

# MODUL KEWIRAUSAHAAN

**Disusun Oleh : Zaenab**

**Ashari Rasjid**

**Mulyadi**



**JURUSAN KESEHATAN LINGKUNGAN  
POLTEKKES KEMENKES MAKASSAR  
2020**

## **MODUL KEWIRAUSAHAAN**

**Penulis :**

Zaenab

Ashari Rasjid

Mulyadi

**ISBN :**

**Editor :** Zaenab

**Penyunting :** Zaenab

**Desain Sampul dan Tata Letak :** Yosi Anjas Ningrum

**Penerbit :**

Poltekkes Kemenkes Makassar

Jurusan Kesehatan Lingkungan

Jl. Wijaya Kusuma Raya No.46 Banta-bantaeng

Makassar 90222

No. Telp (0411) 04118051012

Email : [info@poltekkes-mks.ac.id](mailto:info@poltekkes-mks.ac.id)

**Redaksi :**

Jl. Wijaya Kusuma Raya No.46 Banta-bantaeng

Makassar 90222

No. Telp (0411) 04118051012

**Distributor Tunggal :**

Jurusan Kesehatan Lingkungan

Poltekkes Kemenkes Makassar

Cetakan Pertama, Januari 2020

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa izin tertulis penerbit

ISBN 978-623-7684-45-9



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena berkat Rahmat dan Hidayah-Nya lah sehingga penyusun dapat menyelesaikan Buku Modul **Kewirausahaan**.

Modul ini secara garis besar berisi tentang Konsep Dasar Kewirausahaan berkaitan dengan Peraturan Perundang-Undangan Tentang Kesehatan dan Lingkungan, Karakteristik Kewirausahaan beserta dengan Motivasi, Kreatifitas dan Orientasi Tindakan Wirausaha, serta Manajemen dan Aspek Kewirausahaan yang meliputi Manajemen Keuangan, Evaluasi dan Pengendalian Usaha, Aspek Organisasi dan Manajemen Bisnis.

Pada kesempatan ini, kami menyampaikan terima kasih tak terhingga kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan modul ini, dan kepada penulis buku yang juga sebagai rujukan dalam penulisan modul ini.

Mengingat proses penulisan modul ini kami rasakan masih sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penyusun selalu membuka diri untuk menerima masukan dan kritikan yang sifatnya membangun untuk lebih menyempurnakan modul ini. Atas perhatiannya diucapkan terima kasih, semoga modul ini bermanfaat bagi pembaca.

Makassar, Januari 2020

Penyusun

## DAFTAR ISI

Sampul .....	
Kata Pengantar .....	i
Daftar Isi .....	ii
<b>BAB I PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN</b>	
A. Pengertian Kewirausahaan .....	1
B. Peraturan Perundang-undangan Kesehatan .....	6
C. Peraturan Perundang-undangan Lingkungan .....	12
D. Kebijakan Peraturan Perundang-undangan .....	15
<b>BAB II KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN</b>	
A. Ciri-ciri Karakteristik Wirausaha .....	25
B. Motivasi Berprestasi dan Kerjasama Tim .....	28
C. Berpikir Perubahan dan Kreatifitas .....	33
D. Berorientasi pada Tindakan .....	38
<b>BAB III MANAJEMEN DAN ASPEK KEWIRAUSAHAAN</b>	
A. Manajemen Keuangan Pribadi dan Usaha .....	45
B. Evaluasi dan Pengendalian Usaha .....	56
C. Aspek Organisasi dan Manajemen Bisnis .....	66

# BAB I

## PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

### A. Pengertian Kewirausahaan

Sebelum teori kewirausahaan, terlebih dahulu akan diulas pengertian “teori”. Kita biasanya menggunakan teori untuk menjelaskan sebuah fenomena. Fenomena yang akan dijelaskan disini adalah kehadiran *entrepreneurship* yang mempunyai kontribusi besar dalam pengembangan ekonomi. Teori tersebut terdiri dari konsep dan konstruk. Teori adalah “sekumpulan konstruk (konsep), definisi, dan proposisi yang saling berhubungan” yang menunjukkan pandangan sistematis terhadap sebuah fenomena dengan merinci hubungan antar variabel, dengan tujuan untuk menerangkan dan memprediksi fenomena. Mari kita lihat beberapa teori yang menjelaskan dan memprediksi fenomena mengenai kewirausahaan.

Secara teoritis, perusahaan sebagai sebuah istilah teknologis, dimana manajemen (individu-individu) hanya mengetahui biaya dan penerimaan perusahaan dan sekedar melakukan kalkulasi matematis untuk menentukan nilai optimal dari variabel keputusan. Jadi individu hanya bertindak sebagai “kalkulator pasif” yang kontribusinya relatif kecil terhadap perusahaan. Jadi, dalam pendekatan teoritis tidak cukup mampu untuk menjelaskan isu mengenai kewirausahaan. Ada yang menyebutnya “*There is no space for an entrepreneur in neoclassical theory*”. Jadi dimana letak teori kewirausahaannya ? Tapi sebagai titik awal masih bermanfaat juga. Konsep perusahaan (*the firm*) yang dijelaskan dalam Neo Klasik masih mengakui juga keberadaan pihak manajemen atau individu-individu. Dan individu inilah yang nantinya berperan sebagai entrepreneur atau intrapreneur, yang akan dijelaskan pada teori-teori selanjutnya.

Ada pula yang mengkaji dari sisi teori keseimbangan (*equilibrium theory*). Menurut teori ini, untuk mencapai keseimbangan diperlukan tindakan dan keputusan aktor (pelaku) ekonomi yang harus berulang-ulang dengan “cara yang sama” sampai mencapai keseimbangan. Jadi kata kuncinya “berulang dengan cara yang sama”, yang disebut “situasi statis”, dan situasi tersebut tidak akan membawa perubahan. Artinya, orang-orang yang statis atau bertindak seperti kebanyakan orang tidak akan membawa perubahan. Schumpeter berupaya melakukan investigasi terhadap dinamika di balik perubahan ekonomi yang diamatinya secara empiris. Singkat cerita, akhirnya beliau menemukan unsur eksplanatory-nya yang disebut “inovasi”. Dan aktor ekonomi yang membawa inovasi tersebut disebut *entrepreneur*. Jadi *entrepreneur* adalah pelaku ekonomi yang akan membuat perubahan.

Masalah ekonomi sebetulnya mencakup mobilisasi sosial dari pengetahuan yang tersembunyi (belum diketahui umum) yang terfragmentasi dan tersebar melalui interaksi dari kegiatan para *entrepreneur* yang bersiang. Ada dua konsep utama yang perlu kita perhatikan, yaitu pengetahuan tersembunyi (orang lain belum tahu), dan kewirausahaan. Intinya mobilisasi sosial dari pengetahuan tersebut terjadi melalui tindakan *entrepreneurial*.

Seorang *entrepreneur* akan mengarahkan usahanya untuk mencapai potensi keuntungan dan dengan demikian mereka mengetahui apa yang mungkin atau tidak mungkin mereka lakukan. Jadi artinya seorang *entrepreneur* itu harus selalu mengetahui pengetahuan (atau informasi) baru (dimana orang banyak belum mengetahuinya). Dan pengetahuan atau informasi baru tersebut dimanfaatkan untuk memperoleh keuntungan. Bukankah dengan inovasi juga kita bisa mendapatkan pengetahuan, informasi, bahkan teknologi baru?

Penemuan pengetahuan tersembunyi merupakan proses perubahan yang berkelanjutan. Dan proses inilah yang merupakan titik awal dari pendekatan Austrian terhadap kewirausahaan. Ketika dunia dipenuhi ketidakpastian, proses tersebut kadang mengalami sukses dan gagal. Namun seorang *entrepreneur* selalu berusaha memperbaiki kesalahannya. Jadi,

jangan heran kalau orang tua kita atau guru-guru kita selalu mengatakan bahwa "kegagalan itu adalah sukses yang tertunda", "Belajarlah dari kesalahan", atau "Hanya keledai lah yang terperosok duakali".

*Kirzerian Entrepreneur*, memakai pandangannya "*human action*" dalam menganalisis peranan *entrepreneurial*. Sama halnya dengan prinsip "*the man behind the gun*", mengandung makna yang sama dengan "*knowing where to look knowledge*". Dan dengan memanfaatkan pengetahuan yang superior inilah seorang *entrepreneur* bisa menghasilkan keuntungan.

Istilah kewirausahaan (*entrepreneur*) pertama kali diperkenalkan pada awal abad ke-18 oleh ekonom Perancis, Richard Cantillon. Menurutnya, entrepreneur adalah "*agent who buys means of production at certain prices in order to combine them*". Dalam waktu yang tidak terlalu lama, ekonom Perancis lainnya, yaitu Jean Baptista Say menambahkan definisi Cantillon dengan konsep entrepreneur sebagai pemimpin. Say menyatakan bahwa entrepreneur adalah seseorang yang membawa orang lain bersama-sama untuk membangun sebuah organ produktif.

Pengertian kewirausahaan relatif berbeda-beda antar para ahli karena sumber acuan dengan titik berat perhatian atau penekanan yang berbeda-beda, di antaranya adalah:

- (1) Menurut Frank Knight (1921) wirausahawan mencoba untuk memprediksi dan menyikapi perubahan pasar. Definisi ini menekankan pada peranan wirausahawan dalam menghadapi ketidakpastian pada dinamika pasar. Seorang wirausahawan disyaratkan untuk melaksanakan fungsi-fungsi manajerial mendasar seperti pengarahan dan pengawasan.
- (2) Jean Baptista Say (1816) mengemukakan bahwa seorang wirausahawan adalah agen yang menyatukan berbagai alat-alat produksi dan menemukan nilai dari produksinya.
- (3) Joseph Schumpeter (1934) mengartikan wirausahawan sebagai seorang pasar melalui kombinasi-kombinasi baru. Kombinasi baru tersebut bisa dalam bentuk (a) memperkenalkan produk baru atau dengan kualitas baru, (b) memperkenalkan metoda produksi baru, (c) membuka pasar yang baru (new market), (d) Memperoleh sumber pasokan baru dari bahan atau komponen baru,

atau (e) menjalankan organisasi baru pada suatu industri. Schumpeter mengkaitkan wirausaha dengan konsep inovasi yang diterapkan dalam konteks bisnis serta mengkaitkannya dengan kombinasi sumberdaya.

- (4) Penrose (1963) mengidentifikasi kegiatan kewirausahaan yang mencakup indentifikasi peluang-peluang di dalam sistem ekonomi. Kapasitas atau kemampuan manajerial berbeda dengan kapasitas kewirausahaan.
- (5) Harvey Leibenstein (1968, 1979), kewirausahaan mencakup kegiatan-kegiatan yang dibutuhkan untuk menciptakan atau melaksanakan perusahaan pada saat semua pasar belum terbentuk atau belum teridentifikasi dengan jelas, atau komponen fungsi produksinya belum diketahuisepenuhnya.
- (6) Israel Kirzner (1979), yang mengemukakan bahwa wirausahawan mengenali dan bertindak terhadap peluang pasar. Seorang wirausahawan selalu diharuskan menghadapi resiko atau peluang yang muncul, serta sering dikaitkan dengan tindakan yang kreatif dan inovatif. Selain itu, seorang wirausahawan menjalankan peranan manajerial dalam kegiatannya, tetapi manajemen rutin pada operasi yang sedang berjalan tidak digolongkan sebagai kewirausahaan. Seorang individu mungkin menunjukkan fungsi kewirausahaan ketika membentuk sebuah organisasi, tetapi selanjutnya menjalankan fungsi manajerial tanpa menjalankan fungsi kewirausahaannya. Jadi kewirausahaan bisa bersifat kondisional.

Di jaman global sekarang, adalah jamannya kewirausahaan. Para wirausahawan mengendalikan revolusi yang mentransformasi dan memperbaharui perekonomian dunia. *The new economy* ditandai oleh budaya kewirausahaan yang diaplikasi ke dalam aktivitas primer dan pendukung.

*Entrepreneurship* merupakan esensi dari usaha bebas simetrik dan a-simetrik karena penciptaan dan kelahiran bisnis baru dalam industri yang telah ada dan industri baru memberi vitalitas bagi ekonomi pasar.

Secara harfiah penggalan kata “usaha” dalam istilah “kewirausahaan” itu lebih bernetasi “*effort*” atau “upaya”, sehingga jangan dikonotasikan sebagai “bisnis” belaka. Jiwa dan semangat kewirausahaan tidak hanya harus dimiliki oleh para pengusaha (*business-man*) saja, melainkan sangat perlu

dimiliki oleh profesi dan peran apa saja dalam berbagai fungsi yang berbeda, apakah itu profesi guru/dosen, murid/mahasiswa, dokter, tentara, polisi, dan sebagainya.

