kelompok orang dan didirikan oleh inisiatif perorangan maupun sekelompok orang

4.2.2. Jenis usaha menurut sektor

Jenis usaha menurut sektor, merupakan pembedaan Jenis usaha berdasarkan kegiatan utama yang dilakukan, yaitu:

1. Jenis usaha perdagangan/distribusi

jenis usaha ini kegiatan utama dalam bidang jula beli barang jadi. Misalnya: toko, warung kelontong, supermarket, hypermarket. Aktivitas utama termasuk sederhana, yaitu melakukan pembelian, penyimpanan dan penjualan. Termasuk dalam jenis ini adalah jenis usaha distribusi, yaitu memindahkan barang jadi dari produsen ke konsumen. Contoh jenis usaha ini: agen, distributor, whole saler/grosir

Jenis perdagangan , masih dibedakan berdasarkan barang yang dijual, yaitu:

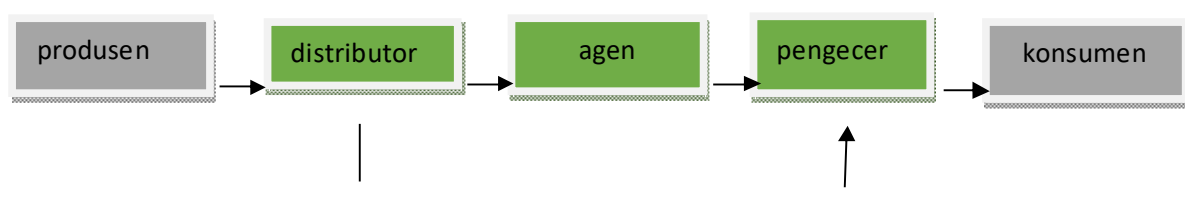
1. Barang sembilan bahan pokok
2. Barang klontong
3. Barang bahan bangunan
4. Barang peralatan elektronik
5. Barang hasil bumi

Usaha di bidang perdagangan, lebih fokus pada:

1. mencari barang-barang dagangan dengan harga pembelian yang lebih murah. Keuntungan akan diperoleh berdasarkan pada selisih antara harga beli barang dengan harga jual barang.
2. Ketersediaan pemasok barang-barang dagangan
3. Menyediakan tempat penyimpanan agar terhindar dari kerusakan atau hilangnya barang-barang dagang
4. Usaha perdagangan sebagai pengecer atau retail, akan berhubungan langsung dengan konsumen, oleh karena itu perlu dipertimbangkan lokasi toko yang strategis, mudah dijangkau dan mudah dilihat/dicari

Pergerakan barang dari produsen yaitu yang membuat barang, kepada konsumen dapat

digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1: skema rantai bisnis perdagangan

Distributor, agen maupun pengecer, dapat disebut sebagai usaha perdagangan. Usaha di bidang perdagangan, banyak diminati masyarakat, karena aktivitas bisnis lebih sederhana, perputaran arus kas relatif lebih cepat, biaya promosi tidak harus dibebankan kepada pedagang, melainkan menjadi tanggung jawab produsen/pemilik merek, atau kebijakan lain, atas kesepakatan bersama. Aset usaha terbesar adalah:

1. Pengadaan barang dagangan. Besarnya modal yang dibutuhkan untuk pengadaan barang dagangan/persediaan barang dagangan, dipengaruhi oleh kemampuan penjualan. Jika kemampuan penjualan mengalami peningkatan, maka jumlah persediaan barang dagangan juga akan meningkat.
2. Tempat penyimpanan atau tempat usaha. Usaha sebagai distributor, membutuhkan Gudang tempat penyimpanan barang. Penyimpanan barang untuk tiap-tiap barang memiliki ketentuan penyimpanan yang berbeda-beda. Hindarkan terjadi kerusakan barang barang dagangan, karena dapat menyebabkan kerugian. Usaha perdagangan sebagai pengecer membutuhkan tempat penjualan/toko yang memadai, karena jenis usaha ini akan berhubungan langsung dengan konsumen pemakai.
3. Kendaraan modil dan atau sepeda motor, untuk angkutan barang-barang dagangan. Jumlah modil atau sepeda motor, disesuaikan dengan barang-barang dagangan dan luas daerah pemasaran

2. Jenis usaha industri pengolahan

Merupakan usaha yang mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Proses perubahan barang merupakan usaha peningkatan nilai tambah suatu barang, sehingga dapat digunakan oleh konsumen. Contoh jenis usaha ini, berupa produksi bahan makanan, minuman, kebutuhan sehari-hari, seperti sabun mandi, shampoo, sabun cuci, dll

Indistri pengolahan berdasarkan jenis pengolahan, dapat dibedakan:

1. Industri kimia dasar, misalnya: olahan bahan-bahan kimia untuk obat-obatan, untuk produk pupuk

2. Industri mesin dan logam, misalnya: berbagai jenis mesin-mesin yang dapat digunakan untuk pabrik
3. Industri makanan dan minuman
4. Aneka industri lainnya

Usaha industri atau pengolahan jangan dipersepsikan sebagai perusahaan besar yang mengolah bahan-bahan di pabrik untuk menghasilkan barang-barang jadi, melainkan banyak usaha industri yang berskala kecil, diolah di rumah tempat tinggal sendiri, jenis usaha ini sering disebut sebagai industri rumah tangga. Usaha rumah tangga seringkali menjadi binaan dinas-dinas perindustrian. Banyak bantuan-bantuan yang diberikan pemerintah untuk usaha-usaha rumah tangga, dimaksudkan untuk membantu mengembangkan usaha rumah tangga. ciri-ciri usaha industri rumah tangga, antara lain:

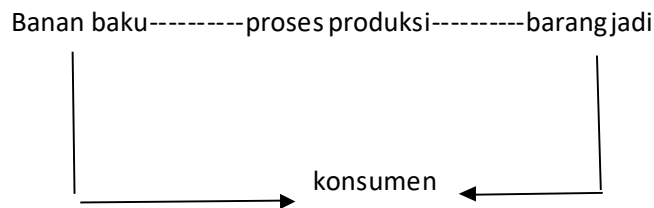
1. Usaha skala kecil
2. Modal terbatas
3. Tenaga kerja terbatas dari lingkungan terdekat, misalnya keluarga, saudara, tetangga
4. Bahan-bahan olahan bisa diperoleh dari daerah sekitar

Beberapa contoh industri rumah tangga yang sukses: 1) berbagai industri kerajinan, 2) industri olahan makanan dan minuman, 3) industri border dan pakaian, 4) industri perlengkapan rumah tangga

Usaha kecil dengan modal terbatas, sangat rentan terjadi kebangkrutan, oleh karena itu, hal-hal penting untuk dipertimbangkan:

1. Segala yang berhubungan dengan legalitas usaha, termasuk barang olahan, harus memiliki perijinan atau terdaftar
2. Tempat usaha yang merupakan daerah pemukiman/ rumah tempat tinggal, hendaknya harus diperhitungkan mengenai limbah produksi.
3. Terjamin ketersediaan fasilitas listrik, PAM, internet, dan infrastruktur
4. Harta kekayaan pribadi dan modal usaha, sering tidak dipisahkan.
5. Manajemen keuangan masih sangat sederhana, perlu dilakukan pencatatan setiap transaksi keuangan, agar memudahkan sewaktu-waktu dibutuhkan untuk penyusunan laporan keuangan

Rantai usaha industri pengolahan, sebagai berikut:



Gambar 2: rantai usaha industri pengolahan

3. Jenis usaha jasa

Usaha ini bergerak dalam bidang pelayanan atau menjual jasa sebagai kegiatan utamanya. Usaha jasa saat ini semakin diminati masyarakat. Perubahan gaya hidup masyarakat, dengan semakin menyukai kepraktisan, mudah dan cepat dalam segala aktivitas, memicu pertumbuhan usaha jasa. Namun demikian untuk menekuni dibidang jasa, dibutuhkan ketrampilan-ketrampilan untuk mendukung terciptanya kualitas pelayanan yang diharapkan masyarakat

Contoh usaha jasa, antara lain:

1. Jasa kuliner
2. Jasa transportasi
3. Jasa salon kecantikan
4. Jasa persewaan
5. Jasa pengiriman barang
6. Jasa perawatan tubuh
7. Jasa penitipan hewan

Usaha jasa sangatlah beragam, tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan individu, melainkan juga bisa untuk pelayanan kepada perusahaan besar, spesifikasi yang perlu diketahui dari usaha jasa, adalah:

1. Dituntut ketrampilan tertentu terkait dengan usaha jasa yang ditekuni
2. Dibutuhkan modal awal lebih besar untuk pengadaan sarana dan prasarana usaha
3. Lebih sulit mendapatkan tenaga kerja, karena dibutuhkan keahlian khusus
4. Bisa berhubungan langsung dengan konsumen akhir/pemakai, sehingga perlu dipertimbangkan lokasi usaha yang strategis

5. Dibutuhkan inovasi dan kreatifitas untuk memenuhi perubahan gaya hidup, kepraktisan, cepat, mudah dan aman
6. Aktivitas usaha akan berdampak pada kepuasan secara psikologis
7. Kualitas jasa meliputi kualitas fisik, yaitu: teknologi yang modern, kebersihan, tampilan tempat usaha, kualitas dan kelengkapan sarana dan prasarana, dan kualitas non fisik, meliputi: hasil kerja dapat diandalkan, keramahan karyawan, ketrampilan karyawan, rasa empati.

Rantai usaha industri jasa, sebagai berikut:

Penawaran jasa/investasi —————> konsumen

Gb 3: rantai usaha industri jasa

Melengkapi jenis usaha dilihat dari sektor usaha, adalah:

1. Usaha di sektor pertanian
2. Usaha di sektor perkebunan
3. Usaha di sektor perikanan
4. Usaha di sektor peternakan

Kecenderung yang terjadi secara umum, munculnya usaha-usaha baru disebabkan karena mengikuti jejak orang lain yang terlebih dahulu sudah memulai usaha, atau ikut-ikutan.

Usaha yang diawali dengan dorongan ikut-ikutan, rentan menjadi gulung tikar, karena tidak melalui persiapan yang matang. Untuk menghindari usaha yang hanya bertahan dalam waktu singkat, perlu diperhatikan beberapa hal penting:

1. Penguasaan dibidang yang akan ditekuni.
Tidak harus mahir dibidang tertentu untuk memilih jenis usaha, tetapi paling tidak bisa memiliki akses yang memungkinkan mengembangkan usaha dapat berjalan.
2. Faktor tenaga kerja.
Pertimbangkan kemungkinan mendapatkan tenaga kerja sesuai yang dibutuhkan, terutama terkait dengan keahlian tertentu. Untuk usaha baru, hendaknya mencari tenaga kerja yang lebih murah
3. Faktor bahan baku dan bahan-bahan lain.

Untuk usaha-usaha yang membutuhkan bahan-bahan susah didapat dan mahal, hendaknya dipertimbangkan terkait biaya produksi. Faktor bahan baku dan bahan-bahan pendukung merupakan faktor utama terserap dalam harga jual produk.

4. Faktor persaingan

Menghadapi tingkat persaingan yang tinggi, dituntut untuk memiliki keunikan yang dapat membedakan dengan produk pesaing, sehingga daya jual akan lebih baik. Terkait dengan faktor ini, perlu juga dipertimbangkan teknik-teknik pemasaran yang dapat dilakukan.

5. Faktor modal

Faktor modal bukan yang utama, akan tetapi perlu dipertimbangkan besaran modal dengan jenis usaha yang akan ditekuni. Biaya yang membutuhkan pendanaan yang cukup besar, misalnya: lokasi tempat usaha, perlengkapan, mesin-mesin produksi

6. Faktor fasilitas dan dukungan pemerintah

Fasilitas untuk berjalannya operasi usaha dan kemungkinan-kemungkinan ketersediaannya, harus diperhitungkan. Tindakan yang perlu diperhitungkan antara lain: meninjau perizinan, kemudahan memperoleh fasilitas, peraturan perpajakan, jika usaha berhubungan dengan bahan-bahan import, pertimbangkan peraturan ekspor-import, dll

7. Faktor resiko

Tidak ada usaha yang tanpa resiko. Perlu perhitungan mendalam, bagaimana kekuatan sumber daya yang ada untuk menghadapi kemungkinan resiko yang dapat diperkirakan sebelumnya.

8. Faktor dukungan keluarga

Menjadi salah satu ciri pekerjaan wiraswasta adalah fleksibilitas dalam unsur waktu. Jam kerja bisa tidak terbatas, oleh karena itu dukungan keluarga menjadi penting.

9. Faktor lingkungan

Khususnya terkait dengan lokasi usaha, perlu dipertimbangkan dimana usaha anda akan beroperasi, perhitungkan penerimaan lingkungan sekitar terhadap keberadaan usaha anda. Pelaksanaan kegiatan seringkali berdampak pada tingkat keramaian, kebersihan, kebisingan lingkungan, penggunaan lahan untuk parkir, hal ini dapat menimbulkan penolakan warga lingkungan.

Pertimbangan terhadap berbagai faktor-faktor tersebut, menjadi langkah awal dalam proses pemilihan jenis usaha. Kecenderungan yang terjadi, penentuan jenis usaha bukan lagi merupakan pilihan, melainkan sudah muncul seiring dengan munculnya minat berwirausaha. Walau demikian pertimbangan-pertimbangan yang matang diperlukan, sebagai jaminan kesiapan operasional usaha.

4.3. Peluang Usaha Kekinian

Saat ini, dihadapkan pada situasi pandemi di seluruh dunia, merupakan momen untuk memulai usaha sendiri. Banyak perusahaan-perusahaan yang tidak bisa beroperasi, PHK tidak terhindarkan, kesulitan pemasokan bahan-bahan, dan persoalan-persoalan ekonomi lainnya. Memulai usaha sendiri, akan memberikan harapan baru untuk menumbuhkan perekonomian keluarga, anda akan mendapatkan penghasilan tambahan. Beberapa peluang usaha yang menjanjikan kesuksesan, antara lain:

1. Jenis makanan yang sedang menjadi trend

Jenis makanan yang sedang diminati dan dicari saat ini, sebetulnya bukan makanan yang baru dikenal, akan tetapi dimodifikasi bahan-bahan pokoknya, variasi rasa, dan kemasan. Misalnya: nugget pisang, kebab pisang, camilan dengan tingkat kepedasan tertentu, dengan menggunakan istilah level 1 hingga 10, makanan ringan dengan bahan telur asin/salted egg, olahan ubi, makanan ringan yang menawarkan gorongan krispi, makanan dengan mengutamakan andalan topping yang bervariasi, jenis makanan yang diolah dengan cara berbeda, semula dipanggang/oven, digantikan dengan cara di kukus atau bisa sebaliknya, camilan bahan dasar kentang, french fries dibuat dengan ukuran dan bentuk yang berbeda dari biasa yang telah ada, makanan dengan penambahan bahan keju mozzarella, saus sambal, mayonnaise.

Ide-ide kreatif untuk menemukan beragam jenis makanan, tidak akan pernah berhenti. Yang perlu diperhatikan, bukan sekedar unik atau berbeda tetapi harus mengutamakan cita rasa, tampilan dan kemasan yang menarik, sehingga usaha akan bisa berjalan lebih lama.

2. Beragam jenis minuman

Usaha minuman saat ini sedang menjamur dan sangat cocok untuk iklim di Indonesia. Usaha ini tidak membutuhkan modal besar. Usaha dengan persaingan yang ketat, harus mampu memberikan daya Tarik bagi masyarakat. Pertimbangan harga menjadi

sangat penting, karena berkaitan dengan lokasi usaha, dan segmen yang menjadi target pasar. Berbagai jenis minuman kekinian, lebih diutamakan kemampuan memadukan berbagai jenis minuman, dengan pengolahan yang benar, misalnya perpaduan diantara jenis minuman kopi, teh, susu, coklat, sirup, kemudian diramu dengan keju, buah-buahan, snack/crackers, boba (bola-bola kecil), aneka rempah2 yang dipadukan dengan teh, dll

3. Usaha di bidang Katering

Usaha katering artinya usaha menyiapkan dan menyajikan bahan makanan dan minuman. Saat ini usaha katering sangat diminati. Pada umumnya dilakukan oleh ibu-ibu dengan kemampuannya memasak, dikembangkan menjadi usaha komersial. Terlebih pada saat pandemi, masyarakat tidak harus pergi kepasar atau membeli makanan di restoran dengan harga yang lebih mahal, maka alternatif terbaik adalah memesan katering untuk makanan sehari-hari. Persaingan di bidang ini juga semakin meningkat, karena banyak usaha-usaha restoran melayani katering harian untuk rumah tangga dan perkantoran. Jenis katering bersifat kekinian, antara lain: katering menu diet, katering khusus vegetarian, katering box, katering per pack untuk karyawan perkantoran. Selain menyediakan makanan dapat juga ditambahkan dengan minuman sehat, dengan menggunakan rempah-rempah, misalnya beras kencur, kunir asem, baji gur, dll

4. Frozen Food

Usaha ini semakin populer saat ini. Merupakan jenis makanan dan minuman dengan cara di bekukan dengan maksud untuk mengawetkan dan siap saji. Makanan akan dapat disimpan di lemari pendingin/freezer untuk jangka waktu yang lebih lama. Usaha ini sangat cocok karena saat ini masyarakat lebih menyukai segala yang lebih praktis. Berbagai jenis makanan yang saat ini sering didapati dalam bentuk frozen food, antara lain: kroket, risol, ayam betutu, bakso, batagor, empek-empek. Proses pembekuan makanan dilakukan dengan tahap-tahap tertentu, yaitu mempersiapkan bahan-bahan yang akan dibekukan, bisa saja bentuk makanan siap saji atau jenis daging mentah; proses pencetakan/forming; pelapisan; penggorengan; pembekuan dan pengemasan.

5. Jasa Laundry

Usaha ini memiliki kelas segmen yang beragam, modal yang dibutuhkan juga bervariasi. Untuk jumlah modal yang terbatas, cukup menyediakan beberapa mesin cuci dan alat seterika baju. Pemanfaatan teknologi semakin dibutuhkan jika menginginkan kualitas yang lebih baik. Tempat usaha bisa menggunakan sebagian ruang yang tersedia di rumah tempat tinggal, tidak dibutuhkan tempat yang strategis, jika menggunakan sistem diambil dan diantar.

6. Membelanjakan kebutuhan sehari-hari

Beragam cara untuk memenuhi kebutuhan belanja masyarakat, tergantung konsep usaha yang akan dijalankan. Sesuai dengan perkembangan teknologi, maka usaha yang cocok adalah menyediakan aplikasi yang dapat diakses masyarakat. Dari aplikasi tersebut, masyarakat dapat menentukan pilihan pasar yang dipilih, dan jenis belanjaan yang dibutuhkan. Sistem pembayaran dapat dilakukan dengan cara transfer atau secara tunai.

7. Menjadi dropshipper atau reseller

Bentuk usaha ini, membeli barang-barang untuk dijual kembali. Sebagai dropshipper, dibutuhkan tempat untuk menyimpan barang dagangan sebelum dijual kembali. Kecuali jika penjualan dilakukan melalui marketplace besar yang ada saat ini, hanya diperlukan membuka toko online. Keuntungan diperoleh dari selisih harga jual dengan harga beli. Penjualan dapat menggunakan media online, sehingga modal yang dibutuhkan hanya untuk membeli barang-barang dagangan. Perlu dipertimbangkan dalam penjualan produk, adalah memilih jenis barang yang tidak mudah didapat dipasaran dan produk yang banyak diminati. Misalnya barang-barang kecantikan dengan merek-merek tertentu, asesoris untuk wanita. Reseller berbeda dengan bisnis dropship. Sebagai reseller adalah usaha menjualkan barang-barang tanpa harus menyimpan sendiri, barang-barang dagangan.

8. Masih banyak usaha-usaha lain dapat menjadi peluang usaha. Usaha yang membutuhkan ketrampilan khusus, misalnya:

Penjahit pakaian, salon panggilan ke rumah, jasa membuat website, terjemahan bahasa asing, membuka toko online, dll

Memilih jenis usaha, harus diawali dengan yang paling disukai atau dikuasai. Harus ada cerita tentang latar belakang mengapa memilih jenis usaha tertentu

4.4. Memilih Lokasi Usaha

Membahas tentang lokasi usaha, berarti berhubungan dengan tempat usaha dengan bangunan fisik, untuk menjamin agar operasional usaha dapat berjalan dengan lancar. Seringkali pemilihan lokasi usaha, disatukan dengan tempat tinggal pemilik usaha, karena berpikir efisien dan untuk sementara waktu saja. Tempat usaha untuk masing-masing Jenis usaha akan berbeda-beda, baik dilihat dari luasannya, bentuk bangunan maupun lokasinya. Mana yang harus ditentukan terlebih dahulu, Jenis usaha atau lokasi usaha? Tentu saja untuk menjawab pertanyaan ini, sangat tergantung pada situasi yang dihadapi, 1) jika Anda sudah memiliki gambaran jenis usaha yang akan ditekuni, maka langkah selanjutnya dapat menetapkan lokasi usaha, 2) jika sebelum menentukan jenis usaha, Anda memiliki halaman rumah yang luas, memiliki ruko yang belum digunakan, ada teman yang menawarkan sewa tempat dengan harga sangat murah, maka dengan fasilitas tempat usaha dapat dipikirkan jenis usaha yang akan anda pilih, yang disesuaikan dengan lokasi usaha yang telah ada tersebut.

4.4.1. Lokasi Usaha untuk Usaha Perdagangan

Jenis usaha perdagangan, bercirikan membeli suatu barang dengan tujuan untuk dijual kembali, dengan harga jual yang lebih tinggi agar dari aktivitas tersebut diperoleh keuntungan. Aktivitas utama jenis usaha ini adalah membeli, menyimpan dan menjual barang. Barang-barang yang akan dijual belikan, beragam jenisnya, misalnya:

1. Bahan mentah/bahan baku untuk produk tertentu

Pada umumnya bahan mentah atau bahan baku akan digunakan sebagai bahan baku untuk diolah lebih lanjut menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Dengan demikian, barang-barang akan lebih banyak digunakan oleh para produsen pembuat barang-barang jadi. Contoh bahan mentah: kayu, karet, kapas, dll. Usaha perdagangan menjual barang-barang mentah/bahan baku, tidak memerlukan tempat usaha dengan pertimbangan:

- a. Bisa dijangkau dengan transportasi jenis mobil
- b. Membutuhkan lahan yang lebih luas
- c. Bisa digunakan untuk penyimpanan bahan-bahan dan terhindar dari kerusakan.

2. Barang-barang setengah jadi

Barang-barang setengah jadi masih dibutuhkan proses pengolahan lebih lanjut.

Barang akan dikirim dan dijual kepada usaha industri atau pabrikan. Pertimbangan

tempat usaha, sama dengan tempat usaha dengan penjualan bahan mentah. Contoh barang setengah jadi: benang, kain, tepung, dll

3. Barang jadi

Barang jadi adalah barang yang dilihat dari proses pengolahan, merupakan barang yang telah siap untuk dikonsumsi atau dibeli oleh konsumen akhir untuk dimanfaatkan sesuai kebutuhannya. Contoh: sabun, baju, kosmetik, perabot rumah tangga, dll. Usaha perdagangan dengan menjual barang jadi, perlu mempertimbangkan tempat usaha, sebagai berikut:

- a. Mudah dijangkau transportasi umum
- b. Di pusat keramaian kota
- c. Mudah terlihat lokasinya
- d. Memperoleh izin sebagai tempat usaha
- e. Lingkungan usaha: persaingan, kebersihan, kualitas jalan raya, dukungan lingkungan sosial

Usaha perdagangan saat ini lebih banyak diminati, khususnya bagi generasi anak muda, terutama karena adanya penjualan secara online. Contoh usaha perdagangan: toko/warung kelontong, jual alat tulis, jual pulsa, supermarket, pedagang buah dan sayur di pasar-pasar, dll

4.4.2. Lokasi Usaha Untuk Usaha Industri

Jenis usaha industri, bercirikan aktivitas utama mengolah bahan baku menjadi barang jadi, dengan maksud meningkatkan nilai tambah produk, proses pengolahan bisa dilakukan

disebuah pabrik ataupun ditempat lain yang lebih sederhana, dengan menggunakan sumber daya perusahaan. Dengan demikian untuk usaha jenis ini tidak akan berhubungan langsung dengan pembeli akhir. Hal-hal yang perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi, antara lain:

- a. fasilitas transportasi dan infrastruktur, untuk kemudahan mobilitas usaha
- b. mudah pasokan bahan baku, tersedia didaerah sekitar lokasi
- c. dekat dengan sumber tenaga kerja
- d. terdapat fasilitas pendukung, misalnya: sinyal, listrik, air

Anggaran yang digunakan untuk sewa maupun membeli tempat usaha, termasuk biaya yang cukup besar. Oleh karena itu pertimbangan tempat usaha harus dipertimbangkan dengan matang, termasuk pertimbangan untuk pengembangan masa yang akan datang, diversifikasi produk, maupun antisipasi terhadap peraturan pemerintah dimasa yang akan datang. Contoh usaha industri/pabrikasi: produksi tas, sepatu, baju, asesoris, roti, makanan ringan, kerajinan, dll

4.4.3. Lokasi Usaha untuk Usaha Jasa

Aktivitas utama usaha jasa adalah menjual jasa. Jasa dalam hal ini produk dalam bentuk layanan. Yang dijual adalah layanan yang dibutuhkan oleh konsumen, walau demikian layanan yang diberikan kepada konsumen tidak murni hanya berbentuk layanan saja, melainkan ada barang-barang berbentuk fisik yang turut mempengaruhi kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen. Kualitas layanan yang dapat dinilai oleh konsumen, meliputi:

1. Fasilitas barang berwujud

Barang berwujud bisa dalam bentuk: ruang kantor yang bersih, nyaman, fasilitas yang lengkap, kualitas alat-alat yang digunakan, dll, dapat memberikan rasa nyaman dan aman bagi konsumen.

