



**CV. ASKARA SASTRA MEDIA**

# ENTREPRENEURSHIP

**Yushita Marini, S.E., M.Si., CIPSAS**  
**Bambang Satrionugroho, S.E., M.M**  
**Tirsa Neyatri Bandrang**  
**Revi Agustin Aisyianita, S.Hut., M.Sc**  
**Amrin Mulia Utama, Nst., S.E., M.M**  
**Dr. Siti Syuhada, S.Pd, M.E**  
**Dr. Ir. Helmi Ali, M.P., M.E**  
**Linda Grace Loupatty, S.E., M.Ak., Ak**  
**Eka Evriza, S.Sos., M.I.Kom**

# ENTREPRENEURSHIP

**Penulis:**

**Yushita Marini, S.E., M.Si., CIPSAS**

**Bambang Satrionugroho, S.E., M.M**

**Tirsa Neyatri Bandrang**

**Revi Agustin Aisyianita, S.Hut., M.Sc**

**Amrin Mulia Utama, Nst., S.E., M.M**

**Dr. Siti Syuhada, S.Pd, M.E**

**Dr. Ir. Helmi Ali, M.P., M.E**

**Linda Grace Loupatty, S.E., M.Ak., Ak**

**Eka Evriza, S.Sos., M.I.Kom**



**ASKARA SASTRA**  
MEDIA

# ENTREPRENEURSHIP

## **Penulis :**

Yushita Marini, S.E., M.Si., CIPSAS  
Bambang Satrionugroho, S.E., M.M  
Tirsa Neyatri Bandrang  
Revi Agustin Aisyianita, S.Hut., M.Sc  
Amrin Mulia Utama, Nst., S.E., M.M  
Dr. Siti Syuhada, S.Pd, M.E  
Dr. Ir. Helmi Ali, M.P., M.E  
Linda Grace Loupatty, S.E., M.Ak., Ak  
Eka Evriza, S.Sos., M.I.Kom

## **Editor dan Desain Cover :**

Lambrika Dwi

## **Ukuran:**

viii hal + 197 hal; 14,8cm x 21cm

Diterbitkan Oleh :



Jln. Al-Hidayah, Jombang, Jawa Timur - 61481

**Email :** askarasastramedia@gmail.com

**ISBN : 978-623-10-4776-2**

**Terbitan: November 2024**

## **Hak Cipta Pada Penulis**

## **Hak Cipta dilindungi Undang - Undang**

Dilarang Keras Memperbanyak Karya Tulis Ini Dalam Bentuk Dan Dengan  
Cara Apapun Tanpa Seizin Dari Penerbit

---



## KATA PENGANTAR

Syukur *alhamdulillah* penulis haturkan kepada Allah Swt. yang senantiasa melimpahkan karunia dan berkah-Nya sehingga penulis mampu merampungkan karya ini tepat pada waktunya, sehingga penulis dapat menghadirkannya dihadapan para pembaca. Kemudian, tak lupa *shalawat* dan salam semoga senantiasa tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, para sahabat, dan ahli keluarganya yang mulia.

Buku *Entrepreneurship* biasanya membahas dasar-dasar, prinsip, dan proses yang diperlukan untuk memulai serta menjalankan bisnis. Topiknya mencakup identifikasi peluang bisnis, perumusan ide kreatif, pengembangan model bisnis, dan manajemen risiko. Buku ini juga sering menyoroti pentingnya inovasi, kreativitas, dan pemahaman pasar dalam menciptakan nilai yang berkelanjutan. Selain itu, pembaca dikenalkan dengan keterampilan praktis seperti perencanaan keuangan, pemasaran, serta pengambilan keputusan strategis yang esensial untuk kelangsungan usaha. Tujuan utamanya adalah membekali calon wirausaha dengan alat dan wawasan untuk bertransformasi dari ide menjadi bisnis yang sukses.

Tujuan utama buku *Entrepreneurship* adalah membekali pembaca, khususnya calon wirausahawan, dengan pengetahuan dan keterampilan praktis yang diperlukan untuk memulai dan mengembangkan bisnis. Buku ini dirancang untuk membantu pembaca memahami proses kewirausahaan, termasuk bagaimana mengidentifikasi peluang pasar, mengembangkan ide inovatif, dan merancang model bisnis yang berkelanjutan.

Penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga bagi semua pihak yang telah berpartisipasi. Terakhir seperti kata pepatah bahwa” Tiada Gading Yang Tak Retak” maka penulisan buku ini juga jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis sangat berterima kasih apabila ada saran dan masukan yang dapat diberikan guna menyempurnakan buku ini di kemudian hari.

2024

**Penulis**

# DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>v</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN (KONSEP UMUM DAN KUNCI SUKSES BERWIRAUSAHA) .....</b>	<b>1</b>
1.1.    Definisi Wirausaha.....	1
1.2.    Karakteristik Wirausahawan .....	3
1.3.    Jenis-jenis Usaha Wirausaha .....	7
1.4.    Kunci Sukses Berwirausaha.....	12
<b>BAB II KONSEP DAN DASAR KEWIRAUSAHAAN .....</b>	<b>17</b>
2.1.    Pendahuluan.....	17
2.2.    Definisi Kewirausahaan dan Wirausahawan .....	21
2.3.    Identifikasi dan Penilaian Peluang .....	24
2.4.    Kreativitas dan Inovasi .....	25
2.5.    Pengambilan Risiko .....	28
2.6.    Sumber Daya dan Manajemen .....	29
2.7.    Sikap dan Karakteristik Kewirausahaan.....	30
2.8.    Sumber Daya dalam Kewirausahaan .....	33
2.9.    Dampak Kewirausahaan .....	34
<b>BAB III PROSES KEWIRAUSAHAAN .....</b>	<b>36</b>
3.1    Tahapan dalam Proses Kewirausahaan.....	36
3.2    Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Proses Kewirausahaan .....	39

3.3	Identifikasi dan Evaluasi Peluang .....	45
<b>BAB IV FUNGSI DAN MODEL PERAN</b>		
<b>WIRUSAHA .....</b>		<b>50</b>
4.1	Fungsi Wirausaha.....	50
4.2	Model Peran Wirausaha dalam Teori Ekonomi.....	54
4.3	Tipe-tipe Wirausaha.....	60
<b>BAB V IDE DAN PELUANG DALAM</b>		
<b>KEWIRAUSAHAAN .....</b>		<b>70</b>
5.1	Definisi Peluang Usaha.....	72
5.2	Identifikasi Peluang Usaha Skala Kecil yang Berkelanjutan .....	72
5.3	Analisis SWOT dan Manfaatnya .....	74
5.4	Bidang Usaha dan Beragam Jenisnya.....	76
<b>BAB VI MERINTIS USAHA BARU DAN MODEL</b>		
<b>PENGEMBANGANNYA.....</b>		<b>78</b>
6.1	Merintis Usaha Baru.....	78
6.2	Model Pengembangan Usaha .....	93
6.3	Jenis-Jenis Pengembangan Usaha.....	100
6.4	Strategi Pengembangan Usaha .....	101
<b>BAB VII PENGELOLAAN USAHA DAN STRATEGI</b>		
<b>KEWIRAUSAHAAN .....</b>		<b>105</b>
7.1	Konsep Entrepreneurship .....	105
7.2	Etika Berwirausaha .....	110
7.3	Ciri-ciri Wirausahawan yang Berhasil .....	124
7.4	Mengelola Sumber Daya Manusia .....	126



<b>BAB VIII KOMPETENSI INTI DAN STRATEGI BERSAING .....</b>	<b>130</b>
8.1    Definisi dan Karakteristik Kompetensi Inti .....	131
8.2    Strategi Bersaing.....	133
8.3    Hubungan antara Kompetensi Inti dan Strategi Bersaing.....	137
<b>BAB IX ANALISIS BISNIS DAN STUDI KELAYAKAN USAHA .....</b>	<b>142</b>
9.1    Pengertian Analisis Bisnis .....	142
9.2    Jenis-jenis Analisis Bisnis.....	143
9.3    Faktor-faktor Penting Dalam Analisis Bisnis .....	148
9.4    Etika Bisnis Dan Tanggungjawab Sosial.....	152
9.5    Pergeseran Paradigma Bisnis .....	154
9.6    Pengertian Dan Tujuan Studi Kelayakan Usaha.....	160
9.7    Aspek-Aspek Penting Dalam Studi Kelayakan Usaha.....	163
9.8    Tahapan Melakukan Studi Kelayakan Bisnis .....	169
<b>BAB X ETIKA BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN</b>	<b>174</b>
10.1    Definisi Etika Bisnis.....	174
10.2    Teori Etika dalam Bisnis.....	176
10.3    Etika dalam Kewirausahaan .....	179
10.4    Strategi Menerapkan Etika dalam Bisnis ...	183
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>189</b>



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN (KONSEP UMUM DAN KUNCI SUKSES BERWIRAUSAHA)**

### **1.1. Definisi Wirausaha**

Wirausaha adalah proses mengidentifikasi peluang, mengumpulkan sumber daya yang diperlukan, dan mengambil risiko untuk memulai dan mengelola usaha baru dengan tujuan mencapai keuntungan dan pertumbuhan. Wirausaha melibatkan inovasi, kreativitas, dan kemampuan untuk mengambil risiko dalam menghadapi ketidakpastian pasar. Wirausahawan adalah individu yang memprakarsai, mengelola, dan mengembangkan usaha baru tersebut.

#### **1. Aspek Utama Definisi Wirausaha**

- a. **Identifikasi Peluang:** Wirausahawan harus mampu mengenali peluang bisnis yang menjanjikan. Ini melibatkan pemahaman yang mendalam tentang pasar, tren, dan kebutuhan konsumen. Identifikasi peluang adalah langkah pertama dalam proses kewirausahaan.
- b. **Pengumpulan Sumber Daya:** Setelah

peluang diidentifikasi, wirausahawan harus mengumpulkan sumber daya yang diperlukan untuk mewujudkan ide tersebut. Sumber daya ini dapat berupa modal finansial, tenaga kerja, bahan baku, teknologi, dan jaringan kontak bisnis.

- c. **Pengambilan Risiko:** Kewirausahaan selalu melibatkan tingkat risiko tertentu. Wirausahawan harus siap menghadapi ketidakpastian dan kemungkinan kegagalan. Kemampuan untuk mengelola dan mengurangi risiko adalah kunci keberhasilan dalam berwirausaha.
- d. **Inovasi dan Kreativitas:** Inovasi adalah elemen penting dalam kewirausahaan. Wirausahawan harus mampu menciptakan produk atau layanan baru atau memperbaiki yang sudah ada dengan cara yang lebih efektif dan efisien. Kreativitas diperlukan untuk menemukan solusi unik terhadap masalah yang ada di pasar.
- e. **Tujuan Keuntungan dan Pertumbuhan:** Motivasi utama bagi wirausahawan adalah mencapai keuntungan dan pertumbuhan. Ini melibatkan penciptaan nilai bagi

pelanggan dan memastikan bahwa usaha tersebut dapat berkembang dan bersaing di pasar.

Definisi wirausaha mencakup berbagai aspek yang memerlukan kombinasi keterampilan, keberanian, dan inovasi. Wirausahawan adalah agen perubahan yang memainkan peran kunci dalam mendorong inovasi, pertumbuhan ekonomi, dan penciptaan lapangan kerja.

## **1.2. Karakteristik Wirausahawan**

Wirausahawan memiliki sejumlah karakteristik khusus yang membedakan mereka dari individu lain dalam masyarakat. Karakteristik ini memungkinkan mereka untuk berhasil dalam lingkungan bisnis yang dinamis dan seringkali tidak pasti. Berikut adalah beberapa karakteristik utama yang biasanya dimiliki oleh wirausahawan:

- a. Proaktif : Wirausahawan memiliki sikap proaktif dan cenderung tidak menunggu kesempatan datang, melainkan mencari dan menciptakan peluang bisnis. Mereka selalu berada di depan, berinisiatif untuk memulai proyek baru, dan tidak takut mengambil langkah-langkah untuk mencapai tujuan mereka. Sikap proaktif ini membantu mereka

untuk selalu berada selangkah lebih maju dalam persaingan bisnis.

- b. Berani Mengambil Risiko : Mengambil risiko adalah salah satu ciri utama wirausahawan. Mereka memahami bahwa risiko adalah bagian dari proses untuk mencapai kesuksesan. Wirausahawan tidak hanya menerima risiko sebagai bagian dari bisnis, tetapi juga mampu mengelola dan memitigasi risiko tersebut. Mereka cenderung memiliki toleransi yang tinggi terhadap ketidakpastian dan melihat risiko sebagai peluang untuk inovasi dan pertumbuhan.
- c. Inovatif : Wirausahawan dikenal karena kemampuan mereka untuk berpikir di luar kebiasaan dan menemukan cara-cara baru untuk memenuhi kebutuhan pasar. Inovasi tidak hanya terbatas pada produk atau layanan baru, tetapi juga mencakup proses bisnis yang lebih efisien, model bisnis yang berbeda, atau cara-cara kreatif untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Kreativitas dan inovasi adalah pendorong utama kesuksesan wirausahawan.

- d. Ketahanan : Ketahanan atau resiliensi adalah kemampuan untuk tetap bertahan dan terus maju meskipun menghadapi kegagalan dan rintangan. Wirausahawan sering kali menghadapi tantangan yang berat, termasuk kegagalan usaha, kendala finansial, dan hambatan pasar. Namun, mereka memiliki ketahanan mental dan emosional untuk bangkit kembali dan mencoba lagi. Ketahanan ini adalah faktor penting dalam keberhasilan jangka panjang.
- e. Orientasi pada Tindakan : Wirausahawan cenderung bertindak cepat dan tidak takut mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapai tujuan mereka. Mereka tidak hanya berfokus pada perencanaan, tetapi juga pada eksekusi. Orientasi pada tindakan ini memungkinkan mereka untuk membuat keputusan dengan cepat dan menyesuaikan strategi mereka sesuai dengan perubahan kondisi pasar.
- f. Visioner : Wirausahawan memiliki visi yang jelas tentang apa yang ingin mereka capai dan bagaimana mencapainya. Mereka dapat melihat gambaran besar dan merumuskan tujuan jangka

panjang yang akan membawa bisnis mereka menuju kesuksesan. Visi ini sering kali menjadi sumber motivasi bagi wirausahawan dan tim mereka, serta membantu mereka tetap fokus pada tujuan akhir meskipun menghadapi berbagai tantangan.

- g. Kompetensi Manajerial : Selain keterampilan teknis, wirausahawan juga membutuhkan kompetensi manajerial yang baik. Ini mencakup kemampuan untuk mengelola sumber daya manusia, keuangan, dan operasional bisnis. Wirausahawan harus mampu merencanakan, mengorganisir, memimpin, dan mengendalikan berbagai aspek bisnis mereka untuk mencapai efisiensi dan efektivitas yang optimal.

Karakteristik wirausahawan yang diuraikan di atas menunjukkan bahwa menjadi seorang wirausahawan tidak hanya memerlukan keterampilan teknis dan pengetahuan bisnis, tetapi juga kualitas pribadi yang kuat dan kemampuan untuk beradaptasi dengan lingkungan yang berubah-ubah. Karakteristik ini membantu wirausahawan untuk berhasil dalam menciptakan, mengembangkan, dan mempertahankan usaha mereka dalam jangka panjang.



### 1.3. Jenis-jenis Usaha Wirausaha

Usaha wirausaha dapat dikategorikan berdasarkan skala, sektor industri, dan tujuan bisnis. Kategori-kategori ini membantu memahami beragam bentuk usaha yang bisa dilakukan oleh wirausahawan, serta berbagai strategi dan tantangan yang mungkin mereka hadapi. Berikut adalah penjelasan mengenai jenis-jenis usaha wirausaha:

#### 1. Berdasarkan Skala Usaha

##### a. Usaha Kecil:

- Usaha kecil biasanya dimiliki dan dioperasikan oleh individu atau keluarga dengan jumlah karyawan yang sedikit.
- Contoh: toko ritel lokal, restoran kecil, usaha jasa seperti salon atau bengkel mobil.
- Karakteristik: Modal awal rendah, struktur organisasi sederhana, dan fokus pada pasar lokal.
- Tantangan: Keterbatasan sumber daya finansial dan manusia, serta persaingan dengan bisnis yang lebih besar.

b. Usaha Menengah:

- Usaha menengah memiliki lebih banyak karyawan dan mungkin memiliki beberapa lokasi atau cabang.
- Contoh: perusahaan manufaktur kecil, jaringan restoran, usaha distribusi.
- Karakteristik: Struktur manajemen lebih formal, skala operasi lebih besar, dan kemampuan untuk mencapai pasar yang lebih luas.
- Tantangan: Mengelola pertumbuhan bisnis, mempertahankan kualitas produk atau layanan, dan bersaing di pasar yang lebih kompetitif.

c. Usaha Besar:

- Usaha besar mencakup perusahaan yang beroperasi dalam skala besar dengan banyak karyawan dan aset yang signifikan.
- Contoh: perusahaan multinasional, konglomerat bisnis, perusahaan publik.
- Karakteristik: Struktur organisasi kompleks, sumber daya yang melimpah, dan kemampuan untuk mempengaruhi pasar global.

- Tantangan: Mengelola birokrasi internal, menjaga inovasi, dan menghadapi persaingan internasional.

## 2. Berdasarkan Sektor Industri

### a. Usaha Manufaktur:

- Berfokus pada produksi barang dengan mengubah bahan mentah menjadi produk jadi.
- Contoh: pabrik tekstil, industri makanan dan minuman, perusahaan elektronik.
- Tantangan: Biaya produksi yang tinggi, kebutuhan akan teknologi canggih, dan pengelolaan rantai pasokan.

### b. Usaha Jasa:

- Menyediakan layanan non-fisik kepada konsumen atau bisnis lain.
- Contoh: konsultan bisnis, layanan kesehatan, pendidikan, teknologi informasi.
- Tantangan: Menjaga kualitas layanan, persaingan harga, dan membangun hubungan jangka panjang dengan klien.

### c. Usaha Perdagangan:

- Fokus pada kegiatan membeli dan menjual barang tanpa melakukan proses produksi.
  - Contoh: toko grosir, pengecer, e-commerce.
  - Tantangan: Mengelola inventaris, menentukan harga yang kompetitif, dan memahami preferensi konsumen.
- d. Usaha Agribisnis:
- Melibatkan produksi, pengolahan, dan distribusi produk pertanian.
  - Contoh: peternakan, perkebunan, perusahaan pengolahan makanan.
  - Tantangan: Ketergantungan pada kondisi cuaca, fluktuasi harga komoditas, dan standar keamanan pangan.
- e. Usaha Teknologi:
- Fokus pada pengembangan dan penjualan produk atau layanan berbasis teknologi.
  - Contoh: perusahaan perangkat lunak, startup teknologi, penyedia layanan internet.

- Tantangan: Kecepatan inovasi teknologi, persaingan ketat, dan perlindungan kekayaan intelektual.

### 3. Berdasarkan Tujuan Bisnis

#### a. Usaha Sosial:

- Bertujuan untuk memecahkan masalah sosial atau lingkungan sambil menghasilkan keuntungan.
- Contoh: perusahaan energi terbarukan, bisnis daur ulang, organisasi nirlaba dengan model bisnis yang berkelanjutan.
- Tantangan: Mengukur dampak sosial, mencari pendanaan, dan mencapai keseimbangan antara misi sosial dan keberlanjutan finansial.

#### b. Usaha Keluarga:

- Dimiliki dan dioperasikan oleh anggota keluarga dengan tujuan meneruskan bisnis ke generasi berikutnya.
- Contoh: bisnis pertanian keluarga, perusahaan properti keluarga, toko ritel keluarga.
- Tantangan: Mengelola dinamika keluarga dalam bisnis, perencanaan

sukses, dan menjaga keseimbangan antara hubungan pribadi dan profesional.

c. Usaha Rintisan (*Startup*):

- Usaha baru yang biasanya didirikan untuk mengembangkan produk atau layanan yang inovatif dengan potensi pertumbuhan tinggi.
- Contoh: aplikasi teknologi baru, perusahaan bioteknologi, platform e-commerce baru.
- Tantangan: Mengamankan pendanaan awal, mempercepat pertumbuhan, dan mencapai keuntungan dalam waktu yang relatif singkat.

#### **1.4. Kunci Sukses Berwirausaha**

1. Visi dan Misi yang Jelas

Memiliki visi dan misi yang jelas adalah fondasi utama bagi setiap pengusaha. Visi memberikan gambaran jangka panjang tentang apa yang ingin dicapai oleh bisnis, sementara misi menjelaskan tujuan spesifik dan bagaimana cara mencapainya. Visi yang jelas membantu pengusaha untuk tetap fokus dan termotivasi,

sementara misi yang konkret memberikan panduan dalam pengambilan keputusan sehari-hari. Dengan visi dan misi yang kuat, pengusaha dapat menginspirasi tim mereka dan menarik investor yang memiliki kesamaan tujuan.

## 2. Inovasi dan Kreativitas

Inovasi dan kreativitas adalah kunci untuk menjaga daya saing dalam pasar yang selalu berubah. Pengusaha sukses tidak hanya mengikuti tren, tetapi juga menciptakan tren baru melalui inovasi. Ini bisa berarti mengembangkan produk baru, meningkatkan proses bisnis, atau menemukan cara-cara baru untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Kreativitas juga penting dalam memecahkan masalah dan menemukan solusi unik yang dapat memberikan keunggulan kompetitif. Dengan terus berinovasi, pengusaha dapat menjaga bisnis mereka tetap relevan dan menarik bagi pelanggan.

## 3. Rencana Bisnis yang Solid

Rencana bisnis yang solid adalah alat penting untuk mengarahkan usaha menuju kesuksesan. Rencana bisnis mencakup analisis pasar, strategi pemasaran, rencana operasional, dan

proyeksi keuangan. Ini membantu pengusaha memahami lingkungan bisnis mereka, mengidentifikasi peluang dan ancaman, serta menetapkan tujuan yang realistis dan terukur. Rencana bisnis yang baik juga berguna untuk menarik investor dan mitra bisnis, karena menunjukkan bahwa pengusaha telah memikirkan dengan matang tentang bagaimana menjalankan dan mengembangkan usahanya.

#### 4. Manajemen Keuangan yang Efektif

Manajemen keuangan yang efektif adalah kunci untuk memastikan kelangsungan bisnis. Pengelolaan arus kas yang baik, pengendalian biaya, dan perencanaan anggaran yang tepat adalah elemen penting dalam manajemen keuangan. Pengusaha harus memiliki pemahaman yang kuat tentang laporan keuangan dan mampu membuat keputusan berdasarkan data keuangan. Dengan mengelola keuangan dengan baik, pengusaha dapat memastikan bahwa bisnis mereka tetap solvent dan memiliki dana yang cukup untuk pertumbuhan dan ekspansi.



5. **Pemasaran yang Efektif dan Jaringan yang Luas**  
Pemasaran yang efektif dan jaringan yang luas adalah dua elemen yang sangat penting dalam kesuksesan berwirausaha. Strategi pemasaran yang baik membantu bisnis menjangkau target pasar mereka dan menarik pelanggan. Ini bisa mencakup penggunaan media sosial, kampanye iklan, hubungan masyarakat, dan promosi. Selain itu, membangun jaringan dengan pengusaha lain, mentor, dan profesional industri dapat memberikan dukungan, saran, dan peluang bisnis baru. Hubungan yang baik dengan pelanggan dan pemasok juga penting untuk menjaga kelangsungan bisnis dan membangun reputasi yang positif.
6. **Ketahanan dan Komitmen**  
Ketahanan mental dan komitmen yang kuat adalah sifat yang harus dimiliki oleh setiap pengusaha. Jalan menuju kesuksesan sering kali penuh dengan tantangan dan kegagalan. Pengusaha yang sukses adalah mereka yang tidak mudah menyerah dan terus berusaha meskipun menghadapi rintangan. Ketahanan dan komitmen membantu pengusaha untuk tetap fokus pada tujuan mereka dan belajar dari

kegagalan. Dengan sikap yang gigih dan tekad yang kuat, pengusaha dapat mengatasi hambatan dan mencapai kesuksesan dalam jangka panjang.

## **BAB II**

### **KONSEP DAN DASAR KEWIRAUSAHAAN**

#### **2.1. Pendahuluan**

Membangun dan mengembangkan semangat Kewirausahaan di Indonesia, sudah dilaksanakan mulai dari siswa sekolah dasar dan juga menengah, kemudian juga diwajibkan bagi mahasiswa di perguruan tinggi. Mengapa hal ini dipandang penting? Adalah karena Kewirausahaan bertujuan untuk membangun kesadaran Kemandirian bagi individu. Dimana dengan berwirausaha, maka seseorang dapat dikatakan terlepas dari ketergantungannya dengan pihak ataupun orang lain. Yang tentunya sekaligus juga dapat mengatasi masalah Pengangguran yang ada di Negara ini. Bila satu orang yang berwirausaha dibantu oleh 10 karyawan saja, maka bila ada 10 juta wirausahawan di Indonesia, tentunya akan dapat menyerap 100 juta pekerja, yang akan sangat signifikan mengurangi jumlah pengangguran di Indonesia.

Indonesia adalah bangsa besar yang sedang berusaha menjadi negara maju. Dengan didukung oleh Kekayaan Sumber Daya Alam yang sangat melimpah

dan jumlah penduduk yang besar, dengan menempati peringkat ke-4 di dunia (jumlah penduduk 280 juta jiwa). Dari sisi kekayaan sumberdaya alam, dari bidang pertambangan saja, Indonesia memiliki hampir semua jenis produk pertambangan, seperti Minyak Bumi, Batu Bara, Emas, Perak, Besi, Timah, Gas Alam, Besi dan lain sebagainya. Padahal Negara-negara kaya yang berada di kawasan timur tengah umumnya memperoleh kekayaan negaranya dari hasil menjual Minyak Bumi saja. Padahal Negara kita tidak hanya memiliki Minyak Bumi, melainkan juga produk pertambangan yang sudah disebutkan diatas. Namun mengapa hal tersebut tidak dapat membuat rakyat Indonesia menjadi sejahtera dan makmur seperti Negara-negara di timur tengah tadi? Jawabannya karena selama ini doktrin yang ditumbuh kembangkan kepada masyarakat Indonesia adalah, kita tidak mampu untuk mengolah sumberdaya alam kita sendiri, sehingga harus kita serahkan pengelolaannya kepada bangsa asing. Sungguh miris, karena sebenarnya hal tersebut dapat diatasi dengan mau berupaya dan belajar untuk dapat menguasai dan mengelola sumberdaya alam tersebut.

Negara Indonesia terletak pada posisi yang Strategis karena terletak di antara dua samudera besar, Pasifik dan Hindia, serta diapit oleh dua daratan luas,

benua Asia dan Australia. Sebagai negara kepulauan terbesar di dunia (17.508 pulau), kekayaan alam terhampar baik di darat maupun laut. Terdapat 17% jenis sumber daya hayati dunia ada di Indonesia, tersebar dalam hutan tropis dan laut yang terbentang dari Sabang sampai Merauke sepanjang 8.514 km. Indonesia dikenal sebagai penghasil palm oil terbesar, penghasil karet peringkat tiga, nikel peringkat lima, emas dan batu bara peringkat tujuh; dan gas alam peringkat delapan dunia.