Secara etimologik, perkataan kewirausahaan (*entrepreneur*) berasal dari kata *entrependre* (bahasa perancis) atau *to undertake* (bahasa inggris) yang berarti melakukan. Dengan demikian, kewirausahaan bukanlah bakat dari lahir atau milik etnis/suku tertentu. Kewirausahaan bukanlah mitos, melainkan realistik atau *construct* yang dapat dipelajari melalui proses pembelajaran, pelatihan, simulasi, dan magang secara *intent*.

Wirausaha cenderung memiliki sifat *avonturisme* atau selalu terdorong untuk melakukan hal-hal baru yang menantang dengan keyakinan yang dimilikinya. Yang menentukan apakah seseorang akan menjadi seorang wirausaha (*entrepreneur*) atau bukan adalah perbuatan dan tindakan. Bukan bawaan, bukan karena bakat, bukan karena sifat-sifatnya, melainkan karena tindakan. Seorang wirausahawan (*entrepreneur*) adalah seseorang yang memiliki visi dan intuisi yang realistik sekaligus seorang implementator yang handal dalam penguasaan detail-detail yang diperlukan untuk mewujudkan visi pribadi maupun organisasinya. Secara terminologik, David E. Rye dalam bukunya *The Vest-Pocket Entrepreneur* (1996) mempresentasikan kewirausahaan sebagai pengetahuan terapan dari konsep dan teknik manajerial yang disertai risiko dalam mentransformasi sumberdaya menjadi output yang memiliki nilai tambah tinggi (*value added*).

Dari pengertian-mengertian tersebut, kita dapat menarik kesimpulan bahwa kewirausahaan merupakan suatu proses mengidentifikasi, mengembangkan, dan membawa visi ke dalam kehidupan. Visi tersebut bisa berupa ide inovatif, peluang, cara yang lebih baik dalam menjalankan sesuatu. Hasil akhir dari proses tersebut adalah penciptaan usaha baru yang dibentuk pada kondisi resiko atau ketidakpastian. Kesimpulan yang bisa ditarik dari pengertian tersebut adalah bahwa kewirausahaan dipandang sebagai fungsi yang mencakup eksploitasi peluang yang muncul di „pasar“ kehidupan. Eksploitasi tersebut sebagian besar berhubungan dengan

pengarahan dan atau kombinasi input-output yang lebih produktif dan bermakna.

Jika kita amati, pertumbuhan kelompok wirausaha secara integral tidak terlepas dari lingkungan dimana kelompok-kelompok itu berada. Jika lingkungan kurang atau tidak mendorong tumbuhnya kelompok-kelompok wirausaha, maka perkembangan kewirausahaan akan meniscaya. Wirausaha akan tumbuh jika lingkungan menghargai orang-orang yang kreatif dan menyediakan sarana dan prasarana agar kreativitas itu dapat memenuhi kebutuhan masyarakat lingkungan. Secara ekonomik, seorang wirausaha adalah seorang yang berkemampuan mengkomparasi “sumberdaya” untuk menghasilkan suatu output. Kelompok wirausaha dapat memberikan *multiplier effect* bagi lingkungannya, karena seorang wirausaha senantiasa memberdayakan lingkungan dalam setiap aktivitas yang dilakukannya.

## **B. Peraturan Perundang-undangan Kesehatan**

Undang-Undang Kesehatan merupakan landasan utama dan merupakan payung hukum bagi setiap penyelenggara pelayanan kesehatan. Oleh karena itu ada baiknya setiap orang yang bergerak dibidang pelayanan kesehatan mengetahui dan memahami apa saja yang diatur didalam undang-undang tersebut.

Undang-undang No 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan, memiliki landasan hukum yang telah disesuaikan dengan UUD 1945 hasil amendemen, seperti dalam konsideran mengingat; sebagaimana dicantumkan pada Pasal 20, Pasal 28H ayat (1), dan Pasal 34 ayat (3) Undang-Undang Dasar 1945. Selain itu, undang-undang ini juga memiliki jumlah pasal yang sangat banyak yaitu terdiri dari 205 pasal dan 22 bab, serta penjelasannya. Jika dibandingkan dengan UU Kesehatan yang lama yaitu UU No 23 Tahun 1992, hanya terdiri dari 12 Bab dan 90 Pasal.

Undang-Undang kesehatan yang lama dari sisi substansi juga dianggap terlalu sentralistik, disamping itu sudah tidak sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan, dan dinamika masyarakat serta dunia kesehatan kontemporer.

Meskipun disadari, UU Kesehatan yang baru 2009 dalam pembahasannya di DPR RI, melahirkan beragam polemik di masyarakat, karena banyak pasal krusial yang sangat sensitif, namun oleh beberapa kalangan diakui pula telah melahirkan terobosan baru dalam pembangunan kesehatan di Indonesia. Pembahasannya dilakukan melalui pendekatan yang multidisipliner, dengan kerangka pemikiran yang lebih mendalam baik dari sisi substansi maupun dari sisi cakupan pengaturannya yang lebih merespon tuntutan pelayanan kesehatan untuk menjawab perkembangan dunia kesehatan di masa depan, seperti mengutamakan prinsip jaminan pemenuhan hak asasi manusia di bidang kesehatan, pemberdayaan masyarakat, pelaksanaan otonomi daerah yang nyata, implementasi hak dan kewajiban berbagai pihak serta meningkatkan peran organisasi profesi.

Jika kita melihat 5 dasar pertimbangan perlunya dibentuk undang-undang kesehatan yang baru yaitu **pertama**; kesehatan adalah hak asasi dan salah satu unsur kesejahteraan, **kedua**; prinsip kegiatan kesehatan yang nondiskriminatif, partisipatif dan berkelanjutan. **Ketiga**; kesehatan adalah investasi. **Keempat**; pembangunan kesehatan adalah tanggung jawab pemerintah dan masyarakat, dan yang **Kelima** adalah bahwa Undang-Undang Kesehatan No 23 tahun 1992 sudah tidak sesuai lagi dengan perkembangan, tuntutan dan kebutuhan hukum dalam masyarakat.

Berdasarkan pertimbangan di atas maka salah satu poin penting yang diatur dalam UU kesehatan yang baru adalah adanya pengakuan yang lebih tegas tentang pentingnya melihat kesehatan sebagai bagian dari HAM yang harus dipenuhi oleh pemerintah (Pasal 4-8). Pemenuhan hak masyarakat atas kesehatan tercermin dalam alokasi anggaran Negara (APBN/APBD) Dalam UU Kesehatan 2009 diatur secara konkrit, yaitu pemenuhan alokasi anggaran kesehatan untuk pusat (APBN) sebesar 5% (Pasal 171 ayat 1) dan untuk daerah (APBD Provinsi/Kabupaten/Kota) menyiapkan 10% dari total anggaran setiap tahunnya diluar gaji pegawai (Pasal 171 ayat 2). Besaran anggaran kesehatan tersebut diprioritaskan untuk kepentingan pelayanan publik (terutama bagi penduduk miskin, kelompok lanjut usia, dan anak terlantar) yang besarnya sekurang-kurangnya 2/3 (dua pertiga) dari anggaran kesehatan dalam anggaran

pendapatan dan belanja negara dan anggaran pendapatan dan belanja daerah (Pasal 171 ayat 3). Bahkan lebih jauh lagi, ruang lingkup pelayanan kesehatan harus mencakup setiap upaya kesehatan yang menjadi komitmen komunitas global, regional, nasional maupun lokal.

Hal ini sebetulnya sudah memenuhi harapan organisasi kesehatan dunia (WHO) yang menyebutkan, jumlah alokasi anggaran di sektor kesehatan yaitu minimal sekitar lima persen dari anggaran suatu negara. Mudah-mudahan dengan semakin membaiknya perekonomian Indonesia, anggaran kesehatan di Indonesia bisa sama dengan di Amerika Serikat yang sudah diatas 10 persen.

Dari sisi pelayanan kesehatan, Profesi tenaga kesehatan memang banyak berkaitan dengan problema etik yang dapat berpotensi menimbulkan sengketa medik. UU Kesehatan 2009 lebih memberikan perlindungan dan kepastian hukum baik pada pemberi layanan selaku tenaga kesehatan (Pasal 21-29) maupun penerima layanan kesehatan (Pasal 56-58).

Pada satu sisi, setiap orang berhak menuntut ganti rugi terhadap seseorang, tenaga kesehatan, dan/atau penyelenggara kesehatan yang menimbulkan kerugian akibat kesalahan atau kelalaian dalam pelayanan kesehatan yang diterimanya. Namun disisi lain Bilamana dalam hal tenaga kesehatan diduga melakukan kelalaian dalam menjalankan profesinya, maka kelalaian tersebut menurut UU harus diselesaikan terlebih dahulu melalui mediasi (Pasal 29). Untuk itu tenaga kesehatan sebaiknya juga mulai memahami tentang sistem Alternative Dispute Resolution (ADR). Efektifitas sistem ini cukup dapat diandalkan mengingat 90 % kasus malpraktik yang dimediasi oleh Yayasan Pemberdayaan Konsumen Kesehatan Indonesia (YPKKI) dapat diselesaikan dengan baik.

UU ini juga menjamin keterjangkaun pembiayaan kesehatan bagi semua pasien. Pasal 23 ayat 4 menentukan bahwa Penyelenggara pelayanan kesehatan selama memberikan pelayanan kesehatan dilarang mengutamakan kepentingan yang bernilai materi.

Pasal 32 UU Kesehatan 2009 secara tegas melarang seluruh fasilitas pelayanan kesehatan baik milik pemerintah maupun swasta untuk menolak pasien dan atau meminta uang muka apalagi dalam kondisi Bencana (Pasal 85).

Selama ini memang kerap terjadi adanya layanan kesehatan yang menolak untuk mengobati karena pasien tidak mampu menyediakan sejumlah uang. Aturan semacam ini dibuat untuk mencegah cara-cara tidak manusiawi dalam memperlakukan pasien.

Selain itu, bila kita melihat dari sisi perkembangan teknologi kesehatan yang berjalan seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan munculnya fenomena globalisasi telah menyebabkan banyaknya perubahan yang sifat dan eksistensinya sangat berbeda jauh dari Undang-Undang Kesehatan yang lama. Pesatnya kemajuan teknologi kesehatan dan teknologi informasi dalam era global ini ternyata belum terakomodatif secara baik oleh Undang-Undang kesehatan yang lama seperti pengaturan mengenai teknologi kesehatan dan produk teknologi kesehatan (Pasal 42-45), transplantasi organ dan/atau jaringan tubuh, implan obat dan/atau alat kesehatan, bedah plastik dan rekonstruksi, serta penggunaan sel punca untuk tujuan penyembuhan penyakit dan pemulihan kesehatan (Pasal 64-70). Hal-hal tersebut mengharuskan pemerintah mengkaji ulang konsep pembangunan kesehatan dan menuangkannya dalam Undang-Undang Kesehatan yang baru.

Undang-Undang Kesehatan yang lama lebih menitikberatkan pada pengobatan (kuratif), menyebabkan pola pikir yang berkembang di masyarakat adalah bagaimana cara mengobati bila terkena penyakit. Hal itu tentu akan membutuhkan dana yang lebih besar bila dibandingkan dengan upaya pencegahan. Konsekuensinya, masyarakat akan selalu memandang persoalan pembiayaan kesehatan sebagai sesuatu yang bersifat konsumtif/pemborosan. Selain itu, sudut pandang para pengambil kebijakan juga masih belum menganggap kesehatan sebagai suatu kebutuhan utama dan investasi berharga di dalam pembangunan. Untuk itu, dalam pandangan UU kesehatan yang baru, persoalan kesehatan telah dijadikan sebagai suatu faktor utama dan investasi berharga yang pelaksanaannya didasarkan pada sebuah paradigma baru yang biasa dikenal dengan paradigma sehat, yakni paradigma kesehatan yang mengutamakan upaya promotif dan preventif tanpa mengabaikan kuratif dan rehabilitatif. Dalam rangka implementasi paradigma sehat tersebut, dibutuhkan sebuah undang-undang yang berwawasan sehat, bukan undang-undang yang

berwawasan sakit, mengingat upaya pencegahan adalah jauh lebih murah dan lebih baik, olehnya itu sangat tepat jika pemerintah lebih menekankan kepada segi preventif karena 80 persen masalah kesehatan sebenarnya bisa diatasi melalui pencegahan.