2. Kualitas jasa dapat diandalkan

3. Sikap karyawan (keramahan, sopan santun, perhatian)

4. Penguasaan terhadap pekerjaan

5. Komunikasi yang baik

Pengguna jasa dalam usaha jasa, adalah konsumen individu, rumah tangga, instansi, kantor swasta. Oleh karena itu, pertimbangan pemilihan lokasi usaha, sama dengan usaha perdagangan. Contoh usaha jasa: cuci sepatu, laundry, persewaan, desain interior, event organizer/wedding organizer, penjahit, dll

4.5. Mempersiapkan Sumber Daya Manusia

Salah satu usaha pemerintah untuk meningkatkan perekonomian rakyat adalah dengan menggiatkan UMKM. UMKM memberikan kontribusi besar terhadap roda perekonomian negara Indonesia. Disaat krisis, tahun 1997, UMKM tetap bisa bertahan dan tersebar disegala penjuru tanah air karena sifatnya yang fleksibel dan mandiri. UMKM tidak mudah terpengaruh dengan situasi lingkungan eksternal. Salah satu keuntungan besar dengan berkembangnya UMKM adalah penyerapan tenaga kerja, sehingga bisa memperbaiki perekonomian rakyat.

Sumber daya manusia pada usaha kecil, dipertimbangkan secara kuantitas maupun kualitas. Pada umumnya, secara kualitas, tenaga kerja usaha kecil, memiliki beberapa kelemahan, antara lain:

1. Penguasaan teknologi masih rendah
2. Standar kualitas produk, belum dijalankan dengan baik, hal ini disebabkan karena kontrol terhadap kualitas produk, dijalankan dengan cara-cara konvensional
3. Belum memahami pentingnya segmentasi dan penetapan target pasar, sehingga produk tidak disesuaikan dengan kebutuhan konsumen
4. Kemampuan pemasaran masih sangat kurang, bahkan masih bersifat pasif. Dapat menghasilkan produk tetapi kurang mampu menjual produk.

Dari aspek kuantitas, usaha kecil memiliki peluang untuk menyerap tenaga kerja. Akan tetapi pada realitanya, jumlah tenaga kerja belum terserap dalam jumlah besar, hal ini disebabkan karena keterbatasan pendanaan untuk memberikan upah. Tingkat pergantian tenaga kerja juga masih tinggi, sehingga berdampak pada produktivitas usah.

Beberapa kendala yang dihadapi oleh usaha kecil dalam aspek ketenaga kerjaan, antara lain:

1. Tidak mudah mencari tenaga kerja dengan keahlian tertentu, sesuai yang dibutuhkan. Kalau pun digunakan tenaga yang sudah memiliki ketrampilan, biasanya dengan menetapkan tarif gaji yang tinggi dan diluar kemampuan keuangan perusahaan.
2. lebih banyak diminati bekerja di pabrik, dari pada usaha kecil, sehingga bekerja pada usaha kecil, sifatnya hanya sampingan.
3. Pemanfaatan tenaga kerja berasal dari lingkungan sekitar lokasi usaha, seringkali tidak sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan, misalnya: keahlian, usia, jenis kelamin, kondisi fisik/Kesehatan
4. Tidak memiliki jiwa kewirausahaan yang memadai, dan berdampak pada kinerja.
5. Rasa keterlibatan dan rasa memiliki terhadap pelaksanaan usaha masih relatif rendah

Berbagai kelemahan kuantitas dan kualitas tenaga kerja, menyebabkan pemilik usaha sekaligus pelaku usaha, masih harus menyelesaikan hal-hal teknis bersifat rutin, sedangkan pemikiran pengembangan usaha menjadi terabaikan. Berbagai strategi yang dapat dilakukan untuk dapat mengatasi keterbatasan ketenaga kerjaan dalam usaha kecil, sebagai berikut:

1. Pada tahap perencanaan, ditetapkan bagaimana perusahaan akan dijalankan, apakah sementara waktu dijalankan sendiri, karena skala usaha yang masih kecil, dikelola

bersama keluarga atau teman, misalnya: suami/istri, anak, saudara, atau teman. Alangkah baik jika sebelum usaha berjalan, terlebih dahulu menyatukan visi dan misi kepada pihak-pihak yang akan terlibat dalam pengelolaan usaha.

2. Jika usaha sudah berjalan, akan terjadi penambahan-penambahan tenaga kerja. Tenaga kerja dapat diperoleh dari lingkungan-lingkungan terdekat, diharapkan yang masih memiliki ikatan persaudaraan atau pertemanan. Menggunakan tenaga kerja yang memiliki ikatan persaudaraan maupun pertemanan, akan lebih menguntungkan karena sudah mengetahui karakter atau kemampuan kerja ybs, sehingga akan memudahkan langkah-langkah koordinasi.
3. Pendekatan manajerial yang tepat dalam pengelolaan tenaga kerja. Biasanya untuk usaha kecil, digunakan pendekatan kekeluargaan. Pendekatan kekeluargaan artinya menganggap seluruh anggota yang terlibat dalam usaha adalah keluarga. Tanamkan rasa memiliki, karena pemimpin usaha maupun anggota, sama-sama saling membutuhkan.
4. Jalankan komunikasi yang baik. Komunikasi yang baik akan memberikan banyak keuntungan, antara lain: 1) produktivitas meningkat, 2) menciptakan semangat kerja, 3) tercipta kepuasan seluruh anggota perusahaan, 4) menghindari kesalahan paham/konflik. 5) menghindari kesalahan instruksi kerja.
5. Hargai jerih payah karyawan. Penghargaan kepada karyawan dapat dilakukan dengan berbagai cara, disesuaikan dengan kemampuan perusahaan. Beberapa bentuk penghargaan, antara lain: 1) insentif akhir tahun, 2) bonus untuk yang mencapai target, 3) piknik, 4) bantuan untuk yang sakit, 5) bantuan anak sekolah
6. Pengawasan dijalankan dengan baik. Kehancuran suatu usaha, bisa terjadi karena lemahnya fungsi pengawasan. Seluruh karyawan harus tahu, bahwa selalu ada pengawasan yang dilakukan oleh pimpinan. Hal-hal teknis yang perlu mendapat pengawasan, antara lain: 1) kejujuran, 2) penyelesaian pekerjaan, 3) ketepatan penyelesaian kerja, 4) kualitas pekerjaan, 5) kemampuan kerjasama, 6) kemampuan pengambilan keputusan, 7) disiplin kerja

Usaha kecil pada awalnya tidak diperlukan tenaga kerja dalam jumlah yang besar. Perlu perhitungan yang cermat untuk menetapkan jumlah tenaga kerja, karena akan berdampak pada pembiayaan. Untuk menghemat biaya tenaga kerja, ada beberapa hal yang bisa dilakukan, antara lain:

1. Dari aspek kuantitas, perusahaan dapat menggunakan tenaga musiman/ *pocokan* sesuai dengan kebutuhan untuk waktu-waktu tertentu. Misalnya pada saat banyak pesanan, pada saat hari raya keagamaan, hari libur panjang, biasanya disaat-saat seperti itu permintaan produk meningkat
2. Dari aspek kualitas, lakukan kontrak kerja dengan tenaga professional/tenaga ahli, untuk jangka waktu yang pendek, untuk bekerja pada perusahaan, sambil memberikan pembelajaran pada karyawan yang lain. dengan cara ini, nantinya perusahaan akan memiliki tenaga kerja trampil tanpa harus kontrak tenaga ahli.
3. Satu atau dua orang tenaga kerja yang sudah ada, dan berdasarkan penilaian kinerja, dianggap lebih baik daripada karyawan yang lain, berikan tanggung jawab yang lebih besar dan kepercayaan untuk mendampingi karyawan yang lain dalam penyelesaian pekerjaan. Karyawan kepercayaan tersebut, dapat berfungsi sebagai *tim leader*.
4. Bagi usaha kecil dengan penjualan masih berfluktuasi, belum menunjukkan kecenderungan meningkat, hendaknya hindari jumlah tenaga kerja tetap dengan sistem penggajian bulanan. Sistem ini akan memberatkan keuangan perusahaan, terutama pada saat angka penjualan tidak baik. Gunakan sistem pemberian bonus setiap bulan atau setiap triwulanan. Bonus akan diberikan sebanding dengan penghasilan yang diperoleh perusahaan. Perhitungan besaran bonus harus ditetapkan dan diketahui semua karyawan. Tentu saja dalam hal ini dibutuhkan keterbukaan atau transparansi keuangan perusahaan
5. Tetapkan sistem pengupahan berdasarkan waktu pengerjaan, misalnya 1 hari, 2 hari, atau mingguan, besaran disesuaikan dengan kemampuan keuangan perusahaan.
6. Hasil kerja yang bisa diukur secara kuantitas bagi setiap tenaga kerja, maka bisa menggunakan sistem pengupahan berdasarkan jumlah barang yang dihasilkan per individu, misalnya: ukuran kg, per meter, per buah, dll
7. Selama masa rintisan usaha, pemilik usaha sekaligus pengelola usaha, tidak harus mendapatkan gaji tetap/bulan, melainkan penghasilan diperoleh dari bagi hasil keuntungan. Jika perusahaan merugi, pemilik tidak mendapatkan penghasilan.

4.6. Mempersiapkan Modal

Mendapatkan modal untuk memulai usaha, bukan hal yang mudah, akan tetapi bukan yang tersulit. Modal usaha dapat dipersiapkan sejak seseorang berkeinginan untuk terjun dalam

dunia usaha. Memulai usaha dapat dimulai dari skala kecil, tidak dibutuhkan modal yang besar. Beberapa cara untuk mempersiapkan modal usaha;

1. Menyisihkan uang saku.

Jika Anda masih berstatus mahasiswa, dan berminat menjadi wirausaha, maka dapat diawali dengan menyisihkan uang saku dari orang tua. Dibutuhkan kedisiplinan dan motivasi yang kuat, supaya cara ini bisa berhasil. Anda bisa mendapatkan modal 6 juta dengan menyisihkan seratus ribu per bulan, selama 5 tahun.

2. Menyisihkan sebagian gaji.

Jika Anda masih berstatus sebagai karyawan, tentunya mendapatkan gaji setiap bulannya. Sisihkan gaji bulanan Anda, dalam kurun waktu sesuai kehendak Anda, sampai saatnya digunakan untuk memulai usaha.

3. Mencari penghasilan disamping kegiatan Anda sebagai mahasiswa.

Walau Anda berstatus sebagai mahasiswa, dapat mencari penghasilan dengan cara bekerja paruh waktu.

4. Menjual aset.

Aset yang dapat dijual agar bisa menjadi sumber modal, tidak harus aset yang bernilai besar, misalnya rumah tempat tinggal, melainkan bisa menjual perhiasan, menjual barang-barang elektronik, dll

5. Modal dari orang tua atau orang-orang terdekat.

Tidak menutup kemungkinan, orang tua atau orang terdekat Anda akan memberikan bantuan modal usaha. Modal yang berasal dari orang tua atau orang terdekat, bisa saja Anda kembalikan, bila sudah mendapatkan penghasilan dari usaha Anda.

Seseorang yang memiliki jiwa wirausaha, akan mampu berpikir dan mencari jalan untuk mendapatkan sumber modal. Pada tahap itu, akan diuji keberanian, kecerdasan, kemantapan dalam pengambilan keputusan terkait pencarian modal usaha. Modal usaha dapat dipersiapkan jauh sebelum usaha berjalan. Saat usaha sudah tumbuh menjadi semakin besar, penambahan-penambahan modal tetap diperlukan untuk pengembangan usaha.

4.7. Mindset Bisnis

Memutuskan memulai usaha, harus dibangun melalui mindset yang benar tentang bisnis. James Artur Ray, mengatakan bahwa mindset berhubungan dengan kepercayaan seseorang yang dapat mempengaruhi cara berpikir, sikap dan perilaku. Mindset yang tertanam dalam pikiran akan menentukan tingkat kesuksesan seseorang.

Banyak dari mahasiswa, jika saya bertanya:

1. Apakah Anda berminat untuk berwirausaha?
 - Jawabnya sebagian besar mengatakan berminat
2. Jika Anda berminat, kapan Anda akan memulai usaha?

Jawabnya:

- sebagian besar mengatakan, setelah memiliki modal.
 - Setelah lulus kuliah, agar memiliki pengetahuan bisnis yang memadai
3. Bagaimana caranya Anda akan mencari modal untuk usaha?

Jawab:

- Bekerja sebagai karyawan, setelah modal cukup, baru membuka usaha sendiri
 - Bekerja lebih dahulu, setelah itu, berwirausaha sebagai pekerjaan sampingan
 - Menyisihkan dari uang saku selama kuliah, setelah lulus baru berwirausaha
4. Jika Anda telah memiliki modal, akan Anda gunakan untuk apa?

Jawab:

- Beli barang dagangan/perengkapan
 - Sewa kantor
 - Sewa tempat usaha
5. Alasan apa, Anda memilih untuk berbisnis?

Jawab:

- Memperoleh penghasilan yang lebih besar dari pada sebagai karyawan
- Ingin menjadi kaya
- Membuka lapangan kerja bagi orang lain, untuk itu harus memiliki usaha yang besar
- Ingin kesejahteraan hidup lebih baik
- Lebih bebas, tidak ada yang mengatur

Jawaban yang ditampilkan di atas, merupakan jawaban dengan jumlah/frekuensi yang lebih besar, sedangkan variasi jawaban yang tersebar dalam jumlah/frekuensi kecil, tidak dicantumkan. Wajar jika banyak orang memiliki pikiran seperti halnya para mahasiswa tersebut. Beranggapan bahwa untuk setiap aktivitas bisnis membutuhkan biaya yang cukup, untuk menjamin tujuan dapat tercapai. Beberapa contoh mindset yang berkembang di masyarakat, antara lain:

1. Mindset bisnis, yang pertama: harus memiliki modal yang cukup, sebelum memulai bisnis

Dari jawaban pertanyaan-pertanyaan saya kepada mahasiswa peserta Mata Kuliah Kewirausahaan, dapat disimpulkan bahwa pada umumnya mindset untuk berwirausaha yang utama adalah memiliki modal finansial. Modal finansial bukan tidak penting, tetapi bukan yang pertama harus dipersiapkan. Mereka yang telah sukses sebagai wirausaha, tidak berawal dari usaha yang besar.

Jika Anda berpikir bahwa berwirausaha harus memberikan tampilan yang mewah, toko yang bagus, café dengan konsep yang menarik dengan desain yang unik, mobil harus yang mahal untuk mendukung penampilan Anda, ini pemikiran yang salah. Belum berbisnis, Anda sudah mengalami kerugian terlebih dahulu.

Untuk pengadaan barang, tidak harus dengan membeli. Berjualan dengan sistem dropship, Anda tidak perlu membeli barang dagangan. Dropship bermodalkan foto atau gambar-gambar produk dengan label harga produk, untuk dijual kepada konsumen. Dengan sistem dropship, seorang yang disebut dropshipper akan memperoleh penghasilan dari kelebihan harga yang ditetapkan pemilik barang dengan harga jual yang dibebankan kepada konsumen. Sedangkan untuk tempat usaha, banyak diantara pengusaha sukses, pada awal bisnis, mereka memanfaatkan garasi sebagai tempat usaha/kantor atau Anda cukup bekerja di kamar dengan fasilitas sederhana yang dapat mendukung aktivitas Anda.

2. Mindset bisnis yang kedua: Menjadi Kaya

Melihat keberhasilan pengusaha-pengusaha besar, tidak salah jika berpikir bahwa menjadi pengusaha adalah jalan menuju kesuksesan. Perlu diingat bahwa bisnis memerlukan waktu untuk bisa menjadi besar. Diperlukan perjuangan yang panjang dan strategi-strategi yang tepat, untuk dapat meraih sukses. Siapkah Anda, jika dalam 1 tahun pertama, bisnis belum bisa memberikan profit yang baik. Kemungkinan yang

terjadi, sebagai pemilik usaha, Anda belum bisa memperoleh gaji rutin untuk setiap bulannya.

3. Mindset bisnis yang ketiga: Pengetahuan dan ketrampilan lebih dahulu baru kemudian memulai usaha

Berpikir bahwa untuk bergerak dalam dunia bisnis, harus menunggu memiliki kemampuan intelegensi yang memadai, memiliki titel dengan Pendidikan S1, tidak salah tetapi juga tidak tepat. Tidak ada yang salah jika selama kuliah sekaligus melakukan kegiatan yang dapat menghasilkan profit. Peluang bisnis tidak harus menunggu setelah Anda memiliki titel sebagai Sarjana. Jika bibit-bibit jiwa wirausaha sudah Anda rasakan tumbuh dalam tubuh Anda, dapat mencoba dengan bisnis skala kecil, dengan demikian pengetahuan dan pengalaman akan melengkapi kemampuan kewirausahaan.

4.8. Langkah Memulai Bisnis

Langkah awal berbisnis akan terasa berat, karena sudah dihantui perasaan takut untuk gagal. Takut menghadapi kegagalan, merupakan hal yang wajar. Terjun dalam dunia bisnis yang sama sekali baru bagi Anda, dapat dianalogkan Anda akan terjun dalam peperangan. Hanya ada dua kemungkinan yang terjadi, Anda akan menang atau kalah. Untuk berperang melawan musuh, sudah pasti diperlukan persiapan dan strategi yang jitu. Oleh karena itu untuk mengantisipasi terhindar dari kegagalan berbisnis, maka diperlukan langkah-langkah persiapan.

Beberapa langkah awal yang harus diperhatikan untuk memulai usaha, antara lain:

1. Pahami pasar yang akan dituju, siapa pasar bisnis

Dalam tahap ini, harus melakukan survey untuk mendapatkan data tentang pasar sasaran Anda. Siapa yang akan menjadi konsumen dari usaha Anda. Memahami pasar artinya paham siapa yang memiliki problem-problem yang dapat diatasi sebagai suatu solusi dari produk Anda. Kata kuncinya adalah: siapa, problem apa dan apa yang diinginkan. Misalnya seseorang dengan berat badan yang dikategorikan, gemuk. Problemnnya adalah kegemukan atau berat badan berlebih dan ingin menurunkan berat badan. Solusi nya dengan mengkonsumsi produk Anda. Tahap ini, bisa membutuhkan waktu yang tidak singkat. Tidak hanya mencari konsumen, tetapi merubah mindset atau kebiasaan yang ada dalam pikiran konsumen. Seseorang dengan berat badan berlebihan, belum tentu hal

tersebut dirasakan sebagai suatu problem. Tahap ini menjadi tugas Anda untuk merubah identitas konsumen, agar menyadari bahwa kelebihan berat badan akan mempengaruhi Kesehatan dan penampilan. Untuk era digital saat ini, memahami pasar dan menemui pasar Anda, sangat mudah dengan menggunakan media sosial.

2. Pahami pesaing.

Menjual produk, dimana persaingan antar produk sudah sangat ketat, maka bagi pemula akan sulit untuk bisa menembus pasar yang dimiliki oleh pesaing. Kecuali produk Anda memiliki nilai tambah dibandingkan pesaing Anda. Akan lebih mudah jika bisnis Anda belum memiliki pesaing, artinya Anda mencari peluang dimana Anda bisa menjual produk, misalnya: banyak orang kesulitan mencari sepatu laki-laki maupun wanita, dengan ukuran besar. Disinilah peluang Anda, karena persaingan untuk produk jenis ini belum banyak.

3. Mencari posisi konsumen/saluran distribusi

Pertimbangan terkait saluran distribusi adalah memperhitungkan dimana dapat menemui konsumen Anda. Di era digitalisasi, akan lebih mudah menjangkau konsumen. Ada beberapa media sosial yang dapat digunakan untuk menjangkau konsumen, antara lain: Instagram, Facebook, WA, Youtube, Twitter, dll. Berbagai cara dapat melakukan survey untuk hal ini, antara lain adalah dengan melihat dimana kompetitor berada, selanjutnya mengikuti jejak kompetitor.

4. Siapkan produk untuk dapat memberi solusi pada problem

Produk yang dijual harus bisa memberi solusi terhadap problem yang dialami oleh konsumen. Diawal Anda sudah melakukan survey siapa konsumen, apa problemnya, apa yang diinginkan.

5. Aktivitas menjual.

Aktivitas utama kewirausahaan adalah aktivitas menjual. Aktivitas menjual dapat berhasil jika Anda sudah terlebih dahulu mengetahui siapa dan dimana konsumen Anda.

Pada aktivitas bisnis, seringkali diawali dengan kejadian-kejadian yang tidak terduga, misalnya: tiba-tiba Anda bertemu dengan teman lama yang sukses dalam aktivitas bisnis, dan teman Anda menawarkan produk untuk dijual, sebagai resller atau dropship. Dalam hal ini produk sudah ada, dan harus dijual kepasar.

Langkah-langkah memulai usaha, dengan produk yang sudah terlebih dahulu ada, dan Anda miliki, tidak jauh berbeda dengan 4 langkah yang sudah dijelaskan di atas.

1. Pahami manfaat produk Anda, misalnya produk vitamin C dosis tinggi untuk mencegah terjadi penularan covid 19.
2. Identifikasi konsumen yang memiliki problem, sesuai manfaat produk yang Anda miliki, misalnya: semua orang takut tertular virus covid 19, siapa yang biasanya menyediakan persediaan obat2an di rumah, yaitu ibu rumah tangga, bapak yang peduli dengan kesehatan keluarganya, bisa juga anak2 yang sudah dewasa dapat menentukan keputusan untuk menjalankan hidup sehat.
3. Tentukan target market, yaitu dengan pertimbangan:
 - Bersedia untuk membeli
 - Mampu membeli
 - Konsumen mudah dijangkau, misalnya melalui media sosial
4. Mencari posisi konsumen, ada dimana.
5. Buat konten yang menarik.

Jangan jual produk tetapi jual solusi kepada konsumen. Dalam hal ini seorang penjual harus mampu melihat kebelakang rangkaian problem yang dihadapi konsumen.

Selanjutnya buat konten yang menarik dan ditampilkan sebagai sarana promosi.

6. Aktivitas menjual

Persiapan memulai bisnis, dapat ditinjau dari aspek internal dan eksternal. Pembahasan sebelumnya, adalah pembahasan pada aspek eksternal. Modal kewirausahaan yang harus dimiliki seorang wirausaha, sebagai aspek internal untuk mendukung keberhasilan usaha, antara lain:

1. Memiliki tekad yang kuat
Memiliki tekad yang kuat, artinya diharapkan sudah tidak ada keragu-raguan untuk memulai usaha berwirausaha. Tekad ini harus dipertahankan dan dibangun terus, seiring dengan berjalannya setiap tahapan berwirausaha.
2. Keberanian
Setiap pekerjaan, khususnya dalam berwirausaha, akan menghadapi resiko pekerjaan. Besar atau kecilnya resiko bersifat relatif, semakin berani menghadapi resiko pekerjaan, akan semakin meringankan beban yang dirasakan.

3. Percaya diri

Percaya diri adalah bentuk keyakinan akan kemampuan diri untuk menghadapi permasalahan-permasalahan serta mampu bersikap optimis dan positif. Dengan bermodalkan sikap percaya diri, seseorang akan mampu mengembangkan aktualisasi diri.

4. Memiliki pengetahuan dan ketrampilan

Banyak pengusaha besar yang sukses, didasarkan pada kemampuan pengetahuan dan ketrampilan yang memadai. Pengembangan pengetahuan dapat dilakukan dimana pun, dan kapan pun, baik melalui jalur formal maupun informal, serta kemauan menimba ilmu dari pihak mana pun, yang akan berguna dalam pengembangan usaha.

Menjadi pengusaha, saat ini banyak diminati. Banyak alasan bagi mereka yang ingin menjadi pengusaha. Akan tetapi menjadi pengusaha sukses, diperlukan ketekunan, serius, fokus dan tidak cepat puas maupun tidak cepat menyerah. Menimba pengetahuan tentang kegiatan bisnis, paling baik adalah mencari mentor yang sesuai dengan bidang bisnis Anda, untuk membimbing dan mendampingi aktivitas bisnis.

BAB 5

TREN KEWIRAUSAHAAN

5.1. Belajar Dari Para Pengusaha Sukses

Pada bab ini, akan diuraikan strategi sukses yang dilakukan para entrepreneur atau pengusaha yang sukses dalam bisnis. Dengan mengenali lebih dekat para pengusaha, kita dapat mempelajari apa sesungguhnya kunci sukses seorang pengusaha. Saat ini kita berada pada masa revolusi industri 4,0 dimana perubahan-perubahan besar dan mendasar terus terjadi, disektor industri, dan berdampak pada sector ekonomi, politik, sosial, maupun budaya masyarakat. Sejalan dengan revolusi industri, sangat tepat untuk mengembangkan ekonomi berbasis kewirausahaan. Menjalankan usaha dengan skala UMKM, saat telah menjadi kebanggaan. Dukungan pemerintah melalui berbagai kebijakan, menjadi stimulus yang sangat penting bagi kemajuan usaha kecil. Berbagai dukungan pemerintah terhadap pengembangan kewirausahaan, melalui pengembangan UMKM, tidak hanya dalam aspek keuangan dengan memberikan subsidi bunga, mendorong lembaga keuangan dan bank untuk bersedia memberikan kredit modal kerja bagi UMKM, pendampingan dalam aspek produksi dengan bantuan teknologi tepat guna, pelatihan dengan melibatkan akademisi, dan perbaikan regulasi untuk meningkatkan UMKM. Pemerintah terus mendorong peningkatan kewirausahaan, diharapkan dapat mencapai 4% dari total penduduk Indonesia. Hal ini disampaikan oleh Direktur Jenderal Industri Kecil Menengah, Gati Wibawaningsih.