Jumlah penduduk yang besar, letak yang strategis dengan dukungan kekayaan alam yang melimpah seharusnya menjadikan Indonesia sebagai negara maju. Tetapi, hal ini menjadi sangat ironis jika mencermati angka kemiskinan dan pengangguran di Indonesia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada bulan Maret 2014 terdapat 28,28 juta penduduk miskin (11,25% dari populasi penduduk) dan jumlah pengangguran mencapai 7,24 juta orang (5,94 % dari angkatan kerja). Dari jumlah tersebut, sekitar 700.000 penganggur terdidik (sarjana dan diploma).



Berdasarkan kedua gambar diatas, memperlihatkan suatu kondisi yang bertolak belakang. Dimana kekayaan alam yang luar biasa besar dan kaya, belum dapat dimanfaatkan sepenuhnya untuk kesejahteraan rakyat Indonesia. Sebagian besar masyarakat Indonesia masih lebih senang memilih untuk mencari pekerjaan dengan menjadi karyawan atau pegawai di berbagai sektor bisnis. Sangat jarang yang berminat untuk belajar mengelola dan berwirausaha dengan basis sumber daya alam, dimana hasilnya akan sangat besar memberikan manfaat baik bagi wirausahawan maupun masyarakat Indonesia secara luas. Kekayaan alam yang kita miliki masih lebih banyak dikelola oleh negara asing, dan kita hanya menjadi pekerjanya saja di perusahaan-perusahaan asing tersebut.

Menurut McClelland (Kasali, dkk., 2010), salah satu faktor yang menyebabkan sebuah negara menjadi maju adalah ketika jumlah wirausaha yang terdapat di negara

tersebut minimal 2% dari populasi penduduknya. Saat ini jumlah wirausaha di Indonesia baru mencapai 1,56%, bila dibandingkan dengan Amerika Serikat (11,5%) dan Singapura (7,2%) Dengan jumlah penduduk Indonesia sebesar 250 juta, maka dibutuhkan sekitar lima juta wirausaha. Jika hal ini dibiarkan tanpa upaya menumbuhkannya, maka sangat lambat untuk memenuhi angka 2% wirausaha. Menjadi wirausaha adalah salah satu pilihan untuk memajukan bangsa ini. Oleh karena itu, perubahan pola pikir tentang kewirausahaan perlu ditumbuhkan melalui pendidikan formal maupun non formal.

## **2.2. Definisi Kewirausahaan dan Wirausahawan**

Kewirausahaan adalah proses menciptakan dan mengelola usaha baru dengan tujuan menghasilkan keuntungan. Ini melibatkan identifikasi peluang pasar, pengambilan risiko, dan inovasi untuk membangun serta mengembangkan bisnis.

Kewirausahaan atau Entrepreneurship adalah suatu kemampuan untuk mengelola sesuatu yang ada dalam diri untuk dimanfaatkan dan ditingkatkan agar lebih optimal atau lebih baik lagi, sehingga bisa meningkatkan taraf hidup dimasa mendatang.

Kewirausahaan juga merupakan suatu sikap mental dan sifat jiwa yang selalu aktif dalam usaha untuk memajukan karyanya dalam rangka upaya meningkatkan pendapatan di dalam kegiatan usahanya. Di samping itu kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses.

1. Suryana (2013, 13) menyebutkan beberapa hakekat penting kewirausahaan, yaitu :
2. Kewirausahaan adalah suatu nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang dijadikan dasar sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, proses dan hasil bisnis (Acad Sanusi, 1994)
3. Kewirausahaan adalah "*ability to create something new or different*" = kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (Drucker, 1959)
4. Kewirausahaan adalah suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan (Zimmerer, 1996)
5. Kewirausahaan adalah suatu nilai yang diperlukan untuk memulai suatu usaha dan perkembangan usaha (Soeharto Prawiro, 1997)



6. Kewirausahaan adalah suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru dan sesuatu yang berbeda yang bermanfaat memberi nilai lebih.
7. Kewirausahaan adalah usaha menciptakan nilai tambah dengan jalan mengkombinasikan sumber-sumber melalui cara-cara baru dan berbeda untuk memenangkan persaingan. Dimana nilai tambah tersebut dapat diciptakan dengan cara mengembangkan teknologi baru, menemukan pengetahuan baru, menemukan cara baru untuk menghasilkan barang dan jasa yang baru, yang lebih efisien, memperbaiki produk dan jasa yang sudah ada, menemukan cara baru untuk memberikan kepuasan baru kepada konsumen.

Sedangkan pengertian Pelaku kegiatan Kewirausahaan, biasa disebut : Wirausahawan atau Pewirausaha. Yaitu orang-orang yang mampu mengenali dan mengembangkan Potensi yang ada pada Diri dan Lingkungannya, dalam bentuk Usaha yang menguntungkan bagi dirinya dan masyarakat, dengan berbagai Resiko yang mungkin dihadapi, untuk mencapai apa yang di cita-citakan.

### **2.3. Identifikasi dan Penilaian Peluang**

Kewirausahaan dimulai dengan kemampuan untuk mengidentifikasi peluang bisnis yang potensial. Hal ini bisa ditelusuri dari kebutuhan masyarakat yang belum terpenuhi, tren teknologi, atau perubahan dalam regulasi pemerintah. Disamping itu berkembangnya keinginan pasar akan produk-produk mutakhir yang terkait dengan digital juga menjadi peluang usaha yang baik untuk diambil dan disediakan. Proses ini melibatkan analisis pasar, penelitian industri, dan penilaian kelayakan peluang. Diperlukan kemampuan untuk mendeteksi dan menganalisis setiap peluang yang muncul, karena biasanya seseorang lebih mudah untuk meniru bisnis yang dianggap sudah sukses dan banyak dicari oleh masyarakat. Seringkali kita melihat jajaran toko, kios, ataupun lapak pedagang yang menjual produk yang sama persis. Hal itu terjadi karena mereka melihat salah satu dari pedagang yang ada dinilai sudah cukup sukses dalam menjual dan memasarkan produknya, sehingga tetangga, teman, saudara dan orang lain pun akhirnya ikut-ikutan menjual produk yang sama, tanpa menilai / mensurvei terlebih dulu terkait kebutuhan dan peluang pasarnya.

Pendekatan sederhana yang bisa digunakan adalah Pendekatan ATM (Amati Tiru dan Modifikasi). Metode

ini menyertakan proses kreatif untuk mengubah objek yang akan ditiru menjadi sesuatu yang unik dan berbeda. Metode ini terdiri dari tiga tahapan proses, yaitu : Proses Mengamati (baik pesaing, media massa/digital, atau lingkungan sekitarnya), kemudian Proses Meniru (mengikuti, menyalin atau menjiplak bisnis yang sudah ada), lalu Proses Memodifikasi (produk/bisnis yang ditiru diberi sedikit sentuhan berbeda baik bahan baku, proses produksi, maupun kemasannya). Menggunakan pendekatan ATM ini, akan membuat bisnis memiliki nilai tambah (*value added*) yang lebih tinggi dibandingkan produk serupa yang sudah lebih dulu ada di pasaran.

#### **2.4. Kreativitas dan Inovasi**

Kreativitas dan Inovasi adalah inti dari kewirausahaan. Inovasi tidak hanya mencakup penciptaan produk atau layanan baru tetapi juga perbaikan dalam proses kegiatan bisnis. Kreativitas, sebagai bagian dari inovasi, adalah kemampuan untuk berpikir di luar kebiasaan dan menemukan solusi baru untuk masalah yang ada. Kreativitas dan Inovasi menjadi inti dari Kewirausahaan, karena semua produk kewirausahaan pada dasarnya adalah mencari solusi dari setiap masalah-masalah manusia dengan cara-cara

yang baru dan berbeda (Peter Drucker, 1959). Sedangkan menurut Thomas W. Zimmerer (1996), Kewirausahaan adalah suatu proses penerapan kreativitas dan keinovasian dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan manusia.

Manusia dapat berkembang dan bertahan hidup dari dulu hingga sekarang dengan berupaya mencari solusi dan pemecahan masalah dengan cara-cara yang kreatif dan inovatif. Setiap hambatan dan halangan yang dihadapi manusia, selalu mencari cara-cara untuk dapat melewati hambatan dan halangan tersebut. Bila cara, alat, strategi yang tersedia sudah tidak dapat digunakan lagi untuk memecahkan masalah. Maka manusia akan bergerak untuk mencari alternatif lainnya dengan cara-cara yang kreatif dan inovatif.

Kreativitas dapat diartikan sebagai pemikiran atau pemunculan ide-ide baru dan berbeda (*thinking new things*). Sedangkan Inovasi adalah melakukan/mewujudkan sesuatu yang baru dan berbeda (*doing new things*). Seseorang yang kreatif belum tentu mau melakukan atau merealisasikan ide yang dimilikinya tersebut, sehingga Kreatif belum tentu Inovatif. Begitu juga sebaliknya, orang yang Inovatif belum tentu merupakan orang yang kreatif, karena bisa

saja orang tersebut merealisasikan ide yang dimiliki orang lain.

Cara mengembangkan Pola pikir Kreatif :

1. Selalu bertanya adakah cara yang lebih baik lagi, lebih cepat lagi, lebih praktis lagi, dan lain sebagainya. Hal ini akan membuat seseorang semakin berusaha keras dalam menghasilkan sesuatu yang baru, dengan kebermanfaatan atau value yang lebih besar lagi.
2. Menentang rutinitas, kebiasaan ataupun adat yang kurang baik. Selalu ingin mencoba hal-hal baru. Karena rutinitas biasanya lebih disukai orang-orang yang bermental sebagai pekerja atau karyawan.
3. Suka berfikir secara mendalam (merenung). Seseorang yang kreatif akan lebih suka menghabiskan waktunya untuk berfikir kritis (merenung) secara lebih mendalam. Kenapa sesuatu hal itu bisa terjadi, kemudian membuat cara baru agar dapat mengikuti hal tersebut atau menghindari sesuatu yang sifatnya tidak baik.
4. Dapat melihat masalah dari perspektif yang berbeda. Bagi orang kreatif, setiap masalah bisa

diubah menjadi peluang usaha yang menguntungkan. Contohnya, ketika musim hujan banyak terjadi banjir, orang yang kreatif bisa melihat peluang penyediaan alat transportasi untuk menyeberangi/melewati banjir (misalnya).

5. Memiliki banyak jawaban dari suatu permasalahan. Bila menemui suatu masalah, seseorang yang kreatif, akan memiliki beberapa cara atau solusi untuk menyelesaikannya. Contohnya : seseorang yang ingin kuliah, namun tidak memiliki biaya yang cukup. Maka dia bisa mencari bantuan beasiswa, orang tua asuh ataupun bekerja dulu, setelah memiliki uang yang cukup bisa mulai kuliah dengan biaya sendiri.

## **2.5. Pengambilan Risiko**

Kewirausahaan sering kali melibatkan pengambilan risiko yang signifikan. Risiko ini bisa berupa finansial, operasional, atau pasar. Wirausahawan harus siap menghadapi ketidakpastian dan mengelola risiko secara efektif untuk memastikan kelangsungan usaha. Risiko merupakan dampak/akibat dari setiap keputusan yang kita buat, yang tidak

disukai/tidak diinginkan. Sehingga setiap keputusan yang kita ambil, pasti akan ada resiko yang mengikutinya. Seperti contohnya : Resiko seseorang berkendara dengan sepeda motor memiliki resiko ban motor kempes ataupun bocor, kehabisan bensin ditengah perjalanan, ataupun terjadi kecelakaan.

Begitu pula dalam kegiatan wirausaha, kita akan mengalami resiko mulai dari produk yang ditawarkan tidak laku terjual, kemudian rugi, bangkrut, terlilit hutang-hutang yang tak terbayar dan resiko-resiko lainnya yang dapat menghambat dan menghalangi usaha yang kita lakukan. Namun demikian seorang wirausahawan tidak akan takut atau khawatir terhadap resiko-resiko yang mungkin muncul dalam menjalani usahanya. Karena umumnya mereka akan berusaha untuk mengenali dan mengantisipasi setiap resiko yang mungkin muncul dalam usaha mereka, dan berupaya agar dapat meminimalisir dampak dari resiko-resiko tersebut.

## **2.6. Sumber Daya dan Manajemen**

Untuk menjalankan suatu usaha, wirausahawan memerlukan berbagai sumber daya, seperti modal, tenaga kerja, bahan baku (alam) dan teknologi. Teori *Resource-Based View* (RBV) menggarisbawahi bahwa

keunggulan kompetitif terletak pada pemanfaatan sumber daya dan kapabilitas yang unik dan sulit ditiru oleh pesaing (Barney, 1991). Seorang wirausahawan juga membutuhkan keahlian manajemen untuk mengelola faktor-faktor produksi yang digunakan untuk menghasilkan produk-produknya.

Perencanaan bisnis yang efektif adalah kunci untuk keberhasilan kewirausahaan. Ini mencakup pembuatan rencana bisnis yang jelas, strategi pemasaran, dan manajemen operasional. Wirausahawan harus dapat merencanakan dan mengelola berbagai aspek bisnis untuk mencapai tujuan jangka panjang.

## **2.7. Sikap dan Karakteristik Kewirausahaan**

Sikap wirausaha meliputi keberanian, ketekunan, dan kemandirian. Wirausahawan harus memiliki kemampuan untuk menghadapi kegagalan, belajar dari kesalahan, dan terus beradaptasi dengan perubahan (Shane & Venkataraman, 2000). Harus memiliki daya juang yang tinggi dalam upaya mencapai apa yang dicita-citakan. Tidak mudah menyerah dalam menghadapi setiap masalah dan tantangan yang muncul dalam berwirausaha.



Kewirausahaan memiliki beberapa ciri-ciri atau sifat atau biasa disebut sebagai karakteristik yang melekat pada seorang wirausahawan, antara lain :

1. Jujur : Hal terpenting yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan adalah bersikap Jujur, sebab Kejujuran akan memberikan rasa percaya diri. Sehingga dalam menjalankan usaha yang dimilikinya dapat dilakukan dengan lancer dan lebih mudah.
2. Inovatif: Mampu menghasilkan ide-ide baru dan solusi kreatif dari setiap permasalahan yang ada di tengah-tengah masyarakat. Memberikan alternatif penyediaan kebutuhan ataupun keinginan masyarakat dengan produk (barang dan/atau jasa) yang baru dan berbeda dari produk-produk yang sudah tersedia.
3. Berani mengambil risiko: Siap menghadapi ketidakpastian dalam usaha. Setiap keputusan yang dibuat dalam dunia usaha, mesti ada resiko yang mengikutinya. Wirausahawan diharapkan dapat mengantisipasi setiap resiko yang mungkin muncul, ataupun meminimalisir dampak dari resiko usaha yang bisa dialami.
4. Berorientasi pada tujuan: Memiliki visi yang jelas dan fokus pada pencapaian. Berpikir untuk

masa depan adalah salah satu karakteristik wirausahawan, artinya hal-hal yang dilakukan dalam usaha, tidak hanya untuk pencapaian saat ini saja. Tetapi diutamakan untuk dapat dinikmati lebih besar lagi manfaatnya di masa depan.

5. Percaya Diri : Percaya diri sebagai langkah awal untuk bisa memulai usaha, karena artinya percaya terhadap kemampuan diri sendiri, bahwa dapat membangun dan menjalankan bisnis. Kepercayaan diri menandakan kalau kita siap menghadapi segala rintangan kedepannya tapi jangan terlalu berlebihan, kita harus mengimbangnya juga dengan pengendalian diri agar kesannya tidak sombong.
6. Kemandirian: Mampu mengambil keputusan secara mandiri dan bertanggung jawab atas hasilnya. Tidak lagi bergantung pada orang atau pihak lain dalam menjalankan aktivitas usahanya. Bahkan menjadi penentu atas kehidupan dan mata pencaharian orang lain.

## 2.8. Sumber Daya dalam Kewirausahaan

Kewirausahaan memerlukan berbagai sumber daya, seperti:

1. Modal: Finansial atau sejumlah uang yang diperlukan untuk memulai dan menjalankan suatu usaha. Umumnya dalam merintis suatu usaha baru, diperlukan sejumlah tertentu sebagai modal untuk membeli bahan baku, ataupun barang untuk dikemas dan dijual kembali. Bila usaha jasa, modal tersebut bisa untuk membeli peralatan dalam proses jasa, maupun bahan-baku dalam pelaksanaan usaha jasa.
2. Sumber Daya Manusia: Dalam hal ini Tenaga Kerja atau Tim yang terampil dan berkomitmen untuk mendukung operasi usaha yang dilakukan wirausahawan. Diperlukan orang-orang yang memiliki kualifikasi Pendidikan tertentu, atau memiliki keahlian tertentu agar dapat masuk menjadi tim kerja perusahaan.
3. Teknologi: Alat dan perangkat yang dapat digunakan untuk mendukung produksi dan pemasaran. Khususnya dalam kegiatan pemasaran, dalam era industry 4.0 sekarang ini sudah digunakan pendekatan sosial media. Dan

perkembangan perangkatan atau alat untuk berkomunikasi sudah jauh lebih mudah dan praktis lagi.

4. Jaringan: Hubungan dengan pihak lain, termasuk pemasok, pelanggan, dan investor. Membangun jaringan yang kuat dapat memberikan akses ke sumber daya tambahan, nasihat, dan peluang bisnis baru. Relasi dengan pelanggan, mitra bisnis, dan investor adalah aspek penting dalam perkembangan usaha.

## **2.9. Dampak Kewirausahaan**

Kewirausahaan memiliki dampak yang signifikan terhadap perekonomian, antara lain:

1. Penciptaan Lapangan Kerja: Usaha baru yang bermunculan akan menciptakan banyak peluang kerja. Sehingga akan menyerap tenaga kerja yang cukup banyak, berdampak pada berkurangnya tingkat pengangguran, sekaligus juga akan menurunkan angka kemiskinan dan kriminalitas.
2. Inovasi dan Kompetisi: Mendorong inovasi dan meningkatkan kompetisi di pasar. Para wirausahawan akan berlomba-lomba meningkatkan kreativitas dan inovasinya, dalam

rangka menghasilkan produk yang dibutuhkan dan diinginkan pasar, dengan harga yang terjangkau. Hal ini kan menimbulkan kompetisi diantara sesama penjual produk, baik persaingan dari sisi harga maupun dari sisi kualitas produk yang dihasilkan.

3. Pembangunan Ekonomi Lokal dan Pemerataan: Menggerakkan ekonomi daerah melalui usaha kecil dan menengah. Dengan semakin banyaknya orang yang melakukan kegiatan wirausaha, maka diharapkan akan tercipta pemerataan pembangunan. Diharapkan wirausahawan mau dan mampu membuka usahanya sampai ke tempat-tempat atau daerah yang terpencil, sehingga akan mengangkat perekonomian di daerah-daerah tersebut dan seluruh Indonesia.

Dengan memahami konsep dasar ini, individu yang tertarik dalam kewirausahaan dapat mempersiapkan diri lebih baik untuk memulai dan mengelola usaha mereka dengan lebih efektif.

# **BAB III**

## **PROSES KEWIRAUSAHAAN**

### **3.1 Tahapan dalam Proses Kewirausahaan**

Tahapan dalam proses kewirausahaan sering dijelaskan melalui beberapa langkah yang membantu wirausahawan mengembangkan ide bisnis, mengambil keputusan, serta menghadapi tantangan dalam menjalankan bisnis mereka. Berikut adalah tahapan dalam proses kewirausahaan:

1. Tahap Identifikasi dan Evaluasi Peluang

Tahap ini adalah langkah awal dalam proses kewirausahaan, di mana wirausahawan mencari dan mengidentifikasi peluang bisnis yang berpotensi untuk dikembangkan. Proses ini meliputi:

- a. Mengidentifikasi peluang: Wirausahawan mencari masalah yang belum terpecahkan atau kebutuhan pasar yang belum terpenuhi.
- b. Evaluasi peluang: Setelah peluang ditemukan, perlu dilakukan analisis kelayakan. Hal ini mencakup menilai

potensi pasar, persaingan, serta risiko dan keuntungan.

## 2. Pengembangan Rencana Bisnis

Rencana bisnis menjadi panduan bagi wirausahawan untuk mengembangkan usahanya. Rencana ini berisi:

Deskripsi produk atau layanan: Menjelaskan apa yang ditawarkan dan bagaimana produk atau layanan tersebut memecahkan masalah atau memenuhi kebutuhan pelanggan.

a. Analisis pasar: Menyediakan informasi mengenai segmen pasar yang ditargetkan, potensi pasar, dan analisis pesaing.

b. Strategi pemasaran dan penjualan: Menggambarkan cara produk atau layanan akan dipromosikan dan dijual.

c. Perencanaan keuangan: Meliputi perkiraan pendapatan, pengeluaran, serta kebutuhan modal.

## 3. Pengumpulan dan Pengelolaan Sumber Daya

Tahap ini melibatkan pengumpulan modal dan sumber daya lain yang diperlukan untuk memulai usaha, antara lain:

- a. Sumber daya finansial: Mendapatkan modal dari berbagai sumber, seperti pinjaman, investor, atau tabungan pribadi.
  - b. Sumber daya manusia: Merekrut individu dengan keahlian yang dibutuhkan untuk membantu dalam mengembangkan bisnis.
  - c. Sumber daya fisik: Memastikan tempat usaha, peralatan, dan teknologi yang dibutuhkan sudah tersedia.
4. Pelaksanaan dan Pengelolaan Usaha
- Setelah sumber daya dikumpulkan, usaha dapat mulai dijalankan. Pada tahap ini, wirausahawan harus memastikan bahwa:
- a. Produksi dan operasi berjalan sesuai rencana.
  - b. Pemasaran dan penjualan dikelola untuk menjangkau pelanggan dan mempromosikan produk atau layanan.
  - c. Manajemen keuangan dilaksanakan dengan baik untuk menjaga arus kas, mengelola biaya, dan mencapai target keuntungan.
5. Evaluasi dan Pertumbuhan
- Setelah bisnis berjalan, penting bagi wirausahawan untuk secara terus-menerus mengevaluasi kinerja bisnis dan



mengidentifikasi peluang untuk tumbuh. Tahap ini melibatkan:

- a. Evaluasi kinerja: Memantau pencapaian dan membandingkan dengan target yang ditetapkan.
- b. Inovasi dan pengembangan produk: Menyesuaikan atau meningkatkan produk dan layanan sesuai dengan kebutuhan pasar yang terus berubah.
- c. Strategi ekspansi: Jika bisnis berjalan dengan baik, wirausahawan dapat mempertimbangkan untuk memperluas pasar, menambah produk baru, atau membuka cabang di lokasi lain.

Tahapan-tahapan ini tidak selalu linier dan bisa saling tumpang tindih, tergantung pada jenis bisnis dan situasi pasar yang dihadapi.

### **3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Proses Kewirausahaan**

Proses kewirausahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang dapat mendorong atau menghambat seseorang dalam memulai dan mengembangkan bisnis. Faktor-faktor ini berkaitan dengan lingkungan, sumber

daya individu, serta kemampuan dan keahlian yang dimiliki wirausahawan. Berikut adalah penjelasan lengkap tentang faktor-faktor yang mempengaruhi proses kewirausahaan:

### 1. Faktor Individu

Faktor individu mencakup karakteristik pribadi yang dapat memengaruhi kemampuan seseorang untuk menjadi wirausahawan. Beberapa di antaranya adalah:

- a. Motivasi dan sikap: Sikap yang positif terhadap risiko, ketekunan, serta keinginan untuk meraih kemandirian finansial sangat berperan dalam keberhasilan wirausahawan.
- b. Pengalaman dan keterampilan: Pengalaman kerja, terutama yang relevan dengan industri bisnis yang dipilih, dan keterampilan manajemen atau teknis dapat mempengaruhi kesuksesan.
- c. Kreativitas dan inovasi: Kemampuan untuk menemukan ide baru dan menciptakan solusi unik untuk masalah pasar menjadi faktor penting dalam kewirausahaan.

## 2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah elemen di luar kontrol individu yang dapat memengaruhi proses kewirausahaan. Faktor-faktor ini meliputi:

- a. Lingkungan ekonomi: Kondisi ekonomi makro, seperti inflasi, suku bunga, dan ketersediaan modal, memengaruhi iklim bisnis. Ekonomi yang stabil biasanya menciptakan lingkungan yang lebih kondusif.
- b. Kebijakan pemerintah dan regulasi: Dukungan pemerintah melalui kebijakan pro-bisnis, subsidi, serta keringanan pajak dapat memudahkan wirausahawan. Sebaliknya, regulasi yang terlalu ketat dapat menghambat.
- c. Akses ke sumber daya keuangan: Sumber pendanaan yang tersedia, baik melalui perbankan, investor, atau modal ventura, sangat penting bagi wirausahawan dalam memulai bisnis dan melakukan ekspansi.

## 3. Faktor Sosial dan Budaya

Faktor sosial dan budaya mencakup nilai, norma, dan sikap masyarakat terhadap kewirausahaan. Ini termasuk:

- a. Norma sosial dan budaya: Dalam masyarakat dengan nilai yang mendukung kemandirian dan inovasi, individu lebih terdorong untuk menjadi wirausahawan.
- b. Dukungan keluarga dan jaringan sosial: Dukungan dari keluarga atau komunitas dapat memberikan dorongan moral dan motivasi, terutama saat menghadapi tantangan.
- c. Akses ke jaringan bisnis: Jaringan bisnis, seperti komunitas wirausaha atau mentor, bisa memberikan informasi, pengalaman, dan peluang kolaborasi yang sangat berguna.

#### 4. Faktor Teknologi

Kemajuan teknologi memberikan dampak signifikan terhadap proses kewirausahaan, termasuk:

- a. Infrastruktur teknologi: Akses ke internet dan teknologi canggih lainnya membantu wirausahawan dalam pemasaran, analisis data, serta memperluas jangkauan pasar.
- b. Inovasi teknologi: Perkembangan teknologi memunculkan peluang baru bagi bisnis

untuk menciptakan produk dan layanan yang lebih efisien atau unggul.

- c. Transformasi digital: Teknologi memungkinkan bisnis mengotomatisasi proses, meningkatkan produktivitas, dan menekan biaya operasional.

## 5. Faktor Pendidikan dan Pelatihan

Pendidikan dan pelatihan juga memainkan peran penting dalam keberhasilan proses kewirausahaan. Beberapa faktor yang relevan adalah:

- a. Pendidikan formal: Pendidikan yang berkaitan dengan bisnis atau bidang spesifik meningkatkan pengetahuan dasar dan keterampilan kewirausahaan.
- b. Pelatihan kewirausahaan: Banyak universitas dan lembaga pelatihan memberikan pendidikan khusus untuk mempersiapkan wirausahawan, termasuk keterampilan praktis dalam perencanaan bisnis, pemasaran, dan manajemen keuangan.
- c. Pengembangan kompetensi teknis dan manajerial: Pelatihan yang meningkatkan keterampilan teknis, inovatif, serta

manajemen waktu dan sumber daya menjadi bekal penting dalam menjalankan usaha.