UU Kesehatan yang baru juga telah merubah wajah baru sistem kesehatan di tanah air, dari yang tadinya sangat sentralistik menuju desentralisasi. Porsi peran pemerintah daerah terasa lebih seimbang dengan pemerintah pusat, seperti dalam hal tanggung jawab atas penyelenggaraan upaya kesehatan, yang dilaksanakan secara aman, bermutu, serta merata dan nondiskriminatif. Begitupun juga dari segi pengawasan terhadap penyelenggaraan pelayanan kesehatan dan peningkatan tenaga kesehatan yang bermutu melalui pendidikan dan pelatihan dan mendayagunakannya sesuai dengan kebutuhan daerah. Disamping itu pemerintah dan pemerintah daerah juga bersama-sama menjamin dan menyediakan fasilitas untuk kelangsungan upaya peningkatan kesehatan dan pencegahan penyakit. Ketersediaan sumber daya, fasilitas, dan pelaksanaan pelayanan kesehatan secara menyeluruh dan berkesinambungan, bukan hanya dalam kondisi aman tetapi juga pada saat bencana, tanggap darurat dan pascabencana.

Pemerintah daerah juga diberi hak untuk menentukan jumlah dan jenis fasilitas pelayanan kesehatan serta pemberian izin beroperasi di daerahnya.

Pemerintah dan pemerintah daerah wajib menjamin ketersediaan tenaga, fasilitas pelayanan, alat dan obat kesehatan gigi dan mulut dalam rangka memberikan pelayanan kesehatan gigi dan mulut yang aman, bermutu, dan terjangkau oleh masyarakat. Termasuk penanggulangan gangguan penglihatan dan gangguan pendengaran.

Pemerintah daerah juga wajib menetapkan kawasan tanpa rokok di wilayahnya seperti pada fasilitas pelayanan kesehatan; tempat proses belajar mengajar; tempat anak bermain; tempat ibadah; angkutan umum; tempat kerja; dan tempat umum dan tempat lain yang ditetapkan.

Pemerintah dan pemerintah daerah bertanggung jawab atas identifikasi mayat yang tidak dikenali, tersedianya pelayanan bedah mayat forensik di wilayahnya serta menanggung biaya pemeriksaan kesehatan terhadap korban

tindak pidana dan/atau pemeriksaan mayat untuk kepentingan hukum, Menjamin terselenggaranya perlindungan bayi dan anak dan menyediakan pelayanan kesehatan sesuai dengan kebutuhan mereka, kemudian wajib menyediakan tempat dan sarana lain yang diperlukan untuk bermain anak yang memungkinkan anak tumbuh dan berkembang secara optimal serta mampu bersosialisasi secara sehat, melakukan upaya pemeliharaan kesehatan remaja termasuk untuk reproduksi remaja agar terbebas dari berbagai gangguan kesehatan yang dapat menghambat kemampuan menjalani kehidupan reproduksi secara sehat. Wajib menjamin ketersediaan fasilitas pelayanan kesehatan dan memfasilitasi kelompok lanjut usia dan penyandang cacat untuk dapat tetap hidup mandiri dan produktif secara sosial dan ekonomis. Bertanggung jawab atas pemenuhan kecukupan gizi masyarakat. Menjamin upaya kesehatan jiwa secara preventif, promotif, kuratif, dan rehabilitatif, termasuk menjamin upaya kesehatan jiwa di tempat kerja, Memberikan layanan edukasi dan informasi tentang kesehatan jiwa, termasuk mempermudah akses masyarakat terhadap pelayanan kesehatan jiwa. Wajib melakukan pengobatan dan perawatan di fasilitas pelayanan kesehatan bagi penderita gangguan jiwa yang terlantar, menggelandang, mengancam keselamatan dirinya dan/atau orang lain, dan/atau mengganggu ketertiban dan/atau keamanan umum, termasuk pembiayaan pengobatan dan perawatan penderita gangguan jiwa untuk masyarakat miskin,

Selain itu, bertanggung jawab juga dalam melakukan upaya pencegahan, pengendalian, dan pemberantasan penyakit menular serta akibat yang ditimbulkannya dengan berbasis wilayah melalui koordinasi lintas sektor.

Secara berkala menetapkan dan mengumumkan jenis dan persebaran penyakit yang berpotensi menular dan/atau menyebar dalam waktu yang singkat, serta menyebutkan daerah yang dapat menjadi sumber penularan, Melakukan surveilans terhadap penyakit menular, Menetapkan jenis penyakit yang memerlukan karantina, tempat karantina, dan lama karantina. Melakukan upaya penanggulangan keadaan wabah, letusan, atau kejadian luar biasa. Demikian juga melakukan upaya pencegahan, pengendalian, dan penanganan penyakit tidak menular beserta akibat yang ditimbulkannya dan bertanggung jawab untuk

melakukan komunikasi, informasi, dan edukasi yang benar tentang faktor risiko penyakit tidak menular yang mencakup seluruh fase kehidupan.

Menjamin ketersediaan lingkungan yang sehat dan tidak mempunyai risiko buruk bagi kesehatan. Menyelenggarakan pengelolaan kesehatan melalui pengelolaan administrasi kesehatan, informasi kesehatan, sumber daya kesehatan, upaya kesehatan, pembiayaan kesehatan, peran serta dan pemberdayaan masyarakat, ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang kesehatan, serta pengaturan hukum kesehatan secara terpadu dan saling mendukung guna menjamin tercapainya derajat kesehatan yang setinggi-tingginya.

Menyiapkan sumber pembiayaannya selain dari pemerintah pusat, masyarakat swasta dan sumber lain. Untuk itu semua maka pemerintah daerah berwenang melakukan pembinaan terhadap masyarakat dan terhadap setiap penyelenggara kegiatan yang berhubungan dengan sumber daya kesehatan di bidang kesehatan dan upaya kesehatan.

Dapat memberikan penghargaan kepada orang atau badan yang telah berjasa dalam setiap kegiatan mewujudkan tujuan kesehatan.

Mengangkat tenaga pengawas dengan tugas pokok untuk melakukan pengawasan terhadap segala sesuatu yang berhubungan dengan sumber daya di bidang kesehatan dan upaya kesehatan. Serta mengambil tindakan administratif terhadap tenaga kesehatan dan fasilitas pelayanan kesehatan yang melanggar ketentuan.

### **C. Peraturan Perundang-undangan Lingkungan**

Lingkungan hidup merupakan kesatuan ruang dengan semua benda, daya, keadaan, dan makhluk hidup, termasuk manusia dan perilakunya, yang mempengaruhi alam itu sendiri, kelangsungan perikehidupan, dan kesejahteraan manusia serta makhluk hidup lain. Pada PP LH No. 4 Tahun 1982 dinyatakan Lingkungan Hidup merupakan sistem yg meliputi lingkungan alam hayati, lingkungan alam non-hayati, lingkungan buatan, dan lingkungan sosial, yang mempengaruhi kelangsungan perikehidupan dan kesejahteraan manusia serta makhluk hidup lainnya.

## **1. Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup**

Upaya sistematis dan terpadu yang dilakukan untuk melestarikan fungsi lingkungan hidup dan mencegah terjadinya pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan hidup yang meliputi perencanaan, pemanfaatan, pengendalian, pemeliharaan, pengawasan, dan penegakan hukum.

## **2. Pembangunan Berkelanjutan**

Upaya sadar dan terencana yang memadukan aspek lingkungan hidup, sosial, dan ekonomi ke dalam strategi pembangunan untuk menjamin keutuhan lingkungan hidup serta keselamatan, kemampuan, kesejahteraan, dan mutu hidup generasi masa kini dan generasi masa depan.

## **3. Rencana Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup(RPPLH)**

Perencanaan tertulis yang memuat potensi, masalah lingkungan hidup, serta upaya perlindungan dan pengelolaannya dalam kurun waktu tertentu.

## **4. Ekosistem**

Tatanan unsur lingkungan hidup yang merupakan kesatuan utuh menyeluruh dan saling mempengaruhi dalam membentuk keseimbangan, stabilitas, dan produktivitas lingkungan hidup.

## **5. Pelestarian Fungsi Lingkungan Hidup**

Rangkaian upaya untuk memelihara kelangsungan daya dukung dan daya tampung lingkungan hidup.

## **6. Daya Dukung Lingkungan Hidup**

Kemampuan lingkungan hidup untuk mendukung perikehidupan manusia, makhluk hidup lain, dan keseimbangan antarkeduanya.

## **7. Daya Tampung Lingkungan Hidup**

Kemampuan lingkungan hidup untuk menyerap zat, energi, dan/atau komponen lain yang masuk atau dimasukkan ke dalamnya.

## **8. Sumber Daya Alam**

Unsur lingkungan hidup yang terdiri atas sumber daya hayati dan nonhayati yang secara keseluruhan membentuk kesatuan ekosistem.

## **9. Kajian Lingkungan Hidup Strategis ( KLHS)**

Rangkaian analisis yang sistematis, menyeluruh, dan partisipatif untuk memastikan bahwa prinsip pembangunan berkelanjutan telah menjadi dasar

dan terintegrasi dalam pembangunan suatu wilayah dan/atau kebijakan, rencana, dan/atau program.

#### **10. Analisis Mengenai Dampak Lingkungan Hidup (AMDAL)**

Kajian mengenai dampak penting suatu usaha dan/atau kegiatan yang direncanakan pada lingkungan hidup yang diperlukan bagi proses pengambilan keputusan tentang penyelenggaraan usaha dan/atau kegiatan.

Secara konstitusional kebijakan pengelolaan lingkungan hidup didasarkan atas pasal 33 UUD 1945 atau yang sudah diamandemen. Kebijakan Pemerintah dibidang lingkungan hidup dalam GBHN 1998 secara eksplisit tertuang dalam arah Pembangunan Jangka Panjang kedua (PJP II) yakni setiap kegiatan pembangunan disektor pengelolaan sumberdaya alam dan lingkungan hidup harus memperhatikan kelestarian fungsi lingkungan hidup. Peraturan perundangan lingkungan hidup bersifat menyeluruh dan sesuai dengan sifat hukum lingkungan modern adalah ditetapkannya undang-undang No. 4 tahun 1982 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Lingkungan Hidup (UULH). UULH menandai awal perkembangan perangkat hukum sebagai dasar bagi upaya pengelolaan lingkungan hidup di Indonesia dan sebagai bagian tak terpisahkan dari upaya pembangunan berkelanjutan yang berwawasan lingkungan. Perkembangan lingkungan global serta aspirasi internasional seperti konferensi PBB tentang lingkungan di Rio de Janeiro 1992 (*United Nations Conference on Environment and Development disingkat UNCED*) mempengaruhi usaha pengelolaan lingkungan hidup di Indonesia yang mendorong perlunya penyempurnaan UU No. 4 Tahun 1982. Tanggal 19 September 1997 ditetapkan Undang-undang No. 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup. Beberapa hal pokok dalam Undang undang No 23 Tahun 1997 adalah mengenai hak masyarakat (orang perorangan atau kelompok) untuk mengajukan gugatan perwakilan (*class action*) ke pengadilan atau melaporkan ke penegak hukum apabila perikehidupannya dirugikan atau karena hak azasnya atas lingkungan hidup yang baik dan sehat secara kolektif terancam atau dilanggar. UU No. 23/1997 juga mengatur kewajiban Pemerintah untuk mendorong penanggung jawab usaha/kegiatan untuk melakukan audit lingkungan untuk meningkatkan kinerja usahanya. Peraturan perundangan

lingkungan hidup yang terbaru adalah Peraturan Perundangan Lingkungan Hidup No. 32 tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup. Peraturan perundangan pada lingkup daerah terkait lingkungan hidup, di Jawa Timur terdapat banyak perundangan yang senantiasa berkembang karena tuntutan perkembangan kehidupan masyarakat dan makin kompleks permasalahan yang harus diatur. Peraturan perundangan tentang lingkungan hidup akan memberikan banyak manfaat terutama bagi perusahaan dan pemerintah daerah, diantaranya mempermudah dalam:

- 1) Menjalankan hak dan kewajibannya.
- 2) Melakukan penerapan dan monitoring.
- 3) Melakukan penegakan hukum lingkungan.
- 4) Mempertajam pemahaman sehingga mampu memberikan umpan balik yang berkaitan dengan perundangan.
- 5) Mengidentifikasi dan mengusulkan Perda lingkungan yang relevan untuk daerah.
- 6) Mengelola stakeholder (pelaku usaha, dinas daerah, masyarakat sekitar, LSM, investor, dll)

Di Jawa Timur terdapat sungai Brantas yang mengalir dari hulu Kota Malang dan bermuara di wilayah Surabaya melewati beberapa kabupaten dan kota di Jawa Timur. Sungai Brantas merupakan sumber kebutuhan air yang mempunyai nilai strategis, namun seiring pembangunan industri yang banyak membuang limbahnya ke sungai brantas maka dipandang perlu adanya peraturan, hal ini dapat kita temukan Peraturan Daerah Provinsi Jawa Timur Nomor 5 Tahun 2000 tentang Pengendalian Pencemaran Air di Jawa Timur. Sebagai kebijakan pelaksanaan yang memperkuat kebijakan umum terbit Keputusan Gubernur Jawa Timur No. 45 tahun 2002 tentang Baku mutu limbah cair bagi industri atau kegiatan usaha lainnya di Jawa Timur. Perkembangan lebih lanjut terdapat Peraturan Daerah Provinsi Jawa Timur Nomor 2 Tahun 2008 Tentang Pengelolaan Kualitas Air dan Pengendalian Pencemaran Air di Provinsi Jawa Timur yang merupakan hasil peninjauan kembali Perda No 5 tahun 2000 agar dapat dilakukan pengelolaan kualitas air dan pengendalian pencemaran air

secara bijaksana dengan memperhatikan kepentingan generasi sekarang dan mendatang serta keseimbangan ekologis.