Kiat sukses pengusaha di era milenia, dihimpun dari berbagai sumber, antara lain:

Table 5.1.
Pengusaha Sukses

1	MARISA HARYATI	Membuat produk miniatur, terinspirasi produk yang sudah ada di Thailand dan Jepang
	produk	miniatur barang-barang keperluan sehari-hari, misalnya: elpiji 3 kg, pasta gigi, indomi, botol kecap, dan masih banyak lagi. Digunakan untuk gantungan kunci, tempelan magnet, souvenir, dan pajangan

	pemasaran	Awalnya pada teman-teman dekat, pameran, membuka toko di Bandung., dan penjualan secara online. Saat ini sudah menjual keberbagai kota di Indonesia, dan luar negeri
	produksi	Berdasarkan pesanan, tapi kemudian membuat produk sendiri untuk dijual melalui pameran maupun di toko yang dimiliki
	Modal	Modal awal 5 juta untuk membuat mesin cetak.
	Tenaga kerja	Awalnya hanya dibantu suaminya, sekarang memiliki 22 karyawan
	Kiat sukses	<ul style="list-style-type: none"> - Bermodalkan keberanian mengeksekusi ide, merupakan selangkah lebih maju daripada kompetitor - Pemberian merek (Ant Man), terinspirasi film Ant Man merupakan tokoh pahlawan yang memiliki kemampuan merubah tubuhnya menjadi sangat kecil - jangan menggabungkan arus kas pribadi dan bisnis - pemanfaatan teknologi, untuk produksi dan penjualan - memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen - jangan cepat menyerah
2	MUHAMMAD MUHDI	<ul style="list-style-type: none"> - saat krisis moneter tahun 1999, perusahaan tempat dia bekerja, bangkrut. Kondisi kepepet, membuat kripik singkong.
	produk	<ul style="list-style-type: none"> - kripik dengan bahan dasar singkong
	pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> - pemasaran dalam negeri dan luar negeri. sejak

		5 tahun terakhir, setiap bulan, mengekspor ke Korea, sebanyak tiga petikemas. Satu peti kemas berisi 2.566 kotak keripik. Satu kotak berisi 2,6 kg keripik.
	produksi	<ul style="list-style-type: none"> - Dimulai dari 5 kg ubi, saat ini mencapai 5 ton/hari. Kualitas gorengan melalui uji coba, pada akhirnya menemukan komposisi yang pas antara banyaknya minyak goreng, panas minyak goreng, besarnya api, dan besarnya wajan. Kualitas produk, mengalami perubahan, saat ini kualitas produk, bagus tidak seperti awal usaha - Bahan baku ubi dengan kualitas ekspor. Ekspor dari berbagai daerah seperti Langkat, Serdang Bedagai, Brastagi, Pancur Batu.
	Modal	<ul style="list-style-type: none"> - memulai usaha membeli peralatan, dengan harga pada saat itu: alat potong seharga Rp 120.000, wajan Rp 75.000, serta alat penampi Rp 15.000. harga 1 kg ubi Rp 100,-
	Tenaga kerja	<ul style="list-style-type: none"> - 75 karyawan
	Kiat sukses	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak jera walau mengalami permasalahan - Inovasi produk - Kerja keras - Kerjasama untuk dapat memenuhi produksinya
3	GIBRAN RAKABUMING RAKA	<ul style="list-style-type: none"> - Bisnis kuliner. Berawal dari hobi jajan/ makan diluar, senang mencoba berbagai jenis makanan yang dijual di warung pedagang kaki lima sampai rumah wakan.
	produk	<ul style="list-style-type: none"> - catering, rumah makan, dan Wedding Organizer
	pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> - Usaha yang pertama adalah usaha catering dengan nama: Chili Pari. Chili Pari merupakan

		penyedia jasa one-stop wedding solution yang berbasis di Kota Solo, Jawa Tengah.
	produksi	<ul style="list-style-type: none"> - Produk jasa untuk acara pesta. Produk jasa yang dijual yaitu: jasa catering, penyediaan gedung, souvenir, undangan, Master Ceremony (MC), mobil pengantin, dekorasi, rias pengantin, dokumentasi, penyediaan sound system
	Modal	<ul style="list-style-type: none"> - Mengajukan proposal ke bank untuk mendapat pinjaman kredit
	Tenaga kerja	-
	Kiat sukses	<ul style="list-style-type: none"> - Pada awalnya tidak disetujui oleh kedua orang tua, karena orang tua berharap sang anak dapat meneruskan usaha orang tuanya. - Mempelajari peluang bisnis - Inovasi produk - Pemberian merek harus menarik, spesifik dan mudah diingat. - Berani dan kerja keras
4	ANITA LUNDY/ITTAHERL	<ul style="list-style-type: none"> - Berawal dari kesulitan mencari sepatu yang nyaman, memutuskan mencari pengrajin sepatu untuk membuat sepatu dengan rancangannya sendiri
	produk	<ul style="list-style-type: none"> - Sepatu wanita. Model dirancang sendiri, mengutamakan kenyamanan untuk digunakan
	pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> - Menyelenggarakan bazar. Biasanya dilaksanakan di 5 kota besar. - Penjualan secara online - Promosi melalui media Instagram
	produksi	<ul style="list-style-type: none"> - Mencari pengrajin pembuat sepatu, desain sendiri, menggunakan bahan2 yang membuat sepatu dan sAndal nyaman digunakan

	Modal	- Pada awalnya menggunakan modal sendiri
	Tenaga kerja	- pada awalnya, usaha bersama dengan suami. Sekarang sudah memiliki banyak tenaga kerja
	Kiat sukses	<ul style="list-style-type: none"> - Inovasi sistem penjualan. Menjual produk hanya pada hari2 tertentu yang ditentukan - Selalu mencari tahu kebutuhan konsumen, yang selalu berubah dan tergantung situasi dan kondisi yang terjadi - Menerima masukan-masukan, khususnya dari konsumen, sebagai bahan inspirasi mendisain produk - Adaptasi produk dan lebih dekat dengan konsumen - Jujur atas review produk - Kolaborasi dengan pihak lain untuk mendukung pengembangan usaha
5	POLMA/YAMANORI SHOES	Produk sepatu dan sAndal pria dan wanita. Berbagai jenis sepatu dan BIG SIZE. Pada awalnya karena kesulitan mencari sepatu sesuai ukurannya
	Produk	- Sepatu dan sAndal ukuran besar
	Pemasaran	Perkembangan penjualan: <ul style="list-style-type: none"> - Menitipkan produk ke toko-toko sepatu (penjualan secara offline) - Menjadi pemasok, dijual oleh distributor secara online - Menjual sendiri secara online
	Produksi	- Produksi sendiri
	Modal	<ul style="list-style-type: none"> - Pada awalnya untuk aktivitas usaha, mengontrak garasi - Saat ini sudah memiliki workshop

	Tenaga kerja	-
	Kiat sukses	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak putus asa walau pernah mengalami krisis - Produk berbeda dengan produk lain - Produk berkualitas dan terjangkau - Belajar dan belajar - Mengikuti perkembangan lingkungan yang dapat mempengaruhi bisnis - Selalu mencari tahu, bagaimana Mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan
6	ELLA V BRIZALDLY/ MEREK PRibuMI	<ul style="list-style-type: none"> - Ingin dekat dengan keluarga, memutuskan melepaskan jabatan manager dari perusahaan pertambangan nasional
	Produk	<ul style="list-style-type: none"> - Sepatu dan tas, bergaya modern dan beda dengan model pada umumnya, dengan sentuhan bahan kulit. - Produk tasn diberi nama pulau-pulau di Indonesia. Adapun produk sepatu diberi nama kota-kota di Indonesia.
	Pemasaran	Dibeli teman-teman dekat, kemudian berkembang dengan segmen anak muda dan orang tua
	Produksi	<ul style="list-style-type: none"> - Sepatu dan tas dari kulit dengan kombinasi kain-kain tradisional, mulai dari batik, rajut, ikat, songket dan tenun. - Pada awalnya kain-kain koleksi sendiri, yang hanya disimpan, disulap dan diberi nilai tambah menjadi bentuk olahan seperti tas dan sepatu. - koleksi tasnya dengan nama pulau di Indonesia. Adapun koleksi sepatunya diberi nama kota-kota di Indonesia.
	Modal	Fasilitas dalam kehidupan sehari-hari, tidak kalah

		dengan saat menjabat sebagai manajer
	Tenaga kerja	-
	Kiat sukses	<ul style="list-style-type: none"> - Kembangkan hobby dan kesenangan yang dimiliki - full-time mother tetap bisa sukses berbisnis - pentingnya jejaring dengan teman2 - berani mengambil keputusan
7	AMONG KURNIA EBO/BISNIS TRAVELLING	<ul style="list-style-type: none"> - Seorang mantan wartawan, telah bekerja 8 tahun di surat kabar Jawa Pos. - Travelling tidak hanya milik orang kaya, karena membutuhkan banyak biaya. Pertumbuhan ekonomi semakin baik, kesejahteraan semakin baik, masyarakat kelas ekonomi menengah juga membutuhkan hiburan, salah satunya dengan travelling dengan gaya yang unik dan terjangkau
	produk	<ul style="list-style-type: none"> - Produk jasa biro perjalanan untuk wisata travelling gaya backpacker. - menawarkan acara jalan-jalannya ke Eropa dengan cara yang mudah, murah, nyaman, merdeka, dan sensasional, biaya yang lebih murah. - Terinspirasi pembiayaan pelaksanaan Umroh, biaya dapat dicicil
	pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> - menawarkan paket tour berbagai destinasi, dalam negeri maupun luar negeri, melalui sosmed - website-nya di www. amongkurniaebo.com. - menawarkan ke instansi pemerintah maupun swasta
	produksi	<ul style="list-style-type: none"> - tour dikemas dengan gaya backpacker, tour secara bersama-sama, biasanya maksimal 20

		<p>orang.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hari ke 2 masing-masing peserta diberi kesempatan untuk menentukan obyek-obyek wisata yang akan didatangi, mengatur sendiri perjalanannya, hingga malam hari sudah harus berada di hotel - Digarap secara eksklusif tidak mengikat peserta dengan jadwal-jadwal yang ditentukan
	Modal	<ul style="list-style-type: none"> - kantornya di Jalan Langeharjan Kidul 13 Kraton Yogyakarta
	Tenaga kerja	<ul style="list-style-type: none"> -
	Kiat sukses	<ul style="list-style-type: none"> - Berani mengambil keputusan - Kembangkan hobby yang dapat mendatangkan keuntungan - Menjual keunikan dengan memperhatikan kebutuhan masyarakat - Memberikan pelayanan yang baik, mulai dari awal hingga akhir perjalanan

Belajar dari kesuksesan tersebut, dapat disarikan bahwa untuk menjadi sukses, beragam caranya, tetapi tidak datang dengan sendirinya, melainkan harus kita sendiri yang mencari cara menuju jalan kesuksesan yang kita inginkan. Kesuksesan pada umumnya berasal rintisan dari bawah, dari pribadi dan dibangun dengan motivasi serta kemampuan yang memadai. Kita kaji lebih dalam, faktor apa saja yang mengantarkan para pengusaha sukses tersebut.

5.1.1. Keunikan

Kata unik adalah sesuatu yang berbeda, tidak lazim. Sulit memang untuk mengukur sesuatu dari keunikan. Unik juga bersifat sementara karena begitu ditiru produk lain, tentu keunikan sudah memudar. Jika keunikan dinyatakan sebagai sesuatu yang berbeda, belum tentu akan menjadi daya tarik. Unik dan berbeda tetapi juga memiliki daya tarik, mungkin akan menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli produk Anda.

Perhatikan, yang mungkin bisa terjadi, jika produk Anda berbeda dan tidak ada pesaing, berarti konsumen tidak dapat membandingkan produk Anda dengan produk lain. Yang akan terjadi produk Anda tidak menjadi bagian dari pilihan masyarakat, dan Anda telah gagal. Misalnya rokok kategori Mild, produk yang baru dan belum diproduksi perusahaan lain. Pada awalnya masyarakat tidak melirik produk ini, dibutuhkan waktu untuk mengedukasi masyarakat melalui promosi yang terus menerus. Jika perusahaan Anda bukan kategori perusahaan besar, dengan modal, kuat. Menghadapi penolakan produk akan dapat menyebabkan perusahaan Anda, mengalami kebangkrutan. Dibutuhkan waktu yang relatif lama untuk mempengaruhi masyarakat agar bisa menerima produk ini, sementara promosi harus dilakukan secara gencar, dengan biaya yang besar, pemasukan dari penjualan produk ini, belum juga mencapai BEP (tidak untung maupun rugi).

Bagaimana sebaiknya perusahaan menggunakan konsep unik, agar bisa diterima dipasaran? Beberapa hal yang perlu diperhatikan:

1. Konsep unik bukan hanya sekedar berbeda
2. Keunikan, dimaksudkan untuk mencari cerug pasar yang belum tersentuh
3. Keunikan harus dapat menguntungkan masyarakat
4. Keunikan dapat meningkatkan nilai tambah
5. Keunikan harus dikomunikasikan terkait kelebihan yang terkandung dalam keunikan

Keunikan harus dicari, disesuaikan dengan perkembangan zaman. Keunikan berhubungan dengan kreatifitas. Setiap pengusaha akan setuju, jika keunikan dapat memenangkan persaingan. Beberapa alasan mengapa keunikan menjadi penting untuk saat ini:

1. Perkembangan teknologi mempengaruhi akses masyarakat, terutama generasi muda, untuk menjelajahi dunia, sehingga mereka lebih update dan menyukai keunikan/ tidak *mainstream* (biasa-biasa saja),
2. Keunikan, akan memudahkan konsumen untuk menseleksi produk dan jasa yang menjadi pilihan
3. Sesuatu yang baru, selalu lebih menarik perhatian
4. Keunikan untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat, karena Kewirausahaan semakin berkembang.

Contoh pada table di atas, menunjukkan bahwa keunikan menjadi kunci sukses. Sepatu dan sandal big size, sebelumnya tidak pernah terpikirkan orang lain, sepatu dan sandal dengan

kombinasi kain tradisional, jasa travelling dengan konsep backpacker, dan masih banyak lagi kesuksesan wirausaha karena faktor keunikan

5.1.2. Keberanian

Keberanian berarti sikap dapat mengatasi rasa takut, menjadi bagian dari kemampuan personal karena faktor karakter. Sikap berani menjadi penentu, seseorang akan melakukan tindakan yang jelas-jelas akan ada kemungkinan munculnya resiko dari tindakan tersebut.

Keberanian yang dibutuhkan bagi seorang wirausaha, adalah:

1. Sikap berani karena memiliki bekal pengetahuan dan kemampuan
2. Sikap berani karena ada tujuan yang jelas
3. Sikap berani karena didorong oleh keinginan yang kuat
4. sikap berani melangkah karena telah melalui pemikiran yang mendalam, artinya sikap berani bukan karena nekad tanpa perhitungan, atau hanya ikut-ikutan untuk mencoba berwirausaha.

Keberanian yang dibutuhkan seorang wirausaha adalah: 1) keberanian melangkah; 2) keberanian bersaing; 3) keberanian menghadapi resiko

Keberanian bagian dari kepribadian seseorang, dengan demikian menjadi seseorang yang memiliki karakter berani dapat ditumbuhkan, yang dapat dilakukan antara lain:

1. Belajar dari pengalaman orang lain. Berpikirlah, jika orang lain dapat melampaui permasalahan-permasalahan sulit, maka saya juga harus bisa.
2. Manfaatkan setiap kesempatan yang ada, sebagai sarana untuk belajar
3. Miliki mimpi yang kuat untuk masa depan
4. Jangan pernah berhenti belajar untuk mengasah kemampuan

Masih banyak faktor pendukung yang harus menyertai sikap berani, untuk berhasil dalam menjalankan usaha. Proses menuju pertumbuhan dan perkembangan usaha membutuhkan waktu dan ketekunan.

5.1.3. Kembangkan Hobi Menjadi Ide

Pada umumnya mahasiswa yang baru lulus perguruan tinggi, berkeinginan untuk bekerja di perusahaan atau di instansi pemerintah. Hasil survei kepada 100 mahasiswa peserta mata kuliah kewirausahaan, pilihan pekerjaan setelah lulus menjadi sarjana, sebagai berikut:

Tabel: 5.2
Pilihan Pekerjaan Setelah Lulus Perguruan Tinggi

No	Pekerjaan	Jumlah	%
1	Pegawai Negeri	42	42%
2	Wirausaha	22	22%
3	Perusahaan Swasta	15	15%
4	BUMN	14	14%
5	Dosen	5	5%
6	Guru	1	1%
7	Melanjutkan usaha orang tua	1	1%
	Jumlah	100	100%

Dari table diatas, diketahui, bahwa keinginan untuk berwirausaha sebesar 22%, sedangkan keinginan terbesar bekerja sebagai pegawai negeri (42%). Walau bukan yang terbesar keinginan berwirausaha, tetapi kondisi ini masih wajar dan cukup positif, bahkan ada Sebagian mahasiswa telah memiliki usaha sendiri, pada umumnya sebagai reseller dengan penjualan secara online

Perkembangan jumlah wirausaha di Indonesia, semula sebesar 1,67% meningkat menjadi 3,10% dari total jumlah penduduk Indonesia. Ditargetkan perkembangan jumlah wirausaha bisa mencapai 4%, disampaikan oleh Direktur Jenderal Industri Kecil Menengah dan Aneka Kementerian Perindustrian, Gati Wibawaningsih di Tangerang, Selasa (18/2/2020). Upaya peningkatan Pemerintah untuk mengejar pertumbuhan wirausaha, antara lain telah mewajibkan di setiap perguruan tinggi, memberikan materi kewirausahaan.

Kesuksesan berwirausaha tidak ditentukan kapan memulai usaha, apakah harus sedini mungkin, begitu ada peluang dan kemungkinan belum lulus sarjana, ataukah setelah lulus perguruan tinggi sesudah memperoleh banyak ilmu. Minat berwirausaha bisa muncul kapan saja, tetapi yang penting kapan saat eksekusi. Berbagai alasan mengapa seseorang memutuskan bekerja sebagai wiraswasta, sebagai berikut:

1. **Karena terpaksa.** terpaksa bisa disebabkan karena PHK, perusahaan bangkrut, atau karena tidak mendapat pekerjaan. Keterpaksaan tidak selalu berakhir buruk, justru karena situasi dan kondisi yang memaksa, pengusaha jenis ini akan berusaha dengan sungguh-sungguh.
2. **Ada kesempatan.** Kesempatan atau peluang bisa diberikan oleh orang tuanya, teman atau saudara, misalnya kesempatan menjadi pemasok barang-barang tertentu, kesempatan mendistribusikan produk tertentu, kesempatan karena dapat memanfaatkan fasilitas orang tua, dll
3. **Kerja sampingan.** Wiraswasta yang dilakukan sebagai pekerjaan sampingan, tentu beresiko untuk tidak dapat berkembang dengan baik, karena usaha berskala kecil dan tidak fokus pada usaha sampingan. Biasanya hal ini dilakukan karena untuk mendapatkan penghasilan tambahan.
4. **Coba-coba.** Pekerjaan diawali dengan coba-coba, akan terjadi kemungkinan kesalahan-kesalahan yang dapat menyebabkan kerugian. Awalnya bisa saja dengan coba-coba, tetapi untuk berhasil harus ditingkatkan dari coba-coba menjadi sungguh-sungguh.
5. **Mengembangkan hobi atau kesenangan.** Hobi diartikan sebagai kesukaan atau kegemaran. Diawali dengan hobi, dapat memunculkan ide dan menjadikan aktivitas wiraswasta yang mendatangkan keuntungan. Melakukan pekerjaan atas dasar kesukaan atau kegemaran, akan dirasakan lebih muda dan menyenangkan.

Contoh pengusaha sukses seperti pada uraian di atas, seperti pengusaha sepatu dan tas dengan kombinasi kain tradisional, Gibran yang senang makan di warung dan restoran, dan Among Kurnia dengan hobi travelling, berawal dari hobi mengantarkan mereka menjadi seorang pengusaha sukses.

5.1.4. Jejaring/Kerjasama

Jejaring diartikan sebagai hubungan dengan pihak-pihak yang dapat memberikan keuntungan untuk tercapainya tujuan. Pengusaha diharapkan memiliki jejaring sosial yang baik, karena jejaring yang baik dapat memberikan beberapa keuntungan, seperti:

1. Menggalang komunikasi dengan baik
2. Dapat membantu pengusaha menerobos pasar global
3. Mengetahui peluang dengan siapa, pengusaha dapat bekerja sama

4. Menjadi kekuatan untuk mengembangkan tujuan organisasi, dengan mengkombinasikan kepentingan berbagai jejaring
5. Memberikan kemudahan akses untuk berhubungan dengan pihak eksternal yang dibutuhkan

Mengembangkan jejaring, diperlukan pendekatan-pendekatan dengan menyesuaikan fungsi dari masing-masing pihak. Dibutuhkan ketrampilan tersendiri untuk dapat mengembangkan jejaring eksternal. Oleh karena itu membangun jejaring harus diperjuangkan, harus terus dibina, termasuk dalam hal ini bersedia meluangkan waktu dan tenaga. Bagi pengusaha yang memiliki kemampuan mengembangkan jejaring, biasanya akan menikmati upaya-upaya yang dilakukan dan bukan dirasakan sebagai suatu beban. Membangun jejaring bukan hanya dilihat secara kuantitas, artinya menggalang sebanyak-banyaknya relasi, melainkan yang lebih penting, mengetahui potensi dari relasi yang dapat memberikan energi positif.

Mengembangkan kualitas jejaring dapat dilakukan, antara lain:

1. Frekuensi pertemuan atau komunikasi yang baik
2. Kedua belah pihak dapat merasakan manfaatnya
3. Menciptakan kepercayaan kepada konstituens
4. Membangun kekuatan bersama untuk menghadapi permasalahan yang dirasakan kedua belah pihak

Melihat keberhasilan para pengusaha sukses seperti diuraikan di atas, dapat diketahui, jejaring yang digunakan untuk mengembangkan usaha, antara lain:

1. Teman-teman dan komunitas. Teman dan komunitas bisa menjadi pasar awal yang dituju, untuk menjual produk
2. Saudara-saudara dekat
3. Pengrajin
4. Pemasok bahan-bahan baku
5. Media penjualan secara online sebagai tempat marketplace untuk menjual produk
6. Lembaga keuangan dan investor
7. Pemilik toko retail besar
8. Patner kerja yang potensial.

Memasarkan produk dengan memanfaatkan jejaring sosial yang dimiliki, sudah menjadi hal yang umum dijalankan, terlebih saat ini pengembangan jejaring lebih banyak digunakan

dengan media sosial. Media sosial saat ini dianggap sebagai media yang efektif dalam upaya meningkatkan usaha.

5.1.5. Tenaga Kerja

Sumber daya perusahaan, dapat digambarkan sebagai kendaraan yang digunakan untuk mengantarkan pada tujuan perjalanan yang dikehendaki. Sumber daya dapat disebut sebagai input perusahaan yang akan diproses menjadi output. Kualitas output perusahaan, sangat ditentukan oleh sumber daya yang dimiliki perusahaan. Sumber daya perusahaan dapat diklasifikasikan, sebagai berikut:

1. Sumber daya manusia
2. Sumber daya keuangan
3. Sumber daya fisik dan meterial
4. Sumber daya teknologi
5. Sumber daya metode/manajemen

Sumber daya manusia atau tenaga kerja, menurut MTE Hariandja, adalah faktor yang paling utama bagi keberhasilan suatu perusahaan. Oleh karena itu sumber daya manusia sebagai bagian dari organisasi harus dikelola dengan baik.

Wirausaha dalam skala UKM, unsur manusia menjadi salah satu permasalahan yang sering dihadapi. Pada umumnya aktivitas usaha ditentukan oleh satu orang, yaitu pemilik usaha, sekaligus berperan sebagai pelaksana manajemen usaha. Praktek manajemen “one man show”, sering tidak dapat dihindari, karena pemilik sebagai penggagas berdirinya suatu bisnis, memegang kendali manajemen, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, sampai dengan pengendalian usaha. Tenaga kerja yang sering dilibatkan dalam usaha kecil, terutama berasal dari orang-orang terdekat, misalnya suami/istri, saudara dekat, tetangga dekat, atau teman. Pada umumnya kemampuan bekerja belum menjadi pertimbangan utama, melainkan lebih mengutamakan kedekatan.

Semakin berkembang usaha, bisnis tidak dapat bertumpu hanya pada satu orang yaitu pemilik sekaligus pemimpin usaha. Dibutuhkan perencanaan yang baik, untuk menetapkan kapan perusahaan akan melakukan penambahan jumlah karyawan, agar keuntungan usaha dapat menutup biaya penambahan jumlah karyawan. Penambahan karyawan untuk tahap berikut, tidak lagi berdasarkan kedekatan untuk kenyamanan bekerja, namun lebih

mengutamakan ketrampilan. Kapasitas tenaga manusia untuk UKM sebaiknya lebih mengutamakan ketrampilan daripada tingkat Pendidikan maupun pengalaman kerja.

