

BAHAN AJAR
MATA KULIAH KEWIRAUSAHAAN



Dosen Pengampu:
SYAHRIA ANGGITA SAKTI, M.Pd
NIS. 19860922 201805 1 002

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN GURU PENDIDIKAN ANAK USIA DINI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA
TAHUN AKADEMIK 2019/2020

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur Alhamdulillah kami panjatkan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan hidayah-Nya niat baik hamba-Nya dapat terlaksana, sehingga penulis mampu menyelesaikan bahan ajar yang berjudul “Bahan Ajar Mata Kuliah Kewirausahaan”. Bahan ajar ini disusun berdasarkan referensi dari buku-buku pilihan. Pembuatan bahan ajar ini bertujuan untuk menambah pengetahuan bagi para mahasiswa dan pembaca tentang materi yang berkenaan dengan mata kuliah pengantar pendidikan. Selain menggunakan bahasa yang mudah dipahami, bahan ajar ini disajikan dari rangkuman beberapa buku yang dijadikan sebagai acuan.

Rasa terimakasih penulis tujukan kepada semua pihak yang telah mendukung penulis dalam menyelesaikan bahan ajar ini. Penulis menyadari bahwa bahan ajar ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari bentuk penyusunan maupun materi. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan penulisan bahan ajar ini.

Yogyakarta,
Penulis,

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Bahan Ajar : Kewirausahaan
2. Pelaksana
 - a. Nama Lengkap : Syahria Anggita Sakti, M.Pd
 - b. Jenis Kelamin : Laki-laki
 - c. Pangkat/Golongan : Tenaga Pengajar
 - d. NIP/NIS : 19860922 201805 1 002
 - e. Program Studi / Fakultas : PG-PAUD / FKIP
 - f. Telp/HP : 081542949991
 - g. Email : anggitosakti86@gmail.com
3. Pembiayaan
 - a. Sumber Dana : Lembaga Pengembangan Pendidikan
Universitas PGRI Yogyakarta
 - b. Jumlah Biaya : Rp. 750.000,-
Yogyakarta, 6 Februari 2019

Mengetahui

Ketua Program Studi

Dosen Pengampu

Novianti Retno Utami M.Pd
NIS. 19881118 201805 2 014

Syahria Anggita Sakti, M.Pd
NIS. 19860922 201805 1 002

Menyetujui
Kepala Lembaga Pengembangan Pendidikan

Selly Rahmawati, M.Pd
NIS. 19870723 201302 2 00

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
KATA PENGANTAR	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
DAFTAR ISI	iv
TINJAUAN MATA KULIAH	vi
BAB I MENJADI WIRAUSAHA	1
A. Pendahuluan	1
B. Penyajian	1
C. Rangkuman	8
D. Latihan Soal	8
BAB II BERPIKIR KREATIF DAN BERPRESTASI	9
A. Pendahuluan	9
B. Penyajian	9
C. Rangkuman	13
D. Latihan Soal	13
BAB III PENGAMBILAN RESIKO DAN KEPEMIMPINAN	14
A. Pendahuluan	14
B. Penyajian	14
C. Rangkuman	24
D. Latihan Soal	24
BAB IV MENCARI PELUANG DAN GAGASAN USAHA	25
A. Pendahuluan	25
B. Penyajian	25
C. Rangkuman	29
D. Latihan Soal	29
BAB V PEMASARAN DAN MANAJEMEN KEUANGAN	30
A. Pendahuluan	30
B. Penyajian	30
C. Rangkuman	35
D. Latihan Soal	35

BAB VI	RENCANA BISNIS DAN MEMULAI USAHA BARU.....	36
	A. Pendahuluan	36
	B. Penyajian	36
	C. Rangkuman	47
	D. Latihan Soal	47
DAFTAR PUSTAKA	58
Glosarium	60

TINJAUAN MATA KULIAH

Mata kuliah Kewirausahaan adalah mata kuliah wajib umum yang diberikan kepada mahasiswa semester I (satu) pada program studi Pendidikan Guru Pendidikan Anak Usia Dini (PG-PAUD) Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas PGRI Yogyakarta. Manfaat mata kuliah ini adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa mampu memahami hakikat menjadi wirausaha
2. Mahasiswa mampu memahami berpikir kreatif dan berprestasi
3. Mahasiswa mampu mengambil resiko dan kepemimpinan
4. Mahasiswa mampu mengetahui peluang dan gagasan usaha
5. Mahasiswa mampu mengetahui pemasaran dan manajemen keuangan
6. Mahasiswa mampu memahami rencana bisnis dan usaha baru.

Diharapkan dengan mempelajari materi ini, maka mahasiswa mampu mengintegrasikannya pemahaman ilmu kewirausahaan dengan nilai-nilai luhur pendidikan yang dimiliki oleh bangsa ini sebagai sarana penunjang dalam menjalankan aktivitas pembelajaran dan pendidikan secara menyeluruh dan bertanggung jawab.

BAB I

MENJADI WIRAUSAHA

A. PENDAHULUAN

Semakin maju suatu negara semakin banyak orang yang terdidik dan banyak pula orang yang menganggur, maka semakin dirasakan pentingnya dunia entrepreneur (wirausaha). Perguruan tinggi sebagai lembaga yang menjadi salah satu panutan masyarakat yang dapat mendorong budaya berwirausaha. Perguruan tinggi diharapkan juga mampu menciptakan wirausaha-wirausaha yang handal, sehingga mampu memberi dorongan niat masyarakat, khususnya mahasiswa untuk berwirausaha. Mahasiswa sebagai komponen masyarakat yang terdidik sebagai harapan dapat membuka lapangan pekerjaan, dengan menumbuhkan minat untuk menjadi entrepreneur. Persaingan dalam dunia kerja sangatlah ketat, dikarenakan jumlah angkatan kerja yang banyak namun tidak diikuti dengan jumlah lapangan pekerjaan, sehingga terjadi pengangguran. Cara mengatasi masalah pengangguran salah satunya yaitu menciptakan lapangan pekerjaan sendiri dengan menjadi seorang wirausaha. Untuk menjadi seorang wirausaha haruslah tumbuh minat dalam diri seseorang. Minat bisa timbul karena rasa ketertarikan dan kekaguman melihat kesuksesan seseorang dalam berwirausaha. Menurut Kasmir (2007:1) menyatakan bahwa: Orientasi para mahasiswa setelah lulus nanti hanyalah untuk mencari kerja, bukan menciptakan lapangan kerja.

Rupanya cita-cita seperti ini sudah berlangsung lama terutama di Indonesia dengan berbagai sebab. Jadi, tidak diherankan jika setiap tahun jumlah orang yang menganggur terus bertambah. Sementara itu, pertumbuhan lapangan kerja semakin sempit dan pola pikir untuk menjadi wirausaha dikalangan mahasiswa masih sangat kecil. Pendidikan kewirausahaan (entrepreneurship) Indonesia masih tertinggal jauh dibandingkan dengan luar negeri, bahkan dibeberapa negara pendidikan tersebut telah dilakukan puluhan tahun yang lalu. Misalnya, dinegara-negara Eropa dan Amerika Utara pendidikan kewirausahaan sudah dimulai sejak tahun 1970-an. Bahkan di Amerika Serikat lebih dari 500 sekolah sudah mengajarkan mata kuliah kewirausahaan era tahun 1980-an. Sementara itu, di Indonesia pendidikan kewirausahaan baru mulai dibicarakan era tahun 1980-an. Hasilnya kita patut bersyukur bahwa dewasa ini sudah mulai berdiri beberapa sekolah yang memang berorientasi untuk menjadikan mahasiswanya sebagai calon pengusaha unggul setelah pendidikan. Dari penjelasan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa minat dan ketertarikan pada bidang wirausaha harus diberikan dan disampaikan dalam sector pendidikan kita, Banyak hal yang dapat dilakukan untuk membentuk jiwa dan kharakter peserta didik untuk menjadi seorang wirausaha sukses.

B. PENYAJIAN

1. Pengertian Wirausaha dan Kewirausahaan

a. Pengertian Wirausaha

Istilah *entrepreneur* (Bahasa Perancis) yang diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris dengan arti "*between taker* atau *go between*" atau perantara, dikenal dengan istilah wirausaha di Indonesia. Wirausaha (*entrepreneur*) terdiri dari kata Wira dan Usaha. Dalam Kamus Bahasa Indonesia (KBI, 2008), wira berarti utama, gagah, luhur, berani, teladan, pejuang, sedangkan usaha diartikan sebagai kegiatan yang bersifat komersial maupun non komersial. Jadi, wirausaha dapat diartikan sebagai orang yang berjiwa berani mengambil risiko 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 (Kasmir, 2007). Berdasarkan Kemdiknas (2010), wirausaha adalah seseorang yang memiliki karakter selalu tidak puas dengan apa yang telah dicapai dan terampil memanfaatkan peluang dalam mengembangkan usahanya, dengan tujuan untuk meningkatkan kehidupannya. Kemudian Inpres No. 4 tahun 1995 memberi istilah "wiraswasta/wirausaha" berarti pejuang yang gagah, kekar, berani, dan pantas jadi teladan dalam bidang usaha. Dengan kata lain, wirausaha adalah orang yang mempunyai sifat kewirausahaan seperti; keberanian mengambil risiko, keutamaan, kreativitas, dan keteladanan dalam menangani usaha atau perusahaan dengan berpijak pada kemauan dan kemampuan sendiri. Pandangan para ahli terhadap wirausaha menurut Alma (2000) adalah:

1. Bagi ahli ekonomi, seorang entrepreneur adalah orang yang mengkombinasikan sumber daya (resources), tenaga kerja, material dan peralatan lainnya untuk meningkatkan nilai yang lebih tinggi dari sebelumnya, dan juga orang yang memperkenalkan perubahan-perubahan, inovasi, dan perbaikan produksi. Dengan kata lain, wirausaha adalah seseorang atau kelompok orang yang mengorganisir faktor-faktor produksi meliputi alam, tenaga, modal, dan *skill* untuk tujuan produksi.
2. Bagi psikolog, seorang wirausaha adalah orang yang memiliki dorongan kekuatan dari dalam untuk memperoleh sesuatu tujuan, suka mengadakan eksperimen atau untuk menampilkan kebebasan dirinya di luar kekuasaan orang lain.
3. Bagi pebisnis, wirausaha adalah merupakan ancaman, pesaing baru atau juga seorang *partner*, pemasok, konsumen atau seorang yang bisa diajak bekerja sama.
4. Bagi pemodal, melihat wirausaha adalah seorang yang menciptakan kesejahteraan bagi orang lain, yang menemukan cara-cara baru untuk menggunakan *resources*, mengurangi pemborosan, dan membuka lapangan kerja yang disenangi oleh masyarakat.

Wirausaha adalah orang yang pandai menangkap peluang dan mau mengerjakan peluang tersebut sebagai suatu kesempatan untuk berkiprah mengimplementasikan gagasannya. Kemampuan ini merupakan ciri, sifat dan karakter wirausaha yang selalu mendobrak dalam menciptakan kesejahteraan bersama, paling tidak untuk dirinya sendiri dan keluarganya. Suatu kenyataan yang tidak dapat dihindari dalam proses berwirausaha adalah keberanian menanggung segala risiko yang mungkin terjadi akibat kegiatan yang dilakukan. Kondisi-kondisi yang selalu menyertai wirausaha adalah suatu konsep perubahan nilai, perubahan manfaat dan fungsi, serta perubahan sistem, termasuk di dalamnya adalah perubahan pola hidup, sosial budaya, dan politik.

b. Pengertian Kewirausahaan

Kewirausahaan berasal dari kata dasar wirausaha diberi awalan ke- dan akhiran -an yang membuat kata benda wirausaha mempunyai pengertian abstrak, yaitu hal-hal yang bersangkutan dengan wirausaha (KBI, 2008). Menurut Kemendiknas (2010), kewirausahaan merupakan sikap mental dan jiwa yang selalu aktif atau kreatif berdaya, bercrepta, berkarya, dan bersahaja, serta berusaha dalam rangka meningkatkan pendapatan dalam kegiatan usahanya. Pengertian lain yang relevan menurut hasil Simposium Nasional Kewirausahaan (1995), kewirausahaan diartikan sebagai kesatuan terpadu dari semangat, nilai-nilai dan prinsip serta sikap, kiat, seni dan tindakan nyata yang sangat perlu, tepat dan unggul dalam menangani dan mengembangkan perusahaan atau kegiatan lain yang mengarah kepada pelayanan terbaik kepada langganan dan pihak-pihak lain yang berkepentingan, termasuk masyarakat, bangsa, dan Negara. Pengertian kewirausahaan menurut Drucker (1996) adalah “kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda”. Menurut Zimmerer dan Scarborough (1996), kewirausahaan adalah penerapan kreativitas dan keinovasian untuk memecahkan permasalahan dan upaya memanfaatkan peluang-peluang yang dihadapi orang setiap hari. Robbin & Coulter (2002) mengartikan kewirausahaan sebagai proses dimana seseorang atau sekelompok individu menggunakan upaya yang terorganisir dan sarana untuk mencari peluang dalam menciptakan nilai serta tumbuh untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan, melalui inovasi dan keunikan, tidak peduli dengan sumber daya apa pun yang dikendalikan. Menurut Kasmir (2006), kewirausahaan adalah suatu kemampuan dalam hal menciptakan kegiatan usaha. Kemampuan menciptakan memerlukan adanya kreativitas dan inovasi yang terus menerus untuk menemukan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada sebelumnya. Hisrich dan Peters (1995:10) mengemukakan bahwa “Entrepreneurship is the process of creating something different with value by devoting the necessary time and effort, summing the accompanying reward of monetary and personal satisfaction and independence”. Artinya, kewirausahaan adalah proses menciptakan sesuatu yang baru dengan

menggunakan waktu, kegiatan, modal, risiko, dan menerima balas jasa dan kepuasan, serta kebebasan pribadi.