#### **D. Kebijakan Peraturan Perundang-undangan**

Kebijakan merupakan ketentuan-ketentuan yang harus dijadikan pedoman, pegangan atau petunjuk bagi setiap usaha atau kegiatan aparatur pemerintah dan masyarakat, dalam rangka mencapai kelancaran dan peterpaduan dalam upaya mencapai tujuan. Kebijakan dapat dibedakan sebagai kebijakan internal dan eksternal, tertulis dan tidak tertulis, sedang lingkup kebijakan adalah lingkup nasional dan lingkup daerah. Masing-masing lingkup kebijakan berdasarkan kewenangan dan luasan cakupan dibedakan kebijakan umum, kebijakan pelaksana dan kebijakan teknis. Kebijakan internal atau manajerial adalah kebijakan yang hanya mempunyai kekuatan mengikat aparatur dalam organisasi pemerintahan sendiri. Kebijakan eksternal adalah kebijakan yang mengikat masyarakat atau kebijakan publik. Dalam menyusun kebijakan hendaknya diperhatikan:

- 1) Berpedoman pada kebijakan yang lebih tinggi
- 2) Konsisten dengan kebijakan lain yang berlaku
- 3) Berorientasi pada kepentingan umum
- 4) Jelas, tepat dan tidak menimbulkan kekaburan arti dan maksud
- 5) Dirumuskan secara tertulis

##### **1. Kebijakan Nasional**

Kebijakan Nasional merupakan kebijakan negara yang bersifat fundamental dan strategis dalam pencapaian tujuan Nasional/Negara, sebagaimana tertera dalam Pembukaan UUD 1945. Adapun wewenang penetapan kebijakan nasional berada pada MPR maupun Presiden bersama-sama dengan DPR. Kebijakan nasional di bidang sumberdaya alam dan lingkungan hidup diarahkan dalam rangka menjaga dan meningkatkan kelestarian fungsi dan mutu lingkungan. Bentuk kebijakan nasional yang dituangkan dalam peraturan perundangan dapat berupa UUD khususnya pasal 33 ayat 3, Undang-undang Lingkungan Hidup No 23 ta-hun 1997 pengganti UU No. 4 tahun 1982, Undang-undang Nomor 7 Tahun 2004 tentang Sumber Daya Air.

a. Kebijakan Umum

Kebijakan umum merupakan kebijakan Presiden yang lingkupnya menyeluruh dan bersifat nasional, berupa penggarisan ketentuanketentuan yang bersifat garis besar dalam rangka pelaksanaan tugas umum pemerintahan dan pembangunan sebagai pelaksana UUD 1945, ketetapan MPR dan undang-undang untuk mencapai tujuan nasional atau Negara. Kebijakan umum tertulis dalam bentuk peraturan dapat berupa peraturan Pemerintah (PP), Keppres atau Inpres. Peraturan perundangan terkait lingkungan hidup yang merupakan kebijakan umum, seperti; PP No. 20 Tahun 1990 tentang Pengendalian Pencemaran Air), PP No. 18 tahun 1999 tentang Pengelolaan Limbah B-3), Keppres No. 32 tahun 1990 tentang Pengelolaan Kawasan Lindung, PP Nomor 82 Tahun 2001 tentang Pengelolaan Kualitas air dan Pengendalian Pencemaran Air.

b. Kebijakan Pelaksana

Kebijakan pelaksanaan merupakan penjabaran dari kebijakan umum sebagai strategi pelaksanaan dalam suatu bidang tugas umum pemerintahan dan pembangunan di bidang tertentu. Wewenang penetapan kebijakan pelaksanaan berada pada Menteri /Pejabat lain setingkat Menteri dan Pimpinan Lembaga Pemerintahan Non Departemen (LPND). Kebijakaan pelaksanaan yang tertulis dalam bentuk peraturan perundangan dapat berupa Peraturan, Keputusan atau instruksi dari pejabat tersebut, contoh; Keputusan Menteri Negara Lingkungan Hidup Nomor Kep-03/MENLH/1/1998 tentang Baku Mutu Limbah Cair Bagi Kawasan Industri; Keputusan Menteri Negara Lingkungan Hidup Nomor 02 Tahun 2006 tentang Baku Mutu Air Limbah bagi Kegiatan Rumah Pemotongan Hewan.

c. Kebijakan Teknis

Kebijakan teknis merupakan penjabaran dari kebijakan pelaksanaan yang memuat pengaturan teknis di bidang tertentu. Wewenang penetapan kebijakan teknis ini berada pada Menteri dan/atau Direktur Jenderal maupun pimpinan LPND. Bentuk

kebijakan teknis dapat berupa keutusan, instruksi atau surat edaran dari pejabat tersebut., seperti; Kepmen PE No. 1256 .K/008/M. PE/1996 (Pedoman Teknis Penyusunan AMDAL Untuk Kegiatan Pertambangan Dan Energi), SK Kepala Bapedal No. Kep-124/12/1997 (Panduan Kajian Aspek Kesehatan Masyarakat dalam Menyusun AMDAL).

## **2. Kebijakan Lingkup Daerah**

### **a. Kebijakan Umum**

Kebijakan umum pada lingkup daerah merupakan kebijakan Pemerintah Daerah sebagai pelaksanaan asas desentralisasi ataupun otonomi daerah dalam rangka usaha mengatur urusan rumah tangga daerah. Kebijakan ini memuat ketentuan yang bersifat menyeluruh dan strategis dalam lingkup daerah yang bersangkutan. Wewenang penetapan kebijakan umum di daerah tingkat provinsi berada pada Gubernur bersama DPRD provinsi, sedangkan pada daerah tingkat kabupaten/kota ditetapkan oleh bupati/walikota bersama dengan DPRD. Kebijakan umum pada tingkat daerah berbentuk peraturan daerah (Perda) untuk tiap-tiap tingkat pada daerah yang bersangkutan, misal Peraturan Daerah Provinsi Jawa Timur Nomor 2 Tahun 2006 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Provinsi Jawa Timur, Peraturan Daerah Provinsi Jawa Timur Nomor 2 Tahun 2008 Tentang Pengelolaan Kualitas Air Dan Pengendalian Pencemaran Air Di Provinsi Jawa Timur.

### **b. Kebijakan Pelaksanaan**

Kebijakan pelaksanaan pada lingkup daerah sesuai dengan pemerintahan di daerah. Dalam rangka pelaksanaan asas desentralisasi/ tugas pembantuan dan otonomi daerah bentuk kebijakannya berupa keputusan Kepala Daerah dan instruksi Kepala Daerah.

### **c. Kebijakan Teknis**

Kebijakan teknis pada lingkup daerah merupakan realisasi teknis kebijakan pelaksanaan. Kebijakan teknis dapat berupa kebijakan dalam rangka pelaksanaan asas desentralisasi, asas dekonsentrasi asas tugas pembantuan. Kewenangan penetapan kebijakan departemen atau Kepala Kantor Wilayah Direktorat Jenderal, instruksi kepala Kantor Wilayah Direktorat Jenderal pada tingkat provinsi.



## TUGAS

### 1. Pengantar

Wirausaha dan kewirausahaan merupakan kata-kata yang hampir setiap hari kita dengar. Bahkan program-program pemerintah pun sekarang banyak yang menggunakan jargon “Jadilah Wirausaha yang mampu menciptakan lapangan pekerjaan”.

Meskipun kata wirausaha dan kewirausahaan mudah diucapkan, banyak orang yang belum mengerti makna dan bedanya. Sebagian orang menganggap wirausaha sama dengan pengusaha yang berhasil, yang mempunyai bisnis besar, mampu mempekerjakan banyak orang, penampilannya perlente dan necis, penghasilan besar, dll. Oleh karena itu dalam sesi ini kita akan khusus mempelajari pengertian wirausaha dan kewirausahaan.

### 2. Tujuan

Peserta memahami konsep dasar kewirausahaan yang mencakup pengertian dan prinsip-prinsipnya

### 3. Hasil yang diharapkan

1. Peserta bisa menjelaskan tentang pengertian wirausaha dan kewirausahaan
2. Peserta bisa menerapkan prinsip-prinsip kewirausahaan dalam pengembangan usahanya

### 4. Metode

- a. Curah Pendapat
- b. Ceramah
- c. Diskusi Kelompok

Waktu : 90 menit

Alat dan Bahan :

1. Atk Lengkap : spidol,metaplan,plano,lakban
2. Materi power point

Langkah Kegiatan :

	LANGKAH KEGIATAN	METODE	WAKTU	ABB
1	Fasilitator menjelaskan secara singkat mengenai tujuan pembelajaran, proses yang akan dilakukan serta hasil yang akan dicapai.	Pemaparan	10 menit	Plano, Meta Plan, Spidol, lagban
2	Fasilitator mengajak para peserta untuk berpendapat mengungkapkan pengertiannya tentang wirausaha dan kewirausahaan	Curah Pendapat	20 menit	Plano, Meta plan, spidol lagban
3	Fasilitator membantu merumuskan			Plano, Meta
4	pengertian tentang wirausaha dan kewirausahaan			plan, spidol lagban
5	Fasilitator mengajak peserta berbagi dalam kelompok kecil untuk mendiskusikan tentang Prinsip-prinsip dalam kewirausahaan	Diskusi Kelompok	20 menit	Plano, Meta plan, spidol lagban
6	Perwakilan kelompok diminta mempresentasikan hasil diskusi dan kelompok lain dapat menanggapi dan bertanya	Pemaparan Pleno	25 menit	Plano, Meta plan, spidol lagban
7	Fasilitator menugaskan perwakilan peserta untuk menyimpulkan hasil presentasi semua kelompok. Kemudian fasilitator memberikan penjelasan dan point penting tentang prinsip-prinsip kewirausahaan	Pemaparan	15 menit	Bahan Bacaan

### Penugasan/Bahan Diskusi

Analisislah apakah anda mempunyai jiwa wirausaha?

## **Bahan Bacaan**

Kewirausahaan berasal dari kata Wirausaha, kata wira berarti berani, mulia , usaha berarti kegiatan bisnis komersial maupun non komersial. Jadi secara sederhana kewirausahaan diartikan sebagai hal-hal yang menyangkut keberanian seseorang untuk melakukan kegiatan usaha/bisnis secara mandiri

Menurut Josep Schumpeter ditekankan bahwa wirausaha adalah orang yang melihat adanya peluang kemudian menciptakan sebuah organisasi untuk memanfaatkan peluang tersebut. Sedangkan proses kewirausahaan adalah meliputi semua kegiatan fungsi dan tindakan untuk mengejar dan memanfaatkan peluang dengan menciptakan suatu organisasi..