Beberapa hal penting yang perlu diperhatikan, dalam pengelolaan tenaga kerja/karyawan pada UKM, antara lain:

1. Pertimbangkan unsur efisiensi dalam penetapan jumlah karyawan.

Aspek karyawan lebih dilihat pada kualitas atau ketrampilan, bukan kuantitas atau jumlah karyawan. Jumlah karyawan tidak harus jumlah banyak, namun untuk mengatasi ketidak seimbangan beban kerja dengan jumlah karyawan, dapat diatasi dengan cara menggunakan tenaga parttime, musiman, atau kontrak

2. “Pegang” satu atau dua karyawan, menurut penilaian Anda, dapat dipercaya atau memiliki tanggung jawab dalam bekerja, untuk menjadi karyawan kunci.

Tidak seluruh karyawan, mampu diberi beban tanggung jawab, melainkan hanya mampu melakukan pekerjaan teknis dan rutin

3. Hargai setiap jerih payah karyawan.

Untuk menghindari tingkat perputaran tenaga kerja yang tinggi (keluar/masuk karyawan), berikan perhatian dan hargai mereka. Sekecil apapun perhatian akan mempengaruhi psikologis karyawan. Tingginya tingkat keluar dan masuk karyawan, akan mempengaruhi perputaran roda kegiatan.

5.2. Kepemilikan Usaha

Sesuai Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah disebutkan bahwa Usaha Mikro, Usaha Kecil dan Usaha Menengah, merupakan usaha produktif milik orang perorangan, berdiri sendiri dan atau badan usaha perorangan. Kepengurusan dan kepemilikan UMKM, pada umumnya berbentuk Usaha Perseorangan atau Perusahaan Keluarga.

5.2.1. Perusahaan Perseorangan (PO)

Usaha-usaha swasta yang banyak terdapat di negara Indonesia, saat ini masih bersifat perseorangan. Bentuk usaha perseorangan sangat memungkinkan, karena pemilik usaha akan berfungsi sekaligus sebagai pengelola usaha. Istilah pemilik usaha dalam dunia kewirausahaan, bisa diartikan sebagai penyandang dana, pemilik gagasan awal, dan berhak

atas keuntungan yang diperoleh. Sedangkan pengelola adalah seseorang atau sekelompok orang yang menjalankan usaha dengan melakukan serangkaian tindakan-tindakan untuk mencapai tujuan tertentu.

Bagi mereka yang berkeinginan terjun dalam dunia bisnis, bentuk usaha perorangan adalah bentuk usaha yang paling cocok dan memungkinkan untuk dijalankan. Pemilik gagasan sekaligus pemilik modal dapat menjalankan pengelolaan usaha, sehingga apa yang diharapkan dapat tercapai. Pengelolaan usaha dimaknai sebagai menjalankan aktivitas yang terencana dan menjamin aktivitas dapat berjalan secara terus menerus dan berkesinambungan, untuk tercapainya tujuan. Menjalankan aktivitas usaha, meliputi:

1. Perencanaan usaha
2. Mencari tenaga kerja dan menetapkan tugas-tugasnya
3. Bekerja sama dengan pihak-pihak eksternal
4. Aktif melakukan promosi
5. Melaksanakan penjualan
6. Menjalankan pengendalian organisasi
7. Perencanaan kegiatan pengembangan usaha

Aktivitas bisnis dijalankan sebagai suatu proses yang berkelanjutan, dalam rangka meningkatkan nilai tambah terhadap input perusahaan menjadi output dan dapat diterima oleh masyarakat. Rangkaian proses yang terjadi, dapat diklasifikasikan sebagai bentuk kegiatan utama, seperti:

1. Aktivitas produksi
2. Aktivitas pemasaran
3. Aktivitas distribusi
4. Aktivitas keuangan

Aktivita usaha yang dijalankan dalam bentuk usaha perseorangan, maka seorang pemilik tidak hanya bermodalkan keuangan dan materi, melainkan harus memiliki kemampuan pengelolaan usaha yang memadai. Oleh karena itu keinginan membuka usaha harus dilAndasi dengan pengetahuan dan teknologi yang mampu menggerakkan usaha kepada tercapainya perolehan keuntungan usaha.

Perusahaan Perseoranga (PO). Disebut juga sebagai badan usaha, dengan kepemilikan tunggal. Pendirian usaha dengan bAndan usaha PO tidak membutuhkan perizinan yang berbelit-belit dalam persyaratan, dibandingkan dengan badan usaha yang lain. Perizinan bagi setiap aktivitas usaha dalam bentuk apa pun, tetap diperlukan untuk menjamin legalitas usaha. Hal ini dimaksudkan untuk menghindari adanya hambatan dikemudian hari yang dapat menghambat kelancaran usaha. Perizinan minimal yang harus dimiliki adalah SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan). Persyaratan administratif dimaksudkan untuk menjamin kelancaran operasional usaha. Ada saatnya untuk pengembangan usaha dibutuhkan tambahan modal dengan pengajuan pinjaman pada perbankan atau Lembaga keuangan lainnya, dalam hal ini persyaratan administratif wajib untuk dipenuhi.

Pengertian perusahaan perseorangan menurut Undang-Undang (UU) Republik Indonesia adalah suatu badan usaha dimana seluruh modalnya dimiliki oleh satu orang, dan konsekuensi tanggung jawabnya juga dibebankan kepada orang tersebut. Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan beberapa ciri-ciri PO. Adalah

1. Badan usaha
2. Proses pendirian dan pembubaran, lebih mudah
3. Pemilik usaha secara individu
4. Tidak ada persyaratan jumlah modal untuk memulai usaha.
5. Modal berasal dari pemilik usaha atau modal sendiri
6. Pemilik usaha bertanggung jawab terhadap operasional usaha
7. Pengelolaan usaha bersifat sederhana
8. Beban pajak, relatif lebih rendah
9. Keuntungan usaha menjadi hak pemilik
10. Dapat dipindahtangankan dengan mudah dan sewaktu-waktu

Melihat pada ciri-ciri tersebut, maka seseorang yang berminta memulai usaha, tidak akan terbebani persyaratan-persyaratan administratif. Perlu diperhitungkan, usaha yang dimiliki secara individu, berarti tanggung jawab pelaksanaan usaha sepenuhnya berada pada pemilik itu sendiri. Implikasi dari hal tersebut, jika usaha mengalami kerugian bahkan terjadi pailit, maka harta kekayaan pribadi akan menjadi jaminan untuk pelunasan hutang-hutang. Usaha PO yang sudah semakin tumbuh dan berkembang, dapat ditingkatkan status badan usaha,

terutama diperlukan untuk meningkatkan akses penjualan kepada instansi-instansi pemerintah.

5.2.2. Perusahaan Keluarga

Perusahaan keluarga bukan merupakan badan usaha. Disebut sebagai perusahaan keluarga, karena partisipasi keluarga dalam aktivitas usaha. Keterlibatan anggota keluarga, misalnya: suami/istri, orang tua, kakak/adik, dan saudara dekat, dapat memperkuat jalannya usaha. Keterlibatan keluarga dalam pengelolaan usaha, biasanya pada tingkatan pengelola, bukan sebagai pegawai biasa.

Beberapa pengertian dari perusahaan keluarga, antara lain:

1. Menurut Handoyo (2010), perusahaan keluarga (family business) merupakan bisnis, dimana pengelolaan dan atau kepemilikan dipegang oleh sejumlah orang yang memiliki hubungan kekeluargaan Termasuk hubungan keluarga dalam hal ini adalah suami/istri termasuk keturunannya, dan orang-orang yang memiliki hubungan persaudaraan.
2. Susanto et al. (2007), perusahaan keluarga adalah perusahaan yang dimiliki dan dikelola oleh keluarga dari pendirinya. Posisi penting dalam perusahaan dipegang oleh anggota keluarga
3. Stuart Rock, (1991) mengatakan bahwa Perusahaan keluarga (family business) yaitu Mayoritas saham berasal dari keluarga sendiri, sedangkan posisi pengelola dipegang oleh anggota keluarga yang lain, diharapkan keturunan dari anggota keluarga akan mengikuti jejak sebagai pengelola perusahaan.
4. Aronoff & Ward (1995) menyatakan suatu perusahaan dinamakan perusahaan keluarga jika terdiri dari dua atau lebih anggota keluarga yang mengawasi keuangan perusahaan

Berdasarkan pengertian tentang perusahaan keluarga, dapat diketahui, bahwa istilah perusahaan keluarga untuk menggambarkan keterlibatan keluarga dalam kepemilikan dan pengelolaan usaha. Perusahaan keluarga tidak meyakini bentuk badan hukum. Penerapan perusahaan keluarga dalam konteks usaha kecil, dapat disebutkan ciri-ciri, seperti:

1. Posisi penting dalam usaha dipegang oleh keluarga
2. Keuangan usaha dan keuangan rumah tangga, tidak dipisahkan
3. Tugas dan tanggung jawab tidak jelas dan tumpang tindih

4. Motivasi mengembangkan usaha, sangat tinggi
5. Permasalahan yang terjadi diantara keluarga, sering tidak terselesaikan dengan tuntas, karena ada unsur *ewuh pekewuh* atau sungkan, bahkan lebih cenderung melakukan pembiaran.
6. Kesalahan yang dilakukan bukan anggota keluarga akan lebih mudah diselesaikan ketimbang yang diakibatkan oleh anggota keluarga sendiri.

Berkembang atau tidak sebuah perusahaan keluarga, sangat dipengaruhi oleh budaya dan norma yang berlaku. Kondisi perusahaan dari keluarga-keluarga suku Jawa, khususnya, lebih sulit untuk pengambil keputusan secara cepat, karena lebih *bertele-tele* atau terlalu banyak pertimbangan, lebih mengutamakan rasa aman, sehingga menjadi tidak dinamis. Situasi tersebut menyebabkan usaha sulit berkembang.

Bagi usaha kecil yang baru berdiri, keterlibatan keluarga menjadi sangat penting. Usaha yang baru dirintis, belum menemukan pola manajemen tertentu, aktivitas dijalankan lebih pada unsur kepercayaan. Oleh karena itu solusi terbaik adalah melibatkan keluarga.

Keuntungan yang dapat dirasakan dengan melibatkan keluarga, adalah:

1. Sudah mengenal karakter dan kemampuan
2. Lebih mudah berkomunikasi
3. Tidak dibatasi waktu untuk membicarakan bisnis dengan keluarga
4. Rasa memiliki terhadap bisnis yang sedang berjalan, menjadi dorongan untuk bekerja produktif
5. Bisa saling menguatkan, jika terjadi hambatan dalam bisnis

Permasalahan pengelolaan perusahaan keluarga, seringkali disebabkan konflik internal, namun dapat diatasi dengan berbagai cara, antara lain:

1. Tentukan visi, misi, dan tujuan usaha
2. Di awal, buat aturan yang jelas dengan tugas dan tanggung jawab masing-masing
3. Tentukan 1 orang sebagai pemimpin, karena dalam satu kapal tidak bisa ada 2 nakhoda.
4. Pemimpin harus berfungsi menjalankan kepemimpinan
5. Komitmen harus kuat, bahwa urusan pribadi tidak boleh dicampur adukan dengan urusan bisnis
6. Bangun komunikasi yang baik

7. Transparansi pengelolaan usaha terutama. urusan keuangan, harus dibangun sejak awal
8. Tempatkan posisi anggota keluarga pada posisi yang sesuai dengan karakter dan keahliannya.
9. Posisi strategis dimungkinkan diserahkan kepada pegawai yang memang memiliki keahlian dibidangnya.
10. Lebih mudah membangun budaya organisasi

PO yang dibangun atas gagasan individu, dikelola individu, tidak diharapkan beroperasi dalam waktu yang singkat. PO dengan keterlibat keluarga, akan memungkinkan usaha berkembang, asalkan dibangun dengan fondasi yang kuat, yaitu komitmen dan nilai-nilai perusahaan. Fondasi harus dibangun kokoh agar mampu menghadapi terpaan perubahan lingkungan dan teknologi.

5.2.3. Partnership (Kerja sama perseorangan)

Bentuk usaha partnership, tidak didirikan secara perseorangan, melainkan bekerja sama dengan pihak lain. pada umumnya kerja sama dilakukan dengan pacar, teman dekat/sahabat, atau teman yang sudah berpengalaman. Menjalankan usaha, seringkali berawal dari kesepakatan dua orang atau lebih, untuk melakukan bisnis, sehingga pengelolaan usaha juga dilakukan bersama-sama. Beberapa hal penting untuk menjalankan usaha dengan melibatkan pihak lain, dapat dilihat sebagai keuntungan dan kelemahan, antara lain:

Keuntungan:

1. Dapat saling memberikan masukan dan kontrol satu sama lain
2. Modal bisa lebih besar, karena tidak hanya dari satu sumber
3. Saling melengkapi kemampuan dan pengetahuan
4. Memungkinkan untuk tumbuh dan berkembang

Kelemahan:

1. Rawan terjadi konflik kepentingan yang dapat mempengaruhi bisnis
2. Kesulitan dalam pembagian keuntungan. pembagian keuntungan bisa dengan metode sama rata, metode berdasarkan jumlah modal yang disetor, metode berdasarkan tingkat pekerjaan yang berbeda

3. Seringkali tidak disertai dengan struktur wewenang dan tanggung jawab yang jelas
4. Tidak ada perjanjian tertulis secara detail

5.2.4. Kerjasama Bagi Hasil

Kerjasama bentuk ini merupakan kerja sama antara pihak yang memiliki modal/pemilik modal dengan pengelola usaha. Dalam hal ini seseorang yang memiliki kemampuan bisnis berfungsi sepenuhnya sebagai pengelola, sedangkan modal usaha berasal dari pemilik modal dan tidak melakukan operasional usaha. Dengan demikian terdapat 2 pihak dalam bentuk kerja sama ini. Misalnya seorang yang memiliki kemampuan memasak dengan profesi sebagai chef, mengelola modal dengan menjalankan warung atau rumah makan sedangkan sumber modal dari pihak lain. Bentuk usaha kerjasama bentuk ini, memiliki keuntungan, antara lain:

1. Bentuk kerjasama sangat sederhana dan mudah dilaksanakan
2. pembagian keuntungan berdasarkan kesepakatan bersama. Beberapa kemungkinan terkait penggajian bagi pengelola usaha: 1) bagi hasil sama rata; 2) bagi hasil berdasarkan persentase tertentu sesuai kesepakatan; 3) pengelola atau yang menjalankan operasional usaha tidak mendapatkan pembagian keuntungan melainkan diberi gaji dengan besaran tertentu sesuai kesepakatan.
3. Pemilik modal fokus pada fungsi pengawasan
4. Pencatatan keuangan menjadi lebih tertib

5.3. Usaha Waralaba (*Franchise*)

Pengaturan waralaba di Indonesia diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba. Asosiasi Franchise Indonesia (AFI) didirikan pada tanggal 22 Nopember 1991. Menurut AFI, waralaba diartikan sebagai suatu sistem hubungan antara pemilik barang atau jasa merek tertentu, dengan pihak lain, dalam hal memberikan hak untuk mengelola bisnis dengan ketentuan yang telah disepakati bersama, dalam jangka waktu tertentu. Dalam hal kerjasama tersebut, pemilik merek akan menerima fee.

Usaha waralaba saat ini semakin diminati, dengan keuntungan-keuntungannya sistem operasional yang memudahkan dalam pengelolaan usaha, terutama bagi para pemula. Bentuk

usaha waralaba merupakan kerjasama kemitraan antara pihak pemilik produk, merek, sistem pelayanan, dll (disebut *franchisor*) dengan yang menjalankan usaha (disebut *franchisee*). Usaha dengan sistem waralaba merupakan salah satu pilihan yang baik, bagi mereka yang akan terjun dalam dunia bisnis. Sama dengan bentuk usaha lainnya, sistem waralaba memiliki keuntungan dan kelemahan, yaitu:

Keuntungan:

1. Modal relatif lebih kecil, dibandingkan membuka sendiri dari awal usaha hingga dikenal masyarakat
2. Mendapat pelatihan untuk mengoperasionalkan usaha
3. Perijinan sudah diatur
4. Standar Operasional Pekerjaan sudah tersedia dari *franchisor*
5. Resiko lebih kecil
6. Beban psikologis lebih ringan
7. Produk dan merek sudah dikenal masyarakat, dan diminati akan lebih mudah meningkatkan usaha

Kelemahan:

1. Tidak memiliki kebebasan dalam berinovasi dan berkreasi
2. Dikendalikan oleh *franchisor*
3. Keuntungan yang diterima lebih sedikit, karena sejumlah persentase tertentu dari keuntungan harus disetorkan kepada *franchisor*
4. Nama baik usaha sangat rentan, karena dapat dipengaruhi oleh reputasi *franchisee* lainnya

Sebagai seorang yang berminat dalam bisnis waralaba, harus memperhitungkan dengan cermat jenis-jenis usaha waralaba yang akan ditekuni, beberapa hal yang perlu menjadi perhatian, antara lain:

1. Memilih produk, dan merek yang sudah dikenal masyarakat umum dan banyak diminati
2. Membeli usaha waralaba juga dibutuhkan modal awal, pilihlah waralaba dengan harga yang terjangkau
3. Sebagai pemula. hendaknya mencari jenis usaha yang mudah dijalankan.

4. Pelajari persyaratan-persyaratan dengan cermat, sebelum memutuskan untuk bekerjasama

Tiap usaha waralaba memiliki peraturan yang tidak sama, pada umumnya hal-hal yang diatur dalam sistem waralaba, adalah:

1. Biaya waralaba
2. Pelatihan untuk karyawan
3. Pendampingan usaha dalam kurun waktu tertentu
4. Konsep tempat usaha, dan desain ruangan
5. Melakukan pengkajian lokasi tempat usaha
6. Penyediaan bahan-bahan

5.3.1. Perjanjian Waralaba

Kerjasama dua pihak dalam sistem waralaba, didasarkan pada perjanjian tertulis antara franchisor dan franchisee, sebagai jaminan kepastian hukum kepada kedua belah pihak. Perjanjian tertulis berisi tentang hak dan kewajiban masing-masing pihak. Perjanjian tertulis harus diperiksa pengacara selaku kuasa hukum pemilik usaha waralaba

Dalam Peraturan Menteri Perdagangan No: 53/M-DAG/PER/8/2012, dinyatakan bahwa penyelenggara waralaba, harus memiliki kriteria, sebagai berikut:

1. Memiliki ciri khas usaha
2. Sudah memperoleh keuntungan
3. Memiliki standar pelayanan dan barang dan atau jasa, serta dibuat secara tertulis
4. Mudah untuk diajarkan dan dilaksanakan
5. Memberi dukungan yang berkesinambungan
6. Memiliki Hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar

Segala hal terkait tata cara sistem waralaba tercantum dalam Pasal 3 Peraturan Pemerintah No 16 tahun 1997 dan Pasal 5 Keputusan Menteri Perindag no 259 tahun 1997, antara lain mengenai:

1. Identitas lengkap franchisor (kegiatan usaha, laporan keuangan selama 2 tahun terakhir)
2. HKI atau ciri-ciri khas usaha
3. Persyaratan bagi franchisee (syarat pembiayaan, ganti kerugian, wilayah pemasaran, dan pengawasan mutu)

4. Bantuan kepada franchisee (pelatihan, keuangan, promosi, pembukuan, pedoman kerja)
5. Hal dan kewajiban franchisor dan franchisee
6. Jangka waktu
7. Hal-hal lain yang perlu diketahui franchisee terutama jika terjadi perselisihan

Dengan sistem waralaba tidak menjadi jaminan, usaha akan berhasil. Dibutuhkan kemampuan manajemen untuk mengelola sumber daya yang dimiliki, termasuk sumber daya manusia, keuangan, pelanggan, dll. Resiko usaha tetap saja bisa terjadi, terutama jika tidak dapat menjalankan usaha dengan kemampuan manajemen yang memadai.

5.3.1.1. Biaya Sistem Waralaba

Franchisee membayar sejumlah uang sesuai ketentuan yang disepakati, untuk mendapatkan hak pengelolaan bisnis atas produk dan merek yang dimiliki *franchisor*. Biaya awal (*Franchise fee*) dimaksudkan untuk kepentingan kedua belah pihak. Bagi pihak *franchisor*, akan mendapatkan bagian keuntungan, sekaligus mengembangkan usaha melalui pengelolaan pihak *Franchisee*. Sedangkan *franchisee*, dapat mengelola usaha dengan mentaati aturan-aturan pengelolaan yang telah disepakati. Dengan demikian keberhasilan pelaksanaan sistem waralaba ditentukan kedua belah pihak. Biaya yang diserahkan kepada *franchisor*, antara lain dipergunakan untuk:

1. Ijin pemakaian merek
2. Biaya untuk tempat usaha/lokasi usaha. Berdasarkan perjanjian, tempat usaha bisa disediakan oleh *franchisee*
3. Biaya pelatihan
4. Biaya-biaya pembelian perlengkapan dan bahan makanan atau minuman, khusus untuk usaha makanan dan minuman
5. Asuransi untuk *franchisee*

Ketentuan biaya awal untuk pembelian waralaba, ditetapkan oleh *franchisor*. Dasar penetapan dipengaruhi oleh besar kecilnya usaha, jenis usaha, misalnya jenis usaha makanan akan berbeda dengan jenis usaha produk elektronik. Beberapa pertimbangan lain penentuan biaya waralaba:

1. Harga pasaran atau daftar harga yang ditetapkan pihak-pihak berkompeten

2. Kemampuan daya beli masyarakat. Dapat dipengaruhi besar/kecilnya usaha, wilayah usaha apakah di perkotaan atau kota-kota kecil, lokasi usaha di pusat pembelajaran besar/*mall*
3. Perhitungan biaya-biaya untuk berbagai aktivitas sebagai kewajiban pemilik waralaba
4. Usaha waralaba yang sudah dikenal masyarakat (lama usaha, merek, produk sudah dikenal)

Disamping biaya awal untuk pembelian waralaba, didalam sistem waralaba dikenal istilah *Royalty Fee*.

Royalty Fee, merupakan biaya yang dibayarkan kepada *franchisor* selama jangka waktu waralaba berjalan. Besarnya *royalty fee* ditetapkan dalam kontrak perjanjian atas kesepakatan bersama. Biasanya ditetapkan jumlah *fee*/ bagian keuntungan, sebesar persentase tertentu dari keuntungan yang diperoleh dalam operasional usaha, sebelum dikurangkan beban pajak. *Fee* yang diterima *franchisor*, tidak semata-mata untuk menambahkan kekayaan melainkan dapat dipergunakan untuk:

1. Biaya bimbingan atau pelatihan operasional usaha
2. Melakukan audit
3. Membantu promosi
4. Melakukan pengkajian strategi usaha

5.3.1.2. Jangka waktu

Berdasarkan ketentuan Menteri Perindustrian dan Perdagangan, ditetapkan jangka waktu perjanjian waralaba sekurang-kurangnya 5 tahun, dan dapat diperpanjang sesuai kesepakatan bersama. Tidak menutup kemungkinan ketentuan batas waktu waralaba, ditetapkan oleh pemilik waralaba atau bersama-sama dengan penerima waralaba. Untuk jenis waralaba tertentu, jangka waktu bisa lebih panjang, antara 10 hingga 20 tahun, misalnya waralaba atau kerja sama terkait dengan sewa guna atas properti atau tempat outlet. Sedangkan untuk jenis usaha-usaha kecil, dengan biaya operasional yang tidak dibutuhkan modal besar, maka pada umumnya jangka waktu 3 tahun. Ketentuan jangka waktu dimulai sejak ditanda tangani surat perjanjian oleh kedua belah pihak.

Pembatalan kerja sama dapat sewaktu-waktu diputus hubungan secara pihak oleh *franchisor*, jika dalam pelaksanaannya, terjadi hal-hal antara lain:

1. *Franchisee* tidak mentaati peraturan-peraturan yang telah ditetapkan dalam surat perjanjian. *Franchisor*, telah memberikan peringatan tetapi *Franchisee* masih melakukan penyimpangan
2. *Franchisee*, tidak jujur dalam pencatatan keuangan, yang dapat merugikan *franchisor*.
3. Melakukan kelalaian yang dapat mempengaruhi reputasi perusahaan, merek dan produk waralaba

Jika terjadi perselisihan diantara keduanya, hendaknya dapat diselesaikan dengan cara musyawarah, akan tetapi jika cara ini tidak memungkinkan, langkah terakhir dapat dilakukan melalui jalur hukum.

5.3.2. Jenis Usaha Waralaba

Pada dasarnya semua jenis usaha dapat dilaksanakan sistem waralaba. Setiap pemilik usaha dengan persyaratan tertentu, dapat mendaftarkan ijin usaha waralaba. Setelah memiliki Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW), barulah pemilik Waralaba dapat menjalankan kontrak kerja dengan *Franchisee*. Klasifikasi usaha waralaba, sebagai berikut:

1. Berdasarkan jenis produk, dapat dibedakan: 1) waralaba produk; 2) waralaba jasa; 3) waralaba barang dan jasa/gabungan
2. Berdasarkan asal waralaba, dibedakan: 1) waralaba dari luar negeri; 2) waralaba dari dalam negeri

Jika dilihat dari tipe waralaba, terdapat beberapa tipe waralaba, yaitu:

1. Trade Name Franchising. Dalam hal ini *franchisee*, memperoleh hak dari pemilik lisensi untuk memproduksi barang sesuai dengan merek dari pemilik lisensi.
2. Product Distribution Franchising. Dalam hal ini *franchisee*, memperoleh hak untuk mendistribusikan barang di wilayah tertentu sesuai perjanjian. Sedangkan produksi tetap dilaksanakan oleh produsen
3. Pure Franchising. Tipe waralaba ini memberikan hak sepenuhnya kepada *franchisee*. Hak yang diperoleh mulai dari merek dagang, produksi, penjualan, pemasaran, dan bantuan manajemen.