2. Karakter Wirausaha

Karakteristik adalah sifat atau tingkah laku dari seseorang. Sehingga dapat diartikan bahwa karakteristik wirausaha adalah sifat atau tingkah laku yang khas dari wirausahawan yang membedakannya dengan orang lain. Karakteristik yang perlu dimiliki seorang wirausaha, antara lain adalah :

- a. Disiplin dan kerja keras merupakan modal dasar untuk keberhasilan seseorang dalam berwirausaha. Selain kerja keras ia juga harus disiplin dalam melaksanakan usahanya, sebab meskipun orang bekerja keras tetapi kalau tidak disiplin, usahanya kurang berarti. Para wirausaha yang mempunyai kemauan keras dan penuh disiplin akan dapat menggerakkan motivasi untuk bekerja secara bersungguh-sungguh. Disiplin berasal dari bahasa Inggris (*disciple*) yang berarti pengikut atau murid. Perkataan disiplin mempunyai arti latihan dan ketaatan kepada aturan.
- b. Komitmen tinggi
Sikap yang memegang teguh prinsip-prinsip kebenaran yang berlaku, tidak sekalipun mengingkarinya walaupun dengan dirinya sendiri, serta selalu berusaha menyesuaikan kata dan perbuatan.
- c. Jujur.
Sikap jujur dalam berwirausaha artinya bahwa seorang wirausaha harus mau dan mampu mengatakan apa adanya, kejujuran dapat disamakan dengan amanah yang harus dijalankan. Amanah yang diartikan apabila diberi kepercayaan tidak berkhianat, kalau berkata selalu benar, jika berjanji tidak ingkar.
- d. Kreatif dan Inovatif
Menurut Theodore Levitt, kreativitas adalah kemampuan untuk berpikir yang baru dan berbeda. Kreativitas adalah berpikir sesuatu yang baru (*thinking new thing*), oleh itu menurutnya kewirausahaan adalah berpikir dan bertindak sesuatu yang baru atau berpikir sesuatu yang lama dengan cara-cara baru. Menurut Woolfolk, kreativitas adalah kemampuan individu untuk menghasilkan sesuatu yang baru atau asli atau pemecahan suatu masalah. Conny Semiawan, menyatakan bahwa kreativitas adalah kemampuan untuk menghasilkan atau menciptakan suatu produk baru. Zimmerer dalam buku yang ditulis Suryana (2003:24) dalam bukunya “*Entrepreneurship And The New Venture Formation*”, mengungkapkan bahwa ide-ide kreativitas sering muncul ketika wirausaha melihat sesuatu yang lama dan berpikir sesuatu yang baru dan berbeda. Oleh itu kreativitas adalah menciptakan sesuatu dari yang asalnya tidak ada (*generating something from nothing*). Jadi, secara umum kreativitas bisa diartikan

kemampuan untuk membuat kombinasi baru atau produk baru. Dapat juga kreativitas diartikan sebagai kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya. Kreativitas adalah kemampuan seseorang melahirkan sesuatu (produk) yang baru. Innovation is the ability to apply creative solutions to those problems and opportunities to enhance or to enrich people's live, Inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan-persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan. Inovatif merupakan terobosan baru. Inovatif dalam berwirausaha berarti suatu proses untuk dapat mengubah peluang usaha menjadi gagasan baru yang dapat menghasilkan uang. Apabila seorang wirausaha ingin sukses, ia harus dapat membuat produk yang dihasilkan dengan inovasi-inovasi baru. Salah satu penyebab kegagalan dalam berwirausaha biasanya terletak pada keterlambatan berinovasi dalam produk, pelayanan serta pemasarannya.

e. Mandiri dan realistis

Sikap untuk tidak menggantungkan keputusan akan apa yang harus dilakukan kepada orang lain, sesuatu dikerjakan memang karena kemampuannya sendiri serta tidak pernah merasa besar karena orang lain, tetapi besar karena usaha kerasnya. Pribadi mandiri ialah dia yang tahu siapa dan apa dia itu, dia adalah seorang manusia yang tahu apa yang dilakukannya, karena sadar apa yang dituju. Pribadi itu utuh dan tidak berantakan. Ia tahu akan menerima baik keunggulan maupun kelemahannya. Ia menerima dirinya sendiri dan orang lain apa adanya. Ia tidak berkelit menghadapi kenyataan. Dalam menjalankan pekerjaannya ia selalu berdasarkan atas bakat dan kemampuan yang dimilikinya (realistis) dan bekerja menurut keyakinan serta kemampuannya sendiri (mandiri) dan percaya kepada nasibnya sendiri. Seorang wirausaha dia dapat menjalankan usaha yang digelutinya tanpa harus bergantung pada orang lain.

3. Membangun Jiwa Wirausaha

Perdebatan antara apakah wirausaha itu dilahirkan (*is borned*) yang menyebabkan seseorang mempunyai bakat lahiriah untuk menjadi wirausaha, atau sebaliknya wirausaha itu dibentuk atau dicetak (*is made*) masih berlangsung hingga saat ini. Sebagian pakar berpendapat bahwa wirausaha itu dilahirkan dan sebagian mengatakan bahwa wirausaha dapat dibentuk dengan berbagai contoh dan argumentasi. Misalnya Mr. X tidak mengenyam pendidikan tinggi, tetapi dia menjadi pengusaha besar nasional. Di lain pihak, banyak pemimpin/pemilik perusahaan yang berpendidikan tinggi tetapi reputasinya belum melebihi Mr. X tersebut.

Berwirausaha bukan hanya bakat bawaan sejak lahir, namun dapat dipelajari dan diajarkan melalui proses pendidikan formal atau informal. Contohnya, setelah Perang Dunia ke-2 beberapa veteran perang di Amerika belajar berwirausaha, melalui suatu pendidikan atau pelatihan, baik pendidikan/pelatihan singkat maupun pendidikan/pelatihan yang berjenjang. Mereka berwirausaha dengan modal pengetahuan dan fasilitas lainnya. Contoh, Samuel Walton pendiri Walmart yang kini menjadi *retailer* terbesar dunia adalah veteran yang memulai usahanya pada usia 47 tahun. Ross Perot pendiri Texas Instrument yang pernah mencalonkan diri sebagai presiden Amerika dari partai independen juga seorang veteran yang berhasil dibentuk menjadi wirausaha. Ada yang mengatakan bahwa seseorang menjadi wirausaha itu karena lingkungan. Misalnya, banyak orang WNI keturunan menjadi wirausaha yang sukses karena mereka hidup di lingkungan para wirausaha atau pelaku usaha. Pendapat yang sangat moderat adalah tidak mempertentangkan antara apakah wirausaha itu dilahirkan, dibentuk atau karena lingkungan. Pendapat tersebut menyatakan bahwa untuk menjadi wirausaha tidak cukup hanya karena bakat (dilahirkan) atau hanya karena dibentuk. Wirausaha yang akan berhasil adalah wirausaha yang memiliki bakat yang selanjutnya dibentuk melalui suatu pendidikan atau pelatihan, dan hidup di lingkungan yang berhubungan dengan dunia bisnis. Seseorang yang meskipun berbakat tetapi tidak dibentuk dalam suatu pendidikan/pelatihan, tidak akan mudah untuk berwirausaha. Hal ini disebabkan dunia usaha pada era global menghadapi permasalahan-permasalahan yang lebih kompleks dibandingkan dengan era sebelumnya. Sebaliknya, orang yang bakatnya belum terlihat atau mungkin masih terpendam jika ia memiliki minat dengan motivasi yang kuat akan lebih mudah untuk dibentuk menjadi wirausaha. Untuk mempelajari kewirausahaan, tidak cukup hanya berpedoman pada berbakat atau tidak, tetapi juga harus ditunjang dengan minat dan motivasi yang kuat untuk belajar berwirausaha.

C. RANGKUMAN

Beberapa konsep kewirausahaan seolah identik dengan kemampuan para wirausahawan dalam dunia usaha (business). Padahal, dalam kenyataannya, kewirausahaan tidak selalu identik dengan watak/ciri wirausahawan semata, karena sifat-sifat wirausahawan pun dimiliki oleh seorang yang bukan wirausahawan. Wirausaha mencakup semua aspek pekerjaan, baik karyawan swasta maupun pemerintahan. Wirausahawan adalah mereka yang melakukan upaya-upaya kreatif dan inovatif dengan jalan mengembangkan ide, dan meramu sumber daya untuk menemukan peluang (opportunity) dan perbaikan (preparation) hidup. Kewirausahaan (entrepreneurship) muncul apabila seseorang individu berani mengembangkan usaha-usaha dan ide-ide barunya. Proses kewirausahaan meliputi semua fungsi, aktivitas dan tindakan yang berhubungan dengan perolehan peluang dan penciptaan organisasi

usaha. Esensi dari kewirausahaan adalah menciptakan nilai tambah di pasar melalui proses pengkombinasian sumber daya dengan cara-cara baru dan berbeda agar dapat bersaing. Walaupun di antara para ahli ada yang lebih menekankan kewirausahaan pada peran pengusaha kecil, namun sifat inipun sebenarnya dimiliki oleh orang-orang yang berprofesi di luar wirausahawan. Jiwa kewirausahaan ada pada setiap orang yang menyukai perubahan, pembaharuan, kemajuan dan tantangan, apapun profesinya. Dengan demikian, ada enam hakekat pentingnya Kewirausahaan, yaitu: Kewirausahaan adalah suatu nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang dijadikan sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, proses dan hasil bisnis, Kewirausahaan adalah suatu nilai yang dibutuhkan untuk memulai sebuah usaha dan mengembangkan usaha, Kewirausahaan adalah suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru (kreatif) dan berbeda (inovatif) yang bermanfaat dalam memberikan nilai lebih. Kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Kewirausahaan adalah suatu proses penerapan kreatifitas dan keinovasian dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan usaha. Kewirausahaan adalah usaha menciptakan nilai tambah dengan jalan mengkombinasikan sumber-sumber melalui cara-cara baru dan berbeda untuk memenangkan persaingan.

D. LATIHAN SOAL

Jawablah pertanyaan dibawah ini dengan analisis yang jelas dan sistematis !

1. Jelaskan pengertian wirausaha?
2. Jelaskan perbedaan antara wirausaha dan kewirausahaan ?
3. Bagaimana cara untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan ?
4. Karakter apa saja yang harus dimiliki seorang wirausaha ?

BAB II
BERPIKIR KREATIF DAN BERPRESTASI
DALAM WIRAUSAHA

A. PENDAHULUAN

Mampu memotivasi diri yang baik menuju sukses dalam bisnis, kewirausahaan dan kerja merupakan impian banyak orang. Namun semua usaha apapun ketika berangkat dari ketidak tahuan, maka nilai efektifitas menuju terwujudnya sebuah kesuksesan sangat kecil dan peluang sukses akan rendah. Hal ini berbeda jika setidaknya kita mampu mengenal potensi diri kita sejak awal, sehingga banyak terjadi dan kita dengar, seseorang dengan usaha yang minimalis dan sederhana namun begitu cepat menjadi sukses dalam bisnisnya, kerjanya, wirausahanya. Kreativitas sebagai suatu potensi perkembangannya tidak terlepas dari aspek psikologi yang melekat berkaitan dengan pola pikir, sikap maupun mental. Slameto (2010:145-146) berasumsi bahwa pada hakikatnya, pengertian kreatif berhubungan dengan penemuan sesuatu, mengenai hal yang menghasilkan sesuatu yang baru dengan menggunakan sesuatu yang telah ada. Di masa yang lalu, Kreativitas sering dianggap hanya untuk beberapa industri saja. Sebagai contoh, industri film, agen pemasaran, arsitek dan semua yang berhubungan dengan seni. Jenis usaha lainnya seperti kantor hukum, kantor keuangan, pemasaran dan industri berat sering merasa kreativitas itu tidak relevan untuk keberhasilan mereka. Penting Berpikir Kreatif dalam berwirausaha. Itu satu landasan yang paling kalian ketahui dalam membangun sebuah usaha meski usaha yang di bangun itu tidak begitu besar tapi kalian perlu memiliki sebuah kreatif dalam membangunnya, Dimana dunia usaha saat ini adalah dunia usaha yang penuh persaingan. Pemikiran kreatif berhubungan secara langsung dengan penambahan nilai, penciptaan nilai, serta penemuan peluang bisnis. Pola pemikiran kreatif juga dibutuhkan untuk menggambarkan keadaan masa depan, di mana seorang wirausaha akan beroperasi, juga akan memberikan gambaran yang tidak dapat dihasilkan oleh eksplorasi terhadap trend masa kini.

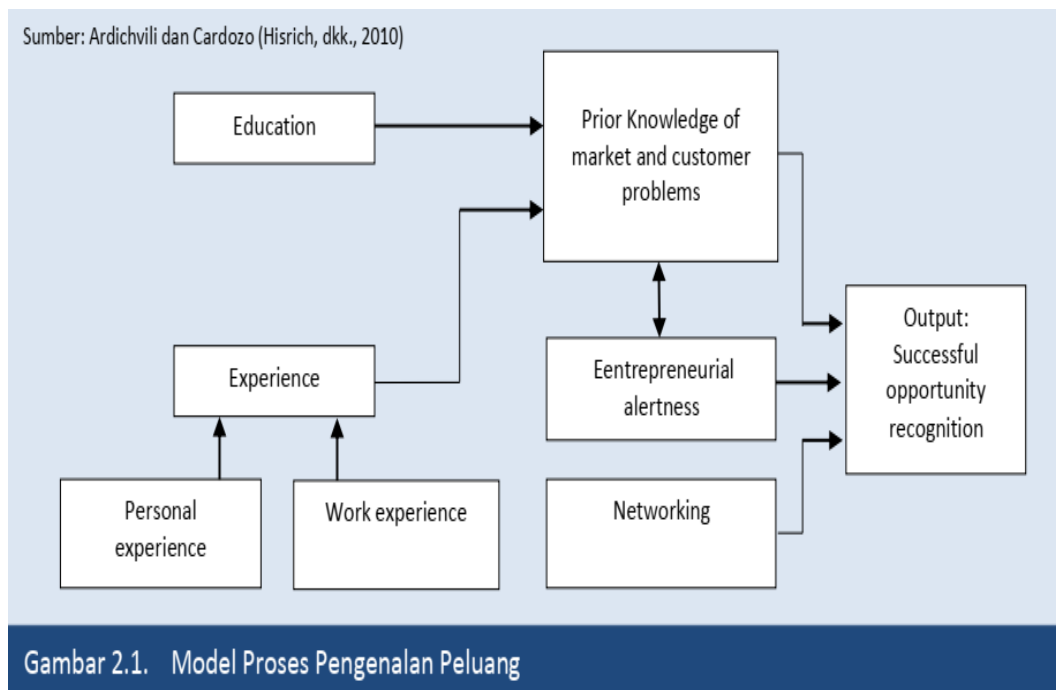
B. PENYAJIAN

1. Unsur Kewirausahaan

a. Kreatifitas dan Motivasi

Semua inovasi dimulai dengan ide-ide kreatif. Kreativitas adalah titik awal untuk sebuah inovasi. Kreativitas diperlukan, tetapi bukan merupakan kondisi yang harus ada untuk melakukan sebuah inovasi. Inovasi adalah implementasi dari inspirasi kreatif. Kreativitas ditandai dengan kemampuan untuk membuat dan menciptakan sesuatu menjadi bentuk yang baru, untuk menghasilkan sesuatu melalui keterampilan imajinatif. Kreativitas adalah kemampuan untuk

menghasilkan ide baru dengan menggabungkan, mengubah, atau memodifikasi ide yang telah ada. Sejumlah ide kreatif dapat menakjubkan dan brilian atau sederhana dan praktis, dan ada juga ide yang belum pernah terpikirkan sebelumnya (Okpara, 2007). Setiap orang memiliki kemampuan kreatif, namun ada yang tidak menyadarinya. Berkomitmen untuk membangkitkan kembali semangat adalah yang dibutuhkan dalam berkeaktivitas. Kreativitas juga merupakan sikap, kemampuan untuk menerima perubahan dan kebaruan, keberanian untuk bermain dengan ide dan berbagai kemungkinan, dan fleksibilitas dalam cara pandang. Kreativitas juga adalah proses, orang yang kreatif akan bekerja keras dan terus-menerus meningkatkan ide dan solusi, dengan membuat perubahan dan perbaikan secara bertahap terhadap karya-karya mereka. Sebuah produk disebut kreatif ketika produk itu "baru" dan "tepat". Produk yang baru merupakan produk yang orisinal, sedangkan produk yang tepat adalah yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dan tepat waktu.