Setiap orang punya kemampuan menjadi wirausaha asal mau dan mempunyai kesempatan untuk belajar dan berusaha. Berwirausaha melibatkan dua unsur pokok (1) peluang dan, (2) kemampuan menanggapi peluang. Seorang wirausahawan adalah berjiwa berani menghadapi resiko dan ketidakpastian dalam membuka usaha, disamping itu ia punya kemampuan kreativitas dan inovasi dalam memanfaatkan sumberdaya dan peluang untuk mengembangkan usaha yang bertujuan meningkatkan penghasilan dan taraf kehidupan. Kemampuan berkreasi dan berinovasi dalam menciptakan dan menyediakan produk merupakan modal utama dalam meraih peluang, disamping kemampuan dalam manajemen usaha

Dalam berwirausaha, seseorang harus bisa menghadapi ketidakpastian pada dinamika pasar dan memprediksi serta menyikapi perubahan pasar. Disinilah fungsi-fungsi manajerial sangat dibutuhkan mulai dari perencanaan usaha, pengembangan, pengawasan hingga penilaian atau pengevaluasian usaha. Jika kita bermaksud mencapai suatu tujuan yang paling diinginkan dalam hidup ini, kekuatan yang bisa mendukung pencapaian tujuan tersebut berasal dari diri kita sendiri. Meskipun resiko kegagalan selalu ada, wirausahawan mampu mengambil resiko dengan kemampuannya berpikir kreatif dan inovatif

Dalam mengembangkan kegiatan kewirausahaan, tahapan penting yang harus diperhatikan meliputi :

1. Tahapan memulai usaha

Pada tahap ini seseorang yang berniat melakukan usaha harus mengetahui prinsip-prinsip pengelolaan usaha/bisnis (menentukan jenis usaha, merancang usaha, mengelola sumberdaya yang ada, dari komponen usaha hingga pemasarannya), secara efektif dan efisien, mengadministrasikan kegiatan usaha juga pembukuan keuangan. Pada tahap ini wirausahawan harus memperhitungkan dan menyiapkan segala sesuatu yang dibutuhkan sesuai dengan kapasitas dan peluang yang ada.

2. Tahapan melakukan usaha

Pada tahap ini seorang wirausahawan harus mengelola berbagai aspek yang terkait dengan usaha yang dipilih. Aspek ini mencakup manajerial kepemimpinan, permodalan, SDM pendukung, pengelolaan usaha hingga ke pemasarannya. Untuk permodalan tidak hanya berbentuk materi juga rohani. Kepercayaan dan keteguhan hati merupakan modal utama dalam usaha.

3. Mempertahankan usaha

Dalam menjalankan usaha harus bisa memberi kepuasan pada pelanggan dengan cara menyediakan barang atau jasa yang berkualitas dan bermanfaat dengan waktu tepat sesuai dengan kebutuhan. Berdasarkan pada hasil yang telah dicapai dalam usahanya, perlu dianalisis perkembangannya dan ditindaklanjuti sesuai dengan kondisi yang ada.

4. Mengembangkan usaha

Bila situasi mendukung pengembangan usaha dan asset usaha tersedia maka perluasan usaha menjadi salah satu pilihan yang bisa diambil. Dalam mengembangkan usaha dan membuka usaha baru banyak unsur ketidakpastian antara ide wirausaha dengan peluang, ketidakpastian antar sumber daya dengan peluang juga ketidakpastian antara sumber daya dengan ide wirausaha. Oleh karena itu seorang wirausaha dituntut siap menghadapi tantangan dan mampu mengambil resiko, mempunyai sifat optimis serta sigap dalam pengambilan keputusan.

Untuk menuju puncak karir dalam berwirausaha, ada beberapa prinsip yang perlu diperhatikan diantaranya yaitu :

1. Keyakinan dalam menentukan usaha
2. Keberanian dalam mengambil keputusan
3. Ambisi untuk maju dan berusaha
4. Kemauan untuk kerja keras
5. Bisa bekerjasama dengan orang lain
6. Penampilan yang baik
7. Motivasi untuk belajar tinggi
8. Terbuka dan pandai berkomunikasi

# BAB II

## KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN

### A. Ciri-ciri Karakteristik Wirausaha

Ada beberapa ciri yang dimiliki oleh wirausaha, antara lain:

#### 1. Selalu tumbuh

Seorang wirausaha berbeda dengan pedagang biasa. Perbedaan ini ditandai dari sifat dan kondisi usahanya. Ada beberapa perbedaan antara pedagang biasa dengan seorang wirausaha, antara lain dilihat pada tabel berikut:

Pedagang biasa	Entrepreneur
<ul style="list-style-type: none"><li>• Berusaha seadanya</li><li>• Bekerja sekedar untuk hidup</li><li>• Usaha yang dimiliki bersifat stagnan</li><li>• Tidak ada perubahan dari waktu ke waktu</li><li>• Mengerjakan pekerjaan tanpa rencana kemajuan</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Moving forward</i> (maju terus ke depan)</li><li>• Usaha yang dimiliki tumbuh dari waktu ke waktu</li></ul>

#### 2. Bersahabat dengan ketidakpastian

Menurut Rhenald Kasali, banyak pemula yang gagal berwirausaha karena gagal menanamkan *passion* ke dalam alam ketidakpastian. Artinya, pebisnis pemula belum menyadari bahwa kegiatan berbisnis berdekatan dengan ketidakpastian. Bukan sekadar ada modal, pengembalian keuntungan, dan kejayaan.

Seorang wirausaha selalu siap dengan penghasilan yang tidak tetap (kecuali bila usaha sudah stabil), membayar fasilitas dengan biaya sendiri, menemui tantangan dan kesulitan, membangun kepercayaan dari nol. Seorang wirausaha berpikir bahwa kesulitan adalah tantangan, sehingga tidak akan menyerah dan berhenti berusaha.

3. Mengelola jenis usaha riil dan bukan spekulatif

Seorang wirausaha tidak mengenal jalan pintas ataupun cara-cara yang membuat cepat menjadi kaya. Artinya, seorang wirausaha membangun usahanya *step by step*, dengan kerja keras, dan bukan hasil kerja yang bersifat instant. Sebaliknya, usaha spekulatif ditujukan untuk mengejar kekayaan dalam waktu singkat, dan tanpa kerja keras.

Sedangkan menurut McClelland yang dikutip oleh Masykur Wiratmo (1996), karakteristik wiraswastawan adalah sebagai berikut:

a. Keinginan untuk berprestasi

Keinginan berprestasi merupakan penggerak psikologis utama. Keinginan berprestasi adalah keinginan atau dorongan dalam diri yang memotivasi perilaku ke arah tujuan.

b. Keinginan untuk bertanggungjawab

c. Preferensi kepada resiko menengah

Yaitu memilih menetapkan tujuan yang membutuhkan tingkat kinerja yang tinggi, tetapi yang masih dapat dipenuhi.

d. Persepsi pada kemungkinan berhasil

Adanya orientasi untuk mencapai keberhasilan, dengan cara mempelajari fakta dan menilainya.

e. Rangsangan oleh umpan balik

f. Aktivitas enerjik

Yaitu aktif dan memiliki proporsi waktu yang besar dalam mengerjakan tugas dengan cara baru.

g. Orientasi ke masa depan

Yaitu melakukan perencanaan dan berpikir ke depan.

h. Keterampilan dalam pengorganisasian

i. Sikap terhadap uang

Uang bukan semata-mata tujuan bekerja. Uang adalah efek atau lambang konkret dari tercapainya tujuan. Yang lebih penting dari sekedar mencari uang adalah prestasi kerja.

Menurut McGraith & MacMillan (2000) terdapat tujuh karakter dasar yang perlu dimiliki setiap calon wirausaha. Tujuh karakter tersebut adalah:

a. *Action oriented*

Yaitu ingin segera bertindak, dan tidak suka menunda-nunda atau membiarkan sesuatu lewat begitu saja.

b. Berpikir simpel

Yaitu belajar menyederhanakan yang kompleks, sehingga tidak ribet. Setiap persoalan dilihat secara jernih dan diselesaikan secara bertahap.

c. Mencari peluang baru

Yaitu mau belajar yang baru, mencari alternatif baru, dan mencari cara-cara baru.

d. Mengejar peluang dengan disiplin tinggi

Yaitu tidak pemalas atau penunda pekerjaan. Setiap kesempatan yang ada segera raih dan dimanfaatkan, disertai sifat disiplin yang tinggi.

e. Hanya mengambil peluang yang terbaik

Yaitu cepat membaca peluang-peluang yang muncul, dan memilih yang terbaik.

f. Fokus pada eksekusi

Yaitu tidak sekedar memikirkan, merenungkan atau menganalisis ide-ide, melainkan melakukan tindakan dan merealisasikan pikiran-pikiran tersebut.

g. Memfokuskan energi setiap orang pada bisnis yang digeluti

Yaitu membangun jaringan dan memberdayakan orang-orang di sekitarnya, dan tidak melakukan semuanya sendiri. Karakter-karakter tersebut akan menggiring seorang wirausaha menuju keberhasilan dan kesuksesan.

## **B. Motivasi Berprestasi dan Kerjasama Tim**

Motivasi merupakan dorongan untuk berbuat yang berasal dari dalam diri manusia. Sedangkan motivasi berprestasi adalah menerapkan standar kinerja dan standar kesempurnaan yang tinggi, mendorong orang lain dan diri sendiri untuk berprestasi, mencapai, bahkan melebihi sasaran yang ditetapkan.

Motivasi dalam suatu perbuatan memegang peran sangat penting. Kuat lemahnya upaya yang dikerahkan seseorang dalam mengerjakan sesuatu sangat ditentukan oleh motivasinya. Oleh karena itu, mengetahui dan membina motivasi yang benar adalah suatu keharusan bagi siapa saja yang ingin meraih keberhasilan. Demikian pula dalam berwirausaha. Dalam berwirausaha dibutuhkan semangat atau motivasi yang tinggi. Motivasi ini menjadi pendorong yang kuat bagi wirausaha untuk mencapai hasil yang terbaik. Motivasi berprestasi menjadi tanda bagi wirausahawan bahwa dia tidak mudah menyerah dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

### **1. Ciri-ciri motivasi berprestasi**

Seseorang yang memiliki motivasi berprestasi dapat dicirikan oleh beberapa hal, sebagai berikut:

#### **a. Segikognisi:**

##### **1) Menyelesaikan tugas sebaikmungkin**

Menyelesaikan tugas sebaik-baiknya merupakan sebuah keberhasilan. Dan keberhasilan adalah sebuah prestasi, sehingga seseorang yang memiliki motivasi berprestasi akan selalu melaksanakan tugas dengan sebaik-baiknya.

##### **2) Bekerja tidak atas dasar spekulasi**

##### **3) Berfikir dan berorientasi kedepan**

Berorientasi ke depan berarti melakukan perencanaan dan berpikir ke depan. Seseorang yang berorientasi ke depan mencari danmengantisipasi kemungkinan yang terjadi jauh di

masa depan.

- 4) Lebih mementingkan prestasi daripada upah

Seseorang yang memiliki motivasi berprestasi kadangkala mengesampingkan penghasilan atau upah. Bagi mereka, prestasi adalah sebuah keberhasilan dan kebanggaan, yang tidak dapat diukur dengan uang.

- 5) Realistik menilaidirinya
- 6) Tidak konsumtif, melainkan produktif

b. Segikonasi:

- 1) Semangat, bekerja keras penuh vitalitas
- 2) Tidak gampang menyerah
- 3) Tidak lupa diri bila mendapat pujian
- 4) Dengan senang hati menerima
- 5) Senang pada tugas-tugas yang menantang

c. Segi Afeksi:

- 1) Gembira manakala memenangkan persaingan
- 2) Belajar dari pekerjaan sebelumnya  
Pekerjaan sebelumnya dijadikan pengalaman, sehingga apapun pengalaman yang dimiliki menjadi guru yang terbaik.
- 3) Senang bekerja dalam suasana bersaing  
Pesaing bukan dianggap sebagai penghalang, tetapi justru menjadi tantangan untuk memenangkan pertandingan.
- 4) Menyesal kalau hasil kerjanya jelek
- 5) Memperhitungkan risiko

## 2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Untuk Meraih Prestasi

Motivasi untuk meraih prestasi dipengaruhi oleh beberapa faktor. Beberapa faktor yang mempengaruhi motivasi untuk meraih prestasi antara lain:

- a. Menjadi yang terbaik  
Yaitu menjadi seseorang yang paling baik.
- b. Hasil yang terbaik  
Yaitu menginginkan hasil yang paling baik yang dapat dicapai.
- c. Meraih cita-cita  
Cita-cita dapat dijadikan pendorong untuk berprestasi, sehingga seseorang bekerja keras dalam rangka mencapai cita-citanya.
- d. Mengoptimalkan potensi  
Seseorang yang memiliki potensi dan menyadari bahwa potensi dirinya harus dikembangkan akan menjadi pendorong untuk meraih prestasi.
- e. Meraih prestise/kebanggaan
- f. Optimis bahwa kita bisa
- g. Puas
- h. Niat yang baik
- i. Membuktikan bahwa kita bisa

### **3. Cara Meraih Prestasi**

Beberapa hal yang harus dilakukan untuk meraih prestasi antara lain:

- a. Menetapkan tujuan-tujuan yang menantang  
Menetapkan tujuan yang menantang akan meningkatkan semangat, dibandingkan tujuan yang biasa-biasa saja.
- b. Bekerja secara kontinyu untuk mencapai sasaran
- c. Mempengaruhi penetapan prioritas tim untuk menyelesaikan pekerjaan tim Anggota tim yang terlibat harus dikondisikan untuk bekerja sesuai prioritas, sehingga prestasi dapat tercapai.
- d. Mengidentifikasi tindakan-tindakan untuk meningkatkan kinerjatim.  
Yaitu menetapkan langkah-langkah yang harus dilakukan, sehingga dapat meningkatkan kinerja tim. Kinerja yang bagus akan memudahkan tim untuk meraih prestasi.
- e. Menjaga agar tim tetap fokus pada pencapaian target.
- f. Mendorong anggota tim menjadi yang terbaik.