## 6. Faktor Pasar dan Persaingan

Faktor pasar dan persaingan juga mempengaruhi keputusan dan strategi wirausahawan. Faktor-faktor ini meliputi:

- a. Permintaan pasar: Tingkat kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap produk atau layanan menjadi pertimbangan penting dalam menciptakan usaha.
- b. Persaingan: Tingkat persaingan yang tinggi mendorong wirausahawan untuk menawarkan nilai tambah atau inovasi, sementara persaingan yang rendah bisa memberikan lebih banyak ruang untuk bertumbuh.
- c. Segmentasi pasar: Mengetahui segmen pasar yang dituju membantu wirausahawan dalam menyesuaikan produk atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan tertentu.

### 3.3 Identifikasi dan Evaluasi Peluang

Identifikasi dan evaluasi peluang adalah langkah awal yang sangat penting dalam proses kewirausahaan. Tahapan ini membantu wirausahawan menemukan, menganalisis, dan mengevaluasi ide bisnis yang potensial. Berikut penjelasan lengkap mengenai identifikasi dan evaluasi peluang serta langkah-langkah yang terkait.

#### 1. Identifikasi Peluang

Identifikasi peluang adalah proses untuk menemukan kemungkinan bisnis atau usaha baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar. Tahap ini melibatkan beberapa langkah, antara lain:

- a. **Pemantauan Tren Pasar:** Mengamati tren sosial, ekonomi, teknologi, dan lingkungan untuk menemukan peluang baru. Misalnya, tren digitalisasi dapat menjadi peluang bagi bisnis e-commerce atau aplikasi layanan digital.
- b. **Analisis Kebutuhan dan Masalah Konsumen:** Menemukan masalah yang dihadapi oleh konsumen dan memikirkan bagaimana bisnis dapat menawarkan solusi. Wirausahawan yang peka terhadap

kebutuhan yang belum terpenuhi seringkali berhasil dalam menciptakan bisnis inovatif.

- c. Eksplorasi Ide dan Kreativitas: Ide bisa muncul dari pengalaman pribadi, observasi langsung, atau brainstorming. Kreativitas menjadi kunci dalam menemukan peluang yang berbeda dari yang sudah ada di pasar.
- d. Pemanfaatan Jaringan dan Sumber Informasi: Berinteraksi dengan komunitas wirausahawan, pelanggan potensial, mentor, atau ahli di bidang tertentu dapat memberikan wawasan dan inspirasi mengenai peluang baru.

## 2. Evaluasi Peluang

Setelah peluang teridentifikasi, langkah selanjutnya adalah mengevaluasi apakah peluang tersebut layak dikembangkan menjadi bisnis. Evaluasi peluang ini bertujuan untuk mengukur potensi dan risiko, serta memastikan bahwa ide tersebut realistis. Beberapa faktor yang dievaluasi dalam tahapan ini meliputi:

- a. Kelayakan Pasar: Mengidentifikasi apakah ada permintaan nyata untuk produk atau layanan yang ditawarkan. Evaluasi ini melibatkan analisis target pasar, ukuran



pasar, pertumbuhan pasar, dan perilaku konsumen.

- b. Analisis Persaingan: Menilai tingkat persaingan di pasar, termasuk siapa saja pemain yang sudah ada, kekuatan dan kelemahan mereka, serta keunggulan kompetitif yang dapat diusung oleh bisnis baru. Wirausahawan harus menentukan apakah produk atau layanan mereka memiliki keunikan atau nilai tambah.
- c. Potensi Keuntungan dan Risiko Finansial: Mengestimasi potensi keuntungan dan biaya yang dibutuhkan untuk memulai bisnis. Hal ini mencakup perhitungan investasi awal, proyeksi pendapatan, biaya operasional, dan kemungkinan profitabilitas. Risiko finansial juga dievaluasi untuk memastikan bisnis dapat bertahan secara ekonomi.
- d. Kesesuaian dengan Keterampilan dan Sumber Daya: Mengevaluasi apakah peluang ini sesuai dengan keterampilan, pengetahuan, dan sumber daya yang dimiliki oleh wirausahawan. Jika wirausahawan tidak memiliki kompetensi

atau sumber daya yang cukup, maka perlu dipertimbangkan langkah untuk mengatasi keterbatasan ini, misalnya dengan merekrut tim atau mencari partner.

- e. Analisis Risiko Bisnis: Mengidentifikasi risiko-risiko yang dapat muncul dalam mengembangkan bisnis tersebut, seperti risiko teknologi, regulasi, atau perubahan tren pasar. Wirausahawan perlu menilai tingkat risiko ini dan apakah mereka siap atau mampu mengelolanya.

### 3. Penilaian Peluang Melalui Studi Kelayakan

Studi kelayakan adalah bagian penting dalam evaluasi peluang, yang melibatkan analisis mendalam mengenai aspek-aspek kunci bisnis, seperti:

- a. Aspek Teknis dan Operasional: Menentukan apakah teknologi yang dibutuhkan sudah tersedia dan apakah proses operasional dapat dijalankan dengan efisien.
- b. Aspek Keuangan: Melakukan proyeksi pendapatan, pengeluaran, dan kebutuhan modal. Hal ini juga mencakup analisis break-even point untuk mengetahui kapan bisnis akan mencapai titik impas.

- c. Aspek Pemasaran: Menentukan strategi pemasaran, harga, saluran distribusi, dan taktik promosi yang akan digunakan untuk menarik pelanggan.
  - d. Aspek Legal dan Regulasi: Memastikan bisnis dapat beroperasi sesuai dengan peraturan yang berlaku. Ini termasuk izin usaha, paten atau hak cipta, serta kepatuhan terhadap regulasi industri.
4. Mengambil Keputusan
- Setelah melakukan evaluasi, wirausahawan harus memutuskan apakah akan melanjutkan dengan peluang tersebut atau tidak. Jika peluang dinilai layak, maka langkah selanjutnya adalah pengembangan rencana bisnis. Namun, jika peluang tersebut dianggap tidak layak, wirausahawan dapat mencari peluang lain atau melakukan modifikasi terhadap ide awal.
5. Pengembangan Peluang yang Terpilih
- Jika peluang sudah teridentifikasi dan dievaluasi sebagai layak, maka tahap selanjutnya adalah mulai merancang rencana pengembangan produk, model bisnis, dan strategi pemasaran.

## **BAB IV**

# **FUNGSI DAN MODEL PERAN WIRAUSAHA**

### **4.1 Fungsi Wirausaha**

Fungsi Wirausaha adalah peran-peran utama yang dijalankan oleh seorang wirausahawan dalam menggerakkan bisnis dan perekonomian. Fungsi ini mencakup kemampuan inovasi, pengambilan risiko, pengelolaan sumber daya, penciptaan lapangan kerja, dan lainnya. Berikut adalah penjelasan lengkap mengenai fungsi wirausaha:

#### **1. Fungsi Inovasi**

Wirausahawan adalah motor penggerak inovasi. Mereka menemukan cara-cara baru untuk melakukan sesuatu, baik dalam bentuk produk baru, proses bisnis yang lebih efisien, atau metode pemasaran yang unik. Inovasi dapat menciptakan keuntungan kompetitif dan memberi nilai tambah dalam pasar. Contohnya adalah wirausahawan yang menciptakan teknologi baru atau solusi bisnis yang belum pernah ada sebelumnya.

## 2. Fungsi Pengambil Risiko

Wirausahawan harus siap mengambil risiko yang melekat dalam memulai dan menjalankan bisnis. Risiko ini dapat bersifat keuangan (modal yang diinvestasikan bisa hilang), pasar (produk mungkin tidak laku), atau operasional (proses produksi bisa gagal). Kemampuan untuk menghadapi dan mengelola risiko ini dengan cermat adalah kunci sukses seorang wirausahawan.

## 3. Fungsi Pengorganisasian dan Koordinasi Sumber Daya

Wirausahawan bertindak sebagai pengelola berbagai sumber daya yang dimiliki perusahaan, seperti modal, tenaga kerja, bahan baku, dan teknologi. Mereka harus mampu mengoordinasikan semua elemen ini agar berjalan efektif dan efisien. Tanpa pengorganisasian yang baik, bisnis tidak akan mampu beroperasi dengan lancar dan mungkin mengalami kerugian.

## 4. Fungsi Penciptaan Lapangan Kerja

Dengan memulai usaha baru, wirausahawan menciptakan peluang kerja bagi masyarakat. Bisnis yang mereka bangun membutuhkan

tenaga kerja, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dengan demikian, mereka berperan dalam mengurangi pengangguran dan mendukung pertumbuhan ekonomi.

#### 5. Fungsi Mendorong Pertumbuhan Ekonomi

Wirausahawan membantu mendorong pertumbuhan ekonomi melalui kontribusi mereka dalam menciptakan produk atau layanan baru yang memenuhi kebutuhan konsumen. Mereka juga membantu meningkatkan daya saing pasar dengan memperkenalkan inovasi, yang pada akhirnya dapat merangsang pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.

#### 6. Fungsi Pembangun Ekosistem Bisnis

Wirausahawan tidak hanya berperan dalam bisnis yang mereka ciptakan, tetapi juga membantu membangun ekosistem bisnis yang lebih luas. Ini mencakup hubungan dengan pemasok, distributor, pelanggan, dan bahkan regulator. Dalam hal ini, wirausahawan menjadi aktor kunci dalam menciptakan jaringan bisnis yang mendukung ekosistem ekonomi lokal maupun global.

## 7. Fungsi Sebagai Agen Perubahan Sosial

Banyak wirausahawan yang tidak hanya berfokus pada keuntungan finansial, tetapi juga pada dampak sosial dari bisnis mereka. Mereka sering kali berperan sebagai agen perubahan sosial dengan menciptakan produk atau layanan yang memiliki dampak positif bagi masyarakat, seperti bisnis yang berfokus pada keberlanjutan lingkungan atau pemberdayaan komunitas lokal.

## 8. Fungsi Pemimpin Pasar

Wirausahawan juga berperan dalam menentukan tren pasar dan menjadi pemimpin dalam industri mereka. Dengan visi yang kuat dan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan, mereka sering kali menjadi pelopor dalam bidang tertentu, menciptakan standar baru yang diikuti oleh kompetitor.

Wirausahawan memainkan peran penting dalam dinamika ekonomi dan sosial. Mereka tidak hanya menciptakan produk atau layanan baru, tetapi juga berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja, pertumbuhan ekonomi, dan perubahan sosial. Dengan mengintegrasikan inovasi, pengelolaan risiko, dan

pengorganisasian sumber daya, wirausahawan membantu menciptakan ekosistem bisnis yang berkelanjutan.

## **4.2 Model Peran Wirausaha dalam Teori Ekonomi**

Model Peran Wirausaha dalam Teori Ekonomi menekankan pentingnya wirausahawan sebagai penggerak utama pertumbuhan ekonomi, inovasi, dan penciptaan lapangan kerja. Sejak awal perkembangan ilmu ekonomi, peran wirausahawan telah banyak dibahas oleh para ahli ekonomi dengan pendekatan dan teori yang berbeda. Berikut adalah penjelasan lengkap mengenai peran wirausaha dalam berbagai teori ekonomi.

### **1. Model Peran Wirausaha dalam Teori Klasik**

Dalam teori ekonomi klasik yang dikembangkan oleh para ekonom seperti Adam Smith dan David Ricardo, wirausahawan berperan sebagai penggerak mekanisme pasar. Adam Smith, dalam bukunya *The Wealth of Nations*, menekankan bahwa wirausahawan terlibat dalam pengalokasian sumber daya melalui mekanisme pasar bebas yang diatur oleh "tangan tak terlihat". Fungsi utama wirausahawan dalam teori ini adalah



memaksimalkan keuntungan melalui produksi dan distribusi barang dan jasa secara efisien. Meskipun peran wirausahawan tidak terlalu dielaborasi secara mendalam, mereka dianggap sebagai individu rasional yang merespons insentif pasar.

## 2. Model Peran Wirausaha dalam Teori Schumpeter

Joseph Schumpeter adalah salah satu ekonom yang paling menonjol dalam menyoroti peran penting wirausahawan dalam pertumbuhan ekonomi. Dalam bukunya *The Theory of Economic Development* (1934), Schumpeter menekankan bahwa wirausahawan adalah agen perubahan dan inovator. Dia memperkenalkan konsep *destructive creation* atau "kreativitas destruktif", di mana wirausahawan memicu perubahan dalam ekonomi melalui inovasi. Wirausahawan menciptakan produk atau proses baru yang menggantikan produk lama, yang pada gilirannya merangsang pertumbuhan ekonomi. Wirausahawan dianggap sebagai penggerak utama dalam dinamika kapitalisme.

Peran Wirausahawan Menurut Schumpeter:

- a. Inovator yang memperkenalkan teknologi baru, produk baru, dan metode produksi baru.
- b. Agen perubahan yang menyebabkan "revolusi industri kecil" melalui kreativitas.
- c. Pengambil risiko yang menghadapi ketidakpastian pasar saat meluncurkan inovasi.

### 3. Model Peran Wirausaha dalam Teori Knight

Frank H. Knight, dalam bukunya *Risk, Uncertainty, and Profit* (1921), menyatakan bahwa wirausahawan berperan sebagai pengambil risiko di bawah kondisi ketidakpastian. Dia membedakan antara risiko yang dapat dihitung (*measurable risk*) dan ketidakpastian yang tidak dapat dihitung (*unmeasurable uncertainty*). Menurut Knight, keuntungan wirausahawan berasal dari kemampuan mereka dalam menghadapi ketidakpastian pasar dan mengelola risiko. Dalam model ini, wirausahawan menjadi sentral dalam menilai dan mengambil keputusan di bawah kondisi ketidakpastian ekonomi.

### Peran Wirausahawan Menurut Knight:

- a. Pengambil risiko yang mampu menilai risiko pasar dan bertindak sesuai dengan peluang yang ada.
- b. Pembuat keputusan yang menghadapi ketidakpastian masa depan ekonomi.
- c. Menciptakan nilai tambah melalui kemampuan mengelola risiko.

#### 4. Model Peran Wirausaha dalam Teori Neoklasik

Dalam teori ekonomi neoklasik, wirausahawan memiliki peran penting dalam mengoptimalkan penggunaan sumber daya dan berkontribusi terhadap efisiensi pasar. Teori ini berfokus pada keseimbangan (*equilibrium*) di mana para wirausahawan secara rasional menanggapi sinyal pasar (harga, penawaran, dan permintaan) dan membuat keputusan untuk memaksimalkan keuntungan. Peran mereka meliputi pemilihan input yang paling efisien, penggunaan teknologi baru, dan adaptasi terhadap perubahan permintaan konsumen.

#### Peran Wirausahawan dalam Teori Neoklasik:

- a. Pengoptimal penggunaan sumber daya dengan efisien.

- b. Responsif terhadap perubahan harga dan permintaan di pasar.
  - c. Agen yang mendukung pencapaian keseimbangan pasar.
  - d. Model Peran Wirausaha dalam Teori Evolusioner
5. Teori ekonomi evolusioner yang diperkenalkan oleh Richard Nelson dan Sidney Winter menekankan pentingnya inovasi dan seleksi alam dalam perkembangan ekonomi. Dalam teori ini, wirausahawan dianggap sebagai agen yang terus-menerus mencoba pendekatan baru dan inovasi, yang kemudian diseleksi oleh mekanisme pasar. Hanya inovasi yang sukses yang akan bertahan, sementara yang tidak berhasil akan ditinggalkan. Oleh karena itu, wirausahawan memainkan peran penting dalam proses evolusi ekonomi.
- Peran Wirausahawan dalam Teori Evolusioner:
- a. Pencipta inovasi yang bersaing untuk mendapatkan pengakuan pasar.
  - b. Agen perubahan yang mendorong seleksi alam ekonomi melalui eksperimen dan penemuan baru.

- c. Berperan dalam mengadaptasi bisnis terhadap dinamika pasar yang terus berubah.

## 6. Model Peran Wirausaha dalam Teori Ketidakpastian Mises

Ludwig von Mises, seorang tokoh terkemuka dalam tradisi Austrian School, menekankan peran wirausahawan sebagai agen yang menghadapi ketidakpastian pasar. Menurut Mises, wirausahawan tidak hanya merespons harga pasar, tetapi juga harus mengantisipasi perubahan permintaan konsumen, teknologi, dan pasar secara umum. Wirausahawan bertindak sebagai spekulator yang menebak masa depan dan membuat keputusan berdasarkan perkiraan terhadap kebutuhan konsumen di masa mendatang.

Peran Wirausahawan Menurut Mises:

- a. Spekulator yang membuat keputusan berdasarkan perkiraan masa depan pasar.
- b. Pengambil risiko dalam kondisi ketidakpastian yang tidak dapat diprediksi.
- c. Pencipta nilai melalui tindakan inovatif dalam merespons kebutuhan pasar.

Model peran wirausahawan dalam teori ekonomi menunjukkan betapa pentingnya peran wirausaha dalam memajukan ekonomi, melalui inovasi, pengambilan risiko, dan adaptasi terhadap perubahan pasar. Baik dalam teori klasik, Schumpeterian, Knightian, maupun teori-teori lainnya, wirausahawan selalu digambarkan sebagai penggerak utama yang memicu perubahan, pertumbuhan, dan dinamika ekonomi.

### **4.3 Tipe-tipe Wirausaha**

Tipe-tipe Wirausaha mencakup berbagai jenis wirausahawan berdasarkan karakteristik, tujuan, dan pendekatan mereka dalam menjalankan usaha. Setiap tipe wirausahawan memiliki peran yang berbeda dalam perekonomian dan bisnis, sesuai dengan konteks industri, motivasi pribadi, serta kemampuan inovasi dan pengambilan risiko. Berikut adalah penjelasan lengkap mengenai tipe-tipe wirausaha:

1. Wirausaha Inovatif (*Innovative Entrepreneur*)

Wirausaha inovatif adalah mereka yang menciptakan ide, produk, atau layanan baru yang belum ada di pasar sebelumnya.

Wirausahawan tipe ini sering kali menggerakkan perubahan besar dalam industri atau menciptakan pasar baru. Mereka memanfaatkan teknologi terbaru, riset pasar yang mendalam, dan sering kali menggabungkan kreativitas dengan solusi nyata yang memiliki nilai tambah.

Karakteristik:

- a. Menciptakan produk atau layanan baru yang belum ada sebelumnya.
- b. Memiliki orientasi pada penelitian dan pengembangan (R&D).
- c. Berfokus pada inovasi sebagai keunggulan kompetitif.
- d. Contoh: Pendiri perusahaan teknologi seperti Steve Jobs (Apple) dan Elon Musk (Tesla, SpaceX).

## 2. Wirausaha Imitatif (*Imitative Entrepreneur*)

Wirausaha imitatif adalah mereka yang tidak menciptakan produk atau ide baru, tetapi meniru atau mengadopsi inovasi yang sudah

ada dengan cara yang lebih baik atau dengan modifikasi tertentu. Mereka mungkin meniru model bisnis yang sukses dan menyesuaikannya dengan pasar lokal atau niche tertentu.

Karakteristik:

- a. Meniru model bisnis atau produk yang sudah sukses di pasar lain.
- b. Mengadaptasi teknologi atau ide yang sudah ada ke dalam konteks yang berbeda.
- c. Lebih berfokus pada efisiensi atau perbaikan dibandingkan inovasi radikal.
- d. Contoh: Pengusaha restoran yang menduplikasi konsep bisnis waralaba terkenal di wilayah baru.

### 3. Wirausaha Sosial (*Social Entrepreneur*)

Wirausaha sosial adalah mereka yang memulai usaha dengan tujuan utama menciptakan dampak sosial positif. Mereka menggabungkan prinsip-prinsip bisnis dengan misi sosial, seperti meningkatkan kesejahteraan masyarakat, mengatasi masalah lingkungan, atau memberdayakan kelompok rentan.



Karakteristik:

- a. Berfokus pada tujuan sosial, selain mencari keuntungan.
- b. Mengatasi masalah sosial melalui inovasi bisnis.
- c. Mendukung keberlanjutan lingkungan dan pemberdayaan masyarakat.
- d. Contoh: Muhammad Yunus (Grameen Bank), yang menciptakan solusi mikro-kredit untuk mengentaskan kemiskinan.

#### 4. Wirausaha Kecil (*Small Business Entrepreneur*)

Wirausaha kecil adalah mereka yang menjalankan usaha dalam skala kecil dengan modal dan sumber daya yang terbatas. Fokus mereka biasanya pada melayani kebutuhan lokal atau komunitas dengan produk atau jasa yang stabil, tanpa ambisi untuk berkembang ke pasar global atau bersaing di tingkat internasional.

Karakteristik:

- a. Usaha berukuran kecil dengan fokus pada pasar lokal.
- b. Kurang berorientasi pada inovasi besar atau ekspansi.
- c. Fokus pada stabilitas dan pertumbuhan jangka panjang yang moderat.
- d. Contoh: Pemilik toko kelontong, restoran lokal, atau bengkel.

5. Wirausaha Skala Besar (*Large-Scale Entrepreneur*)

Wirausaha skala besar adalah mereka yang membangun perusahaan besar dengan ambisi untuk mendominasi pasar atau industri. Mereka cenderung mengoperasikan perusahaan dalam skala nasional atau internasional, dengan memanfaatkan modal besar, tenaga kerja banyak, dan teknologi canggih.

Karakteristik:

- a. Beroperasi dalam skala besar dengan pasar yang luas.

- b. Fokus pada pertumbuhan cepat, inovasi, dan dominasi pasar.
- c. Memiliki akses ke modal besar dan sumber daya manusia yang banyak.
- d. Contoh: Jeff Bezos (Amazon), yang membangun perusahaan global dengan skala operasi masif.

#### 6. Wirausaha Serial (*Serial Entrepreneur*)

Wirausaha serial adalah mereka yang terus-menerus memulai bisnis baru setelah bisnis yang sebelumnya berhasil (atau gagal). Wirausahawan tipe ini cenderung berfokus pada penciptaan ide bisnis, peluncuran, dan pengembangan bisnis hingga tahap tertentu, lalu berpindah ke ide atau usaha baru.

Karakteristik:

- a. Memulai dan menjalankan banyak bisnis secara berurutan.
- b. Berfokus pada fase awal bisnis dan inovasi.

- c. Lebih tertarik pada proses penciptaan bisnis baru daripada operasional jangka panjang.
- d. Contoh: Richard Branson (Virgin Group), yang memulai berbagai bisnis di industri yang berbeda.

## 7. Wirausaha Teknologi (*Technopreneur*)

Wirausaha teknologi, atau technopreneur, adalah wirausahawan yang fokus pada pengembangan teknologi baru untuk memecahkan masalah atau menciptakan produk dan layanan baru. Mereka sering kali beroperasi di industri teknologi tinggi seperti perangkat lunak, perangkat keras, bioteknologi, atau energi terbarukan.

Karakteristik:

- a. Memanfaatkan teknologi sebagai inti dari produk atau layanan.
- b. Fokus pada inovasi teknologi dan pengembangan berbasis R&D.
- c. Menciptakan solusi yang sering kali mengubah cara hidup atau bekerja.

d. Contoh: Mark Zuckerberg (Facebook), yang memanfaatkan teknologi internet untuk menciptakan jaringan sosial global.

8. Wirausaha Nasib Terpaksa (*Necessity Entrepreneur*)

Wirausahawan tipe ini adalah mereka yang memulai bisnis karena terpaksa oleh keadaan, seperti kurangnya lapangan pekerjaan atau kebutuhan mendesak untuk mencari penghidupan. Mereka tidak memulai bisnis karena dorongan inovasi atau ambisi, tetapi lebih karena keharusan ekonomi.

Karakteristik:

- a. Memulai usaha sebagai solusi dari masalah ekonomi atau ketidaktersediaan pekerjaan.
- b. Bisnis sering kali berbasis kebutuhan dasar dan tidak memerlukan modal besar.
- c. Fokus pada kestabilan ekonomi pribadi atau keluarga.

- d. Contoh: Pedagang kaki lima yang memulai bisnis untuk menopang kehidupan sehari-hari.

9. Wirausaha Berdasarkan Warisan Keluarga  
(*Family Business Entrepreneur*)

Wirausahawan tipe ini melanjutkan bisnis keluarga yang sudah ada, sering kali dengan fokus pada mempertahankan atau mengembangkan bisnis yang diwarisi dari generasi sebelumnya. Mereka tidak memulai bisnis dari nol, tetapi memiliki tanggung jawab untuk melanjutkan kesuksesan bisnis keluarga.

Karakteristik:

- a. Melanjutkan dan mengembangkan bisnis keluarga yang telah mapan.
- b. Fokus pada keberlanjutan bisnis dan penerus generasi berikutnya.
- c. Kombinasi antara inovasi dan mempertahankan tradisi bisnis keluarga.
- d. Contoh: Pengusaha dalam industri tradisional seperti tekstil, pertanian, atau manufaktur.

Tipe-tipe wirausaha sangat bervariasi, tergantung pada motivasi, skala usaha, dan orientasi pasar mereka. Masing-masing tipe memiliki peran penting dalam perekonomian, baik dari skala kecil yang memenuhi kebutuhan lokal hingga wirausahawan teknologi yang menciptakan inovasi global. Pemahaman tentang berbagai tipe wirausaha ini membantu kita melihat peran yang lebih luas dari kewirausahaan dalam dinamika sosial dan ekonomi.

# **BAB V**

## **IDE DAN PELUANG DALAM KEWIRAUSAHAAN**

Kewirausahaan merupakan salah satu faktor penting dalam perkembangan ekonomi dan inovasi. Dalam konteks kewirausahaan, ide dan peluang adalah dua elemen utama yang mendorong terciptanya bisnis baru. Ide adalah pemikiran atau konsep awal yang menjadi landasan bagi seorang wirausahawan untuk mengembangkan produk atau layanan. Sementara itu, peluang adalah situasi atau kondisi yang memungkinkan ide tersebut diubah menjadi usaha yang menghasilkan nilai ekonomi.

Pemahaman mengenai perbedaan antara ide dan peluang penting karena tidak semua ide dapat dikategorikan sebagai peluang bisnis. Ide perlu dievaluasi dan disesuaikan dengan kebutuhan pasar untuk menjadi peluang yang dapat diimplementasikan. Oleh sebab itu, seorang wirausahawan harus memiliki kemampuan analisis pasar yang baik serta wawasan yang luas agar dapat melihat dan mengidentifikasi peluang yang tepat untuk direalisasikan.



Berbagai teori dalam kewirausahaan menekankan pentingnya ide yang inovatif dan kemampuan untuk mengidentifikasi peluang. Misalnya, teori kreativitas dalam kewirausahaan menganggap bahwa wirausahawan harus mampu berpikir di luar kebiasaan untuk menciptakan ide yang unik dan relevan. Di sisi lain, teori pengambilan risiko menunjukkan bahwa wirausahawan perlu siap menghadapi ketidakpastian dan mengambil keputusan berdasarkan peluang yang ada.