Setiap ide adalah hasil dari pemikiran dan setiap produk adalah manifestasi dari ide seseorang. Para pemikir yang kreatif adalah orang yang melihat suatu masalah sebagai suatu kesempatan untuk meningkatkan dan melakukan sesuatu yang baru atau sesuatu yang lebih baik. Mereka adalah orang yang selalu menanamkan dua pertanyaan penting dalam pikiran mereka, yaitu "Apa yang bisa saya lakukan untuk memperbaiki sesuatu yang telah ada?", atau "Apa yang bisa saya lakukan untuk membuat

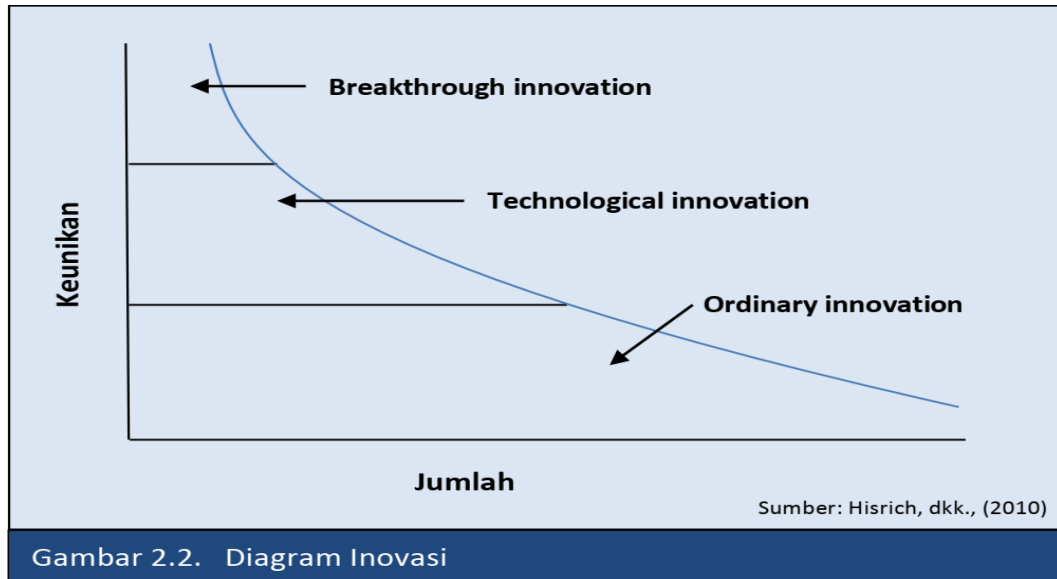
sesuatu yang lebih baik dari yang telah ada?” (Okpara, 2007). Tujuan dari pertanyaan pertama adalah untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi, mempercepat proses, meningkatkan kenyamanan, memperoleh keuntungan, dan sebagainya. Sementara tujuan dari pertanyaan kedua adalah untuk menghasilkan berbagai alternatif dalam membuat sesuatu menjadi lebih baik, menghasilkan berbagai perubahan menuju evolusi ide dan proses yang baru, atau perubahan total dari hal-hal yang konvensional (Okpara, 2007). Apapun tujuannya, berpikir adalah alat yang sangat diperlukan dalam kehidupan semua wirausaha sukses.

Banyak hal yang dinikmati saat ini adalah hasil pemikiran kreatif yang tidak terjadi secara kebetulan. Contoh, Bill Gate menciptakan komputer, Graham Bell menciptakan telepon, Michael Faraday memikirkan listrik, Isaac Newton memikirkan hukum fisika dari ilmu pengetahuan, dan Wright Brothers yang menghasilkan pesawat terbang. Mengajukan pertanyaan yang tepat dan relevan secara terus-menerus merupakan cara untuk memprovokasi kreativitas. Berpikir kreatif akan menghasilkan strategi dalam rangka menanggapi isu-isu dan menemukan hal-hal baru. Strategi adalah cara mengatur sumber daya untuk mencapai tujuan. Dalam strategi terdapat langkah-langkah, pendekatan, waktu dan posisi yang harus dibuat. Wirausaha sukses muncul bukan dengan kekuatan atau kekerasan, tetapi dengan strategi unggul melalui pemikiran kreatif. Ada banyak peluang bisnis yang dapat diciptakan melalui berpikir kreatif untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia terhadap produk barang dan jasa, misalnya kebutuhan untuk memperoleh rumah, pekerjaan dan kehidupan yang lebih baik (Okpara, 2007).

b. Kemampuan Inovasi

Inovasi didefinisikan sebagai “menambahkan sesuatu yang baru terhadap suatu produk atau proses yang ada” (Okpara, 2007). Produk atau proses yang telah dibuat sebelumnya mungkin telah berlangsung cukup baik. Ketika dilakukan perubahan agar produk atau prosesnya menjadi lebih baik, maka saat itu terjadi inovasi. Inovasi adalah keberhasilan dalam mengeksploitasi ide-ide baru (Okpara, 2007). Inovasi adalah kunci untuk melakukan pengembangan pada perusahaan, wilayah, atau bahkan pengembangan suatu negara. Seiring dengan terjadinya perubahan teknologi, maka penjualan berbagai produk lama akan mengalami penurunan, demikian pula terjadi pengurangan atau penutupan industri-industri lama. Oleh karena itu, dibutuhkan berbagai penemuan baru maupun inovasi untuk memperkuat perkembangan ekonomi masa depan. Salah satu ilmuwan di bidang teknologi nano yang menemukan solusi atas permasalahan di bidang mesin adalah Chung-Chiun Liu, seorang professor dan direktur Pusat Pemrosesan Mikro dan Nano di Universitas Case Western Reserve. Profesor Liu adalah seorang ilmuwan kelas dunia yang ahli dalam teknologi sensor dan menemukan serta membangun sistem

sensor untuk kendaraan, biomedis, komersial dan industri terapan. Selain sering mempublikasikan hasil temuannya, Dr. Liu juga memegang 12 hak paten elektrokimia dan teknologi sensor, yang sebagian besarnya telah berlisensi.



Gambar 2.2. Diagram Inovasi

c. Pengaruh Minat Berwirausahaterhadap Kreativitas Wirausaha

Selain kemandirian pribadi yang dimiliki siswa, kreativitas dalam wirausaha merupakan hal yang sangat penting. Kreativitas mahasiswa dalam wirausaha dapat mendorong minat berwirausahanya. Dengan kreativitas, mahasiswa mampu menghasilkan ide-ide segar dan terbuka terhadap gagasan baru. Menurut Alma (2011:72) menyebutkan kreativitas menjadi sangat penting untuk menciptakan keunggulan kompetitif, dan kelangsungan hidup bisnis. Keberhasilan usaha atau kegagalan wirausaha sangat dipengaruhi oleh sifat dan kepribadiannya (Suryana, 2017:27. Lebih lanjut, Soegoto (2009:3) menyatakan wirausaha adalah orang yang berjiwa kreatif dan inovatif yang mampu mendirikan, membangun, mengembangkan, memajukan, dan menjadikan perusahaannya unggul. Anaroga (2011:37) menyatakan seorang wirausaha selalu bertindak kreatif, mencari dan menciptakan peluang pasar dan meningkatkan produktivitas dan efisiensi usaha. Dengan demikian, untuk menemukan peluang dan mewujudkan peluang menjadi suatu usaha yang memberikan hasil bagi dirinya maupun orang lain dibutuhkan kreativitas. Semiawan (2009:15) yang menyatakan bahwa kreativitas menimbulkan hal yang besar dalam hidup seseorang dan bahkan dapat mempengaruhi minat seseorang. Seseorang yang memiliki minat terhadap wirausaha harus mampu berpikir dan bertindak strategik, adaptif terhadap perubahan dalam berusaha mencari peluang (Anaroga, 2011:36). Menurut Suryana (2017:15) banyak

orang atau perusahaan yang sukses karena memiliki kemampuan berpikir kreatif. Berdasarkan uraian di atas, semakin tinggi dukungan kreativitas siswa maka semakin tinggi pula minat siswa untuk berwirausaha, dan demikian pula sebaliknya. Dengan kreativitas yang dimiliki mahasiswa, maka akan dapat mengembangkan usahanya dan dapat menciptakan produk yang banyak diminati oleh konsumen dan dapat bersaing di pasaran. Seorang yang mempunyai jiwa wirausaha akan selalu menciptakan ide sebagai alternatif pemecahan masalah yang dihadapinya di dunia bisnis. Ia harus dapat berfikir kreatif, merespon segala peluang bisnis, tanggap terhadap tantangan dan perubahan sosial sehingga akan terus bertahan dalam menghadapi persaingan global

2. Berprestasi dalam wirausaha

Pemikiran kreatif berhubungan secara langsung dengan penambahan nilai, penciptaan nilai, serta penemuan peluang bisnis. Pola pemikiran kreatif juga dibutuhkan untuk menggambarkan keadaan masa depan, di mana seorang wirausaha akan beroperasi, juga akan memberikan gambaran yang tidak dapat dihasilkan oleh eksplorasi terhadap trend masa kini. Tentu saja, Kebalikan dari kreativitas adalah stagnasi (tidak berkembang) di mana ide-ide baru dan cara-cara kerja yang lebih efisien di kesampingkan. Stagnasi adalah salah satu faktor yang dapat mengubah sebuah usaha atau organisasi yang sebelumnya sukses menjadi terpuruk dan keterbelakang akibat di susul oleh pesaing yang berpikiran lebih maju dan kreatif. Hal tersebut antara lain :

a. Pemecahan Masalah

Contoh jika seseorang pekerja dirangsang dan diajari oleh pelatih yang kreatif, tentunya pekerja tersebut juga bisa menghasilkan ide-ide baru yang lebih besar dari ide kreatif pelatihnya sendiri dalam memecahkan masalah. ini bisa menjadi proses peningkatan pendapatan usaha serta menghemat biaya dan layak bersaing dengan para pesaing usaha lain.

b. Meningkatkan Produktifitas

Memberi pelajaran keterampilan kepada pekerja anda untuk mengembangkan kreativitas mereka dan memberi waktu serta sumber daya untuk menjelajahi hal-hal yang baru adalah salah satu cara yang efektif untuk meningkatkan produktifitas. Kreativitas dan inovasi yang dikelola dengan baik di dalam organisasi sangat diakui sebagai jalan untuk menuju kesuksesan. Dalam membangun sebuah wirausaha jangan takut salah, karna sebuah wirausaha itu tanpa kesalahan tidak mungkin sukses, dan selalu mencoba untuk melihat masalah dari perspektif yang berbeda karna dengan begitu masalah yang muncul tidak mematahkan semangat kita untuk menjalankan usaha yang telah di bangun dan akan memunculkan pemikiran yang lebih kreatif lagi dalam berwirausaha.

C. RANGKUMAN

Kemandirian dan kreativitas merupakan faktor psikis yang memegang peranan penting dalam berwirausaha. Dalam menghadapi dunia global diperlukan sumber daya manusia yang mandiri dan kreatif sehingga tidak bergantung pada orang lain dan dapat menciptakan nilai tambah dan keunggulan sendiri bahkan dapat memberikan kontribusi pada orang lain. Karena itulah banyak wirausaha yang sukses dan memperoleh banyak peluang karena memiliki kemandirian dan daya kreativitas yang tinggi. Seseorang yang memiliki kemandirian yang tinggi disertai dengan kreativitas dalam wirausaha maka akan mempunyai kecenderungan memiliki minat berwirausaha yang tinggi pula. Kreativitas merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk menemukan dan menciptakan hal baru, cara-cara baru, model baru yang berguna bagi dirinya dan masyarakat. Hal baru itu tidak perlu sesuatu yang sama sekali unsur-unsurnya mungkin telah ada sebelumnya, tetapi individu menemukan kombinasi baru, hubungan baru, konstruk baru yang memiliki kualitas yang berbeda dengan keadaan yang sebelumnya. Munandar (2009:12), mengemukakan bahwa kreativitas adalah hasil interaksi antara individu dan lingkungannya, kemampuan untuk membuat kombinasi baru, berdasarkan data, informasi, atau unsur-unsur yang sudah ada atau dikenal sebelumnya, yaitu semua pengalaman dan pengetahuan yang telah diperoleh seseorang selama hidupnya baik itu di lingkungan sekolah, keluarga, maupun dari lingkungan masyarakat. Kreativitas diartikan sebagai penggunaan imajinasi dan kecerdikan untuk mencapai sesuatu atau untuk mendapatkan solusi yang unik dalam mengatasi persoalan (Susanto, 2013:3). Dari beberapa pendapat di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa kreativitas pada dasarnya adalah kemampuan seseorang dalam membuat sesuatu yang baru yang relatif berbeda dari yang sudah ada, berdasarkan data yang ada yang mencerminkan kelancaran, keluwesan, orisinalitas dalam berpikir dan kemampuan mengelaborasi. Produk hasil kreativitas ini bukanlah sesuatu yang benar-benar baru, tetapi dapat berupa gabungan dari data-data atau unsur-unsur yang telah ada sebelumnya sehingga menghasilkan sesuatu yang berbeda

D. LATIHAN SOAL

Jawablah pertanyaan dibawah ini dengan analisis yang jelas dan sistematis !