#### 4. Kerjasama Tim

Kerjasama sangat penting untuk mencapai keberhasilan. Demikian pula dalam berwirausaha sangat diperlukan kerjasama tim. Sebagaimana salah satu karakter seorang wirausaha yaitu memfokuskan energi setiap orang pada bisnis yang digeluti, dimana dia berusaha membangun jaringan dan memberdayakan orang-orang di sekitarnya, dan tidak melakukan semuanya sendiri.

Terdapat beberapa hukum tentang kerjasama tim. Beberapa hukum tersebut, antara lain:

a. Nilai kerjasama

Satu adalah jumlah yang terlalu sedikit untuk mencapai kebesaran. Artinya, seseorang tidak akan menjadi besar dan berhasil ketika orang itu bekerja sendiri. Oleh karena itu diperlukan adanya kerjasama tim.

b. Perhitungkan tujuan akhir dari kerjasama, yaitu manfaat yang dapat diperoleh dari kerjasama tim.

c. Posisi yang tepat

Setiap orang di dalam tim memiliki porsi tugasnya masing-masing, sesuai dengan kemampuannya, sehingga pada akhirnya setiap orang dalam tim dapat memberikan kontribusi maksimal.

d. Semakin tinggi tantangannya, semakin tinggi kebutuhan kerjasamanya.

e. Setiap orang di dalam tim memiliki kedudukan yang sama. Baik pimpinan maupun karyawan mempunyai pengaruh yang besar terhadap keberhasilan kerjasama.

f. Kerjasama tim dikatakan berhasil ketika tim tersebut berisi orang-orang yang kuat dan memiliki komitmen, sehingga pekerjaan dapat terselesaikan meskipun bekerja di bawah tekanan.

g. Dalam bekerjasama sangat dibutuhkan visi mengenai tujuan kerjasama. Visi ini akan memberikan arah serta kepercayaan diri kepada para anggota tim

h. Setiap anggota tim seharusnya bekerja secara fair dan

menghindarkan diri dari sikap-sikap yang dapat merusak kerjasamatim.

- i. Rekan-rekan satu tim harus dapat saling mengandalkan satu sama lain dalam soal-soalpenting.
- j. Ada biaya yang harus dikeluarkan untuk mencapai tujuan kerjasama. Setiap kerjasama dan tujuan melakukan kerjasama pasti membutuhkan biaya. Biaya tersebut harus dipenuhi jika kerjasama ingin berhasil. Selain itu ada konsekuensi-konsekuensi lain yang harus dipenuhi untuk mencapai tujuan, misalnya meninggalkan keegoisan, menang sendiri,dll.
- k. Tim bisa melakukan penyesuaian kalau tahu posisinya.

Tujuan kerjasama akan berhasil ketika setiap orang dalam tim bekerja dengan baik dan semakin solid.

- a. Ada nilai-nilai yang harus dijunjung bersama oleh anggota tim, yang dapat membuat kerjasama tim berhasil.
- b. Interaksi mendorong diambilnya tindakan. Komunikasi yang efektif sangat dibutuhkan dalam setiap kerjasama. Berdasarkan komunikasi yang dilakukan dapat diketahui masalah yang mungkin ada dan dapat segera dicari solusinya.
- c. Kepemimpinan sangat dibutuhkan dalam kerjasama tim. Kepemimpinan yang baik akan membawa tim menuju keberhasilan.
- d. Keberhasilan yang dicapai oleh tim merupakan obat dari perjuangan yang dilakukan oleh anggota.
- e. Investasi dalam tim akan berkembang dengan berjalannya waktu.

Dalam kerjasama tim diperlukan orang-orang yang mempunyai kemampuan dan keahlian dalam bidangnya masing-masing. Selain itu juga didukung oleh sikap mereka yang solid, mau kerjasama dengan tim, serta tanggung jawab yang penuh terhadap pekerjaan yang dihadapinya, sehingga maksud dan tujuan bisnis dapat tercapai dengan baik. Mungkin saja semua pekerjaan dapat dilakukan sendiri, tetapi akan sangat menyita banyak waktu, sehingga tidak efektif dan efisien, yang mengakibatkan keberhasilan lebih lambat diraih.

## **C. Berpikir Perubahan dan Kreatifitas**

Dalam dunia usaha, perubahan terjadi setiap waktu. Produk-produk baru banyak bermunculan menjadi pesaing produk-produk lama. Sering kali produk lama semakin tersisih dan akhirnya tenggelam karena gempuran produk baru yang sangat banyak beredar. Munculnya berbagai jenis produk baru maupun usaha baru menunjukkan kalau perubahan selalu ada, dan bahkan munculnya perubahan sering kali cepat, sehingga banyak pelaku usaha yang tidak siap menghadapinya. Banyak wirausaha yang tidak menyadari bahwa dunia usaha penuh dengan perubahan, dan akhirnya membiarkan keuntungan bisnis lewat begitu saja karena ketidaksiapan mereka.

### **1. Peranan *Mindset***

Mindset atau pola pikir merupakan keseluruhan atau kesatuan dari keyakinan yang kita miliki, nilai-nilai yang kita anut, kriteria, harapan, sikap, kebiasaan, keputusan, dan pendapat yang kita keluarkan dalam memandang diri sendiri, orang lain, maupun kehidupan. Mindset adalah penyaring yang dibangun untuk menafsirkan semua yang kita lihat dan alami.

Mindset akan menggerakkan perilaku, dan menggiring ke arah fakta yang terjadi. Ketika mindset cenderung negatif atau pesimis, maka kehidupan kita juga akan demikian, dan sebaliknya, ketika mindset cenderung ke arah positif, maka hasilnya juga akan positif.

Demikian pula mindset dalam menghadapi perubahan. Ketika seseorang telah merasa sukses dan kaya, maka dia cenderung merasa puas dan kemudian menolak perubahan. Sebaliknya, seseorang yang berpikir perubahan, maka dia akan berpikir dan berusaha memperbaiki produk, agar selalu fresh.

### **2. Mindset Wirausaha/Entrepreneur**

Mindset atau pola pikir seseorang yang berjiwa entrepreneur dengan yang bukan berjiwa entrepreneur jelas berbeda. Seorang entrepreneur memiliki mindset positif. Mindset seorang entrepreneur antara lain:

a. Berkarakter produktif

Seorang entrepreneur lebih berkarakter produktif dan bukan konsumtif. Dengan demikian mindset entrepreneur bukannya sebagai konsumen yang membelanjakan atau menghambur-hamburkan uang untuk memperoleh produk, melainkan sebagai produsen yang berusaha memproduksi barang-barang, kemudian memasarkannya dan memperoleh manfaat atau keuntungan. Seorang entrepreneur tidak terjebak pada kekurangan, hambatan, atau keterbatasan. Baik kelebihan maupun keterbatasan akan diolah dan diproduksi menjadi sesuatu yang positif dan menghasilkan.

b. Berusaha mencari cara baru untuk meningkatkan penggunaan sumber daya secara efisien.

Seorang entrepreneur tidak sekedar pasrah dan menunggu solusi datang menghampiri ketika sumber daya yang ada mulai habis atau menipis. Mindset entrepreneur lebih aktif mencari dan menemukan alternatif untuk mengatasi sumber daya yang terbatas tersebut.

c. Menjadi *jobcreator*

Seorang entrepreneur lebih cenderung menjadi *job creator* yaitu berusaha menciptakan lapangan pekerjaan, daripada sekedar mencari kerja yang pada akhirnya sebatas menjadi karyawan.

### 3. Pentingnya *Mindset Entrepreneur*

Ketika akan memulai usaha, seorang entrepreneur sering memiliki hambatan mental berupa persepsi negatif tentang kemampuan dirinya. Persepsi negatif tersebut antara lain: merasa sudah terlalu tua atau merasa terlalu muda, tidak berbakat, tidak memiliki modal (uang), dan lain-lain. Persepsi-persepsi negatif tersebut kemudian mempengaruhi pikiran, dan akhirnya melemahkan diri sendiri. Untuk Memulai sebuah usaha, yang diperlukan hanyalah 3M, yaitu:

*Motivasi, Mindset, dan Make it (Just Do IT).*

Memulai usaha harus dilandasi motivasi yang kuat, yaitu sesuatu

yang melatar belakangi seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Dengan motivasi yang kuat, seorang anak belajar berdiri. Dia tidak memikirkan resiko jatuh, atau gagal. Yang ada di benaknya adalah bahwa dia harus berdiri, setelah bosan merangkak. Untuk meningkatkan motivasi dalam usaha, maka hasrat harus disetting, misalnya: dengan menjadi entrepreneur akan memiliki uang yang cukup, kehidupan yang mapan, dan fleksibilitas waktu. Berbagai keuntungan tersebut akan memotivasi seseorang untuk memulai wirausaha. Meningkatkan motivasi dalam usaha juga dapat disebabkan karena kepepet atau terdesak. Misalnya karena desakan ekonomi, karena menganggur,dll.

Faktor kedua yang diperlukan untuk memulai usaha adalah *mindset* atau pola pikir yang tepat. Pola pikir yang tepat meliputi berpikir produktif, berpikir kreatif, dan berpikir positif.

Faktor ketiga yang diperlukan untuk memulai usaha adalah *Make it* atau *just do it* atau lakukan saja. Artinya, jangan sampai seorang entrepreneur hanya berkuat pada pemikiran-pemikiran di dalam benak, dan tidak melakukan aksi apapun. Terlalu banyak berpikir justru menambah beban dan memunculkan keraguan.

#### **4. Berpikir Kreatif**

Bagi seorang entrepreneur, berpikir kreatif merupakan modal yang sangat penting. Telah dibahas sebelumnya bahwa di dunia ini selalu terjadi perubahan setiap saat, termasuk dalam dunia wirausaha. Produk-produk baru yang cepat bermunculan, ditambah wirausahawan baru yang juga muncul akan menambah pesaing. Tekanan dan serangan produk baru dan pesaing baru akan sangat mempengaruhi keberadaan usaha yang sudah ada. Maka sangat dibutuhkan kreativitas dalam usaha, agar tetap bisa eksis dan *survive* di dunia usaha.

Ada beberapa alasan, sehingga kreativitas menjadi sangat penting, yaitu:

- a. Kreativitas dapat meluncurkan produk baru yang belum pernah

- dibuat di pasar.
- b. Kreatif berarti bukan peniru tetapi pemimpin.
  - c. Dengan menjadi manusia yang kreatif, berarti menjadi *the first mover*.
  - d. Kreativitas akan membuka/mencari cara dan jalan keluar baru.
  - e. Kreativitas dapat menghindarkan diri dari kerugian dan kebangkrutan.
  - f. Kreativitas menghubungkan titik-titik yang terpisah dan terisolasi.

## 5. Hambatan Kreativitas

Ada beberapa hal yang dapat menghambat kreativitas seseorang.

Hambatan tersebut meliputi:

### a. Hambatan persepsi

Adalah hambatan yang membuat manusia sulit mempersepsikan masalah atau menangkap informasi yang relevan. Hambatan persepsi meliputi:

#### 1) Pola pikir stereotip

Stereotip adalah pendapat atau prasangka mengenai orang-orang dari kelompok tertentu, dimana pendapat tersebut hanya didasarkan bahwa orang-orang tersebut termasuk dalam kelompok tertentu tersebut. Stereotip dapat berupa prasangka positif dan negatif, dan kadang-kadang dijadikan alasan untuk melakukan tindakan diskriminatif. Stereotip jarang sekali akurat, biasanya hanya memiliki sedikit dasar yang benar. Stereotip juga diartikan cap negatif terhadap sesuatu atau seseorang atau kelompok orang tertentu. Pola pikir stereotip berarti pola pikir yang tidak mau keluar dari cap atau kebiasaan yang sudah dilabelkan.