Pada era digital saat ini, teknologi informasi juga membuka berbagai peluang baru dalam kewirausahaan. Internet, media sosial, dan teknologi finansial (*fintech*) memungkinkan munculnya ide-ide bisnis baru yang sebelumnya tidak terbayangkan. Oleh karena itu, wirausahawan modern harus mampu memanfaatkan teknologi untuk mengeksplorasi peluang-peluang yang lebih luas.

Dengan memahami konsep ide dan peluang, wirausahawan dapat merencanakan langkah-langkah strategis untuk mengembangkan usahanya, menyesuaikan dengan tren pasar, serta memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara efektif. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan peluang keberhasilan

dalam bisnis, tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.

## **5.1 Definisi Peluang Usaha**

Sebagai seorang wirausaha pasti selalu mencari peluang. Peluang berarti adalah kesempatan atau dalam bahasa Inggris, "*opportunity*". Sedangkan dalam ranah kewirausahaan, maknanya menjadi lebih luas.

Peluang usaha merupakan kesempatan memulai bisnis yang muncul dari sebuah ide atau hasil pemikiran tentang sesuatu yang ada di masyarakat atau target pasar (Rungkuty, Sajar, Yazia, & Alfadhilla, 2022).

Lebih lengkap lagi, ada setidaknya empat hal dalam sebuah peluang usaha. Yaitu adanya kebutuhan pasar yang nyata, adanya pengembalian investasi (*return on investment*), lebih baik daripada kompetitor yang ada, dan sesuai dengan tujuan bisnis/perusahaan.

## **5.2 Identifikasi Peluang Usaha Skala Kecil yang Berkelanjutan**

Menyambung teori kreativitas dan inovasi yang sudah dibahas pada bab sebelumnya, mengidentifikasi peluang terkadang tidak memerlukan ide yang muluk-muluk. Hal yang paling penting dalam mengidentifikasi peluang ada seberapa bagus seorang entrepreneur

dalam melihat kebutuhan dan keadaan pasar (Amang, Mulyadi, & Utama, 2023). Terkadang, konsep-konsep bisnis yang simple tapi sesuai yang dibutuhkan oleh masyarakat lebih bisa memberikan dampak daripada membuat konsep dengan pendekatan yang rumit.

Sebagai langkah awal dalam mengidentifikasi peluang usaha skala kecil yang berkelanjutan adalah menggunakan Tiga Konsep AKU yaitu, teori ketidaksempurnaan, prinsip dasar creative thinking, dan insting dan intuisi dari pelaku usaha yang dijelaskan oleh Candra dan Hendro (2006) (dalam Amang, Mulyadi, & Utama, 2023).

1. Teori Ketidaksempurnaan

Teori ketidaksempurnaan ini menantang para pelaku pebisnis untuk selalu tidak puas dan melihat sesuatu dari sudut panjang yang lain. Melihat apakah ada yang bisa diperbaiki, apakah ada yang bisa diciptakan, dan lain sebagainya. Secara garis besar, ketidaksempurnaan di sekitar kita adalah peluang-peluang baru dimata seorang wirausahawan (Amang, Mulyadi, & Utama, 2023).

2. Prinsip Berpikir Kreatif

Tanpa berpikir kreatif, ketidaksempurnaan hanya berakhir menjadi sebuah keluhan.

Bahkan, tanpa memiliki prinsip berpikir kreatif, kita sendiri tidak bisa menyimpulkan ketidaksempurnaan yang ada di sekitar kita.

### 3. Insting dan Intuisi

Salah satu hal lain yang tidak bisa dimiliki tanpa adanya pengetahuan dan jam terbang praktik terjun langsung ke lapangan adalah insting dan intuisi dari seorang wirausaha. Insting dan intuisi bisnis ini sendiri bisa dikembangkan dengan mulai mengembangkan bisnis sendiri secara nyata, menghadapi masalah yang berbeda-beda setiap harinya, dan betul-betul memahami target pasar dari produk/jasa/inovasi yang ditawarkan.

## 5.3 Analisis SWOT dan Manfaatnya

Jika seorang wirausaha ingin membangun bisnis mereka, salah satu metode untuk menganalisis strategi bisnis yang paling mudah adalah menggunakan SWOT. SWOT merupakan singkatan dari, *Strengths* atau Kekuatan (S), *Weakness* atau Kekurangan (W), *Opportunities* atau Peluang (O), dan *Threats* atau Ancaman (T).

Sedangkan analisis SWOT merupakan model berpikir dan menganalisis suatu hal dengan melakukan

perbandingan antara faktor eksternal (O + T) dan faktor internal (S + W) (Amang, Mulyadi, & Utama, 2023). Pemetaan mengenai analisis bisa dilihat melalui tabel di bawah ini:

	<b>S</b>	<b>W</b>
<b>O</b>	Strategi SO	Strategi WO
<b>T</b>	Strategi ST	Strategi WT

**Tabel 1.** Tabel Analisis SWOT

1. Cara Menggunakan Tabel Analisis SWOT
2. Tentukan 5-10 poin pada masing-masing kolom S.W.O.T.
  - a. Kemudian tentukan masing-masing strateginya:
  - b. Strategi SO, melihat peluang dari kelebihan (S) dan peluang yang ada di pasar (O).
  - c. Strategi ST, membuat strategi dari kelebihan (S) dan ancaman (T) yang mungkin akan datang.
  - d. Strategi WO, berusaha untuk memaksimalkan peluang (O) dengan meminimalkan kekurangan (W).
  - e. Strategi WT, menciptakan strategi untuk sebisa mungkin menghindari ancaman (T) dan meminimalkan kekurangan (W).

Melalui metode SWOT di atas, maka proses berpikir dan menentukan solusi akan lebih mudah. Namun tetap perlu diperhatikan jika Anda harus tetap berusaha mengumpulkan data sebaik mungkin dengan melakukan identifikasi hambatan dan solusi di atas.

#### 5.4 Bidang Usaha dan Beragam Jenisnya

Dalam pelaksanaannya ada berbagai jenis bidang usaha yang bisa dimanfaatkan sebagai ide atau peluang usaha. Berikut beberapa di antaranya (Amang, Mulyadi, & Utama, 2023):

<b>Bidang Usaha</b>	<b>Jenis Usaha</b>
Barang	Mempunyai wujud fisik contohnya makanan, <i>fashion</i> atau pakaian, komoditas, alat tulis, dsb.
Jasa	Konsultan, <i>IT Solution</i> , perusahaan agensi, <i>babershop</i> , dsb.
Pengalaman	Pelanggan bisa mendapatkan pengalaman, contohnya <i>travel company</i> , pendakian gunung, dsb.
Peristiwa	Pelanggan dapat merasakan pengalaman istimewa atau khusus seperti, <i>Art Expo</i> , pertandingan olahraga tahunan, dsb.
Orang	Pelaku industri yang dipasarkan melalui pers seperti selebriti, dsb.
Tempat	Tempat yang memang dipasarkan, bisa berubah tempat, kota, negara, dsb.

Properti/ Kepemilikan	Contoh yang paling umumnya biasa <i>real estate</i> , saham, obligasi, dsb.
Organisasi	Organisasi yang memang dibuat untuk menciptakan citra tertentu contohnya Satria Nusantara, dsb.
Informasi	Jenis ini bisa ditemukan dalam produk berubah majalah, koran, buku ensiklopedia, dsb.
Gagasan	Gagasan dari partai politik, ide bisnis yang memang diperjual belikan, dsb.

**Tabel 2.** Tabel Jenis Bidang Usaha

# BAB VI

## MERINTIS USAHA BARU DAN MODEL PENGEMBANGANNYA

### 6.1 Merintis Usaha Baru

Dalam Merintis Usaha Baru, para pelaku calon usaha memulainya dengan melakukan identifikasi pasar, menentukan positioning, dan proporsi penjualan serta menentukan target market sehingga nanti produknya mampu bersaing di pasar. Beberapa pertanyaan yang seharusnya dicari jawabannya bisa digunakan sebagai rumus yang dapat digunakan oleh calon usahawan untuk Merintis usaha baru, yaitu:

1. *WHAT* menyangkut pada Apa model usaha yang ingin kita buat Sebelum kita menjalankan atau mengembangkan sebuah usaha tentunya kita harus mengenal usaha itu secara general. Dengan mengenal sebuah bidang usaha kita bisa menjalankan dan mengembangkan usaha tersebut dengan baik.
2. *WHY* yaitu apa alasan kita dalam memilih sebuah usaha untuk dijalankan. Apakah kita memilih menjalankan sebuah usaha karena sesuai dengan hobi, minat, kreatifitas yang



sedang ditekuni, terinspirasi dari usaha orang lain yang sukses, atau hanya ingin mengisi waktu luang saja?

3. *WHOM* adalah Menentukan dan memahami target market untuk usaha yang akan dijalankan. Kita juga perlu mempelajari karakter orang-orang yang menjadi target market usaha kita agar kita dapat mempersiapkan cara pemasaran yang tepat pada mereka.
4. *WHERE* yaitu Menentukan lokasi usaha yang tepat seringkali menjadi hal yang sulit bagi seorang peusaha. Pastikan lokasi usaha sesuai dengan target market usaha kita, misalnya daerah perkantoran, kampus, perumahan, dan lain-lain.
5. *WHEN* Menentukan waktu operasional usaha juga termasuk hal yang penting untuk dipersiapkan. Apakah usaha kita akan buka 8 jam sehari selama satu minggu penuh, atau buka 24 jam selama seminggu penuh. Pertimbangkan juga untuk memperhitungkan segala persiapan usaha dan juga pengembangan usaha itu ke depannya.
6. *WHO* yaitu: menentukan orang-orang yang akan terlibat dalam menjalankan usaha. Mulai dari

karyawan, partner usaha, dan orang lain yang dapat membantu dalam menjalankan usaha tersebut. Tentukan tugas dari masing-masing orang yang akan terlibat dalam usaha sesuai dengan kemampuan dan bidangnya masing-masing.

7. *HOW* yaitu memastikan bahwa kita memiliki strategi dan rencana dalam menjalankan usaha. Akan lebih baik bila kita mengetahui mengetahui modal yang dibutuhkan, kualitas dan kuantitas produk yang akan kita jual

Setelah ketujuh pertanyaan terjawab maka para calon pelaku usaha dapat memilih dan melakukan tiga cara yang dapat dilakukan oleh seseorang apabila ingin memulai suatu usaha atau memasuki dunia usaha yaitu:

1. Merintis usaha baru (*starting*)
2. Dengan membeli perusahaan orang lain (*buying*)
3. Waralaba (*franchising*)

1. Merintis usaha baru (*Starting*)

Cara memasuki dunia usaha yang pertama adalah dengan merintis usaha baru (*starting*). Metode ini terwujud dalam pembentukan dan

pendirian usaha baru dengan menggunakan modal, ide, organisasi, manajemen. Karena bermula dari diri sendiri, atau keinginan sendiri maka hal yang akan dijadikan pertimbangannya. Secara umum, ada 3 (tiga) bentuk usaha baru yang dapat dirintis yaitu:

- a. Perusahaan milik sendiri/perseorangan (*sole proprietorship*), bentuk usaha yang dimiliki dan dikelola sendiri oleh seseorang. Bentuk usaha ini dimungkinkan untuk dibuat apabila ada seorang pelaku usaha yang ingin berusaha sendiri. Pelaku usaha yang bersangkutan memiliki wewenang sepenuhnya dalam mengelola perusahaannya tanpa keterlibatan pihak lain. Namun segala tanggung jawab pun harus dipikulnya sendiri.
- b. Persekutuan (*partnership*), suatu kerjasama (asosiasi) dua orang atau lebih yang secara bersama-sama menjalankan usaha bersama. Perbedaan diantara Persekutuan (*partnership*), dengan perusahaan perseorangan terletak pada adanya kerjasama dari orang yang mendirikan dan mengurus usaha tersebut.

Persekutuan adalah suatu perjanjian kerjasama diantara dua orang atau lebih dengan cara memasukkan modal biasanya berupa uang, barang, ataupun tenaga. Kelebihan dari persekutuan adalah pendiriannya yang sederhana, dimana hanya memerlukan adanya perjanjian antara beberapa pihak dan sepakat untuk memasukkan sesuatu sebagai modal untuk tujuan meraih keuntungan. Bentuk usaha ini sering menjadi pilihan wirausaha startup yang baru, hal ini karena syarat pendiriannya yang sederhana. Untuk mendirikan suatu persekutuan perdata cukup dilakukan secara lisan hingga tercapai persetujuan bentuk usaha persekutuan ini dapat berbentuk firma atau CV. Bentuk usaha ini memudahkan bagi calon pelaku usaha yang ingin mendirikan badan usaha namun tidak memiliki modal, dapat mengadakan kerjasama dengan teman untuk menyertakan modal mereka ke dalam persekutuan. Atau dalam keadaan sebaliknya, ketika teman-teman ingin melakukan usaha untuk mendapat

keuntungan namun tidak mempunyai cukup waktu dalam mengurus persekutuan, teman-teman dapat menyertakan modal ke suatu persekutuan.

- c. Perusahaan berbadan hukum (*corporation*), perusahaan yang didirikan atas dasar badan hukum dengan modal saham-saham biasanya berbentuk PT. PT merupakan persekutuan modal bukan persekutuan perseorangan. Hak dan kewajiban PT itu diemban oleh PT itu sendiri. Maksud dari kalimat diatas, pada dasarnya PT merupakan lembaga terpisah (*separate legal entity*) dalam hak dan kewajiban dari para pemodal dan pengelolanya. Salah satu karakteristik yang menjadi kelebihan PT dari persekutuan lainnya ialah adanya tanggung jawab terbatas (*limited liability*). Artinya, tanggung jawab para pihak yang terlibat di dalam organisasi PT hanya terbatas pada kedudukan dan fungsinya masing-masing. Namun, mendirikan suatu PT bersifat formal, perjanjiannya harus dibuat atau dituangkan dalam bentuk Akta Autentik. Dari sifatnya tersebut membuat

PT memiliki ketentuan pendirian yang sedikit lebih rumit dibanding persekutuan lainnya, namun terjamin kepastian hukumnya. Kelebihan dari PT dapat terlihat dari karakteristik separate legal entity yang mana membuat pertanggungjawaban perseroan terpisah dari pribadi pendirinya. Hal ini tentu memberikan rasa aman kepada para pesero untuk dalam melakukan usahanya.

## 2. Membeli perusahaan orang lain (*buying*)

Bagi mereka yang berjiwa wirausaha, mendirikan usaha mereka sendiri sesuai dengan apa yang ada dipikiran setiap individu adalah salah satu impian dan idaman yang sangat idealis. Namun , tidak semua usaha bisa memiliki jalan seperti yang dibayangkan . Banyak yang sukses, namun tidak sedikit yang gagal di tengah jalan. Kemungkinan ini kerap menghantui calon pelaku usaha sehingga membeli usaha yang sudah ada merupakan suatu pilihan yang dapat dipertimbangkan Ada banyak alasan mengapa seseorang memilih

untuk membeli perusahaan/usaha yang sudah ada diantaranya

- a. Ini bisa menjadi cara yang lebih cepat untuk memulainya. Memulai usaha baru bisa memakan waktu yang lama. Membentuk tim yang tepat, menjadi terkenal, membangun saluran distribusi, menemukan lokasi, dan mengamankan kontrak atau penjualan pertama Pelaku usaha membutuhkan waktu. Namun, ketika Pelaku usaha membeli usaha yang sudah beroperasi, Pelaku usaha memiliki arus kas sejak hari pertama kepemilikan. Itu dapat menghemat waktu dan modal kerja yang seharusnya Pelaku usaha keluarkan untuk memulai usaha yang sama sekali baru.
- b. Pelaku usaha sudah memiliki klien dan/atau pelanggan. Adanya pelanggan yang telah dimiliki dapat memberikan pendapatan sejak hari pertama dan nama yang cukup baik di pasar akan sangat berharga. Pelaku usaha tidak hanya memiliki pelanggan - Pelaku usaha memiliki orang-orang yang dapat memberi tahu Pelaku usaha apa yang mereka sukai

dan tidak sukai tentang usaha dan produk, layanan, serta layanan pelanggannya. Itu semua sangat berharga saat Pelaku usaha merencanakan peningkatan di masa mendatang.

- c. Pelaku usaha memiliki staf karyawan terlatih yang tahu cara melakukan pekerjaan mereka. Sulit untuk menilai nilai tenaga kerja berpengalaman yang memahami cara kerja usaha dari atas ke bawah. Mempekerjakan dan melatih semua karyawan baru untuk melakukan pekerjaan yang belum pernah mereka lakukan sebelumnya dalam usaha yang baru dibuat tidak pernah mudah.
- d. Sistem dan proses sudah ada. Mungkin perlu waktu lama untuk mencari tahu cara melakukan semuanya, mulai dari membuat produk yang dijual hingga menghitung semuanya. Usaha yang mapan seharusnya sudah mengetahui hal-hal tersebut. Meskipun mereka tidak melakukannya dengan cara terbaik, mereka melakukannya dan fakta itu dapat mempermudah mencari tahu cara memperbaikinya.



- e. Pelaku usaha harus memiliki hubungan jangka panjang dengan pemasok yang bisa sangat berharga. Hubungan seperti ini tidak selalu mudah ditemukan dan Pelaku usaha tidak selalu bisa memastikan seberapa pelaku usahal mereka. Pemasok yang baik berfungsi seperti mitra. Mereka dapat memberi tahu Pelaku usaha banyak hal tentang apa yang berhasil dan apa yang tidak. Pemasok dan vendor bahkan dapat membantu Pelaku usaha mengidentifikasi solusi untuk area masalah yang perlu diperbaiki.
- f. Pelaku usaha memiliki satu atau beberapa lokasi. Bagi beberapa usaha, mendapatkan lokasi sepadan dengan harga untuk membeli usaha tersebut. Itu tidak berarti usaha tersebut harus memiliki real estat. Terkadang, lokasi yang hanya disewa sangat berharga bagi usaha yang dijalankannya. Dan lokasi tersebut tidak dapat diperoleh dengan cara lain selain membeli perusahaan dan mengambil alih sewa atau sewa-menyewa.

- g. Penjual dapat memberikan pelatihan. Sebagian besar usaha yang dapat dibeli memiliki penjual yang terlibat yang dapat Pelaku usaha ajak bekerja sama selama jangka waktu tertentu untuk membantu Pelaku usaha memahami seluk-beluk perusahaan. Pelatihan ini dapat membantu dan meningkatkan peluang Pelaku usaha untuk menghindari kesalahan yang merugikan sehingga Pelaku usaha dapat segera menjalankan usaha tersebut dan memperoleh keuntungan.
- h. Risikonya lebih rendah. Karena memiliki niat baik, beroperasi, memiliki klien dan pelanggan, karyawan, sistem, pemasok, dan riwayat keuangan, lokasi atau beberapa lokasi, ditambah lagi Pelaku usaha mungkin bisa mendapatkan pembiayaan dari penjual. Memiliki kesempatan untuk membeli dengan harga rendah, yaitu dengan melakukan penawaran dengan harga paling bersahabat.

Meskipun demikian, membeli perusahaan yang sudah ada juga mengandung permasalahan, yaitu :

- a. Masalah eksternal, yaitu lingkungan misalnya banyaknya pesaing dan ukuran peluang pasar.
- b. Masalah internal, yaitu masalah-masalah yang ada dalam perusahaan, misalnya citra (image) atau reputasi perusahaan

Sebelum melakukan kontrak jual beli perusahaan yang akan dibeli, ada beberapa aspek yang harus dipertimbangkan dan dianalisis oleh pembeli. Aspek-aspek tersebut meliputi Pengalaman apa yang dimiliki untuk mengoperasikan perusahaan tersebut, Mengapa perusahaan tersebut berhasil tetapi kritis, Di mana lokasi perusahaan tersebut, Apakah membeli perusahaan tersebut akan lebih menguntungkan ketimbang merintis sendiri usaha baru

### 3. Waralaba (*franchising*)

*Franchising* merupakan bahasa Inggris dari waralaba dalam bahasa Indonesia dan franchise dalam bahasa Prancis. Makna dari kata waralaba sendiri adalah hak atau kebebasan untuk menjual suatu produk, jasa dan layanan. Istilah franchise dipakai sebagai padanan istilah bahasa Indonesia “waralaba”.

Waralaba terdiri atas kata “wara” dan “laba”. Wara artinya lebih atau istimewa, sedangkan laba artinya untung. Jadi, menurut arti kata, waralaba dapat diartikan sebagai usaha yang memberikan untung lebih atau laba istimewa. Franchising dalam usaha terjadi padasaat franchisor (pemberi waralaba) yang dapat berupa badan usaha atau individu yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas penemuan atau kekayaan intelektual serta ciri khas usaha miliknya kepada pihak lain. Dengan kata lain, penerima waralaba (*franchisee*) mempunyai hak untuk melakukan usaha menggunakan merek dagang (nama dagang) dan menggunakan sistem usahanya. Dilihat dari tipenya Franchising dibagi 3 jenis yaitu

a. *Trade Name Franchising*

*Trade name franchising* adalah tipe franchising yang sudah mendapatkan hak dari franchisor untuk melakukan produksi secara langsung tetapi masih dalam pengawasan *franchisor*.

b. *Product Distribution Franchising*

*Product distribution franchising* adalah tipe *franchising* yang hanya memiliki hak untuk melakukan pendistribusian produk pada wilayah tertentu saja. Bisa jadi setiap wilayah memiliki perusahaan distribusi yang berbeda walaupun dengan produk yang sama.

c. *Pure Franchising*.

Tipe *franchising* ini adalah jenis waralaba yang mendapatkan hak secara penuh dari *franchisor* mulai dari proses produksi, penjualan, manajemen, distribusi dan lainnya.

Dalam berwaralaba (*franchising*) ada beberapa kelebihan dan kekurangannya diantaranya adalah

Kelebihan usaha berwaralaba (*franchising*)

- a. Usaha yang telah terbangun dan telah teruji serta realisasi dengan baik dapat membuat terhindar dari kegagalan usaha.
- b. Usaha tersebut sudah dikenal oleh masyarakat sehingga tidak perlu

- bersusah payah untuk melakukan pemasaran.
- b. Manajemen finansial yang mudah karena franchisor telah menetapkan sistem-nya dari awal kerja sama yang telah terbangun (dengan pemasok, pihak pemasaran atau iklan) dan memudahkan franchisee untuk meneruskannya.
  - c. Dukungan beragam yang diberikan oleh franchisor (pelatihan mengenai proses pemasaran, finansial dan tips dalam menjalankan usaha).

#### Kekurangan usaha berwaralaba (*franchising*)

- a. Memiliki kendali minimal atas usaha karena sistem yang telah ditentukan dari pertama.
- b. Ketergantungan pada supplier yang telah ditentukan franchisor walaupun mendapatkan pemasok dengan harga yang lebih murah.
- c. Ketergantungan pada reputasi waralaba lain, jika ada waralaba lain yang melakukan kesalahan hingga merusak reputasi merek dagang franchise tersebut. Hal ini akan berdampak bagi usaha karena nama dagang yang sama.

- d. Biaya waralaba yang beragam seperti biaya pembelian merk dagang di awal perjanjian serta biaya lanjutan untuk dukungan dan pelatihan.

## **6.2 Model Pengembangan Usaha**

Pengembangan usaha adalah proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial usaha, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha. Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, melalui motivasi dan kreativitas (Anoraga, 2007:66). Jika setiap wirausaha dapat melakukannya, maka besar harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar.

Analisis peluang usaha adalah proses sistematis untuk mengevaluasi potensi keberhasilan suatu usaha baru atau ekspansi usaha yang ada. Ini melibatkan pengumpulan dan analisis data tentang pasar, pesaing, dan faktor-faktor lingkungan lainnya untuk memahami peluang yang tersedia dan risiko yang terlibat dalam menjalankan usaha tersebut. Dengan menganalisis peluang secara cermat, pelaku usaha dapat mengidentifikasi keunggulan kompetitif,

mempersiapkan strategi pemasaran yang efektif, dan merencanakan langkah-langkah untuk mencapai keberhasilan jangka panjang. Tujuan utama dari analisis peluang usaha adalah untuk membantu calon pengusaha atau pemilik usahas dalam membuat keputusan yang lebih terinformasi dan meminimalkan ketidakpastian yang terkait dengan memulai atau mengembangkan usaha. Dengan memahami peluang usaha maka beberapa informasi usaha dapat diketahui seperti

1. Mengidentifikasi Tren Pasar yaitu Dengan memahami tren dan perubahan dalam pasar, dapat menyesuaikan produk atau layanan yang sesuai dengan permintaan dan preferensi konsumen. Adanya analisis peluang usaha membuatmu lebih mudah memahami dinamika tersebut.
2. Mengukur Potensi Pertumbuhan yaitu Analisis ini juga membantu mengukur potensi pertumbuhan usaha di masa depan. Ini dapat melibatkan perkiraan ukuran pasar yang dapat dijangkau, menilai peluang ekspansi ke wilayah baru, atau mengevaluasi potensi peningkatan penjualan melalui diversifikasi produk atau penetrasi pasar.



3. Mengidentifikasi Risiko dan Peluang yaitu Dengan memahami lingkungan usaha secara menyeluruh, dapat mengidentifikasi baik risiko maupun peluang yang ada. Hal ini memungkinkan untuk mengambil keputusan yang lebih tepat waktu dan membuat strategi untuk mengatasi tantangan atau memanfaatkan peluang.
4. Identifikasi Segmen Pasar yang Potensial yaitu Mengidentifikasi segmen pasar yang potensial adalah langkah penting dalam merencanakan strategi pemasaran dan pengembangan produk. Dengan mengetahui siapa target pasar, dapat mengarahkan upaya pemasaran dan penjualan dengan lebih efektif, meningkatkan retensi pelanggan, dan memperluas pangsa pasar .
5. Memetakan Lingkungan Persaingan yaitu Memahami pesaing-pesaing dan kondisi persaingan di pasar adalah kunci untuk merumuskan strategi yang efektif. Dengan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pesaing, dapat mengembangkan keunggulan kompetitif dan menemukan celah-celah dalam pasar yang bisa dimanfaatkan.

6. Menggali Peluang Baru dalam Pasar yaitu Tujuan dari menggali peluang baru adalah untuk menemukan cara-cara inovatif untuk memenuhi kebutuhan pasar yang belum terpenuhi. Dengan mengidentifikasi tren pasar dan mengantisipasi perubahan kebutuhan konsumen, dapat menciptakan produk atau layanan baru yang membedakan usaha dari pesaing. Sehingga, bisa meningkatkan nilai tambah untuk pelanggan.
7. Rencana Pemasaran untuk Mendapatkan Pelanggan yaitu Membangun rencana pemasaran yang efektif adalah tentang menjangkau pelanggan yang tepat dengan pesan yang relevan. Dengan memahami preferensi dan perilaku konsumen, dapat merancang strategi pemasaran yang sesuai, meningkatkan kesadaran merek, dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan.