1. Apakah yang bias dipelajari untuk menemukan kreatifitas dalam bisnis ?
2. Jelaskan pengertian inovasi dalam dunia bisnis yang selalu berkembang ?
3. Apa yang bisa dilakukan agar inovasi bisa berjalan berkesinambungan ?

BAB III

PENGAMBILAN RESIKO DAN KEPEMIMPINAN

A. PENDAHULUAN

Salah satu faktor yang menyebabkan orang takut berwirausaha adalah risiko jika bisnisnya mengalami kegagalan. Kerugian akibat bisnis yang bangkrut dapat menimbulkan efek yang menyulitkan bagi seseorang, baik dari segi materi maupun dari segi moral. Semangatnya dapat hilang, bahkan dapat menimbulkan stres bagi dirinya. Namun, suatu bisnis tidak dapat berkembang jika pemiliknya tidak berani untuk mengambil risiko. Kemampuan mengambil risiko inilah yang membedakan seorang wirausaha dari individu lainnya. Menurut Leigh (Lejuez, dkk., 2002), perilaku pengambilan risiko adalah perilaku yang mengandung potensi menimbulkan kerugian, namun juga memberikan kesempatan untuk memperoleh keuntungan. Ketika seseorang memutuskan untuk memulai suatu bisnis, maka keputusan tersebut sebenarnya sudah merupakan risiko. Dalam proses pengembangan bisnisnya, semakin banyak risiko yang dihadapi. Langkah demi langkah adalah risiko bagi dirinya yang harus diperhitungkan sebelum mengambil suatu keputusan. Risiko berwirausaha memiliki sisi negatif dan positif. Dari sisi negatif, risiko muncul karena situasi yang dihadapi dalam berbisnis tidak pasti. Berbagai kemungkinan dapat terjadi dalam situasi yang tidak dapat ditebak. Contoh, banyak perusahaan yang mengalami kebangkrutan akibat krisis moneter dunia yang terjadi pada tahun 1997-1998. Krisis ekonomi di Indonesia bahkan tercatat sebagai yang terparah di Asia Tenggara pada saat itu. Kondisi global yang fluktuatif merupakan faktor lingkungan yang sulit untuk dikendalikan oleh seorang wirausaha. Dari sisi positif, jika wirausaha dapat memperhitungkan risiko secara tepat, maka keuntungan bisnis justru akan diperoleh. Banyaknya risiko yang ditemui seharusnya membuat seorang wirausaha justru selalu berusaha untuk memperhitungkan strategi bisnis dengan cerdas, agar dapat meminimalisir kerugian dan memaksimalkan keuntungan.

B. PENYAJIAN

1. MANAJEMEN RESIKO

a. Jenis Resiko Dalam Bisnis

1. Resiko Murni

Resiko yang muncul sebagai akibat dari sebuah situasi atau konsekuensinya adalah kerugian. Contoh: Resiko hilang/rusaknya asset yang dimiliki yang diakibatkan kebakaran, pencurian, penggelapan, dan sebagainya. Kecelakaan kerja pada proses produksi. Resiko akibat tuntutan hukum pihak lain, misalnya keracunan dari sebuah makanan yang kita jual, tuntutan konsumen akibat kelalaian kita, dsb. Resiko operasional lainnya Bencana alam (force majeure), seperti banjir, gempa, angin topan, dsb.

2. Resiko Spekulatif

Resiko yang muncul sebagai akibat situasi atau keputusan yang konsekuensinya bisa berupa keuntungan ataupun kerugian. Contoh: Resiko perubahan harga. Terkait dengan perubahan harga input, jika harga input naik maka perusahaan dapat mengalami kerugian penurunan margin keuntungan, begitu juga sebaliknya. Terkait dengan harga output, jika harga output naik, maka perusahaan akan mengalami keuntungan karena naiknya margin keuntungan, begitu juga sebaliknya. Risiko kredit, muncul dari transaksi kredit seperti utang dagang. Bentuk-bentuk Kerugian Kerugian Langsung Jumlah nominal yang harus ditanggung akibat dampak langsung dari resiko yang dapat terjadi Kerugian Tidak Langsung Jumlah nominal yang harus ditanggung akibat dampak tidak langsung resiko yang terjadi. Contoh: kemungkinan penjualan atau keuntungan yang gagal diterima akibat terjadinya resiko, munculnya biaya operasional tambahan, kesempatan investasi yang hilang, dsb.

b. Pengelolaan Resiko

Bisa dilakukan dengan menggunakan prinsip Pareto dari berbagai potensi resiko yang berhasil diidentifikasi. Caranya yaitu: Membuat urutan resiko-resiko yang potensial terjadi berdasarkan prediksi kerugian yang dihasilkan, dari yang paling tinggi sampai yang paling rendah, lakukan prioritas dalam pengelolaan terhadap resiko yang memiliki prediksi kerugian yang paling besar terhadap bisnis anda. 4 pilihan strategi pengelolaan resiko: Dikontrol (risk control). Upaya-upaya yang dilakukan untuk mengurangi probabilitas terjadinya resiko yang kita identifikasi Untuk mengurangi dampak yang terjadi. Upaya yang dapat dilakukan diantaranya: Membuat dan mengimplementasikan standard operating procedure (SOP) yang baik, Melakukan pengontrolan secara serius terhadap kualitas produk dan proses, Melengkapi area produksi dengan alat-alat keselamatan kerja, Mengintroduksi budaya sadar resiko kepada semua karyawan, Ditransfer kepada pihak lain (risk transfer) Upaya-upaya yang secara sadar dilakukan dengan memindahkan resiko yang kita hadapi terhadap pihak lain. Contoh:

- ✓ Memindahkan resiko terjadinya kebakaran toko kepada perusahaan asuransi
- ✓ Memindahkan resiko meningkatnya beban biaya tetap pegawai dengan kontrak outsourcing
- ✓ Memindahkan resiko tingginya modal kerja kepada konsumen dengan meminta pembayaran di awal
- ✓ Memindahkan resiko tingginya biaya persediaan ke tangan supplier.

Dibiayai sendiri (risk retention) Upaya-upaya mendanai dampak yang ditimbulkan oleh resiko. Caranya yaitu dengan menyiapkan dana cadangan khusus untuk mendanai resiko, atau tanpa membuat dana cadangan. Dihindari (risk avoidance) Tindakan secara sadar untuk menghindari resiko yang dihadapi. Pengambilan suatu resiko dilakukan dengan adanya suatu tujuan di benak kita. Tidak ada artinya mengambil suatu resiko yang tidak

menghasilkan apa-apa. Sebaliknya, dalam mencapai suatu tujuan tertentu akan ada banyak risiko yang dapat menggagalkan pencapaian tujuan tersebut. Oleh karena itu, diperlukan kreatifitas bagaimana mewujudkan tujuan yang diinginkan sembari mengatasi berbagai hambatan yang ada. Inovasi adalah salah satu hal yang diperlukan dalam mencari cara baru untuk mewujudkan tujuan yang ingin diraih. Inovasi dapat berupa ide-ide baru yang direalisasikan dalam bentuk produk dan proses bisnis. Hal ini membutuhkan pemecahan dasar baru yang belum seorangpun pernah melakukannya, dan oleh karena itu dapat menyebabkan timbulnya suatu risiko baru. Dalam dunia yang selalu berubah seperti kita hadapi saat ini, berbagai inovasi dibutuhkan untuk memimpin orang dengan baik. Inovasi akan memungkinkan adanya perubahan dan membuka kesempatan-kesempatan yang tadinya tidak mungkin terlihat sebelum suatu perubahan terjadi. Orang dan perusahaan yang tidak berani mengambil risiko akan menjadi stagnan dan tidak memiliki kemampuan untuk berinovasi atau berubah.

2 KEPEMIMPINAN

a. Jenis Kepemimpinan

1). Kepemimpinan Transformasional-Transaksional

Pemimpin Transaksional: Pemimpin yang membimbing atau memotivasi pengikutnya menuju sasaran yang ditetapkan dengan memperjelas peran atau persyaratan tugas.

Pemimpin Transformasional: Pemimpin yang memberi inspirasi pengikutnya untuk bertindak melebihi kepentingan pribadi mereka demi kebaikan organisasi.

2) Pemimpin Karismatik-Visioner

Pemimpin Karismatik: Pemimpin yang basisnya adalah antusiasme. Dan memiliki rasa percaya diri yang kuat, serta tindakannya dapat mempengaruhi banyak orang untuk berperilaku dengan cara tertentu. Ada 5 karakteristik pemimpin karismatik, yaitu 1) Mempunyai visi; 2) Mampu menyampaikan visi tersebut dengan jelas dan mudah dipahami; 3) Berani mengambil resiko untuk mencapai visi itu; 4) Sensitif terhadap kendala lingkungan dan kebutuhan pengikutnya; 5) Menunjukkan perilaku di luar kebiasaan

Pemimpin Visioner: Menciptakan dan menyatakan visi yang realistis, layak dipercaya, dan menarik mengenai masa depan organisasi yang tumbuh dan memperbaiki situasi sekarang. Tiga sifat yang berkaitan dengan efektivitas peran visioner:

- ✓ Keterampilan pertama: kemampuan dalam menjelaskan visi kepada orang lain melalui pidato-pidato yang memukau dan memancing orang untuk bergabung.
- ✓ Keterampilan kedua: kemampuan mengungkapkan visi melalui perilaku

- ✓ Keterampilan ketiga: kemampuan untuk memperluas dan menerapkan visi dalam berbagai konteks yang berbeda-beda.

3) Kepemimpinan Tim

Dibagi ke dalam empat peran, yaitu: Pemimpin tim adalah penghubung dengan pihak luar, Pemimpin tim adalah penyelesai masalah, Pemimpin tim adalah manajer konflik, Pemimpin tim adalah seorang pembina.

b. Risk Leadership

Kepemimpinan selalu memerlukan keberanian dalam menghadapi dan mengambil risiko di suatu tingkat tertentu. Risiko diperlukan untuk membuat perubahan, dan dalam membuat perubahan, akan selalu ada risiko yang dapat berimbas baik kepada si pemimpin yang memulai dan/atau memimpin perubahan, maupun terhadap para pengikutnya, serta terhadap kelompok dan organisasi yang dilibatkan. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan agar seorang pemimpin dapat membangun 'risk leadership' atau kepemimpinan yang berani menghadapi dan mengambil risiko. Dimulai dengan kewaspadaan terhadap berbagai 'zona nyaman' (comfort zones) di sekitarnya, memahami 'tantangan-tantangan' (challenges) yang dihadapi, berorientasi pada 'inovasi' (innovation), dan senantiasa penuh percaya diri (confidence). Berlindung dalam suatu zona nyaman adalah kebalikan dari kemauan mengambil risiko (willingness to take risk). Bila seorang pemimpin cenderung baik secara sadar maupun tidak sadar terbelenggu dalam zona nyaman, maka dia akan cenderung untuk mengambil keputusan dan cara-cara bekerja yang paling sedikit tingkat risikonya dan yang paling mudah dikerjakan. Contoh paling ekstrim adalah kecenderungan menunda keputusan-keputusan penting dan strategis, serta selalu ragu-ragu bila harus mengambil keputusan-keputusan kritis dalam waktu cepat dan tepat. Hal ini dapat berakibat buruk bagi organisasi karena hanyut dalam kegiatan-kegiatan rutinitas semata, terlambat bertindak proaktif, membiarkan permasalahan menumpuk dari waktu ke waktu, dan akhirnya organisasi tidak mampu lagi membangun kapasitas yang dibutuhkan dalam menciptakan nilai di masa yang akan datang. Pemimpin harus secara sadar tidak membiarkan situasi zona nyaman mendominasinya. Untuk dapat memiliki kemauan dan kemampuan dalam mengambil risiko, pemimpin harus memiliki kemauan dan keberanian untuk keluar dari zona nyaman yang sudah ada. Siapapun yang takut keluar dari zona nyaman mereka, maka dia juga akan takut untuk mengambil risiko yang seringkali dibutuhkan pada saat seseorang menjadi pemimpin. Oleh karena itu, penting untuk memastikan bahwa seorang pemimpin atau calon pemimpin di dalam organisasi kita, baik di tingkat korporasi, departemen, maupun unit-unit kerja dan kelompok-kelompok gugus tugas memiliki keberanian dan kemampuan untuk keluar dari zona nyaman. Salah satu ciri utama dari seorang pemimpin yang dapat membawa perubahan adalah seseorang yang mudah untuk keluar dari zona nyaman

mereka, dan selalu bergerak untuk mengambil dan menangani tantangan-tantangan baru. Pemimpin dengan kemauan dan kemampuan seperti itu akan cenderung untuk lebih mampu menghadapi ketidakpastian dengan sikap lebih berani, sehingga dapat menangkap peluang-peluang baru yang ditimbulkan dari banyaknya ketidakpastian.

C. RANGKUMAN

Seorang pemimpin diharapkan membuat suatu keputusan awal walaupun informasi atau hasil evaluasi belum sempurna, dan dia harus percaya terhadap keputusan tersebut sehingga dapat memimpin yang lainnya mengarah pada jalur itu juga. Walaupun yang lain mungkin saja masih memiliki keraguan sendiri tentang keputusan awal tadi dan ingin menggunakan waktu lebih banyak lagi untuk analisis dan evaluasi, seorang pemimpin harus menunjukkan kepercayaan diri mereka dengan cara yang jelas - untuk meyakinkan orang-orang yang masih dalam keragu-raguan tentang keputusan tadi - bahwa suatu keputusan awal perlu dan harus diambil dan dimulai sekarang. Ini adalah jenis dari kepercayaan diri yang dibutuhkan dari seorang pemimpin. Kepercayaan diri memiliki juga kekurangan dan oleh karena itu harus ditunjukkan secara berhati-hati. Seorang pemimpin jangan sampai berkelebihan dalam menunjukkan kepercayaan diri mereka sehingga menjadi arogan dan tidak pernah merasa dan/atau mengakui bila memang ada kegagalan. Bagi seorang pemimpin, mereka harus percaya diri akan kemampuan mereka untuk mengatasi berbagai permasalahan dan untuk membuat perubahan terjadi serta memimpin para pengikutnya ke arah perubahan yang diyakini. Akan tetapi, seorang pemimpin juga akan cepat menyadari bila ada suatu kegagalan dan belajar dari kegagalan tersebut. Kegagalan adalah cara belajar yang cepat dan oleh karena itu pemimpin harus berubah secara cepat bila suatu keputusan salah, dan terbuka akan hal itu serta mengakui kesalahan dan membuatnya bergerak lagi dan kembali percaya diri bahwa dia akan mampu menggunakan kesalahan tadi secepatnya untuk maju ke depan dan ke arah yang lebih baik dan bahkan akan tetap memperoleh hasil yang diinginkan. Kepercayaan diri yang besar dan kemampuan untuk berubah secara cepat adalah hal yang akan membuat seorang pemimpin mampu menghadapi dan mengambil risiko secara sadar dan sukarela sehingga dapat membawa organisasi dan orang-orang yang dipimpinnnya mencapai tujuan-tujuan yang lebih besar dari waktu ke waktu dan memberikan nilai yang lebih besar lagi baik kepada organisasi, para pengikutnya, dan masyarakat secara luas.