#### 2) Terlalu banyak atau terlalu sedikit informasi

Terlalu banyak informasi dapat mendatangkan kesulitan karena gambaran utama atau poin-poinnya sulit diketahui, menjadi tidak fokus, sehingga memunculkan kesulitan untuk memilah-milah masalah. Sebaliknya informasi yang terlalu sedikit juga menyulitkan karena tidak bisa menggambarkan keadaan atau masalah yang sebenarnya.

b. Hambatan emosi

- 1) Takut mengambil resiko
- 2) Tidak menyukai ketidakpastian
- 3) Lebih suka menilai daripada menghasilkan gagasan
- 4) Menganggap remeh suatu masalah
- 5) Tergesa-gesa menyelesaikan masalah.

c. Hambatan kultural

- 1) Ketakutan untuk tampil berbeda dari yanglain
- 2) Ketakutan mengemukakan pendapat dan mengambil tindakan yang berbeda dari yang lain.

d. Hambatan lingkungan

- 1) Kurang kerjasama dan saling percaya di antara anggota tim
- 2) Atasan otoriter
- 3) Gangguan sarana dan prasarana
- 4) Kurangnya dukungan
- 5) Budaya solidaritas dan anti persaingan.

e. Hambatan intelektual

- 1) Mempertahankan tradisi
- 2) Mengandalkan logika
- 3) Tidak mau menggunakan intuisi
- 4) Mengandalkan masa lalu.

f. Hambatan ekspresif

Yaitu ketidak mampuan mengkomunikasikan gagasan, baik lisan maupun tertulis.

#### **D. Berorientasi pada Tindakan**

Berorientasi pada tindakan berarti menitikberatkan pada tindakan-tindakan atau aksi. Perbedaan utama yang dimiliki oleh semua wirausahawan adalah bahwa mereka berorientasi pada tindakan. Mereka memutuskan apa yang mereka inginkan dan berusaha mencapainya. Semua rencana dan strategi terbaik di dunia ini bisa saja dimiliki, tetapi bila tidak menjabarkan semua rencana tersebut menjadi tindakan, maka semuanya akan tetap tinggal impian belaka. Sering dikatakan bahwa semakin tinggi pendidikan seseorang, akan semakin kecil kemungkinan orang tadi menjadi seorang wirausahawan. Masalah yang ada dengan menjadi terlampaui akademis adalah ketika seseorang lebih banyak meluangkan waktu untuk berteori dan menyusun strategi, sehingga tidak akan pernah mengambil tindakan apapun.

Salah satu ciri entrepreneur adalah berorientasi pada tindakan. Seorang entrepreneur tidak hanya terpaku pada pikiran-pikiran, impian, kata-kata, atau wacana saja, dan tidak ada aksi atau tindakan. Seorang entrepreneur tidak sekedar merencanakan, tetapi juga melaksanakan. Oleh karena itu seseorang yang berorientasi pada tindakan disebut memiliki efektivitas yang tinggi.

#### **Karakteristik Seseorang yang Berorientasi Pada Tindakan**

Berikut adalah karakteristik seseorang yang berorientasi pada tindakan, dengan mengacu pada orang yang efektif:

a. Proaktif

Artinya mengambil inisiatif dan tidak hanya menunggu atau berpikir tanpa bertindak. Bertindak proaktif adalah mengambil tindakan sebelum sebuah peristiwa yang tidak dikehendaki terjadi.

b. Berorientasi tujuan

Caranya: menetapkan tujuan akhir, menentukan langkah

pencapaian tujuan, mengamati setiap kemajuan, mensyukuri setiap pencapaian, memikirkan tujuan baru yang lebih menantang.

c. Mendahulukan hal yang utama

Yaitu mengutamakan prioritas. Artinya seorang wirausaha harus memusatkan perhatian pada hal-hal yang urgent dengan membuat prioritas, dan menyadari bahwa tidak semua hal dapat dikategorikan urgent. Dalam hal penyelesaian masalah, harus dipilih dan diprioritaskan masalah tertentu saja dan tidak semuanya.

d. Berpikir dan bertindak *win-win solution*

Artinya mengupayakan agar semua pihak yang terlibat dalam kegiatan wirausaha dapat mencapai kondisi akhir yang baik dan tidak merugikan.

e. Memahami, dan baru dipahami

Yaitu memahami terlebih dahulu apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan orang lain sebelum menyampaikan kebutuhan dan keinginan kita. Maka yang harus dikembangkan dari seorang entrepreneur adalah kemampuan dan kemauan mendengarkan orang lain dengan seksama, kemudian memikirkannya.

f. Bersinergi

Bersinergi yaitu berhubungan/bekerjasama dengan orang lain dan menghasilkan manfaat yang luar biasa positif. Sinergi yang efektif sangat bergantung pada komunikasi dan kerjasama.

g. Menajamkan ketahanan, fleksibilitas, dan kekuatan

Hal ini berkaitan dengan upaya yang dilakukan oleh seseorang untuk melatih ketahanan, fleksibilitas, dan kekuatannya. Caranya dengan melakukan aktivitas yang dapat membangkitkan semangat, dan mempertebal mental. Menemukan keunikan pribadi dan membantu orang lain menemukannya. Artinya mengenal potensi yang dimiliki, meliputi pikiran, tubuh, hati, dan jiwa.



## TUGAS

### 1. Pengantar

Pada hakekatnya semua orang adalah wirausaha dalam arti mampu berdiri sendiri dalam menjalankan usahanya dan pekerjaannya guna mencapai tujuan pribadinya, keluarganya, masyarakat, bangsa dan negaranya, akan tetapi banyak diantara kita yang tidak berkarya dan berkarya untuk mencapai prestasi yang lebih baik untuk masa depannya, dan ia menjadi ketergantungan pada orang lain, kelompok lain dan bahkan bangsa dan Negara lainnya.

Inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (create new and different) melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang dalam menghadapi tantangan hidup. Pada hakekatnya kewirausahaan adalah sifat, ciri, dan watak seseorang yang memiliki kemauan dalam mewujudkan gagasan inovatif kedalam dunia nyata secara kreatif. Oleh karena itu seorang wirausaha harus mempunyai karakteristik tertentu yang berbeda dari orang-orang pada umumnya.

### 2. Tujuan

1. Peserta paham yang dimaksud dengan karakteristik kewirausahaan

### 3. Hasil yang diharapkan

1. Peserta bisa menjelaskan tentang karakteristik wirausaha
2. Peserta dapat mengadopsi karakteristik wirausaha dalam kehidupannya

### 4. Metode

1. Pemaparan
2. Diskusi Kelompok

Alat dan Bahan:

1. ATK lengkap
2. Power point materi

Waktu : 90 menit

Langkah Kegiatan :

	LANGKAH KEGIATAN	METODE	WAKTU	ABB
	Fasilitator menjelaskan secara singkat mengenai tujuan pembelajaran, proses yang akan dilakukan serta hasil yang akan dicapai.	Pemaparan	10 menit	Plano, Meta Plan, Spidol, lagban
	Fasilitator mengajak peserta untuk berbagi dalam kelompok kecil, masing- masing kelompok diberi tugas mengidentifikasi dan menjelaskan sifat atau karakter yang dimiliki seorang wirausaha.	Diskusi kelompok	30 menit	Plano, Meta plan, spidol lagban
	Selesai diskusi kelompok, masing- masing perwakilan diminta mempresentasikan	Presentasi	30 menit	Plano, Meta plan, spidol
	hasilnya dan ditanggapi bersama- sama.			lagban
	Fasilitator memberikan penegasan- penegasan terkait dengan karakteristik wirausaha	Pemaparan	20 menit	Materi belajar, Plano, Meta plan, spidol lagban

### Penugasan

Diskusikan apakah karakteristik seorang wirausaha dapat diterapkan di lokasi/wilayah anda?

### Bahan Bacaan

Seorang wirausahawan adalah seorang yang mampu menatap masa dengan penuh rasa optimis. Untuk melihat ke depan dengan berfikir dan berusaha, wirausahawan dituntut untuk berpikir kreatif dan inovatif, berani mengambil resiko, percaya diri, bersemangat dalam menghadapi suatu tantangan dan rintangan. Dalam menjalankan usahanya wirausaha selalu menggunakan tuntunan logica rasional, profesional tapi fleksibel.

Pemilihan pasar yang tepat untuk menjangkau konsumen menjadi penting bagi wirausahawan dalam mengembangkan usaha dan menjaga kontinuitas perusahaannya.

Seorang wirausahawan yang sukses kecenderungannya memiliki :

1. Visi kedepan dalam mengelola usahanya sehingga kontinuitas tetap terjaga.
2. Mempunyai jiwa kepemimpinan yang baik, mampu mengelola konflik dalam perusahaannya, berpikiran terbuka, bisa menerima kritik dan saran dari karyawan dan rekan kerjanya
3. Mempunyai sifat dan kepribadian yang mantap, percaya diri, tidak mudah terpengaruh oleh pendapat orang lain.
4. Memiliki optimisme tinggi dengan keputusan yang diambil, berani mengambil resiko sebagai konsekuensi dalam keberhasilan usahanya.
5. Dalam mengelola usaha selalu mendahulukan hasil kerja atau prestasi, mempunyai tekad dan semangat yang kuat dalam bekerja, tidak malu atau gengsi dalam melakukan pekerjaan untuk mencapai keberhasilannya.
6. Bersifat responsif dalam menghadapi persoalan-persoalan yang ada.

Karakter adalah ciri, watak, sifat, tingkah laku yang khas dari wirausahawan yang membedakan dengan orang lain. Karakteristik wirausahawan yang paling penting adalah

1. Sikap personal
  - a. Mencakup sikap Percaya diri, kalau ada ide akan diperjuangkan dengan gigih hingga menjadi suatu kenyataan.
  - b. Sikap optimis, berpikir dan bersikap optimis,
  - c. Mandiri, tidak begitu tergantung pada orang lain.  
Dengan sikap personal ini melahirkan tabiat yang motivatif dan inovatif, berpikiran lebih terbuka dan bisa belajar dari pengalaman orang lain.
2. Dilihat dari karakter ekonomisnya wirausahawan akan selalu berusaha untuk mendapatkan nilai tambah, pekerja keras dan pantang menyerah, selalu punya inisiatif untuk memulai langkah kerja.
3. Dari karakter sosialnya wirausahawan punya sikap hidup yang dinamis

(visioner), peka terhadap perubahan yang terjadi dilingkungannya dan menangkapnya sebagai peluang (ide gagasan), kreatif cepat menemukan gagasan-gagasan baru.

4. Wirausahawan adalah seorang organisator, punya jiwa pemimpin bertanggung jawab pada bidang, terbuka dengan kritik dan siap memperbaiki diri. Supel mudah bergaul, komunikatif dalam membangun kerjasama dengan pihak lain.

Sifat wirausaha yang lainnya adalah :

1. *Sifat Instrumental* . Wirausaha dalam berbagai situasi selalu memanfaatkan segala sesuatu yang ada di lingkungan untuk mencapai tujuan pribadi dalam berusaha.
2. *Sifat Prestatif* . Wirausaha dalam berbagai situasi selalu tampil lebih baik, lebih efektif dibandingkan dengan hasil yang dicapai sebelumnya.
3. *Sifat Keluwesan Bergaul* . Wirausaha selalu berusaha untuk cepat menyesuaikan diri dalam berbagai situasi dalam hubungan antar manusia.
4. *Sifat Kerja Keras* . Wirausaha selalu terlibat dalam situasi kerja, dan tidak mudah menyerah sebelum pekerjaan selesai.
5. *Sifat Keyakinan Diri* . Wirausaha selalu percaya pada kemampuan diri, tidak ragu- ragu dalam bertindak, dan selalu melibatkan diri secara langsung dalam berbagai situasi.
6. *Sifat Pengambil Resiko*. Wirausaha selalu memperhitungkan keberhasilan dan kegagalan dalam melaksanakan kegiatan untuk mencapai tujuan berusaha.
7. *Sifat Swa-Kendali* . Wirausaha dalam menghadapi berbagai situasi selalu mengacu pada kekuatan dan kelemahan pribadi, batas-batas kemampuan dalam berwirausaha. Sehingga dengan pengendalian diri, mereka dapat menentukan kapan harus meminta bantuan dari orang lain dan kapan mereka harus mengubah strategi dalam bekerja bila menghadapi hambatan.
8. *Sifat Inovatif*. Wirausaha selalu mendekati berbagai masalah dalam berusaha dengan cara-cara baru yang lebih bermanfaat.

5. *Sifat Kemandirian.* Wirausaha tidak menggantungkan diri pada orang lain, dia selalu mengembalikan perbuatannya sebagai tanggung jawab pribadi.

# BAB III

## ASPEK DAN MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN

### A. Manajemen Keuangan Pribadi dan Usaha

#### 1. Pengertian Manajemen Kewirausahaan

Manajemen berasal dari bahasa Inggris *management*, akar katanya adalah *manage* yang mengandung arti mengatur, mengurus, melaksanakan dan mengelola.