Beberapa cara atau pendekatan yang umum digunakan untuk analisis peluang usaha adalah

1. Pemeriksaan SWOT , Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) adalah alat yang kuat untuk mengevaluasi kondisi internal

dan eksternal usaha . Dalam analisis ini, menilai kekuatan dan kelemahan internal usaha, seperti keunggulan produk atau layanan, sumber daya yang tersedia, dan reputasi merek. Selain itu, juga mempertimbangkan peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal, seperti tren pasar, perubahan regulasi, atau persaingan yang meningkat. Dengan memahami faktor-faktor ini, dapat mengidentifikasi area-area di mana usahamu unggul dan area-area di mana mungkin perlu melakukan perbaikan.

2. Menyasar Pasar atau Konsumen yang Tepat, Menentukan target pasar atau konsumen yang tepat adalah langkah kunci dalam merencanakan strategi pemasaran yang efektif. Teknik ini melibatkan analisis yang mendalam tentang siapa yang menjadi audiens utama produk atau layanan , apa kebutuhan dan keinginan mereka, dan bagaimana cara terbaik untuk menjangkaunya. Dengan memahami preferensi konsumen dan perilaku pembelian, dapat mengembangkan pesan-pesan yang relevan dan menarik bagi target pasar.

3. Mengkaji Saingan dengan Pendekatan Lima Kekuatan Porter, Pendekatan Lima Kekuatan Porter membantu memahami dinamika persaingan dalam industri. Dalam analisis ini, mengevaluasi kekuatan-kekuatan yang memengaruhi tingkat persaingan di pasar. Hal yang perlu evaluasi termasuk kekuatan pembeli, kekuatan pemasok, ancaman produk atau layanan pengganti, ancaman dari pesaing yang ada, dan ancaman dari masuknya pesaing baru. Dengan memahami faktor-faktor ini, dapat mengembangkan strategi yang efektif untuk menghadapi persaingan dan memenangkan pangsa pasar.
4. Rancang Strategi Pemasaran dengan Pendekatan 4P, Pendekatan 4P (Product, Price, Place, Promotion) adalah kerangka kerja yang digunakan untuk merancang strategi pemasaran yang komprehensif. Dalam analisis ini, mempertimbangkan empat elemen kunci pemasaran. Empat elemen tersebut meliputi produk atau layanan yang ditawarkan, harga yang ditetapkan, saluran distribusi yang digunakan, dan kegiatan promosi yang dilakukan. Dengan memperhatikan setiap

elemen ini, dapat mengembangkan rencana pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan pasar dan tujuan usaha.

5. Analisis Lingkungan Eksternal dengan Metode PESTLE, Analisis PESTLE (*Political, Economic, Social, Technological, Legal, Environmental*) membantu memahami faktor-faktor eksternal yang dapat mempengaruhi usaha . Dalam analisis ini, mengevaluasi berbagai aspek lingkungan eksternal, termasuk faktor politik, ekonomi, sosial, teknologi, hukum, dan lingkungan. Dengan memperhitungkan faktor-faktor ini, dapat mengidentifikasi peluang dan ancaman yang mungkin timbul dari perubahan dalam lingkungan eksternal.
6. Evaluasi Mendalam Tentang Kelayakan Usaha, evaluasi mendalam tentang kelayakan usaha adalah proses untuk mengevaluasi apakah ide usaha layak untuk dijalankan secara praktis dan ekonomis. Teknik ini melibatkan analisis finansial yang cermat, penilaian resiko yang teliti, serta pemahaman yang mendalam tentang pasar dan pesaing.

### 6.3 Jenis-Jenis Pengembangan Usaha

Menurut Subagyo (2008), secara umum pengembangan usaha dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

1. Pengembangan vertikal. Pengembangan vertikal adalah perluasan usaha dengan cara membangun inti usaha baru yang masih memiliki hubungan langsung dengan usaha utamanya.
2. Pengembangan horizontal. Pengembangan horizontal adalah pembangunan usaha baru yang bertujuan memperkuat usaha utama untuk mendapatkan keunggulan komparatif, yang secara line produk tidak memiliki hubungan dengan core usahanya.

Menurut Humaizar (2010), berdasarkan caranya pengembangan usaha dibagi menjadi tiga jenis, yaitu:

1. Perluasan ke hulu atau ke hilir. Arah pengembangan usaha disesuaikan dengan posisi usaha anda saat ini, jika usaha tersebut berada di hilir, maka pengembangannya kearah hulu. Kelebihan: pengembangan pada posisi ini lebih muda, karena telah mengetahui pasar, sumber material, dan teknologi. Kekurangan: jika terjadi permintaan produk pada usaha ini melemah, maka tingkat penjualan akan menurun.

2. Diversifikasi usaha. Diversifikasi usaha adalah mengembangkan usaha ke berbagai jenis usaha. Kelebihan: jika salah satu jenis usaha mengalami penurunan permintaan pasar (rugi), maka usaha yang lain masih dapat menutupi kerugiannya. Kekurangan: pengembangan cara ini cukup sulit dilakukan karena harus mempelajari dari awal baik pasar, sumber material, ataupun teknologinya dan sebagainya.
3. Menjual usaha (*franchise*). Arti dari menjual usaha disini adalah menjual hak patennya. Ini dilakukan ketika usaha tersebut sudah memiliki hak paten atas produk atau jasa dan konsep pemasarannya.

#### **6.4 Strategi Pengembangan Usaha**

Strategi pengembangan usaha harus dilakukan dari segi produk, sistem penjualan, integrasi, dan sinergisme.

1. Dari segi produk, pengembangan usaha dilakukan dengan cara mengembangkan produk sesuai dengan selera pasar, mengeluarkan produk baru yang inovatif, mencari cara efisien dalam produksi sehingga produk berkualitas

sama bisa dihasilkan dengan biaya yang lebih rendah.

2. Dari segi penjualan, pengembangan usaha dilakukan dengan membangun hubungan yang baik dengan konsumen, melakukan penjualan melalui media sosial, memastikan kepuasan konsumen.
3. Melakukan Integrasi, adalah mengembangkan usaha dengan cara memperbesar perusahaan. Misalnya suatu perusahaan pembuat makanan ringan berupa keripik membeli toko baru sebagai cabang, membeli perkebunan kentang untuk bahan baku, membeli perusahaan ekspedisi untuk distribusi bahan baku dan pemasaran produk, serta membeli perusahaan percetakan untuk menunjang kemasan dari produk.
4. Sinergisme adalah membangun sinergi di dalam perusahaan dan memperluas jejaring sosial di luar perusahaan. Sinergisme dapat dibangun dengan merekrut pegawai yang memiliki bakat dari bidang usaha, bekerja sama dengan perusahaan lokal maupun nasional untuk membuka pasar baru, dan memperluas jangkauan pasar.



Faktor kemampuan individu para pelaku usaha dalam pengembangan usahanya dapat ditingkatkan melalui ketrampilan ketrampilan seperti:

1. Keterampilan komunikasi (*communication skills*) yang berkontribusi dalam hubungan yang produktif dan harmonis antara kolega profesi dan pelanggannya;
2. Keterampilan kerjasama tim (*team work skills*) yang akan berkontribusi hubungan kerja dan keluaran (*outcomes*) yang produktif;
3. Keterampilan menyelesaikan masalah (*problem-solving skills*) yang berkontribusi dalam menghasilkan keluaran yang produktif
4. Keterampilan berinisiasi dan kewirausahaan (*initiative and enterprise skills*) yang berkontribusi pada keluaran yang inovatif;
5. Keterampilan dalam perencanaan dan pengorganisasian (*planning and organising skills*) yang berkontribusi dalam perencanaan strategis jangka pendek dan jangka panjang;
6. Keterampilan dalam pengelolaan diri (*self-management skills*) yang berkontribusi dalam pertumbuhan dan kepuasan diri dari profesi;
7. Keterampilan untuk belajar (*learning skills*) yang berkontribusi dalam peningkatan/perbaikan

- berlanjut dan ekspansi keluaran (*outcomes*) dan ekspansi tenaga dan operasi organisasi; dan
8. Keterampilan menggunakan teknologi (*technology skills*) yang berkontribusi pada eksekusi tugas yang efektif dan efisien.

# **BAB VII**

## **PENGELOLAAN USAHA DAN STRATEGI KEWIRAUSAHAAN**

### **7.1 Konsep Entrepreneurship**

Entrepreneurship merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh seseorang untuk membuka sebuah usaha baik produk maupun jasa yang membutuhkan suatu keahlian dan motivasi yang tinggi. Dalam kehidupan sehari-hari sering dijumpai berbagai aktivitas yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dalam mengeluarkan uangnya untuk melakukan kegiatan pembelian baik barang maupun jasa dan ini menjadi salah satu kondisi keseharian yang sering kita jumpai dan kita rasakan sendiri. Dari kegiatan tersebut bisa mendorong seseorang atau diri kita untuk berperan sebagai pencipta, pencipta di sini maksudnya kita sebagai pembuat suatu produk yang diinginkan. Produk yang dibuat harus sesuai dengan selera konsumen. Hal demikian menjadi motivasi atau sesuatu yang mendorong seseorang untuk membuat suatu usaha, maka dari hal itu seseorang individu ataupun suatu kelompok di dunia sekarang ini berbondong-bondong mengubah pola pikir untuk

melakukan kegiatan wirausaha atau yang dikenal dengan entrepreneurship. Istilah ini merupakan kata lain dari suatu aktivitas yang mendorong seseorang untuk berwirausaha walaupun banyak hambatan-hambatan yang terjadi dalam mencapai kegiatan ini.

Di dunia digitalisasi sekarang sudah dituntut untuk memiliki dan mengubah diri untuk menjadi lebih baik khususnya keinginan untuk berwirausaha. Paradigma wirausaha pada masa sekarang bahwa apapun profesi seseorang pasti tetap menginginkan dirinya untuk melakukan kegiatan entrepreneurship. Hal ini berbeda dengan paradigma dahulu bahwa entrepreneurship atau wirausaha lahir karena bakat dan keturunan namun seiring berlalunya waktu dan masa menyebabkan konsep tersebut berubah dalam hal penggunaannya, maksudnya di sini bahwa siapapun bisa berwirausaha asalkan memiliki niat atau dorongan atau motivasi yang kuat untuk melakukan kegiatan tersebut dan berani mengambil resiko-resiko yang terjadi. Entrepreneurship ini merupakan kegiatan yang sangat istimewa yang sebenarnya dilakukan oleh kelompok masyarakat ataupun individu dalam membiayai hidup mereka sendiri dan tidak terikat dengan waktu ketika mereka bekerja namun prinsip

berwirausaha harus juga memiliki jiwa kedisiplinan walaupun tidak terikat dengan lembaga.

Secara sederhana arti wirausaha atau entrepreneur adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko yang terjadi untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Berjiwa berani mengambil risiko artinya bermental mandiri dan berani memulai usaha tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti. Kegiatan wirausaha dapat dilakukan seorang diri atau berkelompok. Seorang wirausaha dalam pikirannya selalu berusaha mencari dan memanfaatkan serta menciptakan peluang usaha yang dapat memberikan nilai profit bagi mereka terjadinya resiko itu merupakan hal yang biasa bagi seorang pengusaha yang sudah benar-benar tertantang hidupnya untuk mewujudkan cita-citanya dalam mendapatkan peluang besar dengan melakukan suatu usaha dengan penuh keberanian dan penuh perhitungan dan ini yang memunculkan bahwa seorang wirausaha sudah pasti memiliki jiwa keberanian dan jiwa pantang menyerah dalam berwirausaha, namun kadang-kadang wirausaha atau usaha yang dijalankan oleh seorang wirausaha selalu mengalami gelombang pasang surut misalnya muncul resiko kerugian dan

terjadi bencana atau masalah-masalah besar yang berkaitan dengan usahanya.

Adanya jiwa wirausaha mendorong minat seseorang untuk mengelola usaha secara professional misalnya dalam menyeleksi suatu usaha para entrepreneur selalu memperhatikan hal-hal yang penuh pertimbangan yang berkaitan dengan minat, modal, kemampuan dan pengalaman sebelumnya. Biasanya entrepreneur muda atau yang baru menjadi seorang wirausaha belum memiliki pengalaman yang begitu berarti namun jika tidak diawali sekarang maka tidak akan bisa mewujudkan seseorang menjadi entrepreneur yang sukses sehingga dikatakan bahwa jiwa wirausaha yang berani dan Tangguh itu adalah syarat utama. Kemudian menurut para ahli yaitu Zimerer mengartikan bahwa kewirausahaan sebagai proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan. Dari pernyataan tersebut bahwa kewirausahaan itu merupakan suatu aktivitas yang dilakukan seseorang yang memiliki kemampuan dan keberanian untuk mendorong dalam melakukan kegiatan usaha yang di dalamnya dipenuhi dengan inovasi dan peluang yang akan memberikan kontribusi kepada masyarakat, jadi seorang entrepreneur harus

memiliki jiwa kreatif dan inovatif untuk menciptakan ide-ide baru yang memunculkan peluang bagi mereka untuk berkreasi.

Kemudian jenis usaha yang dilakukan oleh seorang entrepreneur dapat bersifat komersial dan sosial maupun kedua-duanya komersial artinya usaha yang dijalankan diarahkan semata mata untuk mendapatkan keuntungan, sementara yang bersifat sosial lebih menekankan kepada pelayanan masyarakat namun dalam praktiknya jarang sekali kita jumpai bahwa kegiatan entrepreneur itu lebih dominan ke sosial namun sebaliknya, karena seorang entrepreneur untuk terjun menjadi seorang wirausaha pasti tujuan mereka lebih dominan untuk mencari keuntungan atau bersifat komersial. Dan juga para entrepreneur ini pastinya sudah mengusahakan diri mereka untuk memenuhi persyaratan dalam menjalankan usahanya seperti modal, kemampuan, kreativitas, inovatif, tempat usaha, dan etika dalam berwirausaha.

Kegiatan wirausaha yang dilakukan oleh seorang entrepreneur harus memiliki etika dalam berwirausaha. Etika merupakan norma atau aturan-aturan yang berlaku di masyarakat terutama masyarakat pebisnis. Etika dibuat supaya pengusaha tidak melanggar aturan yang telah ditetapkan dan dijalankan agar memperoleh

perhatian dari berbagai pihak karena etika itu merupakan modal utama seorang pengusaha agar bisa bertahan lama dalam dunia bisnisnya. Contohnya ada pengusaha kuliner makanan. Di awal berdirinya usaha makanan tersebut begitu enak rasanya sehingga banyak meraih pelanggan untuk membeli produk kulinernya, namun seiring berjalannya waktu terkadang seorang pengusaha sering melanggar aturan seperti pada produk kuliner biasanya bahan bahan yang diperlukan sangat lengkap untuk menghasilkan suatu makanan namun untuk mengurangi biaya yang dikeluarkan akhirnya mengurangi bumbu-bumbu yang sudah tertakar sehingga menyebabkan pelanggan akan lari dan tidak ingin lagi membeli produk makanan yang dijual dan itu bisa membuat seorang pengusaha tidak bisa bertahan lama untuk melaksanakan usahanya tersebut jadi etika itu sangat penting dalam mempertahankan usaha.

## **7.2 Etika Berwirausaha**

Menurut Kasmir (2014) konsep etika berwirausaha perlu ada ketentuan yang mengaturnya. Adapun ketentuan yang diatur dalam etika berwirausaha secara umum adalah sebagai berikut:



1. Sikap dan perilaku seorang pengusaha harus mengikuti norma yang berlaku dalam suatu negara atau Masyarakat.
2. Penampilan yang ditunjukkan seorang pengusaha harus selalu bersih, rapi, dan sopan terutama dalam menghadapi situasi atau kegiatan tertentu.
3. Cara berpakaian pengusaha harus sopan dan sesuai dengan tempat dan waktu yang berlaku.
4. Cara bicara seorang pengusaha juga mencerminkan usahanya, sopan penuh tata krama tidak menyinggung atau mencela orang lain.
5. Gerak-gerik seorang pengusaha juga dapat menyenangkan orang lain, hindarkan gerak-gerik yang dapat mencurigakan.

Kemudian etika atau norma yang harus ada dalam benak dan jiwa setiap pengusaha yaitu sebagai berikut

1. Kejujuran

Seseorang pengusaha harus selalu bersikap jujur baik dalam bicara maupun bertindak jujur, sangat perlu agar berbagai pihak percaya terhadap apa yang akan dilakukan tanpa

kejujuran usaha tidak akan maju dan tidak dipercaya konsumen atau mitra kerjanya.

2. Bertanggung jawab

Pengusaha harus bertanggung jawab terhadap segala kegiatan yang dilakukan dalam bidangnya. Kewajiban terhadap berbagai pihak harus segera diselesaikan dan tanggung jawab tidak hanya terbatas pada kewajiban tetapi juga kepada seluruh karyawan, masyarakat dan pemerintah.

3. Menepati janji

Pengusaha dituntut untuk selalu menepati janji misalnya dalam hal pembayaran, pengiriman barang atau pengganti. Sekali seorang pengusaha ingkar janji hilanglah kepercayaan pihak lain terhadapnya jadi harus konsisten terhadap apa yang telah disepakati.

4. Disiplin

Pengusaha dituntut untuk selalu disiplin dalam berbagai kegiatan yang berkaitan dengan usahanya, misalnya dalam waktu pembayaran atau pelaporan kegiatan usaha.

5. Taat hukum

Pengusaha harus selalu patuh dan menaati hukum yang berlaku baik yang berkaitan

dengan masyarakat ataupun pemerintah. Pelanggaran terhadap hukum dan peraturan yang telah dibuat berakibat fatal di kemudian hari. Bahkan hal itu akan menjadi beban moral bagi pengusaha apabila tidak diselesaikan dengan segera.

6. Suka membantu

Pengusaha secara moral harus saling membantu berbagai pihak yang memerlukan bantuan. Sikap ringan tangan ini dapat ditunjukkan kepada masyarakat dalam berbagai cara. Pengusaha yang terkesan pelit akan dimusuhi oleh banyak orang.

7. Komitmen dan menghormati

Pengusaha harus komitmen dengan apa yang mereka jalankan dan menghargai komitmen dengan pihak lain. Pengusaha yang menjunjung komitmen terhadap apa yang telah diucapkan atau disepakati akan dihargai oleh berbagai pihak.

8. Mengejar prestasi

Pengusaha yang sukses selalu berusaha menjaga prestasi setinggi mungkin tujuannya agar perusahaan dapat terus bertahan dari waktu ke waktu prestasi yang berhasil dicapai

perlu ditingkatkan dan pengusaha juga harus tahan mental dan tidak putus asa terhadap berbagai kondisi dan situasi yang dihadapinya.

Dengan adanya kegiatan atau usaha yang dilakukan seseorang ataupun sekelompok wirausaha, maka akan menarik masyarakat untuk bekerja sebagai karyawan. Pada masa sekarang banyak usaha yang masuk dalam kelompok usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah banyak memiliki peluang menyerap tenaga kerja. Tenaga kerja yang bekerja atau yang masuk dalam kelompok usaha mikro kecil dan menengah biasanya mereka memanfaatkan bahan-bahan baku lokal yang dapat dikembangkan untuk dijadikan sebagai produk seperti pemanfaatan hasil-hasil pertanian. Yang menjadi bahan baku di dunia industri makanan banyak sekali yang muncul pada masa sekarang ini biasanya usaha-usaha kuliner itu merupakan usaha yang sangat diminati oleh seorang pengusaha karena kuliner ini merupakan bagian daripada kebutuhan pangan manusia atau masyarakat sehingga kebutuhan pangan ini tidak boleh putus maka perlu kreativitas dan inovasi dalam pengembangannya. Sebagai contoh Pada masa dahulu hasil pertanian seperti buah pisang yang dulu pada masa generasi sebelumnya itu hanya diolah

melalui proses perebusan atau penggorengan, namun di masa sekarang di dunia yang generasinya mengalami perubahan selalu melakukan inovasi dalam hasil pertanian tersebut seperti pemanfaatan buah pisang diolah menjadi keripik pisang baik asin atau manis serta atau kombinasi dari bahan baku yang lain dan sistem kemasan yang menarik serta pemasaran yang lebih terjangkau dan lebih modern. Kemudian dunia usaha kuliner itu selalu mengalami persaingan yang sangat ketat karena semua masyarakat atau kelompok wirausaha selalu termotivasi untuk melakukan usaha tersebut. Dikatakan bahwa kuliner itu merupakan salah satu kebutuhan pangan yang tidak bisa ditunda sepanjang hidup, sehingga membuat suatu kelompok masyarakat atau individu sebagai pebisnis tertarik untuk melakukan atau mendirikan usaha tersebut. Biasanya mereka ini tergabung dalam kelompok UMKM (Usaha mikro kecil dan menengah) menjadi suatu fenomena perekonomian tersendiri ketika terjadi kenaikan harga pangan dan bahan baku sehingga banyak usaha besar mengalami kesulitan dalam usahanya. Usaha mikro kecil dan menengah mampu mempertahankan usaha di tengah krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia pada masa lampau yaitu sekitar tahun 1997. Dewasa ini peranan sektor UMKM dalam

menyerap tenaga kerja sebagai contoh kota Jambi khususnya menunjukkan perkembangan yang cukup menggembirakan karena pada sektor inilah tenaga kerja banyak terserap dan merupakan jalan satu-satunya untuk mengurangi jumlah pengangguran dan tingkat kemiskinan, maka sektor usaha mikro kecil dan menengah menjadi andalan dalam meningkatkan penyerapan tenaga kerja salah satunya di kota Jambi (Syuhada, dkk 2014)

Usaha mikro pada tahun 1990-an dikenal dengan istilah industri kerajinan rumah tangga dan usaha kecil menengah dikenal dengan istilah industri kecil menengah kemudian mulai tahun 2000-an istilah tersebut berubah menjadi usaha mikro kecil dan menengah sehingga istilah tersebut sekarang lebih dikenal dengan UMKM. Usaha UMKM dapat meningkatkan penyerapan tenaga kerja, namun terkadang para kelompok UMKM sering mengalami kendala untuk mengembangkan usahanya yaitu kendala dalam hal modal seringkali mereka begitu kesulitan untuk memperoleh pinjaman modal terutama dari bank karena syarat untuk pemberian pinjaman dari suatu lembaga keuangan yaitu bank harus memenuhi 5 C sebagai syarat dalam memperoleh pinjaman uang

1. *Credibility*

Prinsip pertama menyoroti reputasi dan karakter peminjam termasuk kredibilitas integritas dan riwayat kredit pemberi pinjaman akan mencari rekam jejak pembayaran yang dapat dipercaya untuk membayar kembali pinjaman dengan tepat waktu.

2. *Capacity*

Prinsip ini mengacu pada kemampuan keuangan peminjam untuk membayar kembali pinjaman dengan mengevaluasi pendapatan arus kas dan kemampuan peminjam untuk memenuhi kewajiban pembayaran berdasarkan analisis rasio keuangan seperti mentalitas dan solvabilitas.

3. *Capital*

Prinsip yang terkait dengan aset atau kekayaan yang dimiliki oleh peminjam khususnya nasabah yang memiliki sebuah usaha pemberi pinjaman akan menilai berapa besar modal yang dimiliki karena dapat menjadi jaminan tambahan bagi pemberi pinjaman.

4. *Collateral*

*Collateral* atau jaminan berkaitan dengan agunan yang diberikan oleh peminjam sebagai jaminan atas pinjaman seperti properti kendaraan atau

aset lain yang memiliki nilai yang dapat dijamin sebagai perlindungan bagi pemberi pinjaman ketika meminjam gagal untuk membayar.

##### 5. *Condition of Economy*

Syarat ini berkaitan dengan kondisi ekonomi dan bisnis secara menyeluruh serta faktor lain yang mempengaruhi kemampuan peminjam untuk membayar kembali pinjaman sehingga pemberi pinjaman akan mengevaluasi faktor eksternal seperti situasi pasar yang dapat mempengaruhi resiko kredit.

Dengan menerapkan prinsip 5C maka lembaga keuangan dapat memutuskan mana yang lebih baik dalam memberikan pinjaman dengan risiko kredit dan memastikan keberlangsungan usaha serta keuangan peminjam atau lembaga keuangan itu sendiri. Jadi UMKM yang telah memiliki atau memenuhi dapat melakukan usahanya atau mengembangkan dengan usahanya agar dapat menyerap tenaga kerja dan memenuhi jumlah upah serta mempertahankan modal dan yang paling utama adalah usaha untuk mempertahankan hidup atau pemeliharaan hidup sehingga dapat meningkatkan penyerapan tenaga kerja dan membantu pemerintah dalam mengurangi angka



pengangguran dan kemiskinan yang berkepanjangan (Syuhada, dkk 2014). Kemudian selaras dengan teori David Ricardo yang dikenal dengan teori upah wajar (alami) menerangkan upah menurut kodrat adalah upah yang cukup untuk pemeliharaan hidup pekerja dengan keluarganya. Di pasar akan terdapat upah menurut harga pasar adalah upaya yang terjadi di pasar dan ditentukan oleh permintaan dan penawaran. Upah harga pasar akan berubah di sekitar upah menurut kodrat. Oleh para ahli ekonomi modern upah kodrat dijadikan batas minimum dari upah kerja bagi tenaga kerja.

Kemudian untuk meningkatkan penyerapan tenaga kerja pada usaha mikro kecil dan menengah dapat dilakukan dengan peningkatan upah riil. Peningkatan upah ini dilakukan dengan memberikan insentif atau bonus kepada tenaga kerja apabila pengusaha mikro memperoleh bantuan modal dari pemerintah juga dapat meningkatkan nilai produksi. Selain itu untuk meningkatkan jumlah pembentukan modal pada usaha mikro kecil dan menengah pihak bank seharusnya lebih memprioritaskan untuk memberikan pinjaman kepada pengusaha mikro sehingga dapat mengembangkan usahanya dengan mudah selain bersumber pada modal sendiri dan juga bersumber dari luar seperti bank

pemerintah yang membantu usaha tersebut dalam memperoleh pinjaman dengan syarat tertentu tetapi harus terlebih dahulu memberikan pengetahuan tentang pembukuan yang sederhana sehingga modal yang disalurkan benar-benar dimanfaatkan untuk usaha.

Adapun pentingnya memiliki pengetahuan untuk pengajuan pinjaman dana. Cara mengajukan pinjaman untuk melakukan kegiatan usaha mulai dari berdiri sampai dengan berjalan dibutuhkan sejumlah dana. Kebutuhan dana dapat diperoleh dari modal sendiri atau modal pinjaman berbagai lembaga keuangan yang dapat dijadikan tempat untuk meminjam modal antara lain dunia perbankan dan lembaga keuangan non bank seperti leasing dan pegadaian atau asuransi pemberian pinjaman. Pinjaman yang dilakukan oleh bank kepada masyarakat diartikan sebagai penyaluran dana ke masyarakat, pinjaman bank ini lebih dikenal dengan nama kredit bagi bank konvensional dan pembiayaan bagi bank syariah. Pinjaman atau kredit yang diberikan oleh bank terdiri dari beberapa jenis tergantung dari jenis usaha yang dibiayai oleh nasabah. Jumlah kredit dari tingkat suku bunga yang diberikan oleh bank juga tergantung dari kemampuan bank penyalurnya dan kelayakan usaha nasabah. Dalam setiap pemberian

kredit atau biaya yang disalurkan diperlukan hal-hal sebagai berikut (Kasmir, 2006)

1. Kepercayaan

Bank harus yakin dan percaya bahwa nasabah pasti akan mengembalikan kredit yang diberikan.