5.4. Bisnis Online

Perkembangan teknologi khususnya di bidang Informasi dan Telekomunikasi, menjadikan internet sebagai kebutuhan untuk mendukung berbagai aktivitas hidup sehari-hari.

Perubahan-perubahan terus terjadi dengan dukungan inovasi teknologi komunikasi, termasuk

diantaranya penggunaan media sosial bagi masyarakat Indonesia. Hasil riset dengan judul "Global Digital Reports 2020", penggunaan internet di Indonesia hingga tahun 2020 telah mencapai 175,4 juta atau 64,4 % dari jumlah penduduk Indonesia. Dibandingkan tahun 2019, pengguna internet mengalami peningkatan hingga 17%. Demikian juga dengan pengguna media sosial di Indonesia telah mencapai 160 juta.

Internet dipahami sebagai komunikasi secara virtual dengan menggunakan komputer dan telepon. Dengan berbagai kemudahan dan fasilitas yang dapat dimanfaatkan, menyebabkan internet menjadi kebutuhan, baik untuk perorangan, instansi maupun swasta. Manfaat internet, sangat banyak, hanya saja belum sepenuhnya masyarakat memahami apalagi menggunakan layanan internet untuk kepentingan-kepentingan yang lebih luas. Manfaat internet, antara lain:

1. Sumber informasi dan pengetahuan.
2. Sebagai sarana komunikasi dan pendidikan
3. Mendukung kemudahan dan kelancaran bisnis
4. Mempermudah penyelesaian pekerjaan diberbagai bidang

Perkembangan internet, salah satunya mempengaruhi perkembangan transaksi perdagangan secara online.

Kita mengenal saat ini bisnis online yang banyak dilakukan berbagai kalangan, baik anak-anak remaja, mahasiswa, ibu rumah tangga, dan juga para pemilik usaha. Bisnis online yang sering kita dengar, berhubungan dengan aktivitas bisnis, terutama penjualan barang dan jasa yang ditawarkan melalui media internet. Dari aktivitas jual beli, dapat diperoleh penghasilan online. Pembeli dan penjual dapat berkomunikasi secara virtual, hingga diperoleh kesepakatan diantara kedua belah pihak. Bekal untuk dapat menjalankan bisnis online dibutuhkan media sosial, antara lain: email, Instagram, facebook, website, dll

Bisnis online merupakan pergeseran transaksi cara-cara lama ke pada tradisi baru bertransaksi. Perubahan baru dengan kehadiran internet, antara lain:

1. Internet memperbaharui cara bertransaksi. Pembeli dan penjual tidak lagi bertransaksi dengan carat atap muka. Dengan internet memungkinkan dengan lokasi yang berbeda daerah atau wilayah, bahkan berbeda negara, dapat bertransaksi. Keuntungan bagi pembeli adalah dapat memilih sepuasnya tawaran barang/jasa melalui online. Sedangkan bagi penjual, dapat memajang barang/jasa secara online, tanpa harus memiliki toko secara fisik.

2. Sistem pembayaran secara online. Membayar dengan memberikan secara langsung, sejumlah uang kepada penjual, merupakan pembayaran cara lama. Untuk di Indonesia pembayaran masih banyak dilakukan melalui cara transfer ke bank. Bank menjadi perantara dalam proses pembayaran.
3. Penjualan dapat menjangkau seluruh wilayah. Sesuai dengan keinginan Anda, jangkauan penjualan bisa tidak terbatas. Dengan demikian pasar penjualan semakin luas dan harapan memperoleh penghasilan juga semakin lebih baik.
4. Dapat berjualan dimana pun, kapan pun, saat apa pun. Etalase barang-barang Anda ada digenggaman, melalui HP milik Anda. Saat berkomunikasi atau bertransaksi dengan pembeli, dapat dilakukan disetiap situasi dan ksebagai kondisi apapun.
5. Memungkinkan berjualan jenis apa pun. Tidak harus berjualan satu jenis barang/jasa, karena bisnis online tidak membutuhkan gudang besar untuk menyimpan barang-barang dagangan. Dalam hal ini, hanya dibutuhkan kerja sama dengan pemasok, distributor, pedagang, atau agen, untuk penyediaan barang-barang dagangan.
6. Tidak memerlukan modal besar. Modal awal tetap dibutuhkan, tetapi relatif lebih kecil bila dibandingkan dengan bisnis offline. Modal awal dibutuhkan untuk: pembelian HP yang memadai, komputer atau laptop, berlangganan internet, dan penyediaan perlengkapan alat tulis, sedangkan dana yang dibutuhkan untuk operasional usaha, dapat diperoleh dari hasil penjualan barang/jasa., misalnya: biaya transportasi, biaya promosi, dll
7. Tanpa meninggalkan aktivitas utama, tetap dapat berjualan. Uraian di atas telah dijelaskan, bahwa bisnis online dapat dilakukan dimana pun dan kapan pun, oleh karena itu aktivitas berjualan tidak akan mengganggu aktivitas utama.

Perubahan-perubahan bisnis seperti disebutkan di atas, diperlukan juga langkah-langkah persiapan yang dapat memperlancar bisnis online, antara lain:

1. Membuat media sosial, misalnya Instagram dan facebook, blog, dan email. Untuk memperlancar pembuatan dan penggunaan media sosial, dapat minta bantuan keluarga atau teman, karena penggunaan media sosial bukan sesuatu yang sulit dilakukan
2. Mempersiapkan pembuatan iklan. Jika tidak memiliki kemampuan photographer yang baik, sebaiknya menggunakan jasa photographer. Dalam hal ini bisa bekerja sama dengan pemilik barang atau pemasok.

3. Membuka tabungan bank. Hendaknya memilih bank yang sudah banyak dikenal masyarakat, untuk memudahkan pembayaran. Rekening tabungan bisa lebih dari satu bank.
4. Mempersiapkan penyusunan laporan keuangan sederhana.

Disamping persiapan-persiapan teknis, diperlukan persiapan mental, antara lain:

5. Tumbuhkan motivasi diri untuk melakukan bisnis
6. Niat positif. Banyak alasan untuk terjun dalam dunia bisnis, yang utama dimulai dengan niat untuk memperoleh penghasilan dari bisnis online. Bisnis online bukan sekedar menjual barang secara fisik, melainkan lebih dari itu, menjual kepercayaan kepada semua pihak.
7. Kemauan untuk belajar. Perkembangan teknologi, menuntut pelaku usaha terus belajar agar tidak ketinggalan tren bisnis yang terus berjalan.
8. Berbagi waktu. Bisnis online, berarti Anda harus rajin untuk terus memantau akun Anda, namun demikian tidak harus setiap waktu Anda berada didepan komputer /laptop/HP. Bagi waktu Anda untuk kegiatan-kegiatan lain yang positif.

Fasilitas internet memungkinkan untuk berkembangnya berbagai aktivitas yang dapat dengan mudah memperkaya diri. Namun bagi Anda yang belum dapat menguasai permainan berbagai program-program bisnis online, sebaiknya memilih bisnis online yang mudah dioperasikan dengan resiko rendah. Berbagai bentuk bisnis online yang memungkinkan untuk dilakukan, terutama dengan kemampuan teknologi yang terbatas, antara lain:

1. Website.

Website dapat digambarkan sebagai suatu toko yang kita miliki. Ada kebebasan bagi pemilik untuk mengoperasikan website, seperti: menentukan desain, menentukan konten, dan bisnis apapun yang akan ditampilkan.

2. Toko Online atau Marketplace.

Sama dengan toko-toko besar/departemen store yang menjual berbagai jenis barang dan berbagai merek. Hanya saja pada toko online, barang-barang dagangan dipajang secara online. Pengunjung hanya bisa melihat dan membaca deskripsi produk yang tertera. Dalam hal ini, Anda dapat menyewa tempat untuk berjualan, dengan prosedur dan persyaratan yang telah ditentukan. Contoh marketplace yang dikenal masyarakat

adalah: Tokopedia, sofie, bukalapak. Sebagai penyewa lapak di marketplace harus tunduk pada aturan-aturan yang ditetapkan.

3. Media sosial (Instagram, facebook).

Akun media sosial yang dimiliki perseorangan merupakan media yang cukup efektif untuk bisnis online.

Tidak berbeda dengan berbagai usaha secara offline, dibutuhkan kemampuan-kemampuan yang memadai, antara lain:

1. Memiliki jejaring sosial yang luas
2. Peka terhadap perubahan lingkungan
3. Melakukan riset pasar
4. Menguasai pemasaran produk

Dalam perkembangannya, bisnis online memiliki prospek yang bagus. Berbagai fasilitas-fasilitas pendukung terus berkembang mencari peluang bisnis yang saling menguntungkan. Salah satu contoh fasilitas pendukung bisnis online, yaitu munculnya bisnis online berbasis afiliasi. Bisnis online berbasis afiliasi memberikan kemudahan untuk mendapatkan produk. Semua jenis barang, berapa pun jumlah yang Anda inginkan, dapat dipenuhi. Tidak hanya terbatas pada pengadaan barang, melainkan juga pengiriman barang, katalog, mencari produk-produk baru, akan difasilitasi bisnis ini.

Banyak orang memulai bisnis online, belajar secara mandiri atau otodidak, namun jika Anda merasa tidak yakin dengan kemampuan sendiri, segeralah tanyakan pada orang-orang lain yang memiliki kemampuan dalam hal tersebut.

BAB 6

STRATEGI BERORIENTASI PERUBAHAN

6.1. Pengertian Strategi

Bagian dari menjalankan manajemen, pemimpin usaha menetapkan strategi-strategi untuk tercapainya tujuan perusahaan. Strategi usaha perlu direncanakan dengan memperhitungkan keterlibatan seluruh bagian organisasi. Strategi bersifat terpadu dan menyeluruh. Pengertian strategi dari berbagai pendapat, antara lain:

1. **Menurut Kaplan dan Norton**, strategi merupakan anggapan-anggapan sementara yang menghubungkan sebab dan akibat yaitu hubungan antara if & then
2. **Menurut Siagian (2004)**, serangkaian keputusan untuk tindakan yang mendasar dan dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan seluruh anggota organisasi agar tujuan organisasi dapat tercapai
3. **Rangkuti (2013)**, strategi merupakan bentuk perencanaan induk yang bersifat menyeluruh, dan dapat menjelaskan tindakan-tindakan yang harus dilakukan untuk tercapainya tujuan yang telah ditetapkan, berdasarkan pada misi perusahaan.
4. **Argyris (1985), Mintzberg (1979), Steiner dan Miner (1977)**, Strategi merupakan respons secara terus-menerus maupun adaptif terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat memengaruhi organisasi.

Dari beberapa definisi tersebut, beberapa hal penting untuk membantu memahami pengertian strategi:

1. Strategi berhubungan dengan rencana tindakan yang akan datang
2. Strategi berdasarkan pada pemikiran-pemikiran yang bersifat komprehensif, mengkaitkan seluruh kepentingan bagian-bagian yang ada dalam organisasi
3. Strategi mempertimbangkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki organisasi
4. Strategi disusun secara terus menerus berkesinambungan
5. Strategi mengarahkan pada pencapaian tujuan organisasi

Tidak terhindarkan, bagi para pengusaha baik bergerak dalam usaha skala kecil ataupun besar, harus mampu menetapkan strategi-strategi bisnis. Strategi yang telah ditetapkan akan

mempermudah dalam pelaksanaan tindakan maupun pada tahapan evaluasi. Didalam strategi menjelaskan tentang sasaran, maksud dan tujuan-tujuan kegiatan, sehingga strategi yang semakin lengkap akan memudahkan sebagai pedoman pelaksanaan tindakan.

Terdapat tiga jenis strategi menurut Wheelen dan David, terutama untuk perusahaan skala besar, yaitu:

1. Strategi Korporasi, merupakan strategi di tingkat organisasi, bersifat umum dan menyeluruh
2. Strategi bisnis, merupakan strategi di tingkat unit bisnis, bersifat lebih koordinatif. Strategi bisnis diarahkan untuk mempersiapkan dan memposisikan bagaimana perusahaan dapat bersaing
3. Strategi fungsional, merupakan strategi di tingkat fungsional, yaitu bidang pemasaran, keuangan, produksi dan sumber daya manusia

6.2. Perubahan Bisnis

Perubahan dimaknai sebagai sesuatu keadaan yang mengalami perubahan. Perubahan menunjukkan peralihan dari situasi atau keadaan yang lama menjadi baru. Perubahan tidak saja dalam bentuk situasi atau kondisi, melainkan perubahan pola berpikir, gaya hidup, dll.

Perubahan yang dirasakan para pelaku usaha saat ini adalah perkembangan teknologi informasi dan disrupsi perilaku konsumen. Pergerakan informasi yang sangat cepat dengan didukung teknologi yang modern menjadikan perubahan yang paling dirasakan. Menghadapi perubahan yang begitu cepat, tidak dapat dihindari, dunia bisnis juga harus mengalami perubahan. Aktivitas bisnis adalah menyediakan barang atau jasa kepada masyarakat luas. Tuntutan kebutuhan masyarakat juga semakin beragam dengan tuntutan pelayanan yang cepat, kualitas barang yang baik, harga bersaing, merupakan faktor-faktor yang menjadi pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan untuk memenuhi kebutuhannya.

Perubahan karena faktor digitalisasi atau disrupsi, bisa mempengaruhi perubahan sistem pemasaran dan persaingan. Oleh karena itu harus disikapi dengan menggali seluas-luasnya peluang usaha yang terbuka lebar. Mencari model-model bisnis baru yang lebih memberikan keuntungan dari aspek manajemen maupun keuntungan bisnis. Model bisnis baru, memungkinkan pesaing menjadi mitra kerja, bukan lagi dengan cara-cara mematikan usaha pesaing. Luasnya pasar, menyebabkan tidak lagi dapat dilayani hanya dengan memanfaatkan

sumber daya yang terbatas, salah satu langkah tepat adalah berkolaborasi dengan pihak-pihak lain. Pemanfaatan peluang juga harus mengedepankan inovasi dan kreatifitas, untuk dapat menghasilkan barang dan jasa yang unik dan dapat diminati masyarakat.

Terjadinya disrupsi, tidak hanya berpengaruh pada usaha-usaha skala besar, UMKM sangat merasakan dampaknya, terutama menghadapi tantangan di era globalisasi. Tuntutan digitalisasi, produksi dengan biaya rendah, terpenuhinya standar kualitas produk, serta kemampuan jangkauan pasar, masih belum dapat sepenuhnya dapat dilaksanakan. Dalam situasi saat ini, pelaku usaha, tidak lagi dalam taraf antisipasi, melainkan harus melakukan tindakan-tindakan korektif. Alasan diperlukan tindakan perubahan, pada setiap unsur bisnis, baik alasan dari luar maupun dari dalam, antara lain:

1. Tuntutan kebutuhan masyarakat yang semakin cepat mengalami perubahan diperlukan sikap responsif. Usaha yang sudah dirintis dalam kurun waktu yang cukup lama, jangan tergerus dengan pendatang-pendatang baru yang lebih responsif terhadap kebutuhan konsumen, sehingga mampu memberikan pilihan yang lebih menarik.
2. Perkembangan teknologi. Para pendatang baru, saat ini lebih maju dibidang teknologi dalam pengembangan usahanya. Sentuhan teknologi pada setiap pengolahan industri, memberikan jaminan kualitas produk yang lebih baik.
3. Persaingan yang semakin ketat. Persaingan terjadi, karena tingginya tingkat pertumbuhan dunia bisnis. Dibutuhkan model bisnis dengan memanfaatkan situasi persaingan menjadi peluang usaha.
4. Perubahan aspek sosial, budaya, hukum dan politik, menjadi stimulus pergerakan aspek bisnis
5. Dibutuhkan dinamika organisasi agar lebih mampu bertindak lebih cepat untuk mengembangkan produk-produk inovatif dan kreatif
6. Tenagakerjaan bersifat stagnan, tidak mampu mengimbangi perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi

Keunggulan-keunggulan pada sektor UMKM belum bisa menjadikan UMKM memiliki kemandirian dan kekuatan bersaing, terutama jika tidak mampu melakukan perubahan. Perubahan bukan saja meningkatkan kemampuan bersaing, melainkan mampu membawa usaha bisnis menyesuaikan situasi dan kondisi terkini.

6.3. Strategi Bisnis

Strategi bisnis merupakan rangkaian dalam pengelolaan usaha, untuk menjamin tujuan dapat tercapai. Dengan kata lain, tujuan akan sulit tercapai, tanpa pedoman-pedoman tindakan yang jelas dan terpadu. Dalam bidang bisnis, strategi bisnis disusun sebagai langkah pengoptimalan kekuatan atau potensi yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi permasalahan atau kelemahan perusahaan, sehingga diharapkan perusahaan mampu meningkatkan kemampuan bersaing.

Sebelum pembahasan lebih jauh, perlu diketahui, apa yang dimaksud dengan tujuan bisnis, yaitu:

1. Menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat
2. Mendapatkan penghasilan berupa keuntungan yang diperoleh dari selisih antara penghasilan yang diperoleh dengan pengeluaran/biaya yang dikeluarkan
3. Menciptakan lapangan kerja
4. Meningkatkan kesejahteraan pihak-pihak yang terlibat
5. Menciptakan pertumbuhan ekonomi masyarakat secara umum

Tujuan bisnis secara umum, untuk semua aktivitas bisnis, tidak berbeda. Perbedaan tujuan dapat terjadi, lebih disebabkan karena adanya perbedaan orientasi bisnis yang berbeda. Seperti dikemukakan oleh tokoh manajemen, Peter F. Drucker, tujuan bisnis bukan untuk mendapatkan keuntungan, atau kesejahteraan karyawan, melainkan melipatgandakan pelanggan. Mendapatkan pelanggan tentu dengan penawaran barang atau jasa, melalui proses pertukaran barang dengan sejumlah uang. Dari proses pertukaran tersebut akan diperoleh keuntungan bagi perusahaan, karena adanya selisih antara harga pokok produk atau harga pembelian barang dengan harga jual. Orientasi strategi bisnis yang dikemukakan Peter F. Drucker, bahwa perlu pemahaman akan perilaku pelanggan, sehingga pelanggan akan memperoleh kepuasan. Tingkat kepuasan pelanggan menjadi barometer untuk terjadinya pembelian ulang pelanggan terhadap barang atau jasa yang telah memberikan kepuasan tersebut.

6.3.1. Langkah Penyusunan Strategi Bisnis

Sebelum Menyusun strategi bisnis dengan tepat sesuai dengan tujuan yang akan dicapai, terlebih dahulu diketahui, manfaat penyusunan strategi bisnis, yaitu:

1. Sebagai pedoman arah pengembangan usaha

Strategi disusun sebagai pedoman jangka Panjang, sekaligus dengan penyusunan pedoman jangka pendek/ per tahun. Dengan demikian gambaran pengembangan usaha jangka panjang sudah jelas tergambar.

2. Berfungsi sebagai pedoman evaluasi

Setiap aktivitas bisnis akan dievaluasi, dibandingkan dengan pedoman yang ada. Dengan demikian tingkat keberhasilan perusahaan dapat diketahui, apakah dapat memenuhi ketentuan yang telah ditetapkan. Misalnya: ditetapkan setiap tahun terjadi kenaikan jumlah penjualan sebanyak 15%, jika dalam realita capaian jumlah penjualan hanya mencapai 10%, berarti perusahaan belum dapat mencapai target yang telah ditetapkan.

3. Meningkatkan kemampuan bersaing

Penetapan strategi bisnis yang tepat, haruslah didukung dengan pemahaman yang benar terhadap kekuatan dan kelemahan perusahaan serta ancaman dan peluang dari faktor-faktor eksternal perusahaan. Dengan demikian strategi bisnis dapat disusun dengan arah yang jelas.

Tantangan UMKM saat ini semakin berat. Dampak persaingan global membuat para pengusaha dituntut untuk mampu mengembangkan usaha lebih kreatif dan inovatif serta pemanfaatan teknologi yang memadai. Langkah-langkah antisipasi harus tergambar pada penetapan strategi bisnis. Hal-hal penting untuk terciptanya sebuah strategi bisnis yang tepat, antara lain:

1. Menetapkan tujuan
2. Mempersiapkan data-data pendukung
3. Mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi
4. Memetakan potensi sumber daya sebagai suatu kekuatan bersaing
5. Memprediksi kondisi eksternal, baik berupa ancaman maupun peluang
6. Mempersiapkan sumber daya manusia
7. Pengambilan keputusan penetapan strategi

Penetapan strategi bisnis bagi UMKM tentu disesuaikan dengan situasi dan kondisi internal. Walau demikian jenis-jenis strategi untuk usaha besar maupun usaha kecil tidak berbeda secara konseptual.

6.3.2. Permasalahan dan Kekuatan UMKM

Jumlah UMKM di Indonesia, cukup besar, akan tetapi belum dapat menunjukkan permorma secara maksimal. Bantuan dari Pemerintah maupun dari berbagai pihak yang lain, terus diberikan, agar UMKM semakin berkembang dan mampu bersaing di tingkat nasional maupun internasional. Disampaikan Presiden Joko Widodo (Jakarta, 2019), bahwa permasalahan yang dihadapi UMKM masih banyak, sehingga seringkali kalah bersaing. Jumlah UMKM mencapai 56 juta, dengan permasalahan yang kompleks, antara lain penciptaan brand, desain, kemasan, modal dan akses Permasalahan yang dihadapi oleh masing-masing UMKM, tentu berbeda-beda. Akan tetapi secara umum permasalahan yang dihadapi, tidak jauh berbeda satu dan lainnya, antara lain:

1. Pengembangan produk belum dapat menyesuaikan dengan perubahan kebutuhan konsumen
2. Keterbatasan akses mendapatkan pinjaman bank
3. Keterbatasan kemampuan kreatifitas dan inovasi, sehingga berpengaruh pada keterbatasan variasi produk
4. Kurangnya kemampuan manajerial
5. Kurangnya pengetahuan bisnis, menyebabkan aktivitas masih bersifat rutin
6. Perijinan usaha belum diperhitungkan, sehingga berpengaruh terhadap persyaratan legalitas usaha dan produk, salah satunya: SIUP (Surat Ijin Usaha Perdagangan)
7. Pengusaan teknologi masih kurang, sehingga berpengaruh pada keterbatasan ruang lingkup pemasaran barang dan jasa
8. Ketersediaan sumber daya manusia, masih banyak dipenuhi dari orang-orang terdekat, dan belum mengutamakan ketrampilan

Disadari permasalahan akan menjadi kelemahan yang permanen dan sulit diatasi dan akan sangat menghambat kemampuan usaha untuk dapat bertahan dan bersaing. Permasalahan yang dihadapi tersebut, telah mendapat perhatian dari pihak-pihak terkait, berbagai pelatihan-pelatihan, bantuan-bantuan peralatan dan pinjaman modal terus dilakukan, sekaligus pemantauan yang terus menerus dari dinas-dinas perindustrian/perdagangan. Banyak usaha-usaha kecil yang selalu bermunculan setiap harinya, tidak menjamin perekonomian negara menjadi lebih baik. Bahkan setiap hari juga terjadi usaha-usaha kecil yang gulung tikar.

Menyadari kelemahan yang dihadapi, perlu langkah-langkah strategik dengan lebih berorientasi pada perubahan di berbagai bidang. Produk-produk UMKM, terutama yang

berbasis pada budaya dan kearifan local, memiliki kualitas yang bagus. Produk-produk olahan dengan ketersediaan bahan-bahan pokok, dapat menghasilkan barang yang tidak kalah dalam kualitas. Namun demikian keterbatasan dalam desain produk, desain kemasan, dan desain brand, membuat produk-produk UMKM belum memiliki kekuatan untuk bersaing.

Harapan bagi UMKM, kelemahan yang dihadapi akan dapat diatasi dengan mengoptimalkan potensi atau kekuatan yang ada pada UMKM. Kekuatan atau keunggulan UMKM, ditinjau dari faktor internal, adalah:

1. Usaha bersifat fleksibel terutama kemampuan penyesuaian dalam menghadapi perubahan situasi dan kondisi lingkungan.
2. Resiko usaha tidak besar, sesuai dengan modal dengan jumlah yang terbatas
3. Bahan-bahan dapat mudah diperoleh, bahkan termasuk bahan-bahan sampah plastik, kain perca, dan bahan-bahan berasal dari sumber daya alam di sekitar.
4. Biaya operasional lebih rendah, terutama untuk biaya tenaga kerja, dan tidak diperlukan biaya sewa atau membeli tempat usaha, karena biasanya aktivitas usaha dilakukan di rumah tempat tinggal

Keuntungan UMKM, ditinjau dari faktor eksternal, adalah:

1. Dukungan dari pemerintah dan pihak-pihak swasta, termasuk Perguruan Tinggi dalam pengembangan UMKM
2. Beban pajak, lebih rendah

Dukungan dari berbagai pihak, dukungan sumber daya alam, serta pasar yang luas, akan berpotensi untuk mengembangkan usaha. Permasalahan-permasalahan bukan kendala untuk mengembangkan usaha asalkan ada upaya yang konkrit untuk mengembangkan kemampuan manajerial. Penetapan strategi-strategi yang relevan, disertai implementasi strategi yang efisien dan efektif akan meminimalkan kegagalan usaha.