G. LATIHAN SOAL

1. Sebutkan jenis-jenis resiko dalam bisnis beserta penjelasannya !
2. Jelaskan beberapa model kepemimpinan yang ada !
3. Bagaimana upaya untuk mengurangi resiko kerugian dalam bisnis

BAB IV

MENCARI PELUANG DAN GAGASAN USAHA

A. PENDAHULUAN

Salah satu kunci kesuksesan memulai suatu usaha adalah adanya kemampuan menuangkan ide atau gagasan cemerlang yang kreatif dan inovatif dan mempunyai nilai ekonomi tinggi. Banyak orang mengatakan bahwa “Ide atau gagasan” mahal harganya. Tentunya tidak sembarang ide, hanya ide yang mempunyai nilai komersial saja yang masuk dalam kategori mahal itu. Sebuah ide akan ditulis dalam suatu rencana usaha atau rencana bisnis yang merupakan langkah awal membangun sebuah usaha. Sebenarnya, banyak orang mempunyai ide cemerlang, ide yang hebat dan bernilai tinggi, namun ide itu akan tetap menjadi ide atau bahkan hanya sekadar impian yang numpang lewat, karena ide yang hebat tadi tidak pernah ditulis atau dikomunikasikan kepada pihak lain ataupun diimplementasikan. Ide merupakan konsep, pikiran dan pengetahuan, sebuah mental, pandangan, keyakinan atau rencana dari kegiatan-kegiatan usaha. Ide merupakan produk berfikir kreatif yang melibatkan penggunaan indra pendengar, penglihat dan perasa. Interaksi dari ketiga indera ini mendorong daya pikir seorang wirausahawan untuk menghasilkan ide. Sebuah ide bisnis harus rasional, artinya menurut pikiran yang sehat dan pertimbangan yang logis, serta masuk di akal. Wirausahawan yang sukses salah satunya mampu menemukan ide melalui berbagai teknik yang ada. Penemuan ide bisnis tersebut diperoleh dari pencarian ide bisnis melalui cara berfikir terhadap suatu hal. Ide akan tercipta jika seseorang memandang sesuatu sebagai hal yang positif sehingga dapat tercipta tujuan yang diinginkan. Harapan yang kuat terhadap suatu hal akan mempengaruhi otak seseorang untuk melihat apa yang seseorang harapkan untuk melahirkan suatu ide.

B. PENYAJIAN

1. Sumber Ide Bisnis

Terkadang sangat sulit menemukan jenis bisnis yang paling cocok untuk dikerjakan. Ide bisnis bisa datang dari mana saja dan kapan saja datangnya, namun diperlukan kerja nyata kita untuk mencarinya. Jika Anda ingin memulai bisnis namun masih bingung harus memulai usaha apa, berikut ini ide bisnis yang mungkin bisa membantu :

- a. **Kebutuhan dan Permintaan Pasar.** Kejelian seseorang melihat kebutuhan dan permintaan pasar merupakan peluang untuk memulai bisnis. Ide bisnis berdasarkan kebutuhan dan permintaan pasar akan menjadikan usaha tersebut dibutuhkan oleh konsumen sehingga produk yang dihasilkan akan dengan mudah dijual dan menjadikan bisnis berjalan selama ada kebutuhan dan permintaan pasar.

- b. Keahlian dan keterampilan. Sedikit sekali orang yang memiliki keahlian, oleh karenanya ide bisnis yang bersumber dari keahlian jika dilaksanakan akan mengantarkan seseorang berbeda dari yang lain. Ini sangat menguntungkan sekali dalam menjalankan bisnis yang hanya orang tertentu saja yang bisa menjalankannya dengan kata lain saingannya sedikit sekali. Demikian juga dengan bisnis yang didasarkan pada keterampilan. Keterampilan yang sudah dimiliki dan dikembangkan dalam waktu cukup lama dapat dijadikan peluang usaha/bisnis.
- c. Hobi/minat. Sumber ide bisnis berdasarkan hobi akan menjadikan seseorang bersemangat dalam melakukan bisnis. Bisnis yang didasarkan pada hobi akan menjadikan seseorang betah pada bisnis tersebut yang menjadikan seseorang fokus pada bisnis yang dijalankan. Minat atau hobi cukup efektif untuk membangun keyakinan dan motivasi kuat untuk mandiri. Orang tidak merasa terbebani bila melakukan kegiatan yang ia sukai, terutama yang berkaitan dengan minat dan hobi.
- d. Kreativitas. Kreativitas seseorang dalam menciptakan produk yang unik dan bermanfaat bagi orang banyak merupakan sumber ide bisnis. Dengan kreativitas produk yang dihasilkan akan memiliki daya tarik tersendiri bagi kebanyakan konsumen.
- e. Jaringan dan relasi. Bersilaturahmi merupakan kunci akan datangnya rejeki berupa relasi yang akan membentuk jaringan. Ide bisnis berdasarkan jaringan dan relasi ini memiliki keuntungan adanya tingkat kepercayaan yang baik. Semakin luas jaringan dan relasi, maka akan semakin besar kesempatan kita untuk menawarkan barang atau jasa yang kita miliki.
- f. ATM. Bisnis yang dimulai ATM (amati, tiru, modifikasi) merupakan bisnis yang paling mudah dilaksanakan. Ide bisnis yang dimulai dari membuat barang atau jasa yang sudah ada merupakan kegiatan yang paling mudah dan sangat cepat untuk dilaksanakan dikarenakan tidak memerlukan sesuatu yang baru yang membutuhkan riset dan persiapan khusus. Mengamati sesuatu yang terjadi di "sekitar" kita bisa menjadi peluang bisnis. Pengamatan ini diperlukan bagi mereka yang ingin mandiri. Identifikasi kebutuhan yang belum terpenuhi bisa menimbulkan peluang bisnis yang bisa terus dikembangkan.
- g. Nasihat atau saran. Mencari ide bisnis dengan cara meminta nasehat dari orang-orang yang sukses dalam bisnis adalah langkah baik dikarenakan kita akan belajar banyak dari pengalaman orang tersebut tanpa harus merasakan kegagalan orang tersebut serta mengetahui langkah-langkah yang harus dilaksanakan.
- h. Pengalaman & Pekerjaan. Pengalaman diri sendiri atau orang lain bisa menjadi guru yang baik dan sumber ide bisnis. Pengalaman buruk/gagal sering kali sulit dilupakan, lalu kita akan berupaya mencari cara baru untuk mengatasinya. Cara ini akan membuka peluang munculnya ide yang menarik. Demikian juga pengalaman kerja yang diperoleh karena Jenis Pekerjaan yang pernah dan sedang ditekuni, juga merupakan sumber sangat besar untuk menghasilkan ide-ide bisnis yang tepat. Seseorang dengan jenis pekerjaan yang sudah lama

ditekuni memahami betul bidang usaha apa saja yang berhubungan langsung maupun tidak langsung dengan pekerjaannya saat itu. Misalnya, pernah membuat sebuah produk dan disukai banyak orang. Hal itu yang kemudian dijadikan sebagai ide untuk membnagun sebuah bisnis.

- i. Penemuan secara tidak sengaja. Jenis ide bisnis ini dapat terjadi ketika seseorang melihat sesuatu (benda) yang dapat membangkitkan daya imajinasi. Dari penemuan itu, ia berhasil menciptakan sesuatu berdasarkan hasil imjinasinya.
- j. Pencarian ide dengan penuh pertimbangan. Sebuah ide awal dapat muncul dari percobaan yang dilakukan oleh wirausaha untuk menemukan ide baru. Usaha pencarian yang sedemikian rupa dapat berguna karena hal tersebut merangsang kesiapan pikiran, contoh wirausaha yang berpikir serius mengenai ide bisnis baru akan lebih dapat menerima ide baru dari berbagai sumber. Majalah dan tabloid lainnya merupakan sumber yang bagus untuk memperoleh ide awal. Salah satu cara membangkitkan ide awal adalah membaca tentang kreativitas wirausaha lain. Ide awal kadang membutuhkan jangka waktu yang panjang untuk penyaringan dan testing. Hampir seluruh ide apa pun membutuhkan studi yang hati-hati dan modifikasi sebagai pembukaan untuk pendekatan bisnis.

2. Teknik Mendapatkan Gagasan Usaha

Menurut Douglas (1996), terdapat beberapa teknik untuk mendapatkan ide, yaitu sebagai berikut:

- a. Tukar Pikiran, yaitu melalui diskusi, rapat, sharing, atau aktivitas lain yang memungkinkan terjadinya pertukaran informasi di antara individu. Biasanya ini dilakukan dengan para sahabat atau orang yang berpengalaman lebih.
- b. Berandai-andai atau mengumpamakan sesuatu akan terjadi, juga merupakan teknik mendapatkan ide bisnis. Mengubah mimpi menjadi kenyataan (memperoleh uang, menjadi bos, menjadi orang yang dihormati, disegani, meningkatkan kepuasan hidup, dan lain-lain).
- c. Kawin silang, yaitu suatu upaya bertukar pikiran mengenai ide yang masing-masing sudah dimiliki untuk menghasilkan ide yang lain. Hal ini biasanya dilakukan oleh mereka yang memiliki ilmu pengetahuan, pekerjaan, pengalaman dan ide yang berbeda untuk membuat peluang tukar pikiran.
- d. Keingintahuan, yaitu dorongan kuat dari dalam diri seseorang untuk mengetahui lebih banyak tentang sesuatu.
- e. Pendekatan tidak langsung, yaitu upaya dilakukan guna membahas sebagian ide yang akan dikembangkan, karena tidak memungkinkan

membahas secara menyeluruh. Pada saat menemui jalan buntu harus mempertimbangkan pendekatan baru.

- f. Komponen yang dimodifikasi, yaitu ide baru hasil dari modifikasi ide lama dengan cara, memilih produk atau jasa yang akan disempurnakan, membuat daftar tentang semua bagiannya dengan sistematis, selanjutnya dimodifikasi sesuai dengan tujuan.
- g. Meditasi, merupakan suatu teknik menghasilkan ide dengan memusatkan pikiran dan perasaan. Upaya ini dilakukan agar meningkatkan keyakinan diri, memusatkan diri pada cita-cita, merangsang ide, kesiapan mental, menciptakan daya inovatif.

Pada dasarnya ide bisnis akan menggambarkan beberapa hal. Ide bisnis dapat menentukan apa jenis bisnis anda, siapa target atau pasar, bagaimana cara anda menjual produk atau lebih dikenal dengan strategi pemasaran, dan produk yang menjadi pilihan yaitu produk yang dirasa cocok untuk diproduksi. Menurut Zimmerer, ide-ide dari wirausahawan dapat menciptakan nilai potensial di pasar sekaligus menjadi peluang usaha yang menjanjikan keuntungan. Untuk itu, perlu dilakukan identifikasi serta evaluasi semua risiko yang mungkin timbul dari terciptanya peluang usaha tersebut. Hal itu dapat dimulai dengan menggunakan strategi yang proaktif guna mengurangi kemungkinan timbulnya risiko. Penciptaan suatu ide bisnis merupakan salah satu faktor penting dalam memulai sebuah bisnis. Dengan telah adanya berbagai macam ide bisnis, para wirausaha dapat mampu bersaing dengan bisnis barunya. Ide dalam konteks kewirausahaan di sini adalah gagasan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (Putri 2012). Sehingga dapat disimpulkan bahwa penciptaan ide bisnis merupakan penciptaan gagasan yang menghasilkan suatu bisnis yang baru dan berbeda. Perlu adanya sebuah strategi untuk dapat menemukan peluang-peluang bisnis. Orang yang memiliki kreativitas akan mencari peluang bisnis dengan strategi tertentu. Definisi kreativitas dalam penelitian ini adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam melihat masalah dan peluang (Zimmerer et.al 2008). Kreativitas berpengaruh terhadap strategi dalam mencari peluang bisnis. Setiap orang pada dasarnya sudah memiliki kreativitas di dalam dirinya. Namun kreativitas tersebut perlu diasah atau dikembangkan. Seseorang yang kreatif, akan cenderung aktif dalam mencari informasi seputar bisnis sesuai dengan bisnis yang ingin diciptakan/dikembangkan. Semakin kreatif seseorang, semakin aktif dalam mencari peluang bisnis. Kreativitas berpengaruh terhadap penciptaan ide bisnis. Perkembangan dunia usaha menuntut siapa saja yang ingin berwirausaha agar dapat bersaing. Untuk

dapat bersaing, juga dibutuhkan sebuah usaha yang kreatif agar dapat memanfaatkan peluang-peluang bisnis di sekitarnya, sehingga walaupun sudah terdapat beragam jenis bisnis, ia tetap dapat memunculkan ide-ide bisnis yang baru. Mungkin dengan mengkombinasikan hal-hal yang telah ada menjadi suatu bisnis baru. Strategi mencari peluang bisnis tidak berpengaruh terhadap penciptaan ide bisnis. Penciptaan ide bisnis tidak bergantung dari strategi yang digunakan dalam mencari peluang bisnis. Strategi yang dimaksud misalnya, memahami arena kompetitif, memahami perkembangan masa depan, mencoba untuk menggunakan pengetahuan orang lain untuk melihat visi masa depan yang lebih realistis, dan yang lainnya (Puhakka 2007).

3. Mengembangkan Gagasan Bisnis

Sudah jelas bahwa tidak ada bisnis besar tanpa ide. Meski begitu, tanpa perkembangan yang tepat, gagasan apapun akan tetap menjadi ide dan tidak akan pernah menjadi bisnis yang sukses. Jika menemukan sebuah gagasan yang mungkin bisa mengarah pada peluncuran bisnis, berikut ini adalah beberapa hal yang dapat mengembangkan ide/gagasan itu ke arah yang benar.