2. Jangka waktu

Setiap periode yang diberikan memiliki jangka waktu tertentu tergantung kesepakatan bank dan nasabah.

3. Kesepakatan

Sebelum kredit dikucurkan, bank sebagai kreditor terlebih dahulu membuat perjanjian dengan nasabah yang dituangkan dalam akad kredit. Isi perjanjian memuat hak dan kewajiban masing-masing pihak yang harus ditaati Bersama.

4. Resiko

Kredit yang disalurkan memiliki resiko untuk tidak terbayar pada saatnya. Tingkat resiko dapat dipengaruhi oleh dua hal. Pertama faktor kesengajaan yaitu nasabah sengaja tidak mau membayar kredit yang dibiayai karena berbagai sebab. Kedua faktor tidak sengaja nasabah memiliki kemauan untuk membayar tapi tidak

memiliki kemampuan misalnya karena kredit yang dibiayai mengalami musibah.

#### 5. Balas jasa

Nasabah berkewajiban untuk membayar jasa atas penggunaan dana yang diberikan oleh bank. Nasabah penerima dana akan dikenakan bunga sebagai jasa pinjaman kredit yang diberikan dan biaya lainnya. Penerima kredit akan dikenakan bunga kredit yang besarnya tergantung dari bank yang menyalurkannya. Besar kecilnya bunga kredit sangat mempengaruhi keuntungan bank, mengingat keuntungan utama bank adalah dari selisih bunga kredit dengan bunga simpanan. Bagi bank syariah balas jasa diberikan dalam bentuk bagi hasil (*profit sharing*).

Kemudian seorang entrepreneur perlu memahami tentang jenis-jenis pinjaman. Pinjaman untuk perusahaan dari dunia perbankan terdiri dari beragam bentuk. Bank menciptakan jenis pinjaman sesuai dengan kebutuhan nasabah masing-masing. Pinjaman memiliki kelebihan dan persyaratan tersendiri. Secara umum jenis-jenis kredit atau pinjaman ditawarkan adalah sebagai berikut:

1. Kredit investasi merupakan kredit yang diberikan kepada pengusaha yang melakukan investasi atau penanaman modal, biasanya kredit ini memiliki jangka waktu relatif panjang di atas satu tahun contoh jenis kredit untuk membeli tanah membangun pabrik atau membeli peralatan pabrik.
2. Kredit modal kerja merupakan kredit yang digunakan sebagai modal usaha biasanya kredit Jenis ini berjangka waktu pendek yang tidak lebih dari satu tahun contoh kredit membeli bahan baku, membayar gaji karyawan.
3. Kredit perdagangan merupakan kredit yang diberikan kepada para pedagang dalam rangka memperlancar dan memperluas kegiatan perdagangannya contoh membeli barang dagangan yang diberikan kepada *supplier*.
4. Kredit produktif merupakan kredit yang berupa investasi modal kerja dan Perdagangan diberikan untuk diusahakan kembali sehingga penggunaan kredit diharapkan berasal dari hasil usaha yang dibiayai
5. Kredit konsumtif merupakan teknik yang digunakan untuk keperluan pribadi misalnya kebutuhan konsumsi pangan sandang maupun

papan contoh jenis kredit ini adalah kredit perumahan, kredit kendaraan bermotor yang semuanya dipakai sendiri.

#### 6. Kredit profesi

Kredit profesi merupakan kredit yang diberikan kepada kalangan profesional seperti dosen dokter atau pengacara. Jika dalam bank konvensional istilah pinjaman sering disebut dengan kata kredit dalam bank syariah pinjaman disebut pembiayaan artinya bank syariah akan membayar usaha yang sama dengan modal pembiayaan bank syariah.

### **7.3 Ciri-ciri Wirausahawan yang Berhasil**

Berwirausaha tidak selalu memberikan hasil yang sesuai dengan harapan dan keinginan pengusaha. Tidak sedikit pengusaha yang mengalami kerugian dan akhirnya bangkrut namun banyak juga wirausaha yang berhasil untuk beberapa generasi bahkan banyak pengusaha yang semula hidup sederhana menjadi sukses dengan keturunannya. Keberhasilan atas usaha yang dijalankan memang merupakan harapan pengusaha. Berikut beberapa ciri wirausahawan yang dikatakan berhasil menurut menurut Kasmir (2014) adalah sebagai berikut:

1. Memiliki visi dan tujuan yang jelas, hal ini berfungsi untuk menunjukkan arah dan tujuan yang dilakukan oleh pengusaha tersebut.
2. Inisiatif dan selalu proaktif, hal ini menjadi ciri khas dan paling utama di mana pengusaha tidak hanya menunggu sesuatu terjadi, namun mencari peluang sebagai pelopor atau penemu ide baru dalam suatu kegiatan.
3. Berorientasi pada prestasi, pengusaha yang sukses selalu mengejar prestasi yang lebih baik daripada prestasi sebelumnya. Pengusaha yang sukses sangat mementingkan mutu produk pelayanan yang berkualitas serta kepuasan pelanggan. Setiap waktu segala kegiatan selalu dikontrol agar lebih baik dari sebelumnya.
4. Berani mengambil resiko, hal ini merupakan sifat yang harus dimiliki seorang pengusaha kapanpun dan dimanapun baik dalam bentuk uang maupun waktu.
5. Kerja keras. Jam kerja pengusaha tidak terbatas pada waktu di mana ada peluang di situ ia datang. Kadang-kadang seorang pengusaha sulit mengatur waktu kerjanya. Pengusaha selalu memikirkan kemajuan sebuah usaha.

6. Bertanggung jawab terhadap segala aktivitas yang dijalankan baik sekarang maupun yang akan datang. Tanggung jawab seorang pengusaha tidak hanya pada material tetapi juga moral kepada berbagai pihak
7. Komitmen pada berbagai pihak merupakan ciri yang harus dipegang teguh dan harus ditepati. Komitmen untuk melakukan sesuatu memang merupakan kewajiban untuk segera ditepati dan direalisasikan.
8. Mengembangkan dan memelihara hubungan baik dengan berbagai pihak baik yang berhubungan langsung dengan usaha yang dijalankan maupun tidak. Hubungan baik yang perlu dijalankan antara lain pada para pelangga, pemerintah, pemasok serta masyarakat luas.

#### **7.4 Mengelola Sumber Daya Manusia**

Salah satu aspek yang tidak kalah penting untuk dikelola para wirausahawan adalah sumber daya manusia yang dimilikinya. Manusia atau karyawan yang menjadi motor penggerak kegiatan usaha perlu dikelola secara profesional. Pengelolaan sumber daya manusia dikenal dengan manajemen sumber daya manusia. Pengelolaan manusia sebagai aset yang paling penting



bagi perusahaan dimulai dari penentuan jabatan yang dibutuhkan perusahaan atau seberapa banyak jabatan yang diperlukan. Kemudian penentuan tugas wewenang dan tanggung jawab masing-masing jabatan, oleh karena itu perusahaan juga harus menentukan persyaratan jabatan. Kegiatan ini dikenal dengan analisis jabatan, setelah analisis jabatan ditetapkan maka Perusahaan merencanakan jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan perusahaan atau seberapa banyak jabatan yang diperlukan yang dibutuhkan sesuai dengan analisis jabatan agar perusahaan tidak mengalami kekurangan atau kelebihan karyawan.

Selanjutnya perencanaan tenaga kerja yaitu melakukan pengadaan tenaga kerja pengadaan meliputi rekrutmen dan seleksi rekrutmen disesuaikan dengan kebutuhan persyaratan yang diinginkan agar tenaga kerja yang terjadi sesuai dengan keinginan dan informasi yang diberikan perlu dijelaskan persyaratannya seperti umur, jenis kelamin, pendidikan, pengalaman kerja atau syarat lainnya. Karyawan yang telah lolos seleksi berminat akan mengajukan lamaran sesuai dengan waktu yang dibutuhkan biasanya lebih banyak jumlah yang melamar dari pada lowongan kerja yang dibutuhkan dan harus sesuai dengan kriteria persyaratan.

Pemilihan ini dimulai dari seleksi surat lamaran, tes, wawancara, psikotes sampai tes kesehatan sesuai dengan persyaratan selalu ditentukan perusahaan. Karyawan yang sudah lolos seleksi dibagi dua pertama mereka langsung karena pengalaman kerja sebelumnya. Kedua mereka belum memiliki pengalaman kerja perlu diberikan pelatihan, selama mengikuti pelatihan keahlian meningkat sehingga siap untuk dipekerjakan. Kemudian perusahaan selanjutnya dapat menentukan kompensasi yang akan diterima karyawan. Kompensasi ditentukan oleh berbagai faktor seperti pendidikan, jabatan, wewenang, tanggung jawab serta faktor lain atau jenis kompensasi yang diberikan dalam bentuk keuangan atau non keuangan setelah mulai bekerja karyawan sudah dapat merencanakan karirnya sampai berhenti bekerja.

Perusahaan harus membuat berbagai kebijakan yang berhubungan dengan pemutusan hubungan kerja. Pemutusan hubungan kerja dilakukan dengan berbagai pertimbangan seperti sudah memasuki usia pensiun dan diberhentikan, diberhentikan karena lalai atau membuat kesalahan atau berhenti atas permintaan sendiri. Masing-masing kegiatan pengelolaan sumber daya manusia tidak dapat berjalan sendiri ,tapi harus dilaksanakan secara berkesinambungan. Apabila suatu

kegiatan tidak dijalankan dengan baik maka tujuan pengelolaan sumber daya manusia tidak tercapai sehingga perlu fungsi manajemen sumber daya manusia seperti perencanaan, organisasi, dan pelaksanaan ,dan pengawasan terhadap sumber daya manusia secara benar. Fungsi-fungsi dalam manajemen sumber daya manusia yang perlu dianalisis untuk kesiapan perusahaan berkaitan dengan pengadaan penempatan pada jabatan tertentu sampai penentuan kesejahteraan karyawan. Manajemen sumber daya manusia merupakan konsep yang berkaitan dengan kebijaksanaan prosedur dan praktek bagaimana mengelola dan mengatur orang dalam perusahaan untuk mencapai tujuan telah ditetapkan adapun kegiatan manajemen tersebut dijabarkan dalam fungsi manajerial yaitu:

#### Analisis jabatan

1. Perencanaan tenaga kerja
2. Pengadaan karyawan
3. Pelatihan dan pengembangan
4. Kebijakan kompensasi,
5. Perencanaan karir
6. Kebijakan kesejahteraan
7. Pemutusan hubungan kerja.

## **BAB VIII**

# **KOMPETENSI INTI DAN STRATEGI BERSAING**

Kompetensi inti merupakan kemampuan unik yang dimiliki oleh suatu organisasi, yang membedakannya dari pesaing dan memberikan nilai tambah bagi pelanggan. Dalam era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, organisasi dituntut untuk mengidentifikasi dan mengembangkan kompetensi intinya guna mencapai keunggulan kompetitif. Dengan memahami kompetensi inti, organisasi dapat merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan kinerja dan efisiensi operasional, serta menciptakan produk atau layanan yang lebih inovatif.

Strategi bersaing adalah rencana yang dirancang oleh organisasi untuk memperoleh keunggulan dalam pasar. Strategi ini dapat berupa diferensiasi produk, pengurangan biaya, atau fokus pada segmen pasar tertentu. Dalam konteks ini, kompetensi inti berperan penting sebagai dasar bagi strategi bersaing. Organisasi yang mampu memanfaatkan kompetensi intinya dengan efektif tidak hanya dapat menciptakan produk yang lebih baik tetapi juga dapat membangun hubungan yang

lebih kuat dengan pelanggan dan pemangku kepentingan lainnya.

Pentingnya pengintegrasian kompetensi inti dengan strategi bersaing menjadi semakin relevan di tengah perubahan teknologi dan dinamika pasar. Organisasi yang mampu beradaptasi dan berinovasi melalui kompetensi intinya akan lebih siap untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di pasar. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara kompetensi inti dan strategi bersaing, serta implikasinya bagi praktik manajerial di berbagai sektor industri.

### **8.1 Definisi dan Karakteristik Kompetensi Inti**

Definisi Kompetensi Inti (*Core Competence*) mengacu pada kemampuan khusus dan unik yang dimiliki oleh suatu organisasi atau perusahaan yang memberikannya keunggulan kompetitif berkelanjutan. Kompetensi inti merupakan kombinasi dari pengetahuan, keterampilan, dan teknologi yang memungkinkan perusahaan menawarkan nilai tambah kepada pelanggan yang tidak dapat dengan mudah ditiru oleh pesaing. Konsep ini sangat penting dalam manajemen strategis, karena membantu perusahaan untuk memfokuskan sumber daya mereka pada

kemampuan yang memberikan keuntungan jangka panjang.

Kompetensi inti tidak hanya terkait dengan produk atau layanan spesifik, tetapi lebih pada proses dan keahlian organisasi dalam menciptakan inovasi atau efisiensi operasional yang berkelanjutan. Dengan demikian, kompetensi inti sering kali menjadi landasan untuk strategi pertumbuhan dan diferensiasi produk.

Definisi Menurut Para Ahli

1. C.K. Prahalad dan Gary Hamel (1990): Kompetensi inti adalah kumpulan keterampilan dan teknologi yang memungkinkan perusahaan menciptakan nilai yang unik di pasar. Mereka menggambarkan kompetensi inti sebagai keterampilan yang memberikan akses potensial ke berbagai pasar, memberikan kontribusi signifikan terhadap manfaat pelanggan, dan sulit ditiru oleh pesaing.
2. David A. Aaker (2001): Kompetensi inti adalah keahlian perusahaan yang membuatnya kompetitif dan terampil dalam satu atau lebih area penting. Kompetensi inti terdiri dari pengetahuan dan keterampilan yang penting bagi perusahaan untuk mencapai keberhasilan jangka panjang.

3. Richard Lynch (2006): Kompetensi inti adalah kemampuan atau keahlian khusus yang diintegrasikan ke dalam proses organisasi, memberikan keunggulan dibandingkan pesaing, dan mendukung strategi bisnis untuk menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif.

## **8.2 Strategi Bersaing**

Strategi bersaing adalah rencana atau pendekatan yang diambil oleh sebuah organisasi untuk mencapai keunggulan kompetitif di pasar. Strategi ini bertujuan untuk membedakan produk atau layanan dari pesaing dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik. Michael Porter, seorang pakar strategi bisnis, mengidentifikasi tiga jenis strategi bersaing yang umum digunakan oleh perusahaan: kepemimpinan biaya, diferensiasi, dan fokus.

1. **Kepemimpinan Biaya**

Kepemimpinan biaya adalah strategi di mana perusahaan berusaha menjadi produsen dengan biaya terendah di industri. Dengan mengurangi biaya produksi, perusahaan dapat menawarkan harga yang lebih rendah kepada konsumen, yang dapat menarik lebih banyak pelanggan.

Strategi ini biasanya diterapkan oleh perusahaan besar yang memiliki skala ekonomi yang signifikan dan efisiensi operasional yang tinggi. Contoh perusahaan yang berhasil menerapkan strategi ini adalah Walmart, yang dikenal dengan harga rendahnya.

Karakteristik:

- a. Produksi massal untuk mengurangi biaya per unit.
- b. Efisiensi operasional dan pengurangan biaya overhead.
- c. Penggunaan teknologi untuk meningkatkan produktivitas.

## 2. Diferensiasi

Strategi diferensiasi bertujuan untuk menciptakan produk atau layanan yang unik dan berbeda dari yang ditawarkan oleh pesaing. Perusahaan yang menerapkan strategi ini berfokus pada peningkatan kualitas, fitur, desain, atau pelayanan pelanggan untuk menarik segmen pasar tertentu. Dengan demikian, mereka dapat mengenakan harga premium atas produk atau layanan mereka. Contoh perusahaan yang menerapkan strategi



diferensiasi adalah Apple, yang dikenal dengan produk inovatif dan desain yang menarik.

Karakteristik:

- a. Investasi dalam riset dan pengembangan untuk inovasi produk.
- b. Fokus pada kualitas dan layanan pelanggan.
- c. Menciptakan citra merek yang kuat.

### 3. Fokus

Strategi fokus mengacu pada upaya untuk menargetkan segmen pasar tertentu, baik melalui kepemimpinan biaya maupun diferensiasi. Perusahaan yang menerapkan strategi ini berusaha memenuhi kebutuhan spesifik kelompok pelanggan tertentu dengan lebih baik daripada pesaing yang lebih besar. Dengan fokus pada niche pasar, perusahaan dapat membangun loyalitas pelanggan yang tinggi. Contoh strategi fokus dapat dilihat pada perusahaan seperti Rolls-Royce, yang menawarkan mobil mewah untuk segmen pasar premium.

Karakteristik:

- a. Pemahaman mendalam tentang kebutuhan dan preferensi segmen pasar yang ditargetkan.
  - b. Penyesuaian produk dan layanan untuk memenuhi harapan pelanggan dalam segmen tersebut.
  - c. Penggunaan saluran distribusi yang tepat untuk menjangkau pelanggan target.
4. Implementasi Strategi Bersaing
- Implementasi strategi bersaing memerlukan beberapa langkah penting:
- a. Analisis Pasar: Memahami kondisi pasar, pesaing, dan kebutuhan pelanggan untuk memilih strategi yang paling sesuai.
  - b. Penentuan Sumber Daya: Mengidentifikasi sumber daya yang dibutuhkan untuk mendukung strategi, termasuk keuangan, manusia, dan teknologi.
  - c. Pengembangan Rencana Aksi: Merencanakan langkah-langkah konkret yang perlu diambil untuk menerapkan strategi bersaing.
  - d. Evaluasi dan Penyesuaian: Secara berkala meninjau kinerja strategi dan melakukan

penyesuaian berdasarkan umpan balik pasar dan perubahan kondisi industri.

Strategi bersaing merupakan elemen krusial dalam mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Dengan memilih dan menerapkan strategi yang tepat, perusahaan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan, mengoptimalkan sumber daya, dan bertahan di pasar yang kompetitif. Keberhasilan strategi bersaing tergantung pada pemahaman yang mendalam tentang dinamika pasar dan kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan.

### **8.3 Hubungan antara Kompetensi Inti dan Strategi Bersaing**

Strategi bersaing adalah pendekatan yang diambil oleh perusahaan untuk membedakan dirinya dari pesaing dan memenuhi kebutuhan pelanggan secara lebih efektif. Tiga strategi utama yang dikembangkan oleh Michael Porter adalah kepemimpinan biaya, diferensiasi, dan fokus. Strategi ini memberikan kerangka kerja bagi perusahaan untuk menentukan bagaimana mereka akan berkompetisi di pasar.

1. Hubungan Antara Kompetensi Inti dan Strategi Bersaing

a. Fondasi Strategi Bersaing

Kompetensi inti sering kali menjadi dasar untuk pengembangan strategi bersaing. Perusahaan yang memiliki kompetensi inti yang kuat dapat memanfaatkan kemampuan tersebut untuk merumuskan strategi yang tepat. Misalnya, sebuah perusahaan yang memiliki kemampuan inovasi tinggi mungkin memilih strategi diferensiasi untuk menawarkan produk baru yang unik dan menarik di pasar.

b. Penciptaan Nilai

Kompetensi inti berkontribusi pada penciptaan nilai bagi pelanggan, yang merupakan tujuan utama dari strategi bersaing. Dengan mengandalkan kompetensi inti, perusahaan dapat meningkatkan kualitas produk, mengurangi biaya, atau menawarkan layanan yang lebih baik. Hal ini membantu perusahaan membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan dan meningkatkan loyalitas.

c. Keberlanjutan Kompetitif

Strategi bersaing yang efektif seringkali bergantung pada kemampuan perusahaan untuk mempertahankan dan mengembangkan kompetensi inti. Perusahaan harus secara terus-menerus berinvestasi dalam pengembangan sumber daya dan keterampilan untuk memastikan bahwa mereka tetap unggul dalam industri. Ketidakmampuan untuk menjaga kompetensi inti dapat menyebabkan hilangnya keunggulan kompetitif.

d. Diferensiasi dalam Pasar

Kompetensi inti memungkinkan perusahaan untuk menawarkan produk atau layanan yang berbeda dari pesaing. Dengan memanfaatkan kekuatan unik mereka, perusahaan dapat menciptakan proposisi nilai yang berbeda, yang penting untuk strategi diferensiasi. Misalnya, sebuah perusahaan teknologi yang memiliki kompetensi dalam pengembangan perangkat lunak canggih dapat menghasilkan produk yang tidak hanya

memenuhi tetapi juga melampaui ekspektasi pelanggan.

e. Respons terhadap Perubahan Pasar

Kompetensi inti yang kuat memungkinkan perusahaan untuk lebih responsif terhadap perubahan kondisi pasar. Perusahaan yang memiliki pemahaman mendalam tentang kemampuan dan kekuatan mereka dapat dengan cepat menyesuaikan strategi bersaing mereka untuk menghadapi tantangan baru. Misalnya, selama krisis ekonomi, perusahaan dengan kompetensi inti dalam inovasi produk mungkin dapat mengembangkan solusi baru yang relevan dengan kebutuhan pasar.

2. Contoh Hubungan Kompetensi Inti dan Strategi Bersaing

- a. Apple Inc.: Apple memiliki kompetensi inti dalam desain produk dan inovasi teknologi. Ini memungkinkan mereka untuk menerapkan strategi diferensiasi yang kuat dengan menawarkan produk-produk unik yang menarik bagi konsumen.

- b. Toyota: Kompetensi inti Toyota dalam manajemen produksi (sistem produksi *lean*) memungkinkan perusahaan untuk menerapkan strategi kepemimpinan biaya dengan menawarkan mobil berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif.
- c. Nike: Nike memiliki kompetensi dalam pemasaran dan desain produk yang kuat, yang memungkinkan mereka untuk menerapkan strategi diferensiasi dengan fokus pada inovasi dalam produk dan pengalaman pelanggan yang luar biasa.

Hubungan antara kompetensi inti dan strategi bersaing sangat penting untuk keberhasilan perusahaan. Kompetensi inti tidak hanya menyediakan fondasi bagi pengembangan strategi bersaing, tetapi juga membantu perusahaan menciptakan nilai, mempertahankan keunggulan kompetitif, dan beradaptasi dengan perubahan pasar. Oleh karena itu, perusahaan harus secara aktif mengidentifikasi, mengembangkan, dan memelihara kompetensi inti mereka agar dapat merumuskan strategi bersaing yang efektif dan berkelanjutan.

# **BAB IX**

## **ANALISIS BISNIS DAN STUDI KELAYAKAN USAHA**

### **9.1 Pengertian Analisis Bisnis**

Bisnis merupakan aktivitas ekonomi yang merefleksikan kebutuhan manusia dalam kehidupan sosial dan ekonomi. Bisnis lahir dari suatu kondisi saling membutuhkan antara individu yang memiliki barang atau jasa, sehingga aktivitas bisnis tidak terlepas dari aktivitas produksi, pembelian, penjualan, maupun pertukaran barang dan jasa yang melibatkan orang atau perusahaan. Aktivitas bisnis pada umumnya bertujuan untuk menghasilkan laba. Secara sederhana Griffin dan Ebert (1996) mendefinisikan bisnis sebagai suatu organisasi yang menyediakan barang atau jasa yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan.

Bisnis adalah lembaga yang memproduksi atau bisa dikatakan lembaga yang menghasilkan suatu bentuk barang maupun jasa yang mana barang atau jasa tersebut dibutuhkan oleh masyarakat umum, serta semua hal yang mencakup aspek usaha yang dilakukan oleh instansi pemerintahan ataupun swasta, dan ditujukan untuk suatu pencapaian tertentu seperti ingin



mengejar suatu keuntungan (laba) ataupun tidak. (Brown dan Pretello,1976). Dari Definisi Brown dan Pretello (1976), dapat diartikan bahwa tujuan bisnis untuk mengejar laba tidak selamanya dapat tercapai. Bisnis memiliki risiko, dan pelaku usaha harus siap dalam menghadapi segala konsekuensi bisnis.

Tidak semua aktivitas ekonomi adalah bisnis. Sebuah kegiatan dikategorikan sebagai aktivitas bisnis jika memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Merupakan aktivitas menghasilkan barang atau jasa yang dilakukan berulang-ulang dan berkesinambungan
2. Membutuhkan modal
3. Menghasilkan keuntungan
4. Menciptakan pasar demand dan supply
5. Memenuhi kebutuhan masyarakat
6. Tumbuh dan berkembang
7. Memiliki risiko yang harus mampu diantisipasi.

## **9.2 Jenis-jenis Analisis Bisnis**

Dalam melakukan analisis bisnis, ada beberapa pendekatan yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha untuk melakukan analisa bisnis sesuai dengan tujuan dan kebutuhannya. Jenis-jenis analisis bisnis tersebut adalah:

## 1. *Business Process Modeling* (BPM)

*Business Process Modeling* (BPM) adalah alat analisis yang sangat berguna untuk memetakan proses bisnis dari awal hingga akhir. Dengan BPM, Anda dapat mengidentifikasi kesenjangan antara bagaimana bisnis berjalan saat ini dan bagaimana seharusnya di masa depan. BPM membantu meningkatkan efisiensi dan mengurangi hambatan operasional.

## 2. Analisis SWOT

SWOT adalah salah satu metode analisis bisnis paling sederhana tetapi sangat efektif. Dengan melihat *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, dan *Threats*, Perusahaan dapat memahami apa yang mereka lakukan dengan baik dan apa yang perlu ditingkatkan. Empat elemen SWOT adalah:

- a. *Strengths*: Kualitas bisnis yang memberi keunggulan kompetitif. Misalnya, tim R&D yang kuat atau teknologi inovatif.
- b. *Weaknesses*: Area yang bisa memperlambat pertumbuhan atau efisiensi. Contohnya, kurangnya keahlian di bidang pemasaran digital.

- c. *Opportunities*: Peluang pasar yang bisa dimanfaatkan untuk tumbuh. Mungkin adanya tren baru atau regulasi yang menguntungkan.
  - d. *Threats*: Ancaman eksternal yang bisa membahayakan bisnis. Misalnya, masuknya pesaing baru atau perubahan kebijakan pemerintah.
3. Analisis MOST

MOST adalah alat analisis yang membantu Anda melihat seberapa baik tujuan dan strategi perusahaan Anda selaras dengan misi besar bisnis. MOST memungkinkan Anda menganalisis bagian internal dari organisasi untuk memastikan setiap tindakan mendukung tujuan besar. 4 (empat) elemen MOST:

- a. *Mission*: Apa tujuan utama perusahaan? Misalnya, “Menjadi penyedia layanan keuangan terdepan di Asia Tenggara.”
- b. *Objectives*: Apa tujuan-tujuan konkret yang akan membantu mencapai misi tersebut? Contoh: “Meningkatkan pangsa pasar sebesar 20% dalam dua tahun.”