6.3.3. jenis-jenis strategi bisnis

Penetapan strategi bisnis bagi UMKM, harus merepresentasikan cara-cara untuk meningkatkan kemampuan pengembangan usaha di masa yang akan datang. Penetapan strategi harus berorientasi pada tindakan-tindakan yang memungkinkan untuk dilaksanakan. Oleh karena itu penetapan strategi harus didasarkan pada pemikiran kekuatan-kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk dapat mengatasi permasalahan-permasalahan yang dihadapi.

6.3.3.1. Strategi Integrasi

Strategi integrasi merupakan salah satu jenis strategi (David, 2009), berfikir tentang proses perusahaan, dengan mempertimbangkan langkah-langkah strategis untuk tercapainya tujuan. Strategi integrasi, dapat dibedakan:

1. Integrasi kedepan, merupakan strategi mengoptimalkan penjualan dengan pemanfaatan distributor atau pengecer, pemanfaatan situs web untuk menjual produk-produk. Langkah ini dimaksudkan untuk menjual secara langsung kepada konsumen
2. Integrasi kebelakang, strategi ini lebih meningkatkan kendali terhadap pemasok. Mengandalkan pasokan bahan-bahan dengan pemanfaatan pemasok, dapat menimbulkan kendala bagi perusahaan, yaitu biaya mahal, dan tidak dapat memenuhi kebutuhan usaha. Keinginan bergerak cepat, seringkali terkendala pada pemasok.
3. Integrasi Horizontal, merupakan strategi dengan cara melakukan kerja sama dengan perusahaan lain yang sejenis, dengan melalui strategi akuisisi, yaitu menjual atau membeli perusahaan kepada perusahaan lain yang lebih memiliki kekuatan. Tindakan akuisis dimaksudkan untuk meningkatkan ukuran usaha, meningkatkan penjualan dan keuntungan.

6.3.3.2. Strategi Intensif

Strategi intensif, dibedakan menjadi:

1. Penetrasi pasar, strategi ini berusaha untuk meningkatkan penjualan barang dan jasa, di pasar yang telah ada. Langkah penetrasi pasar, bisa dilkauan dengan cara: menambah tenaga penjual, meningkatkan teknik-teknik promosi, dan peningkatan biaya promosi
2. Pengembangan pasar. Strategi dengan upaya memperkenalkan produk di wilayah pemasaran yang baru. Dengan kata lain strategi ini dimaksudkan untuk memperluas pasar ke wilayah-wilayah yang diperhitungkan memiliki peluang. Pengembangan pasar dapat dipertimbangkan jika perusahaan memiliki modal, jumlah produk, saluran distribusi, jumlah tenaga penjualan yang dapat mendukung strategi pengembangan pasar tersebut.
3. Pengembangan Produk. Dalam hal ini, perusahaan berupaya meningkatkan penjualan dengan melakukan perubahan barang atau jasa yang sebelumnya telah ada. Pengembangan produk membutuhkan pembiayaan dan juga resiko yang besar. Perlu dipertimbangkan dalam upaya pengembangan produk adalah:

1. Memiliki pelanggan yang loyal terhadap merek produk yang telah ada sebelumnya
2. Produk yang ada sudah ada, telah masuk pada tahap kedewasaan, jika dilihat dari daur hidup produk, perusahaan harus segera meluncurkan produk baru, sebelum produk yang telah ada memasuki tahap penurunan
3. Perubahan lingkungan akan berpengaruh terhadap daya saing perusahaan, misalnya perusahaan harus mampu menyesuaikan perkembangan teknologi yang mengharuskan perusahaan melakukan modifikasi produk yang telah ada, atau karena perusahaan pesaing meluncurkan produk baru.

6.3.3.3. Strategi Diversifikasi

Tjiptono, mendefinisikan diversifikasi sebagai upaya perusahaan menciptakan produk dan atau pasar yang baru, agar tercapai pertumbuhan melalui peningkatan penjualan, profitabilitas dan fleksibilitas. Lebih lanjut oleh Effendi, perluasan produk yang dimaksud dapat berupa menambah produk atau jasa, menciptakan ragam tipe, warna, mode, ukuran, jenis dari produk yang sudah ada. Strategi diversifikasi dibedakan menjadi:

1. Diversifikasi konsentris. Strategi ini dilakukan dengan cara menambah produk yang masih terkait. Diversifikasi konsentris dilakukan jika produk yang telah ada berada pada tahap penurunan. Diharapkan dengan strategi ini, akan terjadi peningkatan penjualan yang signifikan.
2. Diversifikasi horizontal. Merupakan strategi menambah produk baru yang tidak terkait dengan produk lama. Tujuan strategi ini adalah mempertahankan pelanggan yang sudah ada, dengan menyediakan produk baru agar menjadi prioritas pilihan. Dalam hal ini akan menjadi lebih mudah dilaksanakan, asalkan perusahaan sudah mengenali pelanggan perusahaan.
3. Diversifikasi konglomerat. Diversifikasi jenis ini, dilakukan dengan cara mengakuisisi perusahaan lain yang berbeda usaha pokoknya. Perusahaan dapat mengakuisisi perusahaan lain, dengan persyaratan memiliki modal yang kuat, tim manajemen yang kuat, terutama di bidang pemasaran, agar tujuan pertumbuhan dapat tercapai. Keputusan mengakuisisi suatu perusahaan, tentu dengan pertimbangan bahwa perusahaan yang diakuisis bergerak dalam industri yang berkembang cepat. Investasi dengan mengakuisisi perusahaan dibutuhkan kekuatan modal, oleh karena itu resiko yang dapat terjadi juga lebih besar, dibandingkan dengan jenis diversifikasi yang lain.

6.3.3.4. Strategi Defensif

Strategi defensif, diartikan perusahaan lebih berorientasi mempertahankan usahanya, agar tetap bisa beroperasi, karena keterbatasan yang ada pada perusahaan tersebut. Beberapa cara yang dapat dilakukan dalam menjalankan strategi ini, antara lain:

1. Penghematan biaya. Dalam hal ini perusahaan akan beroperasi dengan pengurangan-pengurangan biaya dan aset untuk menghadapi penurunan penjualan dan keuntungan perusahaan. Langkah ini dapat diikuti dengan restrukturisasi atau reorganisasi. Dampak yang dapat terjadi adalah pengurangan tenaga kerja (PHK).
2. Strategi Divestasi. Jika langkah penghematan belum dapat mengatasi permasalahan, maka harus diambil keputusan menjual sebagian aset-aset perusahaan. Dengan langkah penjualan aset, atau menarik investasi pada kegiatan lain, dimaksudkan untuk mendapatkan tambahan dana segar.. Penggunaan dana yang diperoleh dari penjualan aset dapat digunakan untuk investasi yang lebih menguntungkan. Dengan pertimbangan yang cermat serta kemampuan manajerial, langkah ini dapat membawa perusahaan melangkah lebih maju
3. Strategi likuidasi. Likuidasi diartikan perusahaan akan menjual semua aset, menyelesaikan hutang dan piutang. Kondisi ini dapat dilakukan, dimana perusahaan sudah tidak lagi dapat mempertahankan usahanya. strategi ini merupakan langkah akhir, jika strategi penghematan dan divestasi sudah tidak lagi dapat membantu penyelesaian masalah yang menyebabkan perusahaan dalam kondisi bangkrut.

Secara konseptual, strategi bisnis, dapat digunakan sebagai pedoman untuk penentuan langkah-langkah strategik untuk mencapai tujuan usaha. Jika strategi bisnis telah ditetapkan maka langkah selanjutnya adalah mengimplementasikan strategi menjadi tindakan nyata.

6.4. Implementasi strategi

Implementasi strategi merupakan bagian penting dari seluruh rangkaian penetapan strategi bisnis. Pada tahap implementasi strategi, kemampuan manajerial dipertaruhkan terutama dalam kemampuannya mengintegrasikan seluruh kegiatan, melalui keterlibatan seluruh anggota organisasi. Kriteria implementasi strategis, adalah:

1. Berorientasi pada efisiensi
2. Mengelola seluruh kekuatan dalam tindakan
3. Bersifat operasional

4. Koordinasi seluruh unit kegiatan
5. Dilaksanakan dibawah pengawasan pemimpin
6. Dibutuhkan keahlian dan ketrampilan teknis

Tindakan-tindakan sebagai perwujudan implementasi strategis untuk menjadi unggul dalam bidang bisnis, disesuaikan dengan kemampuan sumber daya organisasi, agar efektifitas dapat tercapai.

6.5. Menenal Beberapa Implementasi Strategi di Bidang Pemasaran

Aktivitas bisnis tidak terlepas dari kegiatan pemasaran. Hal penting dalam konsep pemasaran, bahwa pemasaran berhubungan dengan pemenuhan keinginan dan kebutuhan konsumen melalui pertukaran barang dan jasa serta memahami pasar sasaran yang dituju. Beberapa strategi pemasaran untuk menjadikan sukses dalam mengelola usaha, antara lain:

6.5.1. Menjadi Unggul dengan Produk Kreatif

Bisnis harus dipersiapkan dengan matang, dibangun diatas perencanaan yang jelas dan terukur. Produk atau jasa yang akan dipasarkan tidak hanya berhubungan dengan Jenis produk atau jasa itu sendiri, melainkan termasuk hal-hal lain yang melekat pada produk dan jasa. Menjual produk atau jasa berarti menawarkan produk dan jasa kepada masyarakat, berarti pertimbangan awal menetapkan produk dan jasa yang akan dijual, adalah apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan masyarakat. Pengusaha yang mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat, akan mampu menjual produk dan jasa tersebut. Beberapa hal yang perlu diperhatikan berhubungan dengan produk yang kreatif, sebagai berikut:

1. Produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.
Memahami keinginan dan kebutuhan konsumen merupakan permasalahan utama yang dihadapi jika ingin memulai usaha. Produk dibuat bukan untuk kesenangan pengusaha melainkan untuk dapat diterima oleh konsumen. Kepekaan pengusaha terhadap kebutuhan konsumen, menjadi kunci sukses dalam tahap ini. Oleh karena itu sebelum menetapkan produk yang akan dibuat atau dijual, terlebih dahulu dilakukan analisis yang mendalam tentang keinginan dan kebutuhan konsumen dari berbagai karakteristik produk. Pergeseran selera dan gaya hidup konsumen berjalan dengan cepat, kecenderungan perubahan pasar juga harus menjadi pertimbangan.
2. Memiliki keunggulan khusus.

Menciptakan keunggulan produk dibanding dengan produk lain, tidak harus dengan pertimbangan menggelontorkan dana yang besar untuk mendapatkan kualitas produk yang tinggi. Keunggulan tidak harus dalam perspektif kualitas. Keunggulan produk tidak harus dengan harga yang mahal, karena masalah harga akan menjadi pertimbangan tersendiri bagi konsumen. Keunggulan produk dapat dilihat, antara lain dari rasa, kemasan, aroma, bahan baku, fungsi, kekuatan atau keawetan, proses pembuatan

3. Pemanfaatan sumber daya lokal, kearifan lokal.

Pengembangan UKMK melalui sumber daya alam dan kearifan lokal, sudah semakin disadari pentingnya dan perannya dalam peningkatan perekonomian rakyat. Industri pengolahan dengan pemanfaatan sumber daya lokal dan mengangkat budaya-budaya lokal dengan berbagai ciri yang khas, semakin menunjukkan kemampuan bersaing di tingkat internasional. Contoh-contoh produk dengan pemanfaatan sumber daya lokal dan kearifan lokal, antara lain: produk pengolahan bahan makanan dengan bahan dasar pisang dan singkong; industri pariwisata dengan pemanfaatan keindahan alam dan lautan dengan melibatkan masyarakat lokal, pemanfaatan kain tenun, songket, jarit untuk diolah menjadi pakaian jadi, tas, dan sepatu; pengrajin rotan, kulit, diproduksi secara home industri

4. Produk tidak mudah ditiru.

Tidak bisa dihindarkan terjadinya plagiasi terhadap produk-produk, terutama untuk produk yang diminati masyarakat. Oleh karena itu setiap pengusaha tidak akan berhenti melakukan diferensiasi produk, jika akan terus terjun dalam dunia bisnis. Jaminan terhadap kelangsungan usaha adalah tersedianya produk yang diminati oleh masyarakat. Produk tidak mudah ditiru, penyebabnya antara lain: 1) berhubungan dengan kemampuan dan bakat seseorang; 2) berhubungan dengan Pendidikan dan pengalaman; 3) berhubungan dengan sumber daya. Anda tidak bisa melarang orang lain untuk tidak meniru karya Anda, sepanjang tidak melanggar ketentuan hukum. Yang dapat anda lakukan untuk mengatasi terjadinya plagiasi, antara lain:

1. Komunikasi kan kepada pelanggan, bahwa produk Anda, adalah produk yang asli.
Tunjukkan ciri-ciri khusus produk yang asli
2. Melakukan kegiatan-kegiatan positif yang dapat memperkuat merek produk Asli

3. Terus melakukan perubahan-perubahan yang kreatif, sampai saatnya pihak lain akan kesulitan mengikuti langkah Anda
5. Produk dapat terjangkau
Dari sisi harga, harus lebih realistis. Manfaat produk harus sebanding dengan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan produk.
6. Produk dapat menyesuaikan dengan cepat, perubahan lingkungan
Perubahan produk tidak harus dengan biaya mahal, gunakan sumber daya yang ada, optimalkan seluruh potensi, sinergikan perubahan produk dengan perubahan ekonomi, sosial, teknologi, dll

Berikut adalah contoh produk-produk UMKM yang sukses dipasarkan:

**Table: 6.1.
Produk Kreatif**

1	Batik Kultur	Kreasi desain baju batik dipadupadankan dengan kain brokat, jin dll
2	Sepatu merek Brodo	Sepatu laki-laki ukuran besar, dengan desain yang bagus dan murah
3	Perhiasan merek Aeroculata	Perhiasan handmade custom. Mulai dari kostumisasi tulisan, warna dan ukuran
4	Kripik pedas merek Maicih	Kripik pedas dengan level pedas dari 1-10
5	Frozen food merek D'LAVIA",	Makanan cepat saji yang dibekukan
6	Olahan sampah plastik	Mengolah sampah limbah plastic, untuk diolah Kembali oleh perusahaan-perusahaan
7	Griya Sehat Tradisional Jamu dan Kop	Café menjual minuman jamu tradisional/herbal dan kopi
8	Ayam geprek	ayam geprek mozarella yang memadukan antara ayam yang digeprek dengan keju mozarella.
9	Simadupisang	Pisang nugget

		Meja dan bangku terbuat dari drum dan ban bekas
10	UMKM Tegal	Sepatu terbuat dari sampah plastik
11	Home industri sandal jepit	Sandal jepit dengan gambar sesuai pesanan, tidak disablon tetapi di plong atau ditempel

Bagaimana menciptakan produk yang kreatif? Anda tidak harus menghabiskan waktu lama hanya untuk merenungkan menciptakan produk kreatif. Langkah penting yang harus dilakukan:

1. Terus bergerak, tidak berdiam diri. Pikiran dan aktivitas, fokuskan pada pilihan produk-produk yang Anda inginkan dan Anda kuasai
2. Perhatikan perubahan kondisi lingkungan bisnis. Termasuk dalam hal ini kecenderungan perubahan selera dan gaya hidup masyarakat.
3. Perhatikan produk-produk yang sudah ada sebelumnya, arah perubahan yang terjadi
4. Gali informasi dari berbagai sumber untuk dikelola menjadi pengetahuan yang inspiratif

Ide-ide kreatif, kadang dapat datang dengan sendirinya tentu dengan bantuan pancaindera Anda. Apa yang Anda lihat, dengar, rasakan, menjadi awal munculnya gagasan kreatif.

6.5.2. Ide Penjualan

Aktivitas kewirausahaan tidak terlepas dari kegiatan menjual yang akan menentukan kemampuan memperoleh keuntungan. Efektifitas bagian penjualan dapat dilihat dari penjualan produk yang tercapai sesuai dengan target yang telah ditetapkan. Pengertian penjualan dari para ahli, sebagai berikut:

1. Basu Swastha, dalam bukunya Azas-azas Marketing, penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan.
2. Philip Kotler, penjualan diartikan sebagai suatu proses menjalin hubungan sosial secara perorangan maupun kelompok untuk mendapatkan barang atau jasa, sesuai keinginan dan kebutuhan. Pemenuhan keinginan dan kebutuhan dilakukan dengan cara menciptakan, menawarkan dengan secara bebas untuk menjual produk yang bernilai kepada pihak lain

3. Robert Ashton, penjualan diartikan sebagai suatu proses membantu pihak lain untuk menetapkan keputusan pembelian

Terlihat bahwa dari pengertian tersebut, beberapa hal penting adalah, penjualan berhubungan dengan:

1. Proses pertukaran barang dengan sejumlah uang, sehingga terjadi peralihan barang dari pihak penjual kepada pihak pembeli.
2. proses mempengaruhi pihak lain untuk memutuskan pembelian.
3. Melibatkan minimal 2 pihak, yaitu penjual dan pembeli. Dari aktivitas pembelian diperoleh keuntungan kedua belah pihak.
4. Menawarkan barang atau jasa

Aktivitas penjualan dikatakan sebagai ujung tombok, karena dari aktivitas tersebut berhubungan dengan:

1. Volume penjualan
2. Keuntungan
3. Keberlangsungan usaha

Proses penjualan bisa dilakukan dengan berbagai metode, disesuaikan dengan jenis barang dan jasa yang ditawarkan. Penjualan asuransi menjalankan metode yang berbeda dengan penjualan barang dagangan pada usaha retail. Mengapa calon pembeli harus dimotivasi untuk melakukan pembelian? Beberapa hal terkait perilaku pembelian yang perlu diketahui:

1. Pada dasarnya konsumen, ada kecenderungan untuk tidak membeli produk yang tidak penting
2. Konsumen perlu dimotivasi untuk menumbuhkan niat membeli
3. Konsumen seringkali tidak menyadari apa yang diinginkan dan dibutuhkan
4. Ada kecenderungan konsumen, enggan berpindah ke merek lain atau sebaliknya konsumen akan mencoba merek produk lain
5. Penjual harus bersifat aktif untuk menyadarkan konsumen, akan keuntungan dengan menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan

Kesuksesan usaha, dapat dijamin oleh keberhasilan penjualan. Pendekatan-pendekatan dalam teknis menjual perlu dipertimbangkan. Tidak harus mengandalkan bakat dari lahir untuk sukses menjadi penjual. jurus-jurus jitu akan menentukan apakah Anda menjadi penjual yang baik.

Uraian berikut, beberapa ide-ide pendekatan untuk menginspirasi sekaligus mengasah kemampuan menjual Anda.

1. Ciptakan kesan pertama yang baik.

Kesan pertama terhadap usaha Anda, menjadi penting, karena dari kesan yang timbul akan mempengaruhi pembentukan persepsi. Kesan pertama hanya memiliki kesempatan satu kali. Setiap detail aktivitas dalam menghadapi konsumen, akan menciptakan kesan bagi konsumen. Beberapa hal yang dapat menciptakan kesan pertama yang baik, antara lain:

1. Berikan pelayanan yang baik. Pelayanan dapat terdiri dari sikap karyawan saat menghadapi konsumen, maupun lingkungan yang nyaman, aman dan bersih.
2. Profesional. Walau hanya usaha kecil, tetap harus menjaga sikap professional dalam bekerja. Termasuk dalam hal ini penyediaan barang dan jasa sesuai yang dijanjikan, penguasaan produk bagi karyawan, kecepatan dan ketepatan dalam bertindak.
3. Hargai setiap konsumen yang hadir, dengan cara mendengarkan apa yang diinginkan konsumen, cepat tanggap jika konsumen membutuhkan bantuan, dan jangan sia-sia kan waktu konsumen Anda

2. Tepat waktu.

Ketepatan waktu, bisa dalam hal pertemuan, pengiriman barang, pengembalian barang, penukaran barang, dll. Tepat waktu merupakan bagian dari janji perusahaan dengan konsumen. Mampu dengan ketepatan waktu, akan memberikan nilai positif, oleh karena itu jangan sia-sia kan kesempatan ini. Sekali saja Anda tidak menepati waktu, akan menimbulkan kekecewaan konsumen.

3. Gunakan teknologi yang memadai

Dukungan teknologi, akan membantu menciptakan kepercayaan konsumen. Penggunaan teknologi yang baik adalah yang benar-benar digunakan dengan baik dan benar. Konsumen tidak ingin proses penjual berjalan lambat, mereka hanya ingin barang yang mereka beli, segera dapat memenuhi kebutuhannya. Teknologi akan dapat membantu mewujudkan keinginan tersebut. Contoh penggunaan teknologi dalam proses penjualan: 1) untuk mengetahui apakah barang yang dibutuhkan tersedia di Gudang atau tidak, penjual dapat dibekali handphone dengan aplikasi yang dapat memantau ketersediaan barang di Gudang, 2) konsumen yang ingin segera mengetahui rincian order untuk acara pernikahan, bekal marketing dengan laptop dan alat printer

portable, 3) untuk memudahkan pembayaran, dapat membekali marketing dengan mesin EDC (*Electronic Data Capture*), untuk memudahkan transaksi dengan menggunakan kartu debit atau kartu kredit.

4. Bekerja sama dengan pihak lain

Mulailah berinisiatif melakukan kerja sama dengan pihak lain, demi kepuasan pelanggan Anda. Usaha Anda mungkin tidak bisa memenuhi semua kebutuhan pelanggan, oleh karena itu pertimbangkan kerjasama dengan pihak lain. Kerjasama bukan untuk mengurangi keuntungan Anda, melainkan justru akan meningkatkan penjualan. Contoh bentuk kerjasama: 1) agen, distributor, pengecer; 2) perbankan, Lembaga keuangan, 3) usaha persewaan, 4) vendor untuk melengkapi keperluan usaha, dll

5. Memberikan surprise kepada pelanggan

Berbagai carau memberikan surprise/kejutan kepada pelanggan, akan menciptakan kesan positif dan pelanggan akan merasa tersanjung. Memberikan surprise merupakan salah satu strategi untuk menjadikan pelanggan merasa segan untuk berpindah ke merek lain atau toko/warung yang lain. contoh pemberian surprise, antara lain: 1) ucapan selamat ulang tahun dan ucapan selamat berbahagia, dll, 2) memberikan souvenir dihari ulang tahun perusahaan atau toko/warung, dll, 3) memberikan bingkisan pada saat hari raya keagamaan. Bentuk surprise yang dapat diberikan tidak perlu harus dengan biaya mahal, perhatian kecil akan membuat pelanggan akan mengingat Anda. Jika usaha Anda sudah semakin besar, bentuk surprise dapat lebih beragam.

6. Hadapi komplain pelanggan

Komplain dari pelanggan karena tidak puas dalam proses penjualan, seringkali terjadi. Pelanggan yang komplain harus menjadi fokus untuk dihadapi. Pelanggan pada umumnya berharap, pada saat menghadapi masalah dalam proses penjualan, ingin segera direspon dengan cepat, ingin diperhatikan dan ingin didengar. Menghadapi pelanggan yang komplain bukan berarti Anda harus tunduk terhadap tuntutan-tuntutannya. Anda tetap harus berada diposisi sebagai pengusaha yang professional. Contoh tindakan profesional saat menghadapi komplain pelanggan:

1. saat pesanan makanan dari pelanggan, ternyata rasanya terlalu asin, pelanggan akan menyampaikan kepada pelayan. Tindakan profesional Anda, ganti makanan

dengan yang baru, dan katakana permintaan maaf, minta masukan kepada pelanggan Anda, untuk cita rasa makanan yang lainnya.

2. Barang pesanan tidak dapat dikirim tepat waktu. Tindakan professional: permintaan maaf harus yang pertama anda sampaikan. Jika barang pesanan sudah siap dikirim, sampaikan kepada pelanggan, bahwa Anda sendiri yang akan mengirim pesanan, sebagai wujud penyesalan atas keterlambatan pengiriman barang.

Seorang pengusaha harus berani menghadapi kemarahan pelanggan, hadapi dengan sikap bijaksana dan bertanggung jawab, bukan merendahkan diri. Sikap Anda akan lebih diperhatikan, ketimbang nilai ganti rugi atas kesalahan Anda. Kecepatan respon, melebihi dugaan pelanggan, akan memiliki nilai positif bagi perusahaan.

7. Cari informasi tentang pelanggan Anda

Informasi tentang pelanggan, dapat diperoleh melalui percakapan-percakapan ringan pada saat bertemu dengan pelanggan Anda. Berikan kesan baik selama percakapan, seakan-akan pelanggan Anda adalah yang terhebat dan berikan pujian sewajarnya.

Proses pencarian informasi harus diawali dan diakhiri dengan kesan yang baik, sehingga pelanggan Anda akan terus mengingat Anda. Ingatlah, bahwa pelanggan Anda mungkin orang yang sibuk, jangan memperlambat proses pembelian, karena pelanggan juga membutuhkan waktu disaat mempertimbangkan beberapa hal sebelum memutuskan untuk membeli barang. Perhatikan, ada saatnya pelanggan membutuhkan privasi dan tidak ingin diganggu oleh percakapan Anda. Informasi tentang pelanggan akan dibutuhkan saat Anda berinteraksi dengan mereka, terutama pada saat pertemuan kedua dan selanjutnya, misalnya: siapa namanya, dari mana asalnya, apa yang menjadi kebiasaan atau kegemaran mereka, apa pekerjaan mereka, dll.