- a. Menentukan sumber ide bisnis. Sumber ide bisnis bisa datang dari dalam diri sendiri, diberi tahu oleh orang lain, hasil tukar pikiran, diskusi dengan teman, atau ingin meniru ide bisnis dari sebuah bisnis yang sudah berjalan.
- b. Menentukan ide bisnis yang bagus. Ide bisnis ditemukan melalui pemikiran yang positif dan kreatif. Ide bisnis datang dari berbagai sumber yang berbeda. Ide bisnis yang bagus biasanya asli dan mencerminkan kesempatan bisnis yang perlu ditambah (kegiatan baru) atau cara baru untuk mengembangkan kegiatan yang terkait dengan bisnis-bisnis tradisional. Kesempatan bisnis adalah suatu celah antara apa yang dibeli oleh masyarakat dengan apa yang saat ini ditawarkan oleh bisnis yang sudah ada.
- c. Daftar ide bisnis. Tulislah semua ide yang timbul dalam pikiran sebelum benar-benar memulai bisnis. Daftar ide ini yang nantinya dijadikan pembandingan antara ide yang satu dan ide yang lainnya agar benar-benar menghasilkan satu ide yang kreatif dan inovatif. Untuk mendata ide bisnis yang baik, harus mendengarkan orang-orang yang berpotensi menjadi pelanggan dan lingkungan sekitar. Mendengarkan calon pelanggan adalah suatu upaya menentukan ide bisnis yang tepat karena bisnis yang dijalankan nantinya benar-benar sesuai dengan kebutuhan pasar/pelanggan. Selain itu, amati juga lingkungan sekitar tempat tinggal.

Kira-kira, hal menarik apa yang bisa dijadikan ide bisnis yang kreatif dan inovatif.

- d. Persaingan dengan produksi asing. Biasanya konsumen membutuhkan produk yang bukan hanya murah tetapi kualitasnya bagus. Oleh karena itu, jika produk tidak sesuai dengan kebutuhan pasar, maka produk kita kalah bersaing dengan produk orang lain yang secara kualitas dan kuantitas lebih baik dari produk kita.
- e. Menentukan Pemirsa/pasar. Sekalipun idenya benar-benar hebat, itu mungkin tidak sesuai dengan kebutuhan pasar. Itulah mengapa hal pertama yang harus dilakukan adalah menentukan target atau orang-orang yang akan membeli dan menggunakan produk. Jika hal di atas sudah dilakukan, saatnya untuk mendengarkan dan mengamati. Jika produk yang diciptakan ditujukan untuk menyelesaikan masalah tertentu yang dihadapi industri, pastikan untuk memetakan masalah ini. Ikuti sumber informasi otoritas industri yang spesifik, ikuti tren terbaru di sektor, lihat blog yang dijalankan oleh influencer utama Industri dan mendengarkan percakapan yang terjadi di niche.
- f. Penelitian dan Analisis Ide. Sebelum bergerak atau memulai menjalankan bisnis, ada harusnya gagasan itu diteliti dari berbagai perspektif. Pertama, pikirkan calon pelanggan. Pertimbangkan tidak hanya orang-orang yang akan membeli produk atau mereka yang akan berinteraksi langsung dengannya, tetapi juga hal yang mungkin berperan dalam bagaimana produk berada di pasaran.

C. RANGKUMAN

Kewirausahaan (*entrepreneurship*) melibatkan penciptaan ide-ide bisnis dan kemauan untuk menerima risiko. Wiraswasta mencoba untuk mengidentifikasi kesempatan (peluang) bisnis. Ketika mereka menemukan satu kesempatan, mereka menginvestasikan sebagian uang mereka untuk menciptakan suatu bisnis dengan harapan bahwa mereka akan memperoleh laba yang memadai sebagai imbalan atas usaha mereka. Wirausaha dapat **menambah nilai suatu barang** dan jasa melalui **inovasi**. Keberhasilan dapat dicapai apabila wirausaha menggunakan produk, proses, dan jasa-jasa inovasi sebagai alat untuk menggali perubahan. Oleh sebab itu, inovasi merupakan instrumen penting untuk memberdayakan sumber-sumber agar menghasilkan sesuatu yang baru dan menciptakan nilai. Ketangguhan kewirausahaan sebagai penggerak perekonomian terletak pada kreasi baru untuk menciptakan nilai secara terus-menerus. Wirausaha dapat menciptakan nilai dengan cara mengubah semua tantangan menjadi peluang melalui ide-ide dan akhirnya menjadi pengendali usaha.

Menurut Zimmerer, ide-ide yang berasal dari wirausaha dapat menciptakan peluang untuk memenuhi kebutuhan riil di pasar. Ide-ide itu menciptakan nilai potensial di pasar sekaligus menjadi peluang usaha. Dalam mengevaluasi ide untuk menciptakan nilai-nilai potensial, wirausaha perlu mengidentifikasi dan mengevaluasi semua risiko yang mungkin terjadi dengan cara mengurangi kemungkinan risiko melalui strategi yang proaktif, menyebarkan risiko pada aspek yang paling mungkin, mengelola risiko yang mendatangkan nilai atau manfaat.

D. LATIHAN SOAL

Jawablah pertanyaan dibawah ini dengan analisis yang jelas dan sistematis !

1. Langkah apa saja yang bisa dilakukan untuk memperoleh sumber ide bisnis?
2. Gagasan bisnis dapat dikembangkan melalui tahapan. Coba anda jelaskan !
3. Buatlah planning sebuah ide gagasan bisnis baru !

BAB V

PEMASARAN DAN MANAJEMEN KEUANGAN

A. PENDAHULUAN

Pemasaran adalah hal penting bagi setiap bisnis di mana pun posisinya berada, baik di awal maupun yang sudah mapan atau yang berkelanjutan. Pemasaran selain membantu bisnis menjangkau para penggunanya juga berfungsi sebagai salah satu cara untuk membangun sebuah brand, termasuk mengkomunikasikan dan menyampaikan nilai-nilai yang dibawa produk ke para pelanggannya. Ketika merancang sebuah strategi pemasaran, sebelum menentukan kanal dan gimmick lain dalam proses pemasaran pertama dan yang utama adalah menentukan siapa yang menjadi target. Seperti lokasi, usia, dan hobi pengguna harus dipetakan. Selanjutnya cari tahu bagaimana menjangkau mereka, di situ nantinya keputusan kanal pemasaran paling efektif. Pemasaran adalah tentang bagaimana menarik perhatian di keramaian. Mencuri perhatian dengan hal-hal pembeda dari apa yang dilakukan oleh pesaing. Dengan demikian nilai-nilai yang ingin disampaikan dan penawaran-penawaran yang ingin ditunjukkan bisa tepat sasaran. Untuk bisa memaksimalkan pemasaran ada baiknya untuk membuat beberapa jenis rencana. Mengetahui kanal favorit target pelanggan misalnya. Jika terdapat lebih dari satu kanal yang potensial untuk menjangkau pelanggan usahakan memanfaatkan semuanya. Jika bentuk kampanye dirasa monoton, bisa dibuat beberapa variasi. Manfaatkan konten pemasaran, kerja sama, dan hal lain yang bisa menunjang kegiatan promosi. Pemasaran bukan sebuah hal yang bisa dilakukan sekali dua kali dalam proses menjalankan bisnis. Perlu proses yang berlanjut untuk mengokohkan posisi produk dalam pasar. Biasanya salah satu yang terpengaruh dari proses pemasaran yang berlanjut adalah harga. Harga yang harus dibayarkan oleh bisnis dan harga yang harus dibayarkan oleh pengguna. Di sisi lain pemasaran tidak bisa berbuat banyak tanpa kualitas dan produk yang solutif. Jadi jauh sebelum merencanakan untuk menyusun strategi pemasaran yang berkelanjutan perlu dipastikan kualitas produk yang terbaik dan bisa memecahkan solusi, sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan

B. PENYAJIAN

1. Strategi Pemasaran

a. Fungsi dan Bentuknya

Menurut Kotler dan Armstrong (2008), pengertian strategi pemasaran adalah logika pemasaran dimana unit bisnis berharap untuk menciptakan nilai dan memperoleh keuntungan dari hubungannya dengan konsumen. Strategi pemasaran berupaya untuk memotivasi manajemen perusahaan agar berpikir dan melihat masa depan dengan cara yang berbeda. Hal ini sangat diperlukan untuk menjaga kelangsungan perusahaan di masa mendatang. Penting bagi perusahaan untuk mengikuti ritme pasar, namun terkadang perusahaan juga harus memiliki gebrakan dengan sesuatu yang baru. Menilik dari penjelasan para ahli diatas, fungsi dari strategi pemasaran sebenarnya sudah cukup jelas.

Namun, agar lebih memahami mengenai fungsi dari strategi pemasaran, terdapat empat garis besarnya :

- a) Bisa meningkatkan motivasi dalam melihat masa depan bisnis yang sedang dijalankan. Strategi pemasaran yang mengharuskan pelaku bisnis untuk dapat memperkirakan laju bisnis di masa depan, memberikan semangat dalam berusaha. Hal ini tentu sangat penting agar bisnis dapat berjalan dengan maksimal.
- b) Sebagai pengatur arah jalannya sebuah bisnis atau perusahaan. Dengan begitu, koordinasi tim pemasaran dapat berjalan dengan lebih efektif serta sesuai target.
- c) Menjadi alat bantu untuk meraih tujuan perusahaan atau bisnis, baik dalam jangka waktu pendek maupun panjang.
- d) Adanya standar penilaian dari prestasi kerja dari para anggota di bidang usaha atau perusahaan tersebut. Dengan adanya standar penilaian tersebut, pengawasan mutu serta kualitas kerja akan menjadi lebih efektif.

b. Pemasaran Era Digital

Di era digital seperti saat ini, teknologi telah mengambil alih hampir di semua bidang pekerjaan dan bisnis. Jika dimanfaatkan dengan baik, teknologi dapat membantu pekerjaan menjadi lebih mudah atau bisnis menjadi semakin berkembang. Karena alasan inilah mengapa strategi pemasaran wajib beradaptasi dengan menggunakan teknologi yang sudah ada saat ini. Beberapa contoh strategi pemasaran di era digital nyatanya berhasil untuk menarik konsumen dan memperluas jangkauan pasar dari sebuah bisnis atau perusahaan. Salah satu strategi pemasaran yang paling umum digunakan di era digital adalah email marketing. Memanfaatkan teknologi email untuk kebutuhan pemasaran juga tidak terlalu sulit. Anda hanya perlu menggunakan penyedia layanan surel gratis dan menulis tulisan yang bisa membuat pelanggan incaran tertarik untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam melakukan email marketing, pastikan bahwa tulisan bersifat persuasif, namun tidak terlalu berlebihan dalam menjelaskan keunggulannya. Biasanya, pelaku bisnis yang menggunakan email marketing akan menyisipkan form newsletter atau subscription. Hal tersebut bertujuan agar calon konsumen dapat menuliskan alamat surel mereka jika memang tertarik dengan tawaran bisnis Anda. Dengan begitu, Anda dapat melakukan kegiatan selanjutnya agar calon konsumen tersebut dapat menjadi pelanggan setia di bisnis.

Selain email marketing, terdapat strategi pemasaran yang disebut dengan mobile marketing. Ditengah maraknya pengguna smartphone oleh masyarakat di seluruh dunia, mobile marketing ini dapat menjadi strategi pemasaran yang mampu menggaet calon konsumen dengan jumlah masif. Bagi yang memiliki bisnis toko online dan semacamnya, Anda dapat mendesain tampilannya agar ramah dilihat bagi pengguna smartphone. Bila

perlu, buat aplikasi khusus pada smartphone agar konsumen semakin mudah mengakses bisnis yang sedang dijalankan. Tapi, hal ini mungkin membutuhkan modal yang tidak sedikit. Jika Anda ingin melakukan mobile marketing dengan biaya lebih terjangkau, Anda dapat memanfaatkan penyedia layanan messenger gratis, seperti, BBM, Whatsapp, dan Line. Dengan menggunakan layanan messenger tersebut, Anda dapat mempromosikan bisnis kepada calon pelanggan dengan cara yang hampir mirip dengan email marketing. Terakhir, Anda dapat memanfaatkan beragam sosial media khusus bisnis untuk mempromosikan bisnis. Cara ini cukup ampuh dalam usaha strategi pemasaran karena selain gratis, pengguna sosial media juga cukup banyak. Jadi, Anda dapat mengenalkan bisnis ke banyak orang sekaligus tanpa harus menggelontorkan biaya yang besar.

c. Macam Strategi Pemasaran

Setelah kita memahami tentang apa itu strategi pemasaran, fungsi dan konsepnya. Kini saatnya anda mengeksekusi beberapa strategi yang pas untuk perusahaan atau bisnis anda. Beberapa strategi pemasaran yang bisa anda terapkan adalah sebagai berikut :

a. Partnership.

Pada Marketing Partnership ini memiliki beberapa keuntungan untuk bisnis anda. Seperti misal anda bisa berkolaborasi dengan pihak lain untuk mengembangkan usaha anda. Selain itu startegi pemasran ini juga dinilai murah dan lebih berpeluang untuk sukses.

b. Bekerjasama dengan Influencer.

Jika anda memiliki teman seorang selebgram atau jika menginginkan produk anda laku keras, anda bisa melakukan kerjasama dengan influencer. Pasalnya mereka bisa memberikan pengaruh yang besar pada penjualan anda dengan jangkauan follower yang besar. Jika anda menjalin kerjasama dengan influencer untuk mempromosikan produk anda, tentu bukan hal yang tidak mungkin untuk mendapatkan keuntungan yang berlipat-lipat dari hasil endorse ke selebgram.

c. Melibatkan Karyawan.

Strategi pemasaran yang berikutnya adalah dengan cara melibatkan karyawan. Iya tentu tidak ada salahnya jika anda melibatkan karyawan anda dalam beberapa proyek. Coba sesekali membuat iklan lucu yang melibatkan karyawan, tentu hal ini bisa memiliki efek ganda yang mana nantinya mereka dengan senang hati share video tersebut karena rata-rata karyawan akan merasa bangga jika dilibatkan dalam proyek seperti ini.

d. Menjaga Pelanggan Lama.