- c. *Strategy*: Pilihan strategi untuk mencapai tujuan, seperti memperluas jangkauan pasar melalui digitalisasi.
- d. *Tactics*: Langkah-langkah spesifik yang akan diambil, seperti mengadakan kampanye digital dan mengembangkan aplikasi mobile yang lebih user-friendly.

#### 4. Analisis PESTLE

PESTLE adalah alat yang menganalisis faktor eksternal yang memengaruhi bisnis, seperti Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Hukum, dan Lingkungan. Dengan PESTLE, Anda dapat memahami dinamika luar yang memengaruhi bisnis Anda dan menyiapkan strategi untuk menghadapinya. Faktor-faktor dalam PESTLE adalah:

- a. *Political*: Kebijakan pemerintah, peraturan, subsidi, yang dapat mempengaruhi bisnis.
- b. *Economic*: Faktor-faktor ekonomi seperti suku bunga, inflasi, atau biaya tenaga kerja.
- c. *Social*: Tren sosial, budaya, dan demografi yang memengaruhi pasar konsumen.
- d. *Technological*: Perkembangan teknologi yang dapat mengubah cara bisnis beroperasi.

- e. **Legal:** Hukum dan peraturan yang harus dipatuhi oleh bisnis.
  - f. **Environmental:** Faktor lingkungan seperti isu perubahan iklim atau peraturan limbah.
5. Analisis CATWOE

CATWOE adalah metode yang digunakan untuk melihat dampak keputusan bisnis terhadap berbagai pemangku kepentingan yang terlibat. Analisis ini mengajak Anda untuk mempertimbangkan bagaimana perubahan yang diusulkan akan memengaruhi pelanggan, tim, dan lingkungan bisnis. 6 (enam) elemen CATWOE:

- a. *Customers:* Siapa yang menerima manfaat dari produk atau layanan Anda? Apakah perubahan ini akan meningkatkan kepuasan pelanggan?
- b. *Actors:* Siapa saja yang terlibat dalam proses? Bagaimana mereka terpengaruh oleh perubahan ini?
- c. *Transformation Process:* Apa perubahan inti yang ingin Anda buat pada sistem bisnis?
- d. *Worldview:* Bagaimana perubahan ini memengaruhi pandangan keseluruhan terhadap bisnis dan industri?

- e. *Owners*: Siapa pemilik sistem, dan bagaimana dampaknya pada mereka?
- f. *Environmental Constraints*: Apa batasan eksternal, seperti peraturan atau sumber daya, yang dapat memengaruhi rencana Anda?

### 9.3 Faktor-faktor Penting Dalam Analisis Bisnis

Keberlanjutan bisnis sangat bergantung pada banyak faktor. Pelaku bisnis atau enterpreneur harus memiliki kemampuan untuk menganalisis bisnisnya dengan baik. Faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam analisis bisnis adalah:

#### 1. Lingkungan Bisnis

Lingkungan bisnis merupakan suatu keadaan yang terjadi di sekitar bisnis secara keseluruhan, baik kondisi internal maupun eksternal perusahaan atau bisnis, yang dapat berpengaruh pada tumbuh kembangnya usaha tersebut. Bisnis yang dirancang tanpa memperhatikan kondisi internal maupun eksternal akan berdampak pada kelangsungan usaha itu. Perusahaan tidak akan mampu mengidentifikasi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), kesempatan

(*Opportunities*) maupun ancaman (*Threats*). Lingkungan organisasi menurut Wheleen dan Hunger (2000) dapat dibedakan atas lingkungan internal dan eksternal, meliputi:

a. Lingkungan Internal

Lingkungan internal merupakan berbagai faktor yang berada di bawah kendali perusahaan, meliputi:

- Perencanaan dan kebijakan
- Sumber daya manusia
- Manajemen tenaga kerja
- Hubungan antar karyawan
- Penawaran nilai
- Citra korporat dan merek
- Sumber daya pemasaran dan finansial
- Peralatan dan perlengkapan
- Ketergantungan sumber daya teknologi
- Struktur organisasi
- Operasional
- Kualitas dan struktur infrastruktur
- Perkiraan finansial.

b. Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal merupakan lingkungan yang mempengaruhi bisnis dari

luar perusahaan, terbagi atas hal – hal berikut ini.

a) Lingkungan Eksternal Mikro

Hal – hal yang mempengaruhi bisnis dari sisi lingkungan eksternal mikro antara lain sebagai berikut:

- Intensitas pesaing perusahaan yang sudah lebih dahulu ada
- Masuknya pesaing baru
- Munculnya barang substitusi
- Adanya daya tawar supplier
- Adanya daya tawar konsumen

b) Lingkungan Eksternal Makro

Hal – hal yang mempengaruhi bisnis dari sisi lingkungan eksternal makro, antara lain sebagai berikut:

- Faktor Ekonomi  
Kondisi pasar saham serta fluktuasi kurs valuta asing dan uku bunga, secara umum adalah beberapa faktor ekonomi yang mempengaruhi praktik manajemen dalam aktivitas bisnis. Terdapat hubungan timbal balik antara keadaan perekonomian dan aktivitas bisnis atau dunia



usaha. Kestabilan dan pertumbuhan ekonomi akan mendorong perkembangan dunia usaha, dan sebaliknya perkembangan dunia usaha akan mewujudkan kestabilan dan pertumbuhan ekonomi.

- Faktor Sosial dan Budaya

Para manajer perlu memperhatikan adanya perubahan sosial budaya masyarakat khususnya pola dan tren pasar yang dituju. Manajer perlu menyesuaikan strategi bisnis terutama pemasarannya dengan kondisi nilai-nilai sosial, kebiasaan, dan selera konsumen.

- Faktor Teknologi

Para manajer perlu memperhatikan adanya perubahan sosial budaya masyarakat khususnya pola dan tren pasar yang dituju. Manajer perlu menyesuaikan strategi bisnis terutama pemasarannya dengan kondisi nilai-nilai sosial, kebiasaan, dan selera konsumen.

- Faktor Politik, Hukum dan Keamanan  
Terdapat kestabilan politik dan kebijakan pemerintah yang sesuai dapat menciptakan suasana kondusif untuk mengembangkan aktivitas organisasi bisnis di berbagai bidang. Pertimbangan hukum juga perlu diperhatikan perusahaan, antara lain adanya peraturan pemerintah mengenai pembentukan dan pengawasan organisasi yang membatasi kebijakan manajerial, termasuk dalam hal pengelolaan sumber daya manusia.
- Faktor Alam, mencakup:  
Potensi bencana alam, dampak iklim terhadap bisnis, lokasi bahan baku, akses ke saluran air dan masalah kualitas udara.

#### **9.4 Etika Bisnis Dan Tanggungjawab Sosial**

Perkembangan bisnis masa kini sangat mengedepankan etika dan tanggungjawab sosial

perusahaan. Aktivitas bisnis yang tidak beretika, dan mengesampingkan tanggungjawab sosial perusahaan kepada stakeholder, akan mengalami berbagai permasalahan dan tekanan. Baik itu dari para pemegang saham, karyawan/buruh, pemerintah, konsumen, masyarakat, investor, kreditor, organisasi-organisasi kemasyarakatan, pemerhati lingkungan, serikat buruh, media dan pihak-pihak lain yang merasa dirugikan karena aktivitas bisnis perusahaan.

Etika bisnis adalah prinsip-prinsip moral dan nilai-nilai yang mengatur perilaku pelaku bisnis maupun interaksi perusahaan dengan berbagai pemangku kepentingan. Etika bisnis berkaitan erat dengan tanggungjawab sosial perusahaan, sebab etika bisnis meletakkan nilai dan landasan moral bagi pelaku usaha atau entrepreneur dalam pengambilan tindakan dan keputusan perusahaan, saling melengkapi dalam implementasi praktik bisnis yang bertanggung jawab, meningkatkan reputasi dan bisnis yang keberlanjutan.

Perusahaan perlu menerapkan etika bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR, sebab membangun reputasi dan kepercayaan yang baik, memenuhi tuntutan stakeholder, kepatuhan terhadap hukum dan peraturan, inovasi dan keunggulan bersaing, serta bisnis yang berkeberlanjutan

merupakan isu penting yang perlu diperhatikan oleh pelaku usaha jika ingin bisnisnya *survive*. Aktivitas bisnis yang tidak memperhatikan hal-hal tersebut akan sulit diterima oleh masyarakat maupun dalam dunia usaha di lingkup regional maupun global. Akan ada penolakan terhadap produk-produk yang tidak mematuhi etika dan tanggungjawab sosial di pasar nasional maupun internasional.

Pelaku usaha dalam melakukan analisis bisnis, tidak hanya memperhitungkan aspek keuangan saja, tetapi juga memperhitungkan dampak eksternalitas dari aktivitas bisnisnya yang berpengaruh terhadap aspek sosial dan lingkungan. Perusahaan harus terlibat dalam pengambilan tanggung jawab atas dampak sosial dan lingkungan, serta melibatkan diri dalam inisiatif yang memberikan manfaat bagi masyarakat seperti pelestarian lingkungan, dukungan kepada komunitas, atau pemberdayaan masyarakat dan lain-lain. Kontribusi positif pelaku usaha dalam memenuhi tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) merupakan implementasi bisnis yang beretika.

## **9.5 Pergeseran Paradigma Bisnis**

Bisnis di era Revolusi Industri 4.0 dan *Society 5.0* telah mengalami pergeseran paradigma. Hal ini ditandai

dengan adanya transformasi digital dalam semua aspek bisnis. Bisnis yang konvensional sangat terbatas dalam ketersediaan produk, layanan dan jangkauan layanan, mindset produsen maupun konsumen, saluran distribusi, penggunaan teknologi, dan biaya atau harga jual yang tidak ramah bagi produsen maupun konsumen. Namun dengan adanya bisnis yang telah bertransformasi secara digital, terciptalah berbagai kemudahan dalam sebuah proses bisnis internal.

Revolusi Industri 4.0 dan *Society 5.0* merupakan fenomena yang mengkolaborasikan teknologi Cyber dan teknologi otomatisasi. Konsep penerapannya berpusat pada otomatisasi. Revolusi Industri 4.0 yang dikenal juga dengan istilah “*Cyber physical system*”, dan *Society 5.0* bertujuan untuk menciptakan masyarakat yang lebih berkelanjutan dan inklusif dengan memanfaatkan teknologi canggih seperti kecerdasan buatan (AI), robotika, *Internet of Things* (IoT), big data, dan lainnya. Konsep ini menempatkan manusia sebagai pusat perhatian dan berusaha untuk mengatasi berbagai tantangan ekonomi, sosial dan lingkungan.

Pelaku usaha di era transformasi digital, harus bisa beradaptasi dengan teknologi, melakukan inovasi dan cerdas dalam menentukan strategi bisnis yang

kompetitif. Transformasi digital dalam dunia bisnis tidak dapat dielakkan. Saat ini, semua bisnis telah bertransformasi. Pelaku usaha melakukan lompatan-lompatan teknologi dalam menciptakan proses bisnis yang lebih efisien, produktif, cepat dan dengan budget yang rendah. Ada beberapa alasan yang membuat analisis bisnis sangat penting pada era transformasi digital, yaitu:

1. Meningkatkan customer experience

Dengan adanya berbagai pilihan yang tersedia, konsumen tentu dimanjakan dengan kebebasan memilih. Hari ini konsumen mungkin memilih produkmu, tetapi besok sangat mungkin produk kompetitor yang menjadi pilihan. Dalam rangka mempertahankan basis pelanggan, bisnis mulai menerapkan analisis bisnis. Misalnya, tim dari sebuah bisnis menganalisis interaksi konsumen di website serta kebiasaan pembeliannya. Berdasarkan data tersebut, bisnis bisa menemukan pola dan meningkatkan performa website ataupun performa aspek lainnya. Cara ini mampu meningkatkan customer experience menjadi lebih baik secara keseluruhan hingga konsumen akhirnya berubah menjadi pelanggan setia.

## 2. Membuat keputusan yang lebih baik

Mengembangkan bisnis tidak lepas dari pembuatan satu keputusan ke keputusan lainnya. Tidak jarang, operasional bisnis terganggu saat ada masalah dan kamu belum bisa memutuskan penyelesaian yang tepat. Hal ini pasti berpotensi menimbulkan opportunity cost, bahkan dapat mengakibatkan adanya kerugian. Untuk mencegah situasi tersebut, analisis bisnis membantu para pelaku usaha membuat keputusan yang tepat dengan menyediakan informasi sehingga dapat mengidentifikasi potensi risiko serta menghindari terjadinya kerugian. Contohnya, pelaku usaha akan melakukan outsource untuk beberapa proses bisnis. Saat memilih vendor untuk outsource, kamu perlu mengetahui vendor mana yang mendatangkan lebih banyak keuntungan. Melalui analisis bisnis, kamu dapat mengevaluasi vendor berdasarkan penilaian pelanggan, kecepatan pemenuhan pesanan, kualitas layanan, dan lain sebagainya. Intinya, keputusan yang kamu buat menjadi lebih efektif.

### 3. Meningkatkan efisiensi dalam berbagai aspek

Setiap tahun, bisnis menghabiskan cukup banyak biaya untuk orientasi karyawan baru ataupun pengurangan karyawan. Kabar baiknya, biaya tersebut bisa ditekan bila turnover menurun. Untuk mengurangi angka turnover, tim HRD bisa memanfaatkan alat analisis untuk mengetahui performa karyawan, menilai karyawan mana yang adaptif dengan kultur perusahaan, hingga mengetahui kepuasan karyawan dengan *role* yang dijalannya. Setelah mengetahui insight tersebut, kamu akan lebih mudah mengenali karyawan mana yang akan bertahan di dalam bisnis milikmu. Jadi, kamu dapat mengantisipasi sejak awal sehingga alokasi biaya perekrutan karyawan baru pun lebih efisien. Menariknya, analisis tersebut bukan hanya bisa kamu terapkan pada karyawan, melainkan pada berbagai aspek lainnya. Contohnya, kamu ingin mengevaluasi efisiensi penggunaan lemari pendingin di toko kelontong milikmu. Ternyata, dari data yang kamu analisis diketahui bahwa lemari pendingin diatur dengan suhu yang lebih rendah dari yang diperlukan. Akibatnya,



meningkatkan penggunaan daya listrik. Berdasarkan insight ini, kamu bisa mengatur suhu lemari pendingin ke suhu yang dibutuhkan untuk menghemat biaya listrik.

#### 4. Iklan menjadi lebih optimal

Bukan rahasia lagi, biaya iklan itu tinggi. Sebab itu, tim marketing harus mengerti cara mendapatkan return yang optimal dari investasi tersebut. Inilah alasan analisis bisnis banyak diterapkan sebelum menjalankan sebuah kampanye pemasaran. Sebelum membuat iklan secara online misalnya, semua halaman arahan, pop-up, sampai deskripsi produk dianalisis agar bisa memberikan hasil maksimal. Tidak hanya itu, tata letak produk di website pun dianalisis supaya mendatangkan konversi penjualan optimal.

#### 5. Keunggulan Bersaing

Analisis bisnis tidak hanya berlaku untuk mengevaluasi situasi internal sebuah usaha, tetapi juga bisa diterapkan untuk memahami kompetitor. Analisis jenis ini dikenal dengan analisis pesaing. Jika kamu ingin lebih unggul dari pesaing, setidaknya kamu perlu memahami langkah yang akan mereka ambil. Dengan

mengumpulkan data, lalu menganalisisnya, kamu bisa memahami secara spesifik strategi kompetitor. Kamu juga bisa membandingkan performa bisnis dengan pesaing. Selanjutnya, mengevaluasi langkah apa yang bisa dilakukan berbeda untuk bisa lebih menonjol di tengah ketatnya persaingan. Pergeseran paradigma bisnis akan terjadi sepanjang hidup manusia. Akan banyak hal-hal baru yang dapat dirancang untuk mempermudah proses bisnis internal. Setelah muncul revolusi industri 4.0 kini hadir industri 5.0. Industri 5.0 lahir di Jepang khususnya dari Dewan Pemerintah di bagian Sains, Teknologi, dan Inovasi. Revolusi industri ini dirumuskan sendiri oleh Shinzo Abe selaku Perdana Menteri Jepang di tahun 2022. Industri 5.0 menuntut perusahaan melakukan perubahan besar di berbagai bidang dan mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi, dan mampu menciptakan bisnis yang berkesinambungan.

## **9.6 Pengertian Dan Tujuan Studi Kelayakan Usaha**

Studi kelayakan bisnis menurut Kasmir dan Jakfar (2020) adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara

mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidaknya usaha dijalankan. Studi Kelayakan usaha merupakan suatu proses pembelajaran pelaku usaha dalam merencanakan hingga membangun sebuah bisnis yang bertujuan untuk memberi keuntungan baginya. Proses pembelajaran ini akan terus berlanjut selama bisnis ini dijalankan. Pelaku usaha akan terus beradaptasi dengan respons pasar dan perkembangan yang terjadi di masyarakat, inovasi dan transformasi digital. Ada lima tujuan dilakukannya studi kelayakan usaha menurut Kasmir dan Jakfar (2020), yaitu:

1. Menghindari Risiko Kerugian

Untuk menghindari risiko kerugian di masa yang akan datang, karena masa yang akan datang penuh dengan ketidakpastian. Studi kelayakan usaha ditujukan untuk meminimalkan risiko yang tidak kita inginkan, baik risiko yang dapat kita kendalikan maupun yang tidak dapat dikendalikan.

2. Memudahkan Perencanaan

Jika kita sudah dapat meramalkan apa yang akan terjadi di masa yang akan datang, maka akan mempermudah kita dalam melakukan perencanaan dan hal-hal apa saja yang perlu

direncanakan. Perencanaan merupakan berapa jumlah dana yang diperlukan, kapan usaha atau proyek akan dijalankan, di mana proyek akan dibangun, siapa-siapa yang akan melaksanakannya, bagaimana cara menjalankannya, berapa besar keuntungan yang akan diperoleh serta bagaimana mengawasinya jika terjadi penyimpangan. Yang jelas dalam perencanaan sudah terdapat jadwal pelaksanaan usaha, mulai dari usaha dijalankan sampai waktu tertentu.

### 3. Memudahkan Pelaksanaan Pekerjaan

Dengan adanya berbagai rencana yang sudah disusun akan sangat memudahkan pelaksanaan bisnis. Para pelaksana yang mengerjakan bisnis tersebut telah memiliki pedoman yang harus dikerjakan. Kemudian pengerjaan usaha dapat dilakukan sistematis, sehingga tepat sasaran dan sesuai dengan rencana yang sudah disusun. Rencana yang sudah disusun dijadikan acuan dalam mengerjakan setiap tahap yang sudah direncanakan.

### 4. Memudahkan Pengawasan

Dengan telah dilaksanakannya suatu usaha atau proyek sesuai dengan rencana yang sudah

disusun, maka akan memudahkan perusahaan untuk melakukan pengawasan terhadap jalannya usaha. Pengawasan ini perlu dilakukan agar pelaksanaan usaha tidak melenceng dari rencana yang telah disusun. Pelaksana pekerjaan bisa sungguh-sungguh melakukan pekerjaannya karena merasa ada yang mengawasi, sehingga pelaksanaan pekerjaan tidak terhambat oleh hal-hal yang tidak perlu.

#### 5. Memudahkan Pengendalian

Jika dalam pengawasan pekerjaan telah dilakukan pengawasan, maka apabila terjadi suatu penyimpangan akan mudah terdeteksi, sehingga akan dapat dilakukan pengendalian atas penyimpangan tersebut. Tujuan pengendalian adalah untuk mengembalikan pelaksanaan pekerjaan yang melenceng ke rel yang sesungguhnya, sehingga pada akhirnya tujuan perusahaan akan tercapai.

### **9.7 Aspek-Aspek Penting Dalam Studi Kelayakan Usaha**

Menurut Kasmir dan Jakfar (2020), agar sebuah usaha itu layak dan berkesinambungan maka ada beberapa aspek yang perlu diperhatikan yaitu:

### 1. Aspek hukum

Aspek hukum menyangkut semua hal yang berhubungan dengan peraturan pemerintah dan ketentuan hukum yang berlaku. Sebuah usaha sejak didirikan sudah harus memiliki asas legalitas dan dalam operasionalisasi bisnis, akan ada banyak peraturan pemerintah yang harus dipatuhi misalnya dalam hal perijinan usaha, perpajakan, Penanaman Modal, UU Lingkungan, UU Ketenagakerjaan, dll.

### 2. Aspek manajemen dan sumberdaya manusia

Aspek ini berkaitan dengan semua hal yang berhubungan dengan operasional perusahaan. Kelayakan sebuah usaha juga ditentukan oleh praktik manajemen bisnis yang baik dan beretika, serta pertumbuhan dan pembelajaran sumberdaya manusia yang efektif. Bisnis tidak dirancang hanya untuk mengejar keuntungan semata bagi pemilik modal tetapi keuntungan itu harus dirasakan juga oleh karyawan dan setiap orang yang terlibat dalam bisnis tersebut. Pemberdayaan sumberdaya manusia dalam proses pertumbuhan dan pembelajaran juga merupakan indikator kunci pengukuran kinerja perusahaan.

### 3. Aspek pasar dan pemasaran

Aspek pasar dan pemasaran akan sangat berhubungan dengan marketing mix dari produk tersebut. Sebuah bisnis yang layak adalah bisnis yang sangat memperhatikan bagaimana produk itu dihasilkan, kualitas produk, saluran distribusinya, memperhitungkan biaya produksi yang akan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan, promosi produknya harus lebih berinovasi mengikuti teknologi masa kini. Dalam studi tentang pasar dan pemasaran ini, pelaku usaha harus melakukan riset pasar untuk selalu memperhatikan trend permintaan pasar dan potensi pasar, yang mencakup jumlah konsumen, daya beli, segmen pasar dan persaingan di lini produk tersebut. Di era teknologi digital, aspek pasar dan pemasaran telah mengalami pergeseran paradigma. Pelaku usaha dapat menggunakan berbagai platform bisnis untuk memasarkan produknya. Banyak keuntungan yang dirasakan jika bisnis dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi masa kini.

#### 4. Aspek teknis dan teknologi

Aspek teknis dan teknologi sangat berhubungan dengan lokasi usaha, baik kantor pusat, cabang, pabrik, atau Gudang. Kemudian penentuan layout gedung, mesin, dan peralatan serta layout ruangan sampai kepada usaha perluasan selanjutnya. Penilaian mengenai lokasi meliputi berbagai pertimbangan, apakah harus dekat dengan pasar, dekat dengan bahan baku, dengan tenaga kerja, dengan pemerintahan, Lembaga keuangan, pelabuhan, atau pertimbangan lainnya. Kemudian mengenai penggunaan teknologi apakah padat karya atau padat modal. Penggunaan teknologi dalam suatu proses bisnis internal saat ini telah bertransformasi. Dengan penggunaan teknologi digital, berbagai permasalahan dalam aspek teknis dapat diatasi.

#### 5. Aspek risiko sosial dan ekonomi

Aspek risiko sosial dan ekonomi juga memegang peranan penting dalam kelayakan sebuah usaha. Harus disadari bahwa bisnis ini akan tumbuh dalam tatanan sosial dan ekonomi yang dinamis. Sehingga dalam melakukan studi kelayakan bisnis, harus diperhatikan apakah bisnis itu dapat diterima masyarakat, sesuai dengan adat



istiadat, dapat menjaga kelestarian lingkungan dan lain-lain. Diharapkan bahwa keberadaan usaha tersebut dapat memberi kontribusi positif bagi masyarakat sekitarnya, tanpa menabrak norma dan ketentuan yang berlaku dalam masyarakat. Untuk itu etika bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan sangat penting. Sebuah bisnis dibangun tidak hanya memperhatikan kepentingan shareholder tetapi juga kontribusi ekonomi kepada semua pemangku kepentingan, yaitu pemerintah, masyarakat maupun karyawan. Bisnis yang dibangun dengan mengabaikan semua hal tersebut akan menimbulkan konflik, baik dengan pemerintah karena tidakpatuhan terhadap aturan dan undang-undang yang berlaku, konflik dengan masyarakat yang terkena dampak, dan juga konflik dengan pekerja. Studi kelayakan usaha harus memperhitungkan semua dampak positif dan negatif dari sebuah bisnis.

#### 6. Aspek Keuangan

Aspek keuangan sangat penting dalam sebuah studi kelayakan bisnis. Bagaimana perusahaan atau sebuah usaha itu merencanakan bisnis

yang dapat memberi keuntungan bagi pemilik dan tentunya dengan memperhitungkan prospek usaha dimasa mendatang. Karena sebuah bisnis dibangun, dengan harapan akan lebih berkembang di masa yang akan datang dan bertahan dalam semua kondisi perekonomian yang dihadapi. Membuat bisnis yang tangguh, membutuhkan perencanaan keuangan yang matang. Secara spesifik, studi kelayakan usaha aspek keuangan adalah untuk menilai biaya-biaya apa saja yang akan dikeluarkan dan seberapa besar biaya-biaya yang akan dikeluarkan. Kemudian juga meneliti seberapa besar pendapatan yang akan diterima jika proyek jadi dijalankan. Penelitian ini meliputi seberapa lama investasi yang ditanamkan akan kembali. Kemudian dari mana saja sumber pembiayaan bisnis tersebut dan bagaimana tingkat suku bunga yang berlaku, sehingga apabila dihitung dengan formula penilaian investasi sangat menguntungkan. Metode penelitian yang akan digunakan nantinya dengan *Payback Period*, *Net Present Value*, *Internal Rate of Return*, *Profitability Index*,

*Break Event Point* serta dengan rasio-rasio keuangan lainnya.

## **9.8 Tahapan Melakukan Studi Kelayakan Bisnis**

Ada beberapa tahapan dalam pelaksanaan studi kelayakan bisnis Tahapan-tahapan tersebut adalah sebagai berikut:

### **1. Menemukan Ide Bisnis**

Produk yang dibuat haruslah berpotensi untuk laku dijual dan menguntungkan. Oleh karena itu, penelitian terhadap kebutuhan pasar dan jenis produk dari bisnis harus dilakukan. Perkembangan dunia usaha di era transformasi digital saat ini terjadi sangat pesat. Dimulai dari bisnis-bisnis pemula berupa Startup dan UMKM yang tumbuh marak, menunjukkan bahwa transformasi digital membuka wawasan yang lebih luas bagi pelaku usaha dalam menemukan ide bisnis. Transformasi digital menginspirasi banyak orang untuk memulai suatu usaha yang dapat membantu perekonomian rumah tangga, bahkan bagi bisnis-bisnis yang berskala besar dapat merasakan bahwa transformasi digital memberi ruang tanpa batas bagi sebuah ide

maupun inovasi untuk berkembang secara berkesinambungan.