6.5.3. Promosi yang Tepat Sasaran

Jangan takut mendengar kata promosi. Banyak orang beranggapan bahwa kegiatan promosi membutuhkan biaya mahal dan dampak promosi tidak nyata. Untuk menghilangkan kesan tersebut, dapat dilihat, pengertian promosi dari para ahli:

1. Basu Swastha (2000: 222), Promosi sebagai bentuk penyampaian informasi atau persuasi satu arah, untuk mempengaruhi seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.
2. Tjiptono (2002:219), promosi adalah aktivitas pemasaran dengan menyampaikan informasi, mempengaruhi/membujuk dan atau mengingatkan calon konsumen atas

perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan

3. Kotler (2000:119), promosi adalah bagian dan proses strategi pemasaran sebagai cara untuk berkomunikasi dengan pasar dengan menggunakan komposisi bauran promosi. Dari pengertian tersebut, dapat disarikan, bahwa promosi berhubungan dengan komunikasi yaitu penyampaian informasi dari perusahaan kepada calon konsumen. Dari aktivitas komunikasi tersebut, dimaksudkan untuk menciptakan minat beli konsumen, sehingga akhirnya dapat meningkatkan penjualan produk perusahaan. Beberapa hal perlu diperhatikan terkait aktivitas promosi, antara lain:

1. **Pilih Teknik promosi yang tepat.** Teknik promosi dapat dibedakan menjadi 2, yaitu:
 - a. Komunikasi Massa, meliputi: periklanan, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat. Komunikasi massa, artinya bentuk penyampaian informasi yang dilakukan dengan menggunakan media massa. Penggunaan media massa, dimaksudkan agar informasi yang disampaikan dapat diterima masyarakat luas dengan jangkauan yang luas. Contoh media massa yang biasa digunakan antara lain: televisi, surat kabar, radio, baliho, brosur dan saat semakin berkembang penyampaian informasi melalui fasilitas internet, dll
 - b. Komunikasi Pribadi, meliputi: Pemasaran Langsung dan Penjualan Personal. Pemasaran langsung merupakan kegiatan penjualan secara langsung dari perusahaan kepada calon konsumen, mulai dari penawaran hingga terjadi transaksi jual-beli barang atau jasa. Bentuk pemasaran langsung, meliputi: 1) personal selling, 2) telemarketing, 3) penjualan menggunakan katalog, 4) penjualan dengan surat menyurat, dll

Masing-masing jenis promosi, memiliki spesifikasi tertentu. Teknik promosi yang akan digunakan disesuaikan dengan jenis produk, jangkauan pasar, segmen, dan anggaran perusahaan.

2. **Pilih target pasar atau segmentasi**

Menentukan target pasar yang tepat, menjadi pertimbangan awal, sebelum malangkah lebih lanjut. Menetapkan target pasar berarti Anda mengetahui kepada siapa akan menjual produk Anda. Selanjutnya Anda dapat menetapkan strategi penjualan dengan lebih fokus pada kelompok target yang telah ditetapkan. Salah satu penetapan target pasar yang paling mendasar adalah didasarkan pada:

1. Jenis kelamin
2. usia
3. tingkat pendidikan
4. Pekerjaan
5. Tingkat penghasilan
6. Area tempat tinggal/wilayah

Mungkin Anda bertanya-tanya, mengapa harus membatasi penjualan pada target tertentu. Dalam praktek bisnis, akan sulit dapat menjual produk kepada semua kalangan masyarakat dengan karakteristik yang berbeda-beda. Masyarakat ekonomi kelas tinggi, cenderung membeli dengan mempertimbangkan barang-barang yang memiliki nilai tinggi, harga mahal, dengan kualitas barang, bagus. dibandingkan dengan masyarakat ekonomi menengah-kebawah. Laki-laki dan perempuan memiliki perilaku yang berbeda dalam pemenuhan kebutuhannya. Bagi usaha kecil dan menengah, tentu menjadi sulit untuk dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat yang beragam. Oleh karena itu dibutuhkan tindakan segmentasi. Keuntungan dengan tindakan segmentasi/target pasar:

1. Memudahkan untuk menyesuaikan jenis promosi yang akan dilakukan
2. Mengetahui kecenderungan perilaku pembelian
3. Memudahkan menyesuaikan selera konsumen
4. Memudahkan menetapkan harga
5. Membantu memudahkan komunikasi pemasaran

Aktivitas promosi membutuhkan anggaran. Anggaran promosi dapat dialokasi dari keuntungan yang diperoleh atau diatur sesuai dengan persentase penjualan yang diperoleh, dan diatur secara rutin. Hal ini dimaksudkan untuk menjaga target penjualan dapat tercapai. Untuk usaha baru, anggaran promosi dialokasikan dalam perencanaan penganggaran untuk membuka usaha. Contoh promosi untuk usaha kecil:

1. Manfaatkan media on-line
2. Media cetak dan elektronik yang cocok, masih efektif untuk mempromosikan
3. Terlibat aktif dalam komunitas, sambil memperkenalkan produk
4. Pemberian potongan harga yang wajar, dengan pertimbangan tertentu, misalnya untuk sejumlah penjualan tertentu, untuk pembeli dari komunitas tertentu, reseller, dll
5. Memberi bonus, misalnya bonus minuman untuk pembelian makanan
6. Menawarkan penjualan paketan dengan harga lebih murah

7. Gunakan saudara atau kenalan untuk mempromosikan dari mulut ke mulut
8. Gratis ongkos kirim untuk jangkauan tertentu.

Anda bisa memilih Teknik-teknik promosi yang ada, tidak harus semua teknik promosi dilaksanakan. Pilihlah teknik promosi yang menurut anda tepat, yang terpenting adalah pelaksanaan promosi yang konsisten dan kontinyu.

6.5.4. Memotivasi Pembeli

Kegagalan penjualan bisa disebabkan karena permasalahan pada kemampuan penjual. seorang penjual bisa juga sekaligus sebagai pemilik usaha, harus memiliki kemampuan memotivasi calon pembeli, sehingga menjadi pembeli produk. Setelah menetapkan target pasar, selanjutnya mempelajari perilaku pembelian dari target pasar. Setiap manusia pada dasarnya memiliki kebutuhan yang harus dipenuhi. Kebutuhan seringkali muncul pada suatu waktu tertentu dan bisa muncul pada saat yang bersama atas keinginan pemenuhan kebutuhan yang beragam. Bahkan tidak jarang terjadi, seorang calon pembeli belum menyadari adanya barang atau jasa yang sesungguhnya dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Disini lah peran seorang penjual untuk memunculkan minat beli seorang calon pembeli. Motivasi menurut Sardiman (2007: 73), diartikan dorongan pada diri seorang untuk melakukan sesuatu. Dorongan dalam diri seseorang akan menjadi penggerak dan muncul karena adanya keinginan yang akan dicapai.

Didalam proses penjualan, seorang penjual dapat memunculkan dorongan calon konsumen untuk berminat melakukan pembelian. Ada 2 motif pembelian konsumen, yaitu:

1. Pembelian produk secara emosional, yaitu dorongan seseorang untuk membeli barang atau jasa, tanpa melalui pertimbangan-pertimbangan tertentu, melainkan mengutamakan perasaan dan kesenangan. Faktor penyebab munculnya pembelian secara emosional, antara lain:
 - a. Ingin berbeda dari pembeli lainnya
 - b. Meningkatkan status sosial
 - c. Kebanggaan
2. Pembelian produk secara rasional, yaitu pembelian produk didasarkan atas pertimbangan yang rasional tentang produk, misalnya fungsinya, harganya, kualitasnya, kegunaan produk sesuai dengan yang dibutuhkan.

Melalui 2 jenis motif tersebut, bagi penjual akan lebih mudah untuk menumbuhkan motivasi pembeli dengan motif yang rasional. Upaya-upaya yang dapat dilakukan penjual, antara lain dengan cara:

1. Mengawali pembicaraan, dengan memberikan kesan positif, yaitu: sopan, ramah, berbicara dengan jelas
2. Memberikan penjelasan tentang keunggulan-keunggulan produk dengan teknik-teknik bernegosiasi yang dapat mensugesti
3. Mendengarkan dengan sabar dan memahami kebutuhan calon pembeli
4. Menanggapi keluhan-keluhan calon pembeli
5. Memberikan solusi dengan meyakinkan calon pembeli akan manfaat produk
6. Mengedukasi calon pembeli dengan hal-hal baru, terkait perkembangan produk, dengan tidak bermaksud menggurui

Dalam proses penjualan yang terpenting adalah menciptakan kepercayaan calon pembeli kepada penjual. Pembelajaran teknik-teknik menjual, diperlukan untuk menciptakan rasa percaya calon pembeli kepada penjual. berikan bantuan kepada calon pembeli untuk mengatasi kesulitan dalam pengambilan keputusan, misalnya jika harga menjadi penghambat dalam proses pengambilan keputusan, tawarkan alternatif produk dengan harga yang lebih murah, atau bantu dengan pilihan sistem pembayaran.

6.5.5. Merubah keluhan menjadi kepuasan

Keluhan atau komplain pelanggan perlu diperlakukan dengan baik, dan diatasi dengan segera, serta dipersepsikan dengan positif. Poin tersendiri untuk pelanggan yang bersedia memberikan keluhan, karena telah bersedia meluangkan waktu untuk menyalurkan keluhan kepada penjual atau perusahaan. Bayangkan jika keluhan pelanggan tidak disalurkan kepada penjual, melainkan disebar luaskan kepada konsumen lain atau masyarakat umum. Keluhan pelanggan yang tidak ditangani dengan baik, dapat berakibat, penjual akan kehilangan pelanggan. Hasil penelitian Dr. Michael LeBoeuf, yang ditulis dalam bukunya, mengatakan bahwa keluhan yang ditangani dengan segera, maka 95% pelanggan yang mengeluh akan kembali lagi melakukan pembelian. Pelanggan yang merasa puas karena keluhan ditanggapi dengan baik, akan menceritakan ke 5 orang lain, mengenai permasalahan penjual yang dikeluhkan dan penyelesaian keluhan ditangani dengan memuaskan.

Secara spesifik, hal-hal yang dapat dilakukan oleh penjual, antara lain:

1. Sebelum menghadapi pelanggan, cari tahu karakter pelanggan termasuk tipe seperti apa, apakah termasuk kategori yang sulit atau tidak.
2. Jika menghadapi pelanggan yang marah², persilahkan pelanggan untuk duduk, jangan biarkan berdiri. Dengan posisi berdiri, pelanggan akan merasa “diatas angin” dan leluasa untuk meluapkan kemarahan
3. Dengarkan keluhan pelanggan, tunjukkan rasa prihatin atas kejadian yang dialami pelanggan dan minta maaf atas ketidak nyamanan
4. Katakana dengan sopan, Anda akan mengecek, menindaklanjuti keluhan
5. Bisa inisiatip dari Anda, mengusulkan solusi, atau cari tahu apa yang diinginkan pelanggan
6. Jika tidak setuju usulan solusi Anda, berikan alternatif solusi
7. Selesaikan permasalahan dengan adil dan bijaksana.
8. Perhatikan waktu pelanggan, selesaikan pembicaraan dengan tidak membuang-buang waktu

Jika Anda memperlakukan pelanggan dengan baik, Anda tidak akan kehilangan pelanggan. Buat pelanggan merasa puas dari penyelesaian masalah, karena dengan begitu, pelanggan akan memberikan penilaian positif terhadap bisnis Anda. Poin penting menangani keluhan pelanggan, dengan baik dan cepat, adalah:

1. Saat yang tepat untuk mengetahui siapa pelanggan Anda dan lakukan pendekatan, sehingga tercipta hubungan yang baik
2. Memperoleh informasi secara langsung dari pelanggan, apa yang menjadi keinginannya
3. Sebagai bahan inspirasi pengembangan bisnis Anda
4. Langkah yang baik, menciptakan loyalitas pelanggan karena pelanggan akan selalu mengingat bisnis Anda
5. Sebagai sumber promosi dari mulut ke mulut (Word of Mouth)

6.5.6. Hargai karyawan

Sebagai seorang wirausahawan, harus menyadari saat ini sedang berada pada revolusi industri 4.0. Revolusi 4.0 ditandai dengan menitik beratkan digitalisasi diberbagai aspek kehidupan. Peran tenaga kerja muda dalam hal ini harus lebih dioptimalkan. Ditangan mereka, akan menghadirkan banyak inovasi dengan pemanfaatan teknologi digital. Dunia bisnis saat ini bersandar pada mereka, oleh karena itu langkah-langkah penting, untuk meningkatkan

motivasi kerja harus terus diupayakan. Beberapa hal yang dapat dilakukan oleh pemimpin sebagai perwujudan penghargaan kepada tenaga kerja, antara lain:

1. Memberikan gaji yang sepadan dengan keahlian yang dimiliki.
2. Pemberian bonus atas prestasi masing-masing karyawan, sehingga dimungkinkan insentif yang diterima masing-masing karyawan akan berbeda satu dan yang lain.
3. Sering-sering memberikan pujian atas hasil kerja yang baik dan mengakui pentingnya keberadaan mereka
4. Bagi karyawan bagian marketing, setiap bulan lakukan evaluasi atas capaian penjualan. Bagi yang dapat mencapai penjualan tertinggi, berikan bonus tambahan
5. Selenggarakan seminar skala kecil, dengan peserta seluruh karyawan terkait. Berikan kesempatan seorang karyawan menjadi pembicara untuk menularkan keahliannya, pengetahuannya kepada karyawan yang lain.
6. Pajang foto karyawan berprestasi di lingkungan kantor, baik juga jika bisa dilihat oleh konsumen. Penilaian prestasi karyawan bisa dilakukan secara periodic
7. Berikan bonus liburan untuk rekreasi pada akhir tahun, sebagai bentuk penghargaan atas usaha kerja keras karyawan.

Secara teknis, bentuk-bentuk penghargaan dapat dilakukan dengan berbagai cara, disesuaikan dengan kemampuan perusahaan.

6.5.7. Kepuasan untuk semua pihak

Kepuasan dimaknai sebagai perasaan yang timbul pada seseorang jika apa yang diharapkan sesuai dengan yang didapatkan. Perasaan yang timbul setelah melalui penilaian tersebut adalah perasaan senang atau rasa kecewa. Jika yang diperoleh lebih besar atau sama dengan yang diharapkan, maka akan menimbulkan rasa senang, demikian sebaliknya. Tidak dapat dipastikan bahwa sesuatu yang diterima seseorang, akan menimbulkan rasa senang untuk semua pihak, hal ini disebabkan karena kepuasan berhubungan dengan persepsi atau kesan yang timbul atas pengalaman yang diperoleh. Kepuasan dapat terjadi pada berbagai aspek kehidupan, misalnya:

1. Puas/tidak setelah menggunakan produk tertentu
2. Puas/tidak setelah menerima gaji/upah/imbalan
3. Puas/tidak setelah menggunakan layanan tertentu
4. Puas/tidak setelah mendapatkan penghargaan atas kerja keras yang telah dilakukan
5. Puas/tidak setelah melakukan perjalanan

6. Puas/tidak setelah mengunjungi tempat wisata

Menciptakan kepuasan menjadi lebih penting dari variable-variabel yang lain, bahkan dapat dikatakan kepuasan menjadi tujuan utama sekaligus tujuan akhir bagi perusahaan. Manfaat kepuasan bagi perusahaan adalah:

1. Meningkatkan nama baik perusahaan
2. Menciptakan loyalitas pelanggan
3. Meningkatkan penjualan dimasa yang akan datang
4. Meningkatkan keuntungan
5. Meningkatkan kemampuan bersaing perusahaan, melalui tindak lanjut strategi masa yang akan datang
6. Kemudahan memperoleh investor, karena telah memiliki nama baik
7. Meningkatkan kesemepatan pengembangan usaha
8. Menciptakan loyalitas karyawan, sehingga perusahaan dapat menekan tingginya angka perputaran tenaga kerja
9. Meningkatkan semangat kerja seluruh anggota perusahaan

Kepuasan hendaknya diperuntukan bagi semua pihak, yaitu pelanggan/konsumen, karyawan, pemilik usaha, dan masyarakat sekitar.

Implementasi strategi dapat dilakukan semua pihak yang terlibat dalam aktivitas perusahaan, yaitu pemilik usaha, pelaku usaha, dan karyawan, disemua tingkatan manajemen. Bagi usaha kecil, implementasi strategi akan melibatkan seluruh karyawan, oleh karena itu dalam implementasi strategi, dibutuhkan:

1. Pemahaman yang benar oleh seluruh karyawan, terkait langkah-langkah strategis yang harus dilakukan
2. Panduan yang lengkap dan jelas, sehingga dapat dipahami
3. Satu komando, untuk menghindari kesalah pahaman dalam memaknai langkah-langkah yang harus dilakukan
4. Pendanaan dapat mendukung pelaksanaan tindakan
5. Pengawasan untuk menjamin tidak terjadi penyimpangan

Implementasi yang baik akan menjamin keberlangsungan usaha dimasa yang akan datang. Jikalau terjadi hal-hal diluar perhitungan serta diluar kendali perusahaan, sangat dimungkinkan terjadinya perubahan-perubahan strategi yang lebih memadai. Dalam hal ini diperlukan efektifitas analisis dan evaluasi terhadap setiap implementasi strategi.

BAB 7

MANAJEMEN UNTUK SUKSES

7.1. Pengertian Sukses

Sukses diartikan berbeda-beda untuk setiap orang. Orang yang dikatakan sukses, sebenarnya belum merasa dirinya sukses, begitu juga sebaliknya seseorang merasa sudah sukses, walaupun orang lain menganggap biasa-biasa saja. Dari kenyataan tersebut, dapat diartikan bahwa tidak ada ukuran kesuksesan yang dapat digunakan untuk semua situasi dan keadaan. Sebelum melanjutkan pembahasan lebih jauh tentang manajemen sukses, beberapa hal perlu kita sepakai, sebagai berikut:

1. Kata sukses menggambarkan keadaan yang baik, menurut pandangan seseorang. Keadaan yang baik untuk seseorang belum tentu baik untuk orang lain, sehingga kata sukses bersifat relatif.
2. Kesuksesan bukan suatu keberuntungan.
Keberuntungan seringkali dimaknai terjadi secara kebetulan dan tanpa direncana.
3. Kesuksesan tidak diwariskan orang tua.
Kesuksesan orang tua tidak berarti, menurun pada anak-anaknya.
4. Kesuksesan karena hasil kerja keras.
Kesuksesan diraih karena mampu menggunakan potensi diri. Kerja keras dengan motivasi untuk meraih cita-cita yang diinginkan akan membuah hasil kesuksesan
5. Kesuksesan hasil dari keputusan-keputusan terhadap pilihan kegiatan yang akan dilakukan.
6. Kesuksesan bukan hanya milik orang pandai, kaya, cantik.
Setiap orang punya kesempatan menjadi sukses. Kesuksesan bukan ditentukan faktor fisik seseorang

Selanjutnya kita cermati, dibawah ini pendapat dari beberapa responden dari hasil penelitian, tentang arti kesuksesan, yaitu:

1. Sukses diukur dari kebahagiaan hidup
2. Sukses diukur dari kekayaan secara finansial
3. Sukses berarti belajar dari sebelumnya tidak bisa menjadi bisa
4. Sukses bisa mengatasi rasa takut
5. Sukses berarti kemandirian
6. Sukses berarti bisa menjadi orang yang mampu mengendalikan diri
7. Sukses berarti berhasil meraih apa yang diharapkan
8. Sukses berarti kepuasan batin

Daftar arti tentang kesuksesan bisa semakin panjang, karena setiap orang memiliki ukuran yang berbeda-beda. Memang tidak ada ukuran baku untuk mengatakan seseorang sukses atau tidak. Sukses juga bisa diterapkan pada berbagai bidang, misalnya: sukses sebagai pengusaha, sukses di bidang Pendidikan, sukses sebagai orang tua, sukses di bidang politik, sukses dalam karier, dll.

Konsep tentang kesuksesan seringkali digunakan seseorang untuk memberi predikat sukses kepada orang lain, misalnya dengan mengatakan, Anda sekarang sudah menjadi orang sukses. Apakah arti sukses bagi orang yang memberi predikat, dengan arti sukses bagi orang diberi predikat sukses, memiliki makna yang sama? Sukses bersifat relatif, namun demikian dapat disederhanakan, pengertian sukses, yaitu:

1. Sukses berhubungan dengan tujuan yang ingin dicapai
2. Sukses berarti kemampuan bekerja memanfaatkan potensi diri

7.2. Meraih Impian

Impian akan masa depan, harus dirancang. Melalui impian tersebut, seseorang akan tergerak untuk melakukan tindakan-tindakan demi tercapainya impian. Segala yang terjadi saat ini, adalah hasil dari tindakan Anda sendiri. Demikian juga apa yang akan terjadi hari esok maupun sepanjang hidup Anda, ditentukan oleh keputusan-keputusan saat ini. Dengan demikian nasib Anda ditentukan oleh Anda sendiri, bagaimana mengendalikan tindakan-tindakan agar tidak menyimpang dari impian yang ada. Termasuk dalam hal ini kesuksesan merupakan hasil tindakan-tindakan yang telah dilakukan dimasa lalu hingga tercapai apa yang diinginkan.

Impian atau saya sebut dengan tujuan hidup, agar lebih realistis, bisa dibedakan menjadi tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendek ditetapkan

untuk mendukung tercapainya tujuan jangka panjang, dengan demikian tujuan bersifat berkesinambungan dan konsisten. Kesuksesan mencapai tujuan jangka pendek, akan dilanjutkan dengan tindakan-tindakan berikutnya untuk mencapai tujuan selanjutnya. Misalnya jika seseorang bercita-cita untuk menjadi seorang dokter, pertama-tama yang harus dirancang adalah mempersiapkan diri untuk belajar dengan baik agar bisa diterima masuk Perguruan Tinggi pada Fakultas Kedokteran. Kesuksesan pertama yang telah diraih adalah berhasil menjadi mahasiswa Fakultas Kedokteran. Tujuan berikutnya adalah lulus tepat waktu dengan predikat memuaskan. Tentukan strategi-strategi belajar untuk dapat meraih harapan lulus tepat waktu dengan predikat memuaskan. Demikian seterusnya, jika telah berhasil meraih yang diharapkan, berarti Anda meraih kesuksesan kedua. Demikianlah kesuksesan bisa berulang dan ada kemungkinan tahap berikutnya bukan kesuksesan tetapi kegagalan.

Tujuan hidup atau impian atau cita-cita masa depan, harus terus dibangun, jangan pernah berhenti. Apa gunanya impian bagi hidup kita?

1. Memberikan gambaran masa depan
2. Memberikan arah tindakan yang harus dilakukan
3. Menumbuhkan motivasi
4. Menjadikan lebih Fokus
5. Menumbuhkan daya juang dan percaya diri

Tidak ada satu pun orang yang tidak mendukung pentingnya memiliki impian masa depan. Namun tidak semua orang tumbuh dewasa dengan impian masa depan yang jelas. Bagaimana menumbuhkan impian:

1. Miliki sebanyak-banyak teman, tetapi tetap berada pada lingkungan yang mendukung
2. Hindari teman-teman yang dapat menghambat keinginan positif
3. Lakukan hal-hal yang disukai
4. Memanfaatkan berbagai kesempatan yang ada melalui berbagai kegiatan positif
5. Tingkatkan kemauan belajar
6. Perluas wawasan
7. Memanfaatkan waktu dengan sebaik-baiknya untuk hal-hal yang positif

Cita-cita yang diinginkan tidak selalu tercapai sama persis dengan yang dicita-citakan. Dalam perjalanannya banyak hal-hal diluar kendali yang menyebabkan capaian cita-cita menjadi bergeser. Jika keinginan menggapai impian begitu tinggi, hingga harus melakukan segala

cara, bahkan dengan tindakan yang dapat merugikan kawan sendiri, maka hal tersebut dapat dikatakan sebagai ambisius. Langkah yang perlu dilakukan jika impian belum tercapai, adalah dengan mengevaluasi atau meninjau kembali upaya yang selama ini sudah dilakukan. Beberapa kemungkinan belum tercapainya impian:

1. Impian terlalu tinggi diluar jangkauan
2. Tujuan kurang spesifik, misalnya ingin menjadi orang sukses
3. Upaya yang dilakukan masih kurang, sehingga belum membuahkan hasil
4. Tidak cukup dengan semangat, tetapi langkah-langkah strategis dibutuhkan
5. Tidak ada skala prioritas

Bersyukur terhadap segala yang sudah Anda miliki saat ini, dapat juga dikategorikan orang yang sukses. Tidak menjadi orang sukses, paling tidak bisa menjadi orang yang mendukung kesuksesan orang lain, sudah merupakan capaian yang positif.

7.3. Memanfaatkan Potensi Diri

Potensi merupakan terjemahan dari Bahasa Inggris yang artinya kekuatan, kemampuan, daya kemampuan. Potensi diri secara umum dimaknai sebagai kemampuan yang ada pada diri seseorang. Kemampuan atau kekuatan tersebut, belum sepenuhnya terwujud, dan masih ada kemungkinan untuk dikembangkan. Potensi diri yang ada pada diri seseorang, seringkali tidak disadari sehingga tidak digali sedemikian rupa. Potensi sama dengan sumber daya yang tidak nampak dipermukaan. Sumber daya yang tidak dimanfaatkan sebagaimana mestinya, tentu tidak akan menghasilkan output yang berarti. Kebanyakan orang tidak memperhatikan sumber daya yang sesungguhnya ada pada dirinya, sehingga tidak ada kesempatan untuk mengembangkan dan memanfaatkan sumber daya tersebut. Itulah sebabnya banyak orang merasa gagal dalam hidupnya karena apa yang diimpikan tidak pernah tercapai.