Sedangkan pengertian manajemen menurut Henry L. Sisk pada buku *Principles of Management* mengemukakan definisi manajemen sebagai berikut: "*Management is the coordination of all resources through the processes of planning, organizing, directing, and controlling in order to attain stated objectives.*"<sup>2</sup> Manajemen merupakan mengkoordinasikan semua sumber daya melalui proses perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan kontrol guna mencapai tujuan secara obyektif. Adapun pengertian manajemen menurut pendapat para ahli adalah sebagai berikut:

- 1) Menurut Robert Kresther, manajemen adalah proses kerja dengan melalui orang lain untuk mencapai tujuan.
- 2) George Terry mengemukakan bahwa kemampuan menyuruh orang lain bekerja guna mencapai tujuan.
- 3) Menurut James A.F. Stonner manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian semua sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan yang ditetapkan.
- 4) Sondang Sangian mengemukakan bahwa manajemen adalah kemampuan atau ketrampilan seseorang untuk memperoleh sesuatu hasil dalam rangka pencapaian tujuan melalui kegiatan orang lain.
- 5) Menurut Ricard M. Hodgetts dan Steven Ultman manajemen adalah

suatu proses untuk menyelesaikan sesuatu melalui orang lain.

- 6) Menurut Donnelly manajemen adalah proses koordinasi upaya terhadap tujuan kelompok.
- 7) Menurut J.L. Massie, manajemen adalah proses satu kelompok kooperatif menggerakkan tindakan untuk tujuan umum.

Dalam definisi di atas mengandung unsur-unsur di bawah ini:

- 1) Kemampuan mempengaruhi
- 2) Orang, bawahan
- 3) Melakukan pekerjaan
- 4) Tujuan organisasi
- 5) Kerja sama antara bawahan dengan pimpinan
- 6) Terbatasnya sumber daya.

Jadi yang dimaksud dengan manajemen adalah suatu proses atau kerangka kerja yang melibatkan proses pengarahan, pengawasan dan pengerahan segenap kemampuan untuk melakukan suatu aktifitas dalam suatu organisasi.

Sedangkan dilakukannya manajemen tidak lain adalah agar pelaksanaan suatu usaha terencana secara sistematis dan dapat dievaluasi secara benar, akurat, dan lengkap sehingga mencapai tujuan secara produktif, berkualitas, efektif dan efisien. Dalam hal ini peneliti membatasi pengertian manajemen sebagai pendayagunaan sumber daya secara efisien untuk mencapai tujuan tertentu dalam organisasi pendidikan pada perspektif mikro, makro, dan sintesis mikro-makro, baik di sekolah maupun luar sekolah, dengan melakukan fungsi-fungsi perencanaan, pengorganisasian, penstafan dan pengembangan sumber daya manusia, serta pengawasan.

Adapun *Entrepreneurship* atau kewirausahaan, menurut Kuratko dan Hodgetts sebagaimana dikutip oleh Manurung dalam bukunya Muh Yunus, mengatakan bahwa *entrepreneur* (wirausahawan), berasal dari bahasa Perancis *entreprende* yang berarti mengambil pekerjaan (*to undertake*). Konsep mengenai *Entrepreneur* adalah: *The Entrepreneur is*

*one who undertakes to organize, manage, and assume the risk of business.*

Kata wirausaha berkaitan dengan kegiatan usaha atau kegiatan bisnis pada umumnya. Wirausahawan adalah seseorang yang memiliki kemampuan menilai peluang- peluang usaha (bisnis) dan mengkombinasikan berbagai macam sumber daya (*resources*) yang dibutuhkan untuk mengambil tindakan yang tepat untuk meraih keuntungan di masa depan. Wirausaha pada hakekatnya adalah sifat, ciri dan watak seseorang yang memiliki kemampuan dalam mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia nyata secara kreatif.

Intinya seorang wirausahawan adalah orang-orang yang memiliki jiwa wirausaha dan mengaplikasikan hakekat kewirausahaan dalam hidupnya. Orang-orang yang memiliki kreativitas dan inovasi yang tinggi dalam hidupnya.

Terdapat ciri umum yang selalu ada dalam diri wirausahawan, yaitu kemampuan mengubah sesuatu menjadi lebih baik atau menciptakan sesuatu yang benar- benar baru, atau berjiwa kreatif dan inovatif. Ciri kreatif dan inovatif ini sebagai sifat yang terdapat pada diri wirausahawan.

Peter F Drucker dalam bukunya *Kasmir* mengatakan bahwa kewirausahaan merupakan kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Sementara itu, Zemmerer mengartikan kewirausahaan sebagai suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan (usaha).

Pengertian ini mengandung maksud bahwa seorang wirausahawan adalah orang yang memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, berbeda dari yang lain. Atau mampu menciptakan sesuatu yang berbeda dengan yang sudah ada sebelumnya.

Adapun kata kewirausahaan berarti kegiatan yang membutuhkan seni dan keterampilan untuk mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya. Dalam arti lainnya adalah penerapan kreatifitas dan keinovasian untuk memecahkan

permasalahan dan upaya untuk memanfaatkan peluang yang dihadapi.

Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa kewirausahaan merupakan suatu sikap, jiwa dan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru yang sangat bernilai dan berguna bagi dirinya dan orang lain. Disamping itu kewirausahaan juga merupakan sikap mental dan jiwa yang selalu aktif atau kreatif, berdaya, bercrepta, berkarya dan bersahaja dan berusaha dalam rangka meningkatkan pendapatan dalam kegiatan usahanya.

Seseorang yang memiliki karakter wirausaha selalu tidak puas dengan apa yang telah dicapainya. Wirausaha adalah orang yang terampil memanfaatkan peluang dalam mengembangkan usahanya dengan tujuan untuk meningkatkan kehidupannya.

Kata *entrepreneurship* yang dahulunya sering diterjemahkan dengan kata kewiraswastaan, akhir-akhir ini diterjemahkan dengan kata kewirausahaan. *Entrepreneur* berasal dari bahasa Perancis yaitu *entreprenre* yang artinya memulai atau melaksanakan.

Kewirausahaan ini merupakan gabungan dari kreatifitas, keinovasian, dan keberanian menghadapi resiko yang dilakukan dengan cara kerja keras untuk membentuk dan memelihara usaha baru.

Adapun inti dari kewirausahaan menurut Drucker sebagaimana yang dikutip oleh Suryana dalam bukunya yang berjudul "Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses" mengemukakan bahwa inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui pemikiran kreatif dan tindakan yang inovatif tersebut biasanya diawali dengan munculnya ide-ide dan pemikiran-pemikiran untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda.

Seorang wirausahawan tidak hanya dapat berencana, berkata-kata tetapi juga berbuat, merealisasikan rencana-rencana dalam pikirannya ke dalam suatu tindakan yang berorientasi pada kesuksesan. Maka dibutuhkan kreativitas, yaitu pola pikir tentang sesuatu yang baru, serta inovasi yaitu tindakan dalam melakukan sesuatu yang baru.

Menurut Soeparman Soemahamidjaja, dalam bukunya Muh Yunus berpendapat, sifat-sifat wirausahawan pun dimiliki oleh seorang yang

bukan wirausahawan. Wirausaha mencakup semua aspek pekerjaan, baik karyawan swasta maupun pemerintahan. Dikuatkan oleh Prawirokusumo, 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.

Dari gambaran hakekat *entrepreneurship* di atas, dapat ditarik benang merahnya. Memang kewirausahaan itu identik dengan hal-hal yang berkaitan dengan bisnis atau usaha. Namun dalam konteks ini pengertian kewirausahaan dibatasi pada praktik di lembaga pendidikan.

Jadi manajemen kewirausahaan adalah pendayagunaan potensi ekonomis secara kreatif, inovatif, dan dengan keberanian menghadapi resiko untuk mendapatkan laba yang berguna mensukseskan program dalam organisasi pendidikan. Sehingga kewirausahaan dapat juga dikatakan sebagai unsur dalam pendidikan untuk memperlancar proses pendidikan bukan sebagai media mendapatkan keuntungan secara berlebihan.

## 2. Fungsi Manajemen Kewirausahaan

Adapun fungsi-fungsi yang terdapat dalam manajemen kewirausahaan adalah sebagai berikut:

### a. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan adalah proses menentukan arah yang akan ditempuh dan kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam proses ini ditentukan tentang apa yang harus dilakukan, kapan dikerjakan/dimulai, bagaimana melakukannya, dengan cara apa hal tersebut dilaksanakan, dan siapa yang akan melakukan pekerjaan tersebut. Proses tersebut itulah yang pada akhirnya akan menghasilkan suatu rencana.

### b. Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian adalah proses pengelompokan berbagai kegiatan atau pekerjaan dalam unit-unit. Tujuannya adalah supaya tertata dengan

jelas antara tugas, wewenang, dan tanggung jawab serta hubungan kerja dengan sebaik mungkin dalam bidangnya masing-masing. Hasil dari pengorganisasian ini adalah terbentuknya struktur organisasi sesuai dengan rencana yang telah disusun.

c. Pelaksanaan (*Actuating*)

Menggerakkan atau melaksanakan adalah proses untuk menjalankan kegiatan atau pekerjaan dalam organisasi. Dalam menjalankan organisasi para pemimpin atau manajer harus menggerakkan bawahannya (para karyawan) untuk mengerjakan pekerjaan yang telah ditentukan dengan cara memimpin, memberi perintah,, memberi petunjuk dan memotivasi, pelaksanaan pekerjaan dilakukan dengan berpedoman pada rencana yang telah disusun.

d. Pengawasan (*Controlling*)

*Controlling* (pengawasan) adalah proses untuk mengukur dan menilai pelaksanaan tugas apakah telah sesuai dengan rencana. Jika dalam proses tersebut terjadi penyimpangan, maka akan segera dikendalikan sesuai dengan rencana yang disusun. Dengan adanya pengendalian diharapkan tujuan dapat dicapai sesuai dengan target yang telah ditetapkan.

Dalam kegiatan ini juga dilaporkan faktor- faktor pendukung dan penghambat kerja, sehingga memudahkan usaha perbaikan. Jadi, pengawasan ini dilihat dari segi input, proses, output bahkan *outcomenya* telah sesuai dengan tujuan yang ditetapkan atau belum sesuai tujuan yang ditetapkan.

e. Penilaian (*evaluating*)

Pengevaluasian merupakan fungsi lanjutan dari pengawasan. Evaluasi artinya menilai kegiatan untuk menemukan indikator yang menyebabkan sukses atau gagalnya pencapaian tujuan, sehingga dapat dijadikan bahan kajian berikutnya. Dalam mengkaji masalah yang dihadapi, rumuskan solusi alternatif yang dapat memperbaiki kelemahan-kelemahan yang ada dan meningkatkan kualitas keberhasilan di masa

yang akan datang.

Evaluasi sebagai fungsi manajemen merupakan aktifitas untuk meneliti dan mengetahui pelaksanaan yang telah dilakukan dalam proses keseluruhan organisasi mencapai hasil sesuai dengan rencana atau program yang telah ditetapkan dalam rangka pencapaian tujuan. Dengan mengetahui kesalahan-kesalahan atau kekurangan-kekurangan, perbaikan dan pencarian solusi yang tepat dapat ditemukan dengan mudah.

f. Motivasi (*Motivating*)

Motivasi berasal dari bahasa Latin “*movere*” yang berarti “dorongan” atau “daya penggerak”. Motivasi merupakan suatu kemampuan seseorang untuk memberikan kegairahan, kegiatan, pengertian, sehingga orang lain mau mendukung dan bekerja secara suka rela untuk mencapai tujuan organisasi sesuai dengan tugas yang dibebankan kepadanya. Motivasi dapat juga diartikan sebagai keadaan kejiwaan dan sikap mental manusia yang memberikan energi, mendorong kegiatan atau moves dan mengarah atau menyalurkan perilaku ke arah mencapai kebutuhan yang memberi kepuasan atau mengurangi ketidakseimbangan.

Motivasi merupakan masalah yang kompleks dan vital dalam suatu organisasi. Fungsi motivasi berkenaan dengan perilaku manusia dalam organisasi adalah bagaimana agar manusia itu mau mendukung dan bekerja untuk suatu gagasan tertentu. Perilaku manusia tergantung pada emosi, stamina, semangat, cita-cita, dan adat istiadat yang melatarbelakangi manusia tersebut. Dengan kata lain motivasi merupakan kegiatan yang mengakibatkan, menyalurkan, dan memelihara perilaku manusia agar tetap pada keseimbangan upaya untuk mengarah pada tujuan organisasi.

Pengetahuan tentang pola motivasi membantu para manajer memahami sikap kerja pegawai masing- masing. Manajer dapat memotivasi pegawainya dengan cara berbeda