## 2. Tahap Perencanaan

Dalam Tahap perencanaan ini, banyak hal yang harus dipersiapkan oleh pelaku usaha dalam menentukan bisnis yang layak untuk dilakukan, yaitu meliputi:

### a. Tahap Riset

Membangun bisnis sekecil apapun, dan sebesar apapun pasti membutuhkan adanya riset. Riset dimulai dengan mengumpulkan data, mengolah data berdasarkan teori-teori yang relevan, menganalisis dan menginterpretasikan hasil pengolahan data dengan alat analisis yang sesuai, menyimpulkan hasil sampai pada pekerjaan membuat laporan hasil penelitian tersebut. Riset terhadap sebuah bisnis yang layak itu penting sekali. Untuk dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, kesempatan dan ancaman bisnis yang akan dihadapinya. Tahapan penelitian ini dapat menggunakan berbagai metode analisis bisnis misalnya; Business Process Modeling

(BPM), analisis SWOT, analisis MOST, analisis PESTLE, analisis CATWOE.

b. Tahap Penentuan Pilihan Bisnis

Tahapan ini merupakan hasil riset yang dilakukan, kemudian ditindaklanjuti dengan menentukan pilihan bisnis yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan dan tujuan usaha pelaku bisnis itu sendiri. Dalam menentukan pilihan bisnis yang tepat, ada banyak aspek yang dipertimbangkan yaitu aspek legal, manajemen dan sumberdaya manusia, pasar dan pemasaran, teknis dan teknologi, resiko sosial dan ekonomi serta aspek keuangan. Pelaku usaha wajib mempertimbangkan keberadaan bisnis ini ditengah-tengah masyarakat, risiko yang dihadapi dan pola/trend teknologi masa kini. Bisnis yang layak adalah bisnis yang dapat tumbuh dan berkembang dalam semua situasi.

3. Tahap Pelaksanaan

Setelah semua tahap perencanaan diselesaikan, maka tahap berikutnya adalah merealisasikan usaha/bisnis tersebut. Pada tahap ini, pelaku

usaha akan mewujudkan semua impian bisnisnya. Namun harus terus beradaptasi dengan lingkungan bisnis dan teknologi masa kini. Pelaku usaha di era revolusi industri 4.0 dan society 5.0 dituntut untuk terus menerus belajar, menciptakan bisnis inovatif, selalu berpikir *out of the box* atau berbeda dari yang lain, dan mampu bersaing secara sehat. Membuat lompatan-lompatan teknologi dalam bisnisnya, agar dapat bertahan dan makin berkembang dalam laju transformasi digital yang terus bergerak dinamis.

#### 4. Tahap Evaluasi

Dalam tahap evaluasi ini pelaku usaha dapat melakukan penilaian kinerja bisnisnya, mencakup indikator keuangan, pelanggan, proses bisnis internal serta pertumbuhan dan pembelajaran semua sumberdaya manusia yang terlibat dalam bisnis tersebut. Evaluasi memberi gambaran apakah strategi bisnis sudah cukup efektif dan memberi kontribusi yang maksimal untuk menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Dan evaluasi ini harus dilakukan secara berkala di akhir periode. Dengan demikian performa bisnis dapat dikontrol dan

selalu ada dalam kendali dan bisa dioptimalkan. Pelaku usaha maupun manajemen dapat mengambil keputusan-keputusan jangka pendek maupun jangka panjang yang tepat.

# **BAB X**

## **ETIKA BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN**

### **10.1 Definisi Etika Bisnis**

Etika bisnis merujuk pada seperangkat prinsip dan nilai yang mengatur perilaku individu dan organisasi dalam dunia bisnis. Ini mencakup standar moral dan norma yang memandu keputusan dan tindakan dalam konteks bisnis, serta interaksi dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk karyawan, pelanggan, pemasok, pemegang saham, dan masyarakat luas. Berikut adalah beberapa aspek penting dari etika bisnis:

1. Prinsip Moral: Etika bisnis didasarkan pada prinsip moral yang membantu menentukan apa yang dianggap benar atau salah dalam konteks bisnis. Ini mencakup integritas, kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial.
2. Keputusan dan Tindakan: Etika bisnis mempengaruhi cara pengusaha dan manajer membuat keputusan. Dalam situasi yang kompleks, mereka harus mempertimbangkan tidak hanya keuntungan finansial, tetapi juga



dampak sosial dan lingkungan dari keputusan tersebut.

3. Norma Sosial dan Budaya: Etika bisnis juga dipengaruhi oleh norma sosial dan budaya di mana sebuah perusahaan beroperasi. Nilai-nilai yang diterima secara luas dalam masyarakat dapat mempengaruhi ekspektasi terhadap perilaku bisnis.
4. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR): Etika bisnis mencakup konsep CSR, yang menekankan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab terhadap pemegang saham, tetapi juga terhadap kesejahteraan masyarakat dan lingkungan.
5. Reputasi dan Keberlanjutan: Praktik etika yang baik dapat meningkatkan reputasi perusahaan, membangun kepercayaan di antara konsumen dan pemangku kepentingan lainnya. Sebaliknya, tindakan tidak etis dapat merusak reputasi dan menyebabkan kerugian jangka panjang.
6. Regulasi dan Hukum: Meskipun hukum menetapkan batasan bagi perilaku bisnis, etika bisnis sering kali melampaui kepatuhan hukum. Bisnis yang etis berusaha untuk memenuhi

ekspektasi yang lebih tinggi daripada sekadar mematuhi hukum.

## **10.2 Teori Etika dalam Bisnis**

Teori Etika dalam Bisnis adalah suatu kajian yang bertujuan untuk memahami dan menentukan perilaku yang tepat dalam konteks bisnis. Dalam dunia yang semakin kompleks dan saling terhubung, penting bagi para profesional bisnis untuk tidak hanya fokus pada keuntungan, tetapi juga mempertimbangkan implikasi etis dari keputusan yang mereka buat. Berikut adalah beberapa teori etika yang sering dibahas dalam konteks bisnis:

### **1. Etika Deontologis**

Teori ini, yang sering dikaitkan dengan Immanuel Kant, menekankan kewajiban dan aturan. Menurut etika deontologis, tindakan dianggap benar jika sesuai dengan prinsip atau aturan moral tertentu, terlepas dari konsekuensi yang dihasilkan. Dalam bisnis, pendekatan ini mendorong perusahaan untuk mengikuti kode etik dan standar industri, serta untuk menghormati hak-hak individu.

## 2. Etika Konsekuensialis (*Utilitarianisme*)

Teori ini, yang diperkenalkan oleh Jeremy Bentham dan John Stuart Mill, menilai kebaikan dari suatu tindakan berdasarkan konsekuensi yang ditimbulkannya. Prinsip utama dari utilitarianisme adalah "sebesar-besarnya kebahagiaan untuk sebanyak-banyaknya orang." Dalam konteks bisnis, keputusan etis diambil dengan mempertimbangkan dampak dari keputusan tersebut terhadap semua pemangku kepentingan (*stakeholders*), termasuk karyawan, pelanggan, dan masyarakat.

## 3. Etika Virtue (Kebajikan)

Teori etika ini berfokus pada karakter dan kebajikan individu daripada aturan atau konsekuensi dari tindakan. Menurut pendekatan ini, tindakan etis berasal dari kebiasaan baik dan karakter yang baik. Dalam bisnis, penting untuk mengembangkan budaya yang mendorong sifat-sifat seperti kejujuran, integritas, dan tanggung jawab.

## 4. Etika Kontrak Sosial

Teori ini berargumen bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab etis yang lebih luas berdasarkan kontrak sosial yang tidak tertulis

antara perusahaan dan masyarakat. Dalam pandangan ini, perusahaan harus mempertimbangkan dampak sosial dari tindakan mereka dan beroperasi dengan cara yang memberikan manfaat bagi masyarakat.

5. Etika *Stakeholder*

Pendekatan ini mengedepankan pentingnya mempertimbangkan kepentingan semua pemangku kepentingan (*stakeholders*) dalam pengambilan keputusan bisnis. Pemangku kepentingan meliputi karyawan, pelanggan, pemegang saham, pemasok, dan masyarakat. Dalam konteks ini, perusahaan dianggap memiliki tanggung jawab untuk menciptakan nilai tidak hanya untuk pemegang saham tetapi juga untuk semua pihak yang terlibat.

6. Etika Feminist

Pendekatan ini menyoroti pentingnya pengalaman dan perspektif perempuan dalam etika bisnis. Etika feminist menantang norma dan nilai yang dominan dalam bisnis yang sering kali maskulin, dan menekankan pentingnya hubungan, empati, dan keadilan dalam pengambilan keputusan.

## 7. Etika Global

Dalam dunia yang semakin global, etika bisnis juga harus mempertimbangkan konteks budaya dan sosial yang beragam. Etika global mengkaji bagaimana nilai-nilai etis dapat diterapkan di berbagai negara dan budaya, serta tantangan yang mungkin muncul ketika menjalankan bisnis internasional.

Teori etika dalam bisnis memberikan kerangka kerja yang penting bagi pengambilan keputusan yang bertanggung jawab dan berkelanjutan. Setiap teori menawarkan perspektif unik yang dapat membantu perusahaan untuk mengatasi dilema etis yang mungkin muncul. Mengadopsi pendekatan etis dalam bisnis bukan hanya baik untuk reputasi perusahaan, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan masyarakat yang lebih baik.

### **10.3 Etika dalam Kewirausahaan**

Etika dalam Kewirausahaan adalah suatu bidang yang membahas prinsip-prinsip etis yang harus dipertimbangkan oleh para wirausahawan dalam menjalankan usaha mereka. Etika berperan penting dalam menentukan perilaku wirausahawan, karena

keputusan yang diambil dapat memengaruhi berbagai pemangku kepentingan, termasuk karyawan, pelanggan, pemasok, dan masyarakat luas. Berikut adalah beberapa aspek penting terkait etika dalam kewirausahaan:

1. Definisi Etika dalam Kewirausahaan

Etika dalam kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai prinsip moral dan nilai-nilai yang membimbing wirausahawan dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan operasi bisnis mereka. Etika ini mencakup tanggung jawab terhadap semua pemangku kepentingan dan dampak sosial dari keputusan bisnis.

2. Tanggung Jawab Sosial Wirausaha

Wirausahawan memiliki tanggung jawab sosial yang lebih besar, terutama dalam hal menciptakan lapangan kerja, mendukung ekonomi lokal, dan berkontribusi pada pembangunan masyarakat. Tanggung jawab sosial ini sering kali menjadi dasar bagi keputusan etis yang diambil oleh wirausahawan.

3. Transparansi dan Kejujuran

Dalam menjalankan usaha, wirausahawan diharapkan untuk beroperasi dengan

transparansi dan kejujuran. Ini mencakup komunikasi yang jelas tentang produk, layanan, dan praktik bisnis kepada pelanggan dan pemangku kepentingan lainnya. Kejujuran dalam laporan keuangan dan pengungkapan informasi juga merupakan aspek penting dari etika bisnis.

#### 4. Keadilan dan Kesetaraan

Wirausahawan harus memastikan bahwa praktik bisnis mereka adil dan tidak diskriminatif. Hal ini mencakup perlakuan yang sama terhadap karyawan, pelanggan, dan pemasok. Keadilan dalam penentuan harga, upah, dan promosi adalah aspek penting dari etika dalam kewirausahaan.

#### 5. Dampak Lingkungan

Wirausahawan harus mempertimbangkan dampak lingkungan dari kegiatan bisnis mereka. Etika lingkungan dalam kewirausahaan mendorong wirausahawan untuk mengambil langkah-langkah yang berkelanjutan dan ramah lingkungan, seperti penggunaan bahan baku yang berkelanjutan, pengurangan limbah, dan praktik yang ramah lingkungan dalam produksi.

## 6. Inovasi dan Tanggung Jawab

Inovasi merupakan bagian penting dari kewirausahaan, tetapi harus dilakukan dengan tanggung jawab. Wirausahawan harus mempertimbangkan dampak dari produk atau layanan baru yang mereka tawarkan, termasuk potensi risiko bagi pengguna dan masyarakat.

## 7. Pengambilan Keputusan Etis

Wirausahawan sering dihadapkan pada dilema etis dalam pengambilan keputusan. Untuk menangani hal ini, mereka dapat menggunakan berbagai pendekatan, seperti etika deontologis (berdasarkan aturan) atau etika konsekuensialis (berdasarkan hasil). Mengembangkan kode etik bisnis juga dapat membantu wirausahawan dalam membuat keputusan yang etis.

## 8. Budaya Etis dalam Organisasi

Membangun budaya etis dalam organisasi adalah penting untuk memastikan bahwa semua anggota tim mengikuti prinsip-prinsip etika. Wirausahawan harus menanamkan nilai-nilai etika dalam misi dan visi perusahaan serta melibatkan karyawan dalam proses pengambilan keputusan.



## 9. Tantangan Etis dalam Kewirausahaan

Beberapa tantangan etis yang sering dihadapi wirausahawan meliputi:

- a. Persaingan yang tidak sehat
- b. Penipuan dan korupsi
- c. Penyalahgunaan kekuasaan
- d. Tekanan untuk mencapai hasil jangka pendek

Etika dalam kewirausahaan memainkan peran penting dalam membangun reputasi dan keberlanjutan bisnis. Dengan mematuhi prinsip-prinsip etika, wirausahawan tidak hanya berkontribusi pada kesejahteraan pemangku kepentingan, tetapi juga menciptakan lingkungan bisnis yang lebih baik dan lebih berkelanjutan.

### **10.4 Strategi Menerapkan Etika dalam Bisnis**

Strategi Menerapkan Etika dalam Bisnis adalah pendekatan yang diambil oleh perusahaan untuk memastikan bahwa praktik dan keputusan bisnis mereka sejalan dengan nilai-nilai etika. Dalam dunia yang semakin kompleks, menerapkan etika dalam bisnis tidak hanya penting untuk reputasi, tetapi juga untuk keberlanjutan dan kepercayaan pemangku

kepentingan. Berikut adalah beberapa strategi untuk menerapkan etika dalam bisnis secara efektif:

1. Mengembangkan Kode Etik

Kode etik adalah dokumen formal yang menjelaskan nilai-nilai, prinsip-prinsip, dan standar perilaku yang diharapkan dari semua karyawan. Kode ini harus:

- a. Mencakup aspek-aspek seperti integritas, transparansi, keadilan, dan tanggung jawab sosial.
- b. Dikenalkan kepada seluruh karyawan dan disosialisasikan secara berkala.

2. Pelatihan dan Edukasi

Pelatihan etika harus menjadi bagian integral dari program pengembangan karyawan. Kegiatan ini dapat meliputi:

- a. *Workshop* tentang isu-isu etika yang relevan dengan industri.
- b. Studi kasus untuk menganalisis situasi etis dan membuat keputusan yang tepat.
- c. Program berkelanjutan untuk memperbarui pengetahuan karyawan tentang etika.

### 3. Membangun Budaya Etis

Perusahaan harus menciptakan lingkungan yang mendorong perilaku etis. Ini mencakup:

- a. Menyediakan saluran bagi karyawan untuk melaporkan pelanggaran etika tanpa rasa takut (*whistleblower protection*).
- b. Memotivasi karyawan untuk mengadopsi perilaku etis melalui penghargaan dan pengakuan.
- c. Memastikan bahwa manajemen menunjukkan contoh perilaku etis.

### 4. Integrasi Etika dalam Pengambilan Keputusan

Setiap keputusan bisnis harus mempertimbangkan dampak etis. Untuk ini, perusahaan dapat:

- a. Mengembangkan kerangka kerja pengambilan keputusan yang mencakup pertimbangan etika.
- b. Melibatkan pemangku kepentingan dalam proses pengambilan keputusan untuk mendapatkan perspektif yang lebih luas.
- c. Menerapkan prinsip "uji etis", di mana karyawan dapat mempertanyakan apakah

keputusan tertentu mencerminkan nilai-nilai etis perusahaan.

#### 5. Audit dan Penilaian Etika

Melakukan audit etika secara rutin dapat membantu perusahaan untuk:

- a. Menilai seberapa baik kode etik diterapkan dalam praktik.
- b. Mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan atau penyesuaian.
- c. Memonitor kepatuhan terhadap standar etika dan memberikan umpan balik untuk peningkatan.

#### 6. Mengembangkan Hubungan dengan Pemangku Kepentingan

Berinteraksi dengan pemangku kepentingan secara terbuka dan transparan adalah kunci untuk membangun kepercayaan. Strategi ini meliputi:

- a. Berkomunikasi dengan jelas mengenai tujuan, nilai, dan praktik perusahaan.
- b. Melibatkan pemangku kepentingan dalam inisiatif sosial dan lingkungan.

- c. Mendengarkan umpan balik dan respons dari pelanggan, karyawan, dan masyarakat.

## 7. Responsif terhadap Isu Etika

Perusahaan harus siap untuk menangani isu-isu etika yang muncul, termasuk:

- a. Menyusun tim yang bertanggung jawab untuk mengatasi isu etika.
- b. Memiliki rencana komunikasi krisis yang jelas untuk menangani skandal atau masalah etika.
- c. Menggunakan media sosial dan platform komunikasi lain untuk menjelaskan tindakan yang diambil perusahaan.

## 8. Keterlibatan dalam Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

Menerapkan etika dalam bisnis juga dapat dilakukan melalui program CSR yang fokus pada:

- a. Kontribusi terhadap masyarakat lokal, seperti pendidikan, lingkungan, dan kesehatan.

- b. Kegiatan sukarela yang melibatkan karyawan untuk memberikan dampak positif.
- c. Berkolaborasi dengan organisasi non-pemerintah dan lembaga pemerintah untuk meningkatkan dampak sosial.

Menerapkan etika dalam bisnis adalah suatu keharusan bagi perusahaan yang ingin membangun reputasi yang baik dan mencapai keberlanjutan jangka panjang. Dengan strategi yang tepat, perusahaan dapat menciptakan budaya etis yang mendorong perilaku yang sesuai dan memberikan manfaat bagi semua pemangku kepentingan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2001). *Strategic Market Management*. John Wiley & Sons.
- Adiningsih, Sri. (2019). *Transformasi Ekonomi Berbasis Digital di Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Aditama, Roni Angger dan Rofiudin, Mohammad (2020). *Pengantar Bisnis Dilengkapi dengan Analisis Studi Kelayakan Bisnis*. Malang: AE Publishing.
- Adnyana, I. M. (2020). *Studi Kelayakan Bisnis I*. Jakarta: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS).
- Ahmad Subagyo. (2008). *Studi Kelayakan Teori Dan Aplikasi (Brand New)*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Amang, A., Mulyadi, & Utama, A. P. (2023). *Strategi Pengembangan Bisnis*. Yogyakarta : Sulur Pustaka.
- Anoraga Pandji. (2007). *Pengantar Bisnis. Pengelolaan Bisnis Dalam Era Globalisasi*. Jakarta: Rieneka Cipta
- Barney, J. (1991). "Firm Resources and Sustained Competitive Advantage." *Journal of Management*, 17(1), 99-120.

- Boatright, J. R. (2010). *Ethics and the Conduct of Business*. Pearson Education.
- Brenkert, G. G. (2008). Marketing Ethics: An Ethical Decision-Making Approach. *Journal of Business Ethics*, 82(1), 61-72.
- Brown, R. D. dan G. J. Petrello. (1976). *Introduction to Business, An Integration Approach*. Beverly Hills: Glen Coe Press.
- Bygrave, W. D., & Zacharakis, A. (2014). *The Portable MBA in Entrepreneurship*. John Wiley & Sons.
- Carroll, A. B., & Buchholtz, A. K. (2014). *Business and Society: Ethics and Stakeholder Management*. Cengage Learning.
- Casson, M. (2003). *The Entrepreneur: An Economic Theory*. Edward Elgar Publishing.
- Collis, D. J., & Montgomery, C. A. (1995). Competing on Resources: Strategy in the 1990s. *Harvard Business Review*, 73(4), 118-128.
- Crane, A., & Matten, D. (2016). *Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization*. Oxford University Press.
- David, Fred. R. 2014. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Dees, J. G. (2001). *The Meaning of Social Entrepreneurship*. Kauffman Foundation.



- Dhevyanto, Benny. (2023). Pengantar Bisnis Ilmu Manajemen. CV. Adanu Abimata. Bandung
- Drucker, P. F. (1985). Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles. Harper & Row.
- Fahmi, Irham, dkk. (2010). Studi Kelayakan Bisnis Teori dan Aplikasi. Bandung: Alfabeta,
- Fatimah, F. N. (2016). Teknik Analisis SWOT Pedoman Menyusun Strategi yang Efektif & Efisien serta Cara Mengelola Kekuatan & Ancaman. Yogyakarta: QUADRANT.
- Ferrell, O. C., & Fraedrich, J. (2015). Business Ethics: Ethical Decision Making & Cases. Cengage Learning.
- Freeman, R. E. (1984). Strategic Management: A Stakeholder Approach. Pitman Publishing.
- Garriga, E., & Melé, D. (2004). Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. *Journal of Business Ethics*, 53(1-2), 51-71.
- Grant, R. M. (1996). "Toward a Knowledge-Based Theory of the Firm." *Strategic Management Journal*, 17(Winter Special Issue), 109–122.
- Griffin, Ricky W., & Ronald, J. Ebert, (1996). *Business*. Fourth ed., Prentice Hall, New Jersey
- Hafsah, M. J. (2000). *Kemitraan Usaha: Konsepsi dan Strategi*, Jakarta: PT. Pustaka Sinar Harapan.

- Hamel, G., & Prahalad, C.K. (1994). *Competing for the Future*. Harvard Business School Press.
- Heath, J. (2014). *Business Ethics: A Philosophical Approach*. Cambridge University Press.
- Hill, C. W. L., & Jones, G. R. (2010). *Strategic Management Theory: An Integrated Approach*. Cengage Learning.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2016). *Entrepreneurship* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship*. New York: McGraw-Hill Education.
- Humaizar. (2010). *Manajemen Peluang Usaha*. Bekasi: Dian Anugerah Perkasa.
- Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2008). *Exploring Corporate Strategy*. Pearson Education.
- Karman, A. (2022). *Studi Kelayakan Bisnis*. Lamongan: Nawa Litera Publishing.
- Kasmir & Jakfar. (2020). *Studi kelayakan bisnis*. Edisi ke-4. PT RajaGrafindo Persada. Jakarta
- Kawasaki, G. (2004). *The Art of the Start: The Time-Tested, Battle-Hardened Guide for Anyone Starting Anything*. Portfolio.

- Knight, F. H. (1921). Risk, Uncertainty, and Profit. Houghton Mifflin.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. Pearson.
- Kuratko, D. F. (2016). Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice. Cengage Learning.
- Lupiyoadi Rambat, (2004), Entrepreneurship From Mindset To Strategy, Jakarta, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- Lynch, R. (2006). Corporate Strategy. Financial Times Prentice Hall.
- Machfoedz, Mahmud. (2010). Komunikasi Pemasaran Modern. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- McMullen, J. S., & Shepherd, D. A. (2006). Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. *Academy of Management Review*, 31(1), 132-152.
- Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J. (2005). Strategy Safari: A Guided Tour Through The Wilds of Strategic Management. Free Press.
- Mises, L. von (1949). Human Action: A Treatise on Economics. Yale University Press.
- Moore, G. (2010). Business Ethics: A Critical Approach: Integrating Ethics Across the Curriculum. Oxford University Press.

- Nelson, R. R., & Winter, S. G. (1982). *An Evolutionary Theory of Economic Change*. Harvard University Press.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Wiley.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press.
- Prahalad, C. K., & Hamel, G. (1990). "The Core Competence of the Corporation." *Harvard Business Review*, 68(3), 79-91.
- R. Hasibuan and Arnesih, (2023). *Pengantar Bisnis*, 1st ed. Yogyakarta: CV. Absolute Media
- Ricardo, D. (1817). *On the Principles of Political Economy and Taxation*. John Murray.
- Ries, E. (2011). *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. Crown Business.
- Rungkuty, D. M., Sajar, S., Yazia, A., & Alfadhilla, T. (2022). Analisis Peluang Usaha Berdasarkan Karakteristik Sosial Ekonomi Masyarakat Kecamatan Kutalimbaru Kabupaten Deli Serdang. *2nd Proceeding STEKOM 2022*, 101.

- Saiman, Leonardus, (2014). Kewirausahaan (Teori, Praktek dan Kasus-kasus) E2. Salemba Empat. Jakarta
- Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of Management Review*, 26(2), 243-263.
- Scarborough, N. M., & Cornwall, J. R. (2018). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. Pearson.
- Schine Gary, (2003), *Sukses Di Jalur Wirausaha Mandiri*, Jakarta, Bhuana Ilmu Popular
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Harvard University Press.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press.
- Schwartz, M. S. (2013). *Business Ethics: An Ethical Decision-Making Approach*. Wiley.
- Shane, S. (2003). *A General Theory of Entrepreneurship: The Individual-Opportunity Nexus*. Edward Elgar Publishing.

- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Singer, P. (2011). *Practical Ethics*. Cambridge University Press.
- Smith, A. (1776). *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. W. Strahan and T. Cadell.
- Solomon, R. C. (2003). Business Ethics and the Virtues. In *Business Ethics: The State of the Art* (pp. 64-82). Oxford University Press.
- Stevenson, H. H., & Jarillo, J. C. (1990). A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management. *Strategic Management Journal*, 11(5), 17-27.
- Syuhada, Tasman dan Hardiani (2014) *Jurnal Perspektif, Pembiayaan dan Pembangunan Daerah*
- Teece, D. J. (1998). Capturing Value from Knowledge Assets: The New Competitive Challenge. *Sloan Management Review*, 40(3), 55-70.
- Timmons, J. A., & Spinelli, S. (2009). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*. McGraw-Hill/Irwin.
- Treviño, L. K., & Nelson, K. A. (2016). *Managing Business Ethics: Straight Talk About How to Do It Right*. Wiley.

- Turner, P. (2016). *Business Analysis Techniques: 99 Essential Tools for Success* (2nd ed.). BCS Learning & Development Limited.
- Velasquez, M. (2017). *Business Ethics: Concepts and Cases*. Pearson.
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2008). *Entrepreneurship and New Venture Formation*. Pearson Prentice Hall.

# ENTREPRENEURSHIP

Buku Entrepreneurship secara umum membahas tentang dasar-dasar kewirausahaan, mulai dari konsep dan karakteristik kewirausahaan, proses pengembangan ide bisnis, hingga cara membangun dan mengelola usaha yang berkelanjutan. Buku ini menggali bagaimana seorang wirausahawan dapat mengenali peluang di pasar, mengembangkan strategi bisnis yang efektif, dan mengambil risiko dengan perencanaan yang matang. Selain itu, buku ini menekankan pentingnya inovasi, kreativitas, dan adaptasi terhadap perubahan pasar untuk mempertahankan daya saing. Dengan pendekatan yang praktis, buku ini juga memberikan panduan mengenai keterampilan manajerial dan kepemimpinan yang diperlukan untuk sukses dalam dunia bisnis yang dinamis.



CV. ASKARA SASTRA MEDIA