Orang-orang yang sukses, adalah orang-orang yang memiliki kekuatan atau kemampuan menggali kekuatan otak yang ada pada dirinya, sehingga berhasil menyelesaikan pekerjaan dengan baik dan benar. Apa yang ada pada diri seseorang yang sukses, adalah sebagai berikut:

1. Mampu mencari jawaban dari setiap masalah
2. Mampu menyerap berbagai informasi
3. Mau belajar

4. Melihat peluang
5. Mampu membuat komitmen
6. Proaktif
7. Mengakui kesalahan untuk selanjutnya diperbaiki

Gambaran tentang orang sukses, adalah memiliki perpaduan yang baik antara kekuatan pengetahuan dan kekuatan kepribadian. Kita coba bandingkan dengan gambaran orang yang gagal, sebagai berikut:

1. Sering membuat keributan atau konflik dimanapun dia berada
2. Merasa dirinya sudah pintar, sehingga tidak membutuhkan informasi atau masukan dari orang lain
3. Yang utama dalam pikirannya adalah permasalahan, ketimbang peluang
4. Sering menyalahkan diri sendiri
5. Sering menyalahkan keadaan
6. Sering melempar tanggung jawab, karena sering merasa takut dan tidak percaya diri
7. Tidak mau menerima kritikan, karena cenderung keras kepala
8. Tidak senang melihat orang lain sukses, bahkan cenderung untuk menjatuhkan orang lain

Menjadi seorang wirausahawan, bisa mengantarkan menuju kesuksesan, asalkan dapat menggali dan mengembangkan sumber daya batiniah yang ada pada diri Anda, dan itu dibutuhkan dalam peran Anda sebagai wirausahawan. Potensi atau sumber daya yang dibutuhkan untuk menjadi wirausahawan adalah: 1) Kemampuan Pengetahuan dan 2) Kemampuan kepribadian. Ke dua kemampuan tersebut, meliputi:

1. Kecerdasan.
Kecerdasan dibutuhkan agar mampu menghasilkan langkah-langkah strategis dalam memecahkan masalah bisnis. Kecerdasan dapat dibedakan: 1) kecerdasan Intelektual/*Intelligence Quotient*; 2) kecerdasan Emosi/*Emotional Quotient*; 3) Kecerdasan Spiritual/*Spiritual Quotient*
2. Kemampuan kreatifitas.
3. Kemampuan disiplin
4. Kemampuan komunikasi
5. Kemampuan inisiatif
6. Percaya diri

7. Tekad yang kuat

8. Keberanian

Kemampuan lainnya terkait dengan pekerjaan operasional bisnis, misalnya: penguasaan pengelolaan keuangan, promosi, mengelola tenaga kerja, dll, akan lebih mudah terealisasi atas dasar kecerdasan dan tekad yang kuat.

7.4. Manajemen Waktu

Menyatukan persepsi kita tentang waktu, saya akan mengutip pengertian waktu dari Kamus Besar Bahasa Indonesia, waktu adalah seluruh rangkaian saat ketika proses, perbuatan, atau keadaan berada atau berlangsung. Waktu digunakan untuk mengukur berapa lama berlangsungnya suatu kejadian. Dalam konteks berwirausaha, pemahaman waktu diartikan sebagai suatu kesempatan yang diukur berdasarkan ukuran detik, menit, jam, hari, dst. Jika, dalam suatu situasi, Anda diberi kesempatan, sama artinya Anda diberi waktu. Menyia-nyikan kesempatan yang ada, berarti meyerahkan waktu yang telah diberikan. Kesempatan tidak datang setiap saat, oleh karena itu suatu kesempatan dapat dilihat dari 3 dimensi.

7.4.1. Dimensi masa lalu.

Kesempatan yang sudah lewat, tidak akan terulang lagi. Masa lalu sudah berlalu, namun masa lalu masih berguna bagi kita, terutama dalam proses evaluasi, sehingga segala kekurangan atau ketidak berhasilan di masa lalu menjadi pelajaran yang berguna untuk proses perbaikan di masa yang akan datang.

Kegagalan berwirausaha, merupakan momentum yang berarti, untuk dijadikan pijakan agar kita bisa berlari lebih kencang. Tanpa kegagalan, kita tidak dapat menghargai kehati-hatian, waspada, kecermatan, pertimbangan yang matang, dalam proses menuju perubahan kehidupan yang lebih matang. Proses evaluasi bisnis yang perlu dilakukan, antara lain:

1. Apakah produk diminati masyarakat.

Dari hasil penjualan dapat diketahui, apakah target penjualan telah tercapai. Jika target yang telah ditetapkan, belum dapat dicapai maka perlu dilakukan survey yang mendalam. Produk yang kurang diminati, belum tentu karena produk tidak berkualitas, melainkan bisa terjadi karena pesaing lebih mampu memberikan daya tarik kepada konsumen.

2. Sudahkan perusahaan melakukan pemasaran cara baru

Disaat kita memasuki era digitalisasi, maka pemasaran juga harus melakukan perubahan. Pelajari, cara-cara pemasaran baru, yang dapat menyentuh target-target baru. Masyarakat

saat ini lebih percaya pada rekomendasi dari teman-teman, baik secara langsung maupun melalui review di media sosial.

3. Pusatkan perhatian pada keluhan-keluhan.

Sebagai pengusaha harus berjiwa besar, untuk bersedia menerima kritikan dan memperbaiki kritikan dari konsumen. Berikan ruang pada media sosial sebagai wadah untuk memberikan ulasan kepada produk atau layanan usaha Anda. Dengan demikian Anda akan merasa lebih dekat dengan konsumen. Konsumen yang bersedia memberikan ulasan produk atau layanan, berarti mereka peduli akan masa depan usaha Anda.

4. Evaluasi internal

Evaluasi internal antara lain pada aspek finansial, aspek sumber daya manusia, aspek teknologi, dll. Perusahaan yang sukses sangat didukung oleh kegiatan manajerial yang baik.

7.4.2. Dimensi Saat Ini

Menyadari berada pada dimensi saat ini, berarti mau dan mampu melihat perubahan dunia bisnis yang sedang terjadi. Usaha yang sudah berjalan sukses, bukan untuk dinikmati dengan melakukan kegiatan-kegiatan jalan di tempat, serta meninggalkan pemikiran-pemikiran kritis, melainkan harus terus bergerak berpacu dengan waktu. Persaingan saat ini yang semakin hebat, menjadikan perusahaan berjuang meng “update”, merubah “mindset”. Saat ini, saat yang paling tepat untuk melakukan gerakan-gerakan perubahan untuk memperjuangkan memperoleh kesempatan sukses tahap berikutnya. Perubahan-perubahan yang perlu dipersiapkan saat ini, antara lain:

1. Perubahan visi dan misi

Visi dan misi merupakan pedoman bertindak untuk mencapai tujuan dalam menjalankan usaha. Visi dan misi dapat ditinjau kembali sekiranya diperlukan adanya penyesuaian dengan situasi internal dan eksternal dalam usaha Anda.

2. Peningkatan kualitas tenaga kerja.

Pengambilan keputusan pada aspek ketenaga kerjaan, dibutuhkan perhitungan-perhitungan aspek finansial. Pengadaan tenaga kerja untuk meningkatkan kemampuan bersaing, dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain: melakukan rekrutmen, dengan mencari tenaga kerja sesuai kualifikasi yang dibutuhkan, kontrak kerja dengan tenaga kerja professional, untuk jangka waktu tertentu, atau memberikan pelatihan kepada karyawan yang ada.

3. Investasi teknologi

Peran teknologi dalam dunia usaha, menjadi kunci menuju modernisasi. Peran teknologi dalam dunia bisnis, antara lain:

1. Menciptakan efisiensi usaha
2. Memudahkan komunikasi dengan relasi
3. Menyediakan data untuk kepentingan pengambilan keputusan
4. Memudahkan kegiatan promosi dan penjualan
5. Memberikan Jaminan kualitas pekerjaan yang lebih baik
6. Meminimalisir penyimpangan dalam pekerjaan

7.4.3. Dimensi Akan Datang

Dimensi akan datang menjadi tujuan yang akan dicapai. Apa yang kita lakukan saat ini, akan berdampak pada masa yang akan datang. Setiap aktivitas usaha, berjalan atas dasar visi, misi dan tujuan yang akan dicapai. Penetapan visi, misi dan tujuan menjadi bagian dari proses manajemen yaitu menjalankan fungsi perencanaan. Perencanaan usaha diartikan sebagai proses manajemen untuk mempersiapkan visi, misi, tujuan, prosedur, metode, strategi-strategi, standar, yang diperlukan sebagai pedoman dalam menjalankan setiap aktivitas, agar tujuan dapat tercapai. Di dalam aktivitas bisnis, fungsi perencanaan menjadi tolok ukur untuk menentukan fungsi-fungsi yang lain, yaitu fungsi pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian.

Penyusunan perencanaan usaha yang tepat, akan memberikan manfaat, antara lain:

1. Memberikan gambaran masa depan yang lebih terarah dan lebih jelas
2. Sebagai pedoman kerja dalam pembagian kerja, pengarahan dan pengawasan
3. Menghindari terjadinya kesalahan kerja yang dapat berakibat usaha tidak efisien.
4. Memudahkan koordinasi antar bidang
5. Aktivitas menjadi lebih terarah dan tidak bersifat coba-coba/tidak pasti

Penetapan strategi-strategi usaha, harus dengan memperhitungkan kondisi masa lalu dan kondisi saat ini, untuk dapat mempersiapkan capaian masa depan yang diinginkan.

7.4.4. Menetapkan Waktu

Seringkali kita mendengar, ucapan seseorang yang mengatakan, saya tidak ada waktu; saya kurang waktu; saya kehabisan waktu. Ungkapan tersebut, menggambarkan bahwa orang tersebut tidak dapat menyelesaikan tugasnya sesuai waktu yang telah ditetapkan. Waktu hanya ada 24 jam dalam sehari. Ketentuan waktu 24 jam per hari, tidak akan pernah berubah, waktu juga tidak dapat disimpan, namun waktu terus akan berjalan dan terlewati. Oleh karena itu, waktu jangan disia-siakan, baik dalam hitungan detik, menit, hari, minggu, bulan dan seterusnya. Pada kenyataannya, tiap-tiap orang akan memanfaatkan waktu dengan cara yang berbeda-beda, walau dengan tujuan yang sebenarnya, sama. Kunci keberhasilan menghadapi situasi kekuarangan waktu adalah dengan cara mengelola waktu dengan tepat.

Mengelola waktu bukan berarti kita mengendalikan waktu. Waktu tidak akan pernah bisa diatur, karena waktu akan terus berjalan, jarum jam juga akan terus berjalan. Cara kita mengelola waktu dengan baik adalah diawali dari diri kita sendiri. Mindset kita tentang waktu harus dirubah, jika selama ini Anda tidak pernah peduli dengan waktu, maka saatnya sekarang Anda pikirkan, bahwa waktu adalah sumber daya yang sangat penting dan terbatas. Waktu yang bisa membuat kita sukses, oleh karena itu manfaatkan waktu Anda dengan benar, jangan sia-siakan waktu, kerjakan aktivitas yang berguna disetiap waktu, untuk kehidupan saat ini maupun yang akan datang. beberapa kegiatan bisnis yang berpengaruh terhadap pengelolaan waktu yang tidak tepat, antara lain:

- a. Barang-barang dagangan atau bahan-bahan baku, tidak datang tepat waktu, sementara proses produksi sudah menunggu. Hal ini dapat terjadi karena waktu pemesanan yang tidak terjadwal dengan benar, sehingga pada saat barang-barang dagangan atau bahan baku dibutuhkan, ternyata barang belum tersedia.
- b. Penyelesaian pekerjaan yang tidak tepat waktu. Di dalam organisasi, penyelesaian suatu pekerjaan akan mempengaruhi penyelesaian pekerjaan berikutnya. Organisasi adalah suatu sistem, yang artinya satu pekerjaan dengan pekerjaan lain, saling mempengaruhi dan bergantung satu dan yang lain.
- c. Pengiriman produk kepada konsumen mengalami keterlambatan, tidak sesuai dengan jadwal yang dijanjikan kepada konsumen. Salah satu ukuran kinerja perusahaan, adalah berapa lama rata-rata waktu yang digunakan konsumen untuk menunggu barang pesanan datang. Perhitungan ini ditetapkan berdasarkan waktu saat konsumen memesan barang hingga barang pesanan diterima oleh konsumen

- d. Pelayanan jasa kepada konsumen tidak tepat waktu, sesuai yang dijanjikan. Sama halnya dengan pengiriman barang yang terlambat, pelayanan jasa akan berdampak pada ketidakpuasan konsumen, misalnya keterlambatan jadwal reparasi/service mobil, keterlambatan jadwal pemasangan jaringan internet, keterlambatan penyelesaian dokumen, keterlambatan jam kunjungan dokter kepada pasien, dll

Pengelolaan waktu yang tidak tepat, akan berpengaruh pada aspek internal organisasi, maupun berdampak eksternal. Dapat disimpulkan bahwa keterlambatan yang terjadi karena ketidakmampuan perusahaan dalam pengelolaan waktu, akan berdampak pada faktor pelayanan

7.4.5. Menghindari Keterlambatan Penyelesaian Pekerjaan.

Di era globalisasi yang sangat ketat dengan persaingan, setiap pengusaha dituntut untuk bekerja secara profesional, efisien dan efektif. Tujuan perusahaan mencapai kesuksesan hanya dapat dicapai dengan kemampuan mengelola waktu. Langkah-langkah yang harus diperhatikan untuk memanfaatkan waktu dengan benar, antara lain:

1. Buat perencanaan.

Menyusun perencanaan bukan hanya ranah organisasi, melainkan juga dilakukan ranah individu, terutama bagi pemilik usaha wajib membuat perencanaan kerja. Perencanaan kerja harus dibuat secara detail. Dibantu dengan perencanaan kerja yang detail untuk setiap harinya, dapat membantu Anda melakukan pekerjaan secara teratur dan terarah, serta akan dapat menghindarkan diri Anda melakukan hal-hal yang hanya terlintas dalam pikiran Anda,

2. Buat prioritas pekerjaan

Sebagai seorang wirausaha, waktu untuk bekerja seringkali tidak dapat ditentukan. Kadang tengah malam, masih harus menerima telpon karena ada barang-barang pasokan yang datang. atau Anda menerima pesanan dari konsumen, disaat-saat waktu makan siang Anda. Dalam 1 hari, akan ada waktu-waktu yang digunakan untuk hal-hal diluar kendali kita, seperti saya contohkan dalam uraian sebelumnya. Oleh karena itu Anda harus memiliki pola kerja yang benar, yaitu gunakan sistem prioritas kegiatan Anda. Tentukan skala prioritas pekerjaan-pekerjaan sangat penting hingga kurang penting. Membuat prioritas pekerjaan harus secara tertulis dalam bentuk daftar, dengan demikian

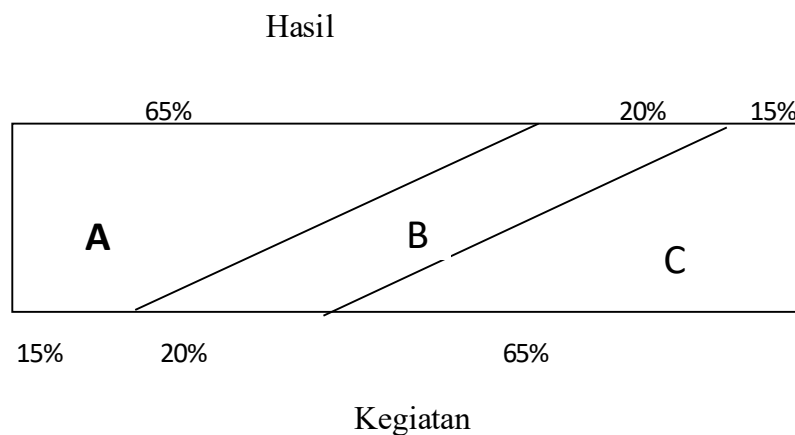
tindakan membuat prioritas pekerjaan akan mendukung juga penyusunan perencanaan pekerjaan. Berikut adalah gambaran pentingnya memperlakukan sistem prioritas pada kegiatan.

Kelompokkan pekerjaan menjadi kelompok A, B, dan C

Kelompok A : adalah pekerjaan yang paling penting

Kelompok B : adalah pekerjaan penting

Kelompok C : adalah pekerjaan kurang penting



Gambar di atas menunjukkan bahwa, dengan melakukan kegiatan 15%, dapat memberikan hasil mencapai 65%. Jika ditambah dengan 20% kegiatan B, maka hasil akan mencapai 80%. Prinsip ini, mirip dengan prinsip 80/20 Hukum Pareto, yaitu dengan 20% waktu digunakan untuk kegiatan yang fokus, akan dapat memberikan sumbangan hasil pekerjaan mencapai 80%.

3. Kapan melakukan pekerjaan

Secara umum, kegunaan waktu 24 jam untuk aktivitas normal dan rutin, khususnya untuk mereka yang sudah bekerja, adalah: 8 jam untuk beristirahat, 8 jam untuk bekerja, 8 jam lainnya, untuk kegiatan lain diluar jam rutin. 8 jam waktu tersisa, masih harus digunakan untuk kegiatan rutin seperti mandi, berdandan, berpakaian, perjalanan, beribadat. Susunlah jadwal kegiatan mingguan, agar bisa fokus dalam mengerjakan segala sesuatu

yang sudah direncanakan. Berpedoman pada jadwal tersebut, Anda dapat melihat kemajuan di tiap-tiap kegiatan yang sudah direncanakan, untuk kurun waktu 1 bulan berjalan. Jika Anda benar-benar menjalankan proses evaluasi terhadap kegiatan Anda, maka akan diketahui kegiatan-kegiatan yang penting atau kegiatan-kegiatan yang tidak penting dalam aktivitas Anda. Beberapa hal yang dapat menyebabkan pekerjaan tidak dapat dilaksanakan pada waktunya, antara lain:

- Sering menunda pekerjaan.

Yang sering terjadi penundaan disebabkan karena merasa belum “mood”, tidak bisa melawan rasa malas mengerjakan, mengabaikan pekerjaan dan lebih mementingkan pekerjaan lain.

- Kejadian diluar kendali.

Adakalanya disaat sedang mengerjakan pekerjaan tertentu, tiba-tiba ada gangguan yang datang, tanpa kita dapat mengendalikan, misalnya: di telpon teman, ada teman yang datang, kondisi mati lampu, internet mati. Hal-hal yang terjadi diluar dugaan, dapat diantisipasi sebelumnya, dengan selalu memperhatikan situasi dan kondisi yang biasa terjadi pada lingkungan Anda.

- Tidak didukung informasi yang lengkap
- Tidak didukung sarana yang memadai
- Penguasaan terhadap pekerjaan, masih kurang
- Mengutamakan hiburan/kesenangan dan mengabaikan tugas
- Rapat-rapat yang kurang bermanfaat

Dibagian awal pembahasan ini, telah disebutkan bahwa kunci terbaik untuk dapat mengelola waktu adalah bukan mengendalikan waktu melainkan pengendalian diri sendiri. Kemampuan mengendalikan diri artinya kemampuan untuk mengontrol perilaku untuk memutuskan melakukan tindakan yang positif dan menguntungkan, serta memutuskan untuk tidak melakukan tindakan yang dapat merugikan diri sendiri. Demikianlah dalam hal pengelolaan waktu, Anda harus menentukan pilihan terhadap tindakan-tindakan yang Anda lakukan.

Keterlambatan penyelesaian pekerjaan, sama saja dengan mengganggu perencanaan yang sudah ditetapkan. Pelajari juga ketidak mampuan, yang dapat menyebabkan Anda memnfaatkan waktu dengan tidak benar, antara lain:

1. Tidak mampu menolak permintaan teman/kolega/sejawat untuk membantu mereka
2. Tidak mampu menghindari komunikasi melalui media sosial, yang tidak ada keterkaitannya dengan pekerjaan utama
3. Enggan untuk bertanya kepada teman/kolega/sejawat dalam hal menghadapi kesulitan penyelesaian pekerjaan
4. Tidak mampu merubah kebiasaan yang mempengaruhi ketidakefektifan penyelesaian pekerjaan
5. Kurang semangat dan kurang aktif bekerja
6. Kurang fokus dalam pekerjaan, sama halnya dengan kurang mampu berkonsentrasi menyelesaikan suatu pekerjaan. Pekerjaan harus diselesaikan satu per satu, oleh karena itu dibutuhkan kemampuan mempertahankan fokus Anda terhadap objek tertentu

Sebaik apa pun perencanaan Anda dalam mengelola waktu, dibutuhkan kedisiplinan diri. yaitu disiplin terhadap perencanaan dan prioritas pekerjaan. Kata kunci yang tepat dalam pengelolaan waktu adalah kedisiplinan diri agar dapat mendukung Anda, bekerja secara optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Allen and Meyer. 2013. The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance and Normative Commitment to Organization. PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Argyris, Chris, (1985), "Empowerment: The Emperor's New Clothes," Harvard Business Review, May/June, 1998, p:98-105
- Ashton Robert, 2006, *Berwiraswasta itu Mudah: 1000 Tips untuk Memulai dan Menumbuhkembangkan Bisnis Anda*, Jakarta, PT Gramedia,
- Canfield Jack dan Kimberly Kirberger, 2001, *Chicken Soup for the Teenage Soul II*, PT Gramedia Pustaka Utama
- Drucker, Peter F, 1985. *Inovasi dan Kewiraswastaan: Praktek & Dasar-Dasar*, Jakarta: Erlangga,
- Dweck, Carol S. (2006). *Mindset: The New Psychology of Success*. New York: Random House, Inc.
- Ernest Dale, 1997. *Organization*, American Management Associations, New York
- Fayol, Henry. (1998). *General and Industrial Management*. Philadelphia: Pitman.
- Geoffrey A. Moore, 2005, *Dealing With Darwin, How Great Companies Innovate at Every Phase of Their Evolution*, United States of America, Portfolio,
- Gulick, Luther. 1965. *Management is a Science*. Academy of Management. Journal 8 (1)
- Handoyo, S. 2010. *Governance In Family Business: Menuju Tata Kelola Bertanggung Jawab*. Forum Manajemen Prasetya Mulia,
- Handoko Hani, 2012, *Manajemen*, Yogyakarta, BPF
- Hariandja, Marihat Tua Efendi, 2002, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta, .Grasindo,
- Jacob, T. O., and Jaques E. (1990). *Military Executive Leadership*. Clark (Dds). Measures of Leadership. NJ. America.
- James A.F. Stoner, *Management*, Prentice / Hall International, Inc., Englewood Cliffs, New York, 1982, halaman 8.
- James Artur Ray, 2018, *The Business of Redemption: The Price of Leadership in Both Life and Business*, [www MorganJamesPublishing.com](http://www.MorganJamesPublishing.com)
- Kaplan, Robert S. & Norton, David P (2007), *Using The Balanced Scorecard As A Strategic Management System*, Harvard Business Review.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2016

- Kartono dan Kartini. 2014. *Pemimpin dan Kepemimpinan*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir, Kewirausahaan, Jakarta, PT Raja Grafindo Perkasa
- Kotler, P. & Armstrong, G. 2012, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12, Jakarta, penerbit Erlangga
- LeBoeuf Michael, 2010, *Working Smart Edisi 3*, Terjemahan oleh Munandar, Jakarta, Tangga Pustaka
- Longenecker, L.G.2001. *Kewirausahaan(Manajemen Usaha Kecil*, Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Manulang, M, 1990, *Dasar-Dasar Manajemen*, Jakarta, Galia Indonesia.
- Mintzberg, Henry, James Brian Quinn, dan John Voyer. 1995. *The Strategy Process*. Prentice-Hall, Inc,
- Munandar, Utami. 2004. *Mengembangkan Bakat dan Kreatifitas Anak Sekolah*: Jakarta: Gramedia.
- Nugroho Riant. 2015. *Membangun Entrepreneur Indonesia, Tantangan Manajemen Pemerintahan Jokowi*. Jakarta, Gramedia.
- Rangkuti, Freddy, 2013, *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rosenfeld, L. B., Richman, J. M., & Bowen, G. L. (2000). Social support networks and school outcomes: The centrality of the teacher. *Child & Adolescent Social Work Journal*.
- Siagian, Sondang P..2003. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Siberman, Melvin L, 2004, Terjemahan Raisul Muttaqien, *Active Learning* , Bandung: Nusa Media dan Nuansa
- Sardiman. A.M 2010. *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Suryosubroto. 2010. *Manajemen Pendidikan Di Sekolah*. Jakarta:Rineka Cipta
- Susanto, A.B, 2005, *Woorld Class Family Business. Edisi Pertama*. Jakarta Selatan : Quantum Bisnis dan Manajemen
- Sutarno. 2012. *Serba-serbi Manajemen Bisnis. Edisi 1*. Yogyakarta: Graha Ilmu Suwarno,
- Swastha, Basu DH dan Irawan, 2005, *Azas-azas Marketing*, Yogyakarta, Liberty
- Terry. G.R dan Leslie W Rue, 2010, *Dasar-dasar Manajemen*, Yogyakarta, Liberty

Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta, Penerbit Andi.

Zimmerer, W. T. 2005. *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*.
New York: Prentice-Hall.