Yang terakhir dan tidak kalah pentingnya adalah anda harus senantiasa memenjakan pelanggan lama anda karena merekalah orang yang paling loyal untuk membeli produk anda. Salah satu

hal yang bisa anda lakukan adalah dengan memberikan bonys kecil khusus pelanggan lama. Yang nantinya otomatis mereka akan senang menerimanya dan akan loyal mempromosikan produk yang mereka anggap memuaskan. Pemasaran dibutuhkan apabila seorang manajer pemasaran dihadapkan dengan dua atau lebih program alternatif. Keputusan untuk menentukan pilihan diantara beberapa alternatif membutuhkan riset pemasaran. Zikmund, dkk (2011) mengungkapkan bahwa penentuan akan kebutuhan riset pemasaran disesuaikan pada aspek-aspek sebagai berikut:

2. Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan merupakan segala kegiatan ataupun aktivitas pada perusahaan yang berhubungan dengan bagaimanakah caranya agar bisa mendapatkan pendanaan modal kerja, menggunakan atau mengalokasikan dana tersebut serta mengelola asset yang telah dimiliki perusahaan guna mencapai tujuan utama pada suatu perusahaan. Menurut pendapat yang lainnya, definisi dari manajemen keuangan dapat di artikan sebagai suatu manajemen dana baik itu yang berhubungan dengan permasalahan pengalokasian dana dalam berbagai bentuk investasi secara efektif maupun usaha pengumpulan dana dalam pembiayaan investasi maupun pembelanjaan secara efisien. Meskipun fungsi dari seorang manajer keuangan pada tiap perusahaan belum tentu sama tetapi prinsip utama seorang manajer keuangan pasti sama yaitu merencanakan, mencari serta memanfaatkan dengan berbagai cara guna memaksimalkan daya guna dari operasi-operasi perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa , manajemen keuangan mempunyai kepentingan dalam bagaimana cara menciptakan serta menjaga nilai ekonomis suatu perusahaan. Alhasil, semua pengambilan keputusan tentu harus di fokuskan kepada penciptaan kesejahteraan para pegawainya.

a. Tujuan Manajemen Keuangan

Tujuan dari manajemen keuangan telah terlihat dalam proses penilaian yang dilakukan oleh pasar uang, tujuan utamanya yaitu memaksimalkan kekayaan pemegang saham. Menurut para ahli, tujuan manajemen keuangan yaitu untuk:

- Memaksimalkan keuntungan: seorang manajer keuangan tidak menjamin keuntungan dalam jangka waktu yang panjang sebab ketidakpastian bisnis tetapi perusahaan bisa mendapatkan keuntungan yang maksimal bahkan dalam jangka waktu yang panjang apabila manajer keuangannya mengambil suatu keputusan keuangan yang tepat serta menggunakan keuangan perusahaan dengan baik.
- Menjaga arus kas (cash flow): suatu perusahaan harus mempunyai arus kas yang sesuai guna membayar biaya kebutuhan perusahaan sehari-hari seperti

pembelian bahan baki, pembayaran gaji karyawan, sewa, dan sebagainya. Arus kas atau cash flow yang baik tentunya akan meningkatkan keberhasilan perusahaan

- Mempersiapkan struktur modal: seorang manajer keuangan harus dapat memutuskan rasio antara pembiayaan yang dimiliki dan keuangan yang dipinjam agar dapat seimbang. Pemanfaatan keuangan yang tepat: manajer keuangan harus bisa memanfaatkan keuangan secara optimal dan perusahaan harus tidak berinvestasi keuangan perusahaan dalam proyek yang tidak menguntungkan bagi perusahaan.

- Memaksimalkan kekayaan: jadi seorang manajer keuangan mencoba agar agar memberikan dividen yang maksimal kepada pemegang saham dan berupaya dalam meningkatkan nilai pasar saham sebab nilai pasar saham secara langsung berkaitan dengan kinerja perusahaan

- Meningkatkan efisiensi: manajemen keuangan mencoba meningkatkan efisiensi semua departemen perusahaan. Distribusi keuangan yang tepat dalam semua aspek akan meningkatkan efisiensi seluruh perusahaan Kelangsungan hidup perusahaan: perusahaan harus dapat bertahan hidup pada dunia bisnis yang kompetitif seperti sekarang ini. Seorang manajer keuangan harus berhati-hati saat membuat keputusan keuangan sebab apabila salah dalam mengambil keputusan bisa saja perusahaan bangkrut atau merugi

- Mengurangi resiko operasional: manajemen keuangan juga mencoba dalam mengurangi resiko operasional. Terdapat banyak resiko ketidakpastian dalam bisnis namun seorang manajer keuangan harus bisa mengambil langkah tepat agar dapat mengurangi resiko ini.

Mengurangi biaya modal: manajer keuangan harus dapat merencanakan struktur modal sedemikian rupa agar biaya modal dapat di minimalkan

b. Fungsi Manajemen Keuangan

Fungsi utama dari seorang manajer keuangan yaitu merencanakan, mencari serta dapat memanfaatkan dana dengan berbagai cara dalam memaksimalkan daya guna dari operasi perusahaan. Tentunya hal tersebut membutuhkan pengetahuan akan pasar uang serta dari mana modal akan di peroleh dan bagaimana keputusan yang tepat di bidang keuangan harus dibuat. Penjelasan mengenai fungsi manajemen keuangan adalah sebagai berikut:

- Planning atau perencanaan keuangan. Hal ini meliputi perencanaan arus kas serta laba rugi perusahaan
- Budgeting atau anggaran, yaitu perencanaan penerimaan serta pengalokasian anggaran biaya secara efisien serta memaksimalkan dana yang dimiliki oleh perusahaan

- Controlling atau pengendalian keuangan. Hal ini merupakan melakukan evaluasi serta perbaikan mengenai keuangan serta sistem keuangan perusahaan
- Auditing atau pemeriksaan keuangan, yaitu melakukan audit internal berdasarkan keuangan perusahaan yang ada supaya sesuai dengan kaidah standar akuntansi serta tidak terjadi penyimpangan
- Reporting atau pelaporan keuangan yaitu menyediakan laporan informasi mengenai kondisi keuangan perusahaan serta analisa rasio laporan keuangan. Seorang manajer keuangan memiliki tanggung jawab yang sangat besar tentunya terhadap apa yang sudah dilakukannya. Pengambilan keputusan keuangan yang menjadi tanggung jawab seorang manajer keuangan dibagi menjadi tiga, yaitu:
 - Investment decision: berkaitan dengan masalah pemilihan investasi yang diinginkan dari suatu organisasi pada kesempatan yang tersedia dengan memilih satu atau lebih alternative investasi yang di nilai memiliki keuntungan
 - Financing decision: berkaitan dengan permasalahan pemilihan berbagai bentuk sumber dana yang tersedia guna melakukan investasi dengan memilih satu atau lebih alternative pembelanjaan yang menimbulkan biaya paling murah
 - Dividend decision: berkaitan dengan masalah penentuan besarnya persentase dari laba yang akan dibayarkan sebagai dividen tunai kepada para pemegang saham.

C.RANGKUMAN

Secara umum bisnis adalah sebuah usaha, dimana setiap pengusaha harus siap untung dan siap rugi. Bisnis tidak hanya tergantung dengan modal uang saja tetapi reputasi, keahlian, ilmu, sahabat dan kerabat dapat menjadi modal bisnis. Resiko adalah syarat mutlak daripada bisnis. Sedangkan bisnis dalam arti luas adalah istilah umum yang menggambarkan semua aktifitas dan institusi yang memproduksi barang & jasa dalam kehidupan sehari-hari. Bisnis berfungsi sebagai suatu system yang memproduksi barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan masyarakat serta merupakan suatu organisasi yang menyediakan barang atau jasa yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan. Bisnis juga dapat dikatakan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh individu dan sekelompok orang (organisasi) yang menciptakan nilai (create value) melalui penciptaan barang dan jasa (create of good and service) untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan memperoleh keuntungan melalui transaksi. Sedangkan pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya terdapat individu dan kelompok untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, mempertukarkan produk yang bernilai dengan yang lain. Pemasaran juga merupakan sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Dari definisi di atas dapat diketahui bahwa

sebenarnya proses pemasaran itu terjadi atau dimulai jauh sejak sebelum barang – barang diproduksi. Keputusan – keputusan dalam pemasaran harus dibuat untuk menentukan produk dan pasarnya, harganya, dan promosinya. Kegiatan pemasaran tidak bermula pada saat selesainya proses produksi, juga tidak berakhir pada saat penjualan dilakukan. Perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen jika mengharapkan usahanya dapat berjalan terus, atau konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap perusahaan. Jadi, jaminan yang baik atas barang dan jasa dapat dilakukan sesudah penjualan yaitu dengan menciptakan produk atau jasa yang berkualitas.

D.LATIHAN SOAL

Jawablah pertanyaan dibawah ini dengan analisis yang jelas dan sistematis !

- 1) Jelaskan yang dimaksud fungsi pemasaran !
- 2) Jelaskan kegunaan manajemen keuangan dalam business plan ?
- 3) Apa saja yang termasuk tujuan dari manajemen keuangan ?
- 4) Sebutkan dan jelaskan teknik-teknik dalam pemasaran ?

BAB VI

RENCANA BISNIS DAN MEMULAI USAHA BARU

A. PENDAHULUAN

Sebuah rencana bisnis dapat menunjukkan perbedaan antara wirausaha yang menjalankan bisnis secara proaktif dan wirausaha yang menjalankan bisnis secara reaktif. Rencana bisnis adalah dokumen tertulis yang secara persuasif menunjukkan bahwa terdapat cukup produk barang atau jasa yang dapat dijual dengan keuntungan yang cukup bagi perusahaan anda untuk menjadi bisnis yang layak. Perencanaan merupakan unsur penting agar bisnis dapat berjalan dengan sukses. Namun perlu diingat, perencanaan tidak hanya sebatas aktivitas mental dalam pikiran saja, namun harus berkomitmen untuk menulis suatu rencana bisnis sebelum memulai bisnis. Rencana bisnis yang tertulis dapat membantu wirausaha menemukan kelalaian dan kekurangan dalam ide-ide dan menemukan kemungkinan lainnya. Sebuah rencana bisnis memberitahu pembaca apa tujuan bisnis dari suatu perusahaan; kapan, dimana, mengapa, dan bagaimana bisnis tersebut akan mencapai tujuannya; serta siapa-siapa saja yang akan terlibat dalam menjalankannya. Perusahaan jenis apapun, baik yang bergerak dalam produksi maupun jasa perlu menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan lebih penting daripada sekadar laba yang besar. Untuk dapat terus bertahan (*going concern*), perusahaan memerlukan keuntungan yang cukup. Selanjutnya, untuk mendapatkan keuntungan, produk yang dihasilkan dapat memenuhi kebutuhan, keinginan, dan kepuasan konsumen (harga, kualitas, pelayanan, dan sebagainya). Agar dapat mendukung kelangsungan hidup perusahaan, maka proses produksi dalam menghasilkan barang atau jasa (*output*) harus baik. Perusahaan harus memiliki divisi produksi yang solid dan dapat dipercaya sebagai tulang punggung kelangsungan hidup perusahaan, karena menjaga lebih sulit daripada saat mendirikan perusahaan. Oleh karena itu, proses produksi dan kehidupan perusahaan yang sudah berjalan dengan baik harus dipertahankan.

B. PENYAJIAN

1. TUJUAN PENYUSUNAN RENCANA BISNIS

a. Menentukan kelayakan ide

Wirausaha tidak akan pernah tahu secara pasti apakah ide usahanya cukup layak, bila tidak direalisasikan. Dia juga perlu mempertahankan bisnis dalam waktu yang cukup lama untuk melihat apakah bisnis ini layak. Dengan menulis rencana bisnis, wirausaha dapat melihat secara kritis maksud, tujuan, dan harapan dalam usahanya, sehingga ketika merealisasikan ide usahanya, dia dapat mencegah kelalaian yang berakibat pada pembiayaan bisnis menjadi lebih tinggi. Menulis rencana bisnis juga membantu wirausaha menghilangkan emosi pribadi yang kuat dalam proses pengambilan keputusan. Keputusan bisnis yang lebih berdasarkan emosi, seringkali bukan merupakan pilihan yang bersifat jangka panjang. Hatten (2012) menyatakan bahwa wirausaha harus menjaga gairah dalam menjalankan usahanya, tetapi emosi harus seimbang dengan logika dan rasionalitas.

b. Memulai Usaha Baru

Dalam berwirausaha kita tentunya selalu merasa tidak puas dengan kondisi yang dialami saat ini. Seorang entrepreneur biasanya merasa kondisi saat ini belum cukup dan belum sesuai dengan impiannya. Biasanya mereka selalu berusaha mengembangkan bisnisnya dengan membuat bisnis yang telah ada menjadi bisnis yang lebih bervariasi dan lebih banyak diminati oleh konsumen. Ketika suatu bisnis sekiranya tidak menguntungkan, mereka biasanya akan langsung mencari penyebab mengapa bisnis tersebut menjadi tidak menguntungkan. Kemudian akan membuat suatu keputusan bisnis tersebut akan dihentikan atau akan tetap dijalankan tetapi membuat variasi terhadap bisnis tersebut. Hal inilah yang mendorong seorang entrepreneur untuk selalu berusaha memanfaatkan kerja otak dengan selalu melatih kemampuan berfikir cepatnya dalam menghadapi segala kondisi dan resiko yang akan timbul pada bisnis yang sedang dijalankan. Sama halnya dalam menentukan ide atau gagasan pertama kali. Tentunya sangat memerlukan adanya kerja otak. Dalam pembahasan kali ini yang dapat diangkat dari latar belakang masalah diatas adalah sebagai berikut:

- ✓ Apakah pengertian gagasan usaha?
- ✓ Apa saja metode untuk mencari gagasan usaha?
- ✓ Bagaimana teknis dalam menjaring gagasan usaha?
- ✓ Bagaimana ruang lingkup mencari gagasan usaha?
- ✓ Bagaimana keterkaitan antara gagasan dan alternative usaha?
- ✓ Apa saja faktor-faktor yang menyebabkan kegagalan gagasan usaha?
- ✓

c. Pengertian Gagasan Usaha

Gagasan atau ide merupakan istilah yang dipakai baik secara populer maupun dalam bidang filsafat dengan pengertian umum “citra mental” atau “pengertian”. Gagasan adalah suatu yang dapat mendatangkan inspirasi pelaku yang mendorong munculnya suatu ide usaha dan menduga lebih awal apakah ide yang muncul ini akan dapat menghasilkan suatu nilai tambahan atau tidak. Gagasan menyebabkan timbulnya konsep yang merupakan dasar bagi segala macam pengetahuan, baik sains maupun filsafat. Sekarang ini banyak orang percaya bahwa gagasan adalah suatu kekayaan intelektual seperti hak cipta atau paten. Di dalam Kamus Besar bahasa Indonesia ide diartikan sebagai rancangan yang tersusun di pikiran. Artinya sama dengan gagasan atau cita- cita. Selama ide belum dituangkan menjadi suatu konsep dengan tulisan maupun gambar yang nyata, maka ide masih berada di dalam pikiran. Ide yang sudah dinyatakan menjadi suatu perbuatan adalah karya cipta. Untuk mengubah ide menjadi karya cipta dilakukan serangkaian proses berpikir yang logis dan seringkali realisasinya memerlukan usaha yang terus menerus sehingga antara ide awal yang muncul di pikiran dan karya cipta satu sama lain saling bersesuaian sebagai kenyataan. Jika sudah ada ide, hal pertama yang harus dilakukan adalah bergerak, karena tanpa itu, ide hanyalah menjadi sebuah pemikiran saja.

c. Strategi Bisnis Plan

Sebelum mengetahui metode dalam mencari gagasan usaha, terlebih dahulu kita mengetahui Metode Mengenali Gagasan Usaha

1. Inovasi Teknologi

Metode ini adalah suatu cara untuk mengenali ide dengan cara melakukan pencarian terobosan atau temuan, perbaikan dari teknologi yang ada sehingga semakin hari semakin banyak ragamnya. Inovasi bertujuan untuk memperluas pasar, melindungi dari kemungkinan masuknya saingan baru dan memperluas pasar.

2. Pencarian Langsung

Penjaringan ide usaha dapat dilakukan dengan cara mencari langsung melalui suatu riset yang telah dirancang secara teliti, dengan tujuan untuk menemukan produk atau usaha baru.

Cara seperti ini umumnya dapat dikelompokkan kedalam katagori yaitu :

- a. Riset Aplikasi, artinya pelaku secara aktif mencari produk. Produk baru yang telah di komersialkan dipasar kemudian diambil dan diteliti untuk dicari cara-cara melakukan adopsi dengan mengadakan berbagai modifikasi sehingga terlihat sebuah produk yang lain atau berbeda dari produk yang sudah ada sebelumnya.
- b. Riset Dasar, adalah riset yang bertujuan untuk menemukan produk baru dan belum pernah ada di dunia saat ini.

3. Analisis Pemakaian Akhir

Metode penjaringan ide ini dilakukan dengan cara mengamati pemakaian pemakai akhir dari suatu produk. Semua keluhan, kelemahan dicari penyebabnya. Adanya analisis pemakai akhir akan mendorong munculnya gagasan penyempurnaan atau pembuatan produk baru sebagai pengganti.

4. Metode Kreatif

Metode ini dilakukan dengan mengenali segala sesuatu dari pelaku, kreatifitas yang sangat menentukan gagasan usaha yang akan muncul. Keterampilan seseorang, atau hobi yang dikembangkan menjadi suatu usaha yang kreatif. Misalnya, karena ada bakat melukis, maka muncul gagasan yang kreatif untuk membuka usaha sablon kaos dengan membuat lukisan-lukisan yang menarik dan bersifat populer untuk para remaja.

5. Metode Aliansi, Akuisisi, dan Lisensi

Metode ini umumnya muncul karena ada beberapa keterbatasan, misalnya keterbatasan pasar, keterbatasan sumber daya manusia, ada pemikiran tidak perlu terlalu lama untuk memajukan suatu usaha, dan ada pemikiran tidak perlu terlalu lama untuk menunjukan suatu usaha. Jika dengan melakukan aliansi, akuisisi, ataupun melalui lisensi masalah gagasan usaha ini tidak perlu harus mulai dari tahap awal, tetapi mungkin saja sudah berada tahap pertumbuhan.

Adapun metode-metode dalam mencari gagasan usaha adalah sebagai berikut:

1. Metode ATM (Amati, Tiru & Modifikasi)

Dalam mencari ide khususnya ide untuk mendirikan atau memulai suatu usaha ada salah satu metode yang cukup tepat dan dapat diterapkan. Metode ini bernama ATM yang merupakan singkatan dari amati, tiru dan modifikasi. Jika dijelaskan secara

ringkas metode ini berisi perintah untuk mengamati usaha yang sudah ada sebelumnya, meniru usaha tersebut dan memodifikasinya.

Metode ini tidak sama dengan meniru atau sering disebut dengan plagiat karena di dalamnya terdapat kegiatan modifikasi yang dengan jelas mencari kelemahan atau kekurangan yang ada di usaha sebelumnya dan kemudian mengganti atau menambahkan sesuatu sehingga terbentuklah suatu usaha yang baru. Tahapan-tahapan dalam metode ini yaitu sebagai berikut:

1. Mempelajari usaha yang sudah ada
2. Mengkaji input dan output suatu usaha
3. Menganalisa trenpopulasi dan data demografi
4. Mengkaji trend ekonomi
5. Meniru dan memodifikasi 4P (place, price, product & promotion)

Metode ATM ini telah banyak dilakukan oleh para pengusaha yang tidak perlu terlalu memaksakan untuk menggagas ide baru yang belum tentu sukses dijalankan nantinya. Sebagai seorang pengusaha dia tidak perlu repot harus melakukan riset pasar atau menciptakan sebuah bisnis baru. Cukup tinggal melihat bisnis apa yang paling laris di pasar lalu membuat bisnis serupa, atau lebih konkret lagi, mereka hanya melihat produk apa yang sukses di pasar lalu tinggal diamati dan ditiru dengan sedikit modifikasi.

Sebagai pengusaha atau misalkan pemilik produk yang market leader, tentunya tidak membiarkan hal ini terjadi. Anda akan berpikir keras untuk tetap eksis dan tetap sebagai pemimpin pasar. Anda harus memiliki strategi atau jurus tertentu untuk menghadapinya Contohnya adalah seperti yang dilakukan Herman Kosasih pemilik bengkel motor Laris Jaya Motor (LJM), mempunyai jurus yang bisa dibilang aneh dalam menghadapi persaingan. Dia memilih berdamai dengan kompetitor. Bila banyak pengusaha justru bersikap berseberangan atau bertarung dengan kompetitor, namun LJM justru berdamai. Konsep sinergi yang dikembangkan Herman Kosasih ini ternyata malah mendongkrak bisnisnya.

Metode ini tidak hanya dilakukan oleh perorangan atau kelompok dan dalam bidang usaha saja. Jepang yang kita kenal sekarang sebagai negara maju juga menerapkan metode ATM ini. Negara tersebut maju ukan karena menemukan segala sesuatu yang menjadi produk unggulannya sekarang, namun karena meniru ide, produk dan jasa dari negara lain dan menjadikannya lebih bagus, ringan, menarik hemat, modis dan lain-lain.

Itulah beberapa contoh pengusaha dan juga negara yang secara nyata berhasil menerapkan metode ATM ke dalam usahanya. Tidak ada salahnya untuk mencoba metode yang satu ini.

2. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor internal (dalam) dan faktor eksternal (luar) yaitu Strengths, Weakness, Opportunities dan Threats. Metode ini paling sering digunakan dalam metode evaluasi bisnis untuk mencari strategi yang akan dilakukan. Analisis SWOT hanya menggambarkan situasi

yang terjadi bukan sebagai pemecah masalah. Analisis SWOT terdiri dari empat faktor, yaitu:

- Strengths (kekuatan)

merupakan kondisi kekuatan yang terdapat dalam organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada. Kekuatan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri.

- Weakness (kelemahan)

merupakan kondisi kelemahan yang terdapat dalam organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada. Kelemahan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri.

- Opportunities (peluang)

merupakan kondisi peluang berkembang di masa datang yang terjadi. Kondisi yang terjadi merupakan peluang dari luar organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri, misalnya kompetitor, kebijakan pemerintah, kondisi lingkungan sekitar.

- Threats (ancaman)

merupakan kondisi yang mengancam dari luar. Ancaman ini dapat mengganggu organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri. Grid di atas merangkum beberapa bidang subjek yang perlu mempertimbangkan baik faktor internal maupun faktor eksternal. Grid ini dapat digunakan sebagai judul topik bila kita bekerja dalam kelompok-kelompok kecil (gagasan yang baik bila kelompokmu lebih besar dari delapan orang). Teknis Penjaringan Gagasan Usaha

Guna mendapatkan pilihan gagasan usaha yang baik dan memiliki nilai ekonomis yang tinggi maka perlu dilakukan teknik penjaringan berikut .

Mencari Gagasan Usaha

Gagasan usaha dapat dilakukan secara bertahap, artinya jika dilakukan secara bertahap orang yang ingin menemukan ide atau gagasan akan memulai dengan melakukan survei lebih dahulu, setelah itu dilakukan pencocokan hasil survei dengan pengalaman pribadi sebelumnya atau dengan mengkaji hasil survei berdasarkan referensi yang pernah dibaca. Sehubungan dengan ide atau gagasan usaha yang sedang dicari ini. Ketiga kegiatan ini sebenarnya merupakan tahapan awal dalam melakukan indentifikasi ide atau gagasan usaha. Tentu saja ide atau gagasan usaha tersebut sudah ditemukan maka langkah berikutnya adalah melakukan kajian secara umum dan sudut ekonomi, kemampuan teknis, ketersediaan sumber daya manusia, khususnya yang berkaitan dengan keterampilan yang diperlukan. Jika ide atau gagasan usaha tersebut akan dilaksanakan. Terakhir perlu juga diperlukan kemampuan keuangan yang ada. Lingkungan usaha merupakan suatu langkah yang penting dilakukan dengan tujuan untuk menemukan apakah lingkungan dimana usaha itu akan berdiri nantinya tidak akan menimbulkan ancaman atau justru dapat memberikan peluang diluar dari usaha yang utama. Dalam melakukan indentifikasi ide atau gagasan usaha, melakukan beberapa hal penting berikut:

1. Melakukan survei atau pengamatan langsung ke lokasi
2. Menghimpun seluruh pengalaman mengenai usaha yang pernah ditekuni sebelumnya.

C. RANGKUMAN

Mencari ide bisnis hal utama yang diperlukan adalah kerja otak, maksudnya adalah yang kita gali saat mencari ide bisnis adalah cara berfikir kita bukan tenaga kita yang digunakan untuk mencarinya. Kita memerlukan kepandaian dalam membaca peluang bisnis, mengamati kondisi sekitar, berfikir kreatif untuk menentukan suatu bisnis apa yang mungkin banyak diminati oleh para konsumen. Dalam menentuka ide bisnis dituntut untuk lebih berfikir keras daripada bekerja keras. Bekerja keras akan sangat berguna setelah ide bisnis muncul dan bisnis siap dibangun dan dikembangkan. Seorang enterpreuneur tidak cukup mengandalkan gagasan kreatif dalam pembuatan produk saja, dia memerlukan strategi yang jitu dan eksekusi yang tepat. Keberhasilan ditentukan banyak hal, tetapi yang paling penting apakah Anda benar-benar mengenali karakter Anda dan berada pada bidang yang Anda sukai dan minati? Bukan tidak mustahil keberhasilan hanya soal waktu saja bagi orang-orang yang benar-benar menyukai pekerjaannya. Kata para pengusaha, produk itu betapapun sederhananya harus dikeloni-diajak bicara, diberi perintah, dan diberikan sentuhan pribadi Anda. Ide bisnis tidak akan muncul secara tiba-tiba. Salah besar apabila memiliki anggapan bahwa ide bisnis itu hanya ditunggu saja dan akan datang secara tiba-tiba tanpa kita pusing-pusing untuk mencarinya. Ide bisnis itu datang apabila kita berusaha mencarinya dengan menggali informasi dan pandai membaca peluang yang memungkinkan untuk membuat suatu usaha baru. Terkadang suatu ide itu muncul pada saat kita sedang berfikir keras menentukan bidang bisnis yang akan kita buat. Sebagai contohnya adalah seseorang sedang berjalan jalan di suatu taman dan kebetulan ditaman tersebut ada pohon buah, orang tersebut melihat beberapa buah berjatuhan dan memungut salah satunya. Orang tersebut mencium baunya dan berfikir ternyata buah itu memiliki sari buah yang mungkin bisa dijadikan sirup sari buah atau agar buah itu tidak busuk maka bisa dibuat manisan denagn cara buah itu diawetkan. Dari kejadian sederhana inilah terkadang suatu gagasan/ide itu dapat muncul

D. LATIHAN SOAL

Jawablah pertanyaan dibawah ini dengan analisis yang jelas dan sistematis !

1. Bagaimana mencari gagasan usaha baru
2. Ide bisnis dapat ditemukan dengan berbagai cara. Coba jelaskan ?

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Nur. 2015. Kewirausahaan: Suatu Alternatif Lain Menuju Kesuksesan. Surakarta: BPK FEB UMS.
- Achmad, Nur., Saputro, Edy Purwo dan Handayani, Sih. 2016. Kewirausahaan di Era Digital. Jakarta: Direktorat Penelitian Pengabdian Masyarakat Dirjen Dikti.
- Achmad, Nur dan Saputro, Edy Purwo. 2015. Isu Riset Kewirausahaan. Jakarta: Direktorat Penelitian Pengabdian Masyarakat Dirjen Dikti.
- Akintoye, A. S dan MacLeod, M. J. 1996. Risk Analysis and Management in Contruction. International Journal of Project Management. Vol. 15, No. 1, pp. 31-38.
- Drucker.Peter.F.1993.Inovasi Dan Kewiraswastaan.Jakarta: Erlangga.
- Effendy, Mochtar.2010.Kewirausahaan (Entrepreneurship) Tuntunan Untuk Praktisi. Yayasan Penerbit Al-Mukhtar : Palembang.
- Handoko T. Hani. 2003. Manajemen Edisi 2. Yogyakarta : BPFE-Yogyakarta.
- Kasmir. 2010. Kewirausahaan. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Kao,Raymond Russel M. Knight. 1987. Enterpreneurship And New Venture Management. Prentice-Hall Canada.Scarborough, Ontario.
- Kuratko & Hoodgets. 2007. Dalam Heru Kristanto. 2009. Kewirausahaan (entrepreneurship) Pendekatan Manajemen dan praktik. Yogyakarta:Graha Ilmu.
- Mappiare, Andi.1982. Psikologi Remaja. Surabaya : Usaha Nasional.
- Maslow,Abraham H.1984.Motivasi dan Kepribadian.Jakarta : PT Gramedia. Peace II, 2009. Management. New York: McGraw-Hill Book.
- Prasetyo,Bambang dan Lina Miftahul Jannah. 2005. Metode Penelitian Kuantitatif; Teori Dan Aplikasi. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.
- Praag, C. M. and Cramer, J.S. 2002. The Roots of Entrepreneurship and Labour Demand: Individual Ability and Low Risk. Economica. Vol. 68, No. 259, pp. 45-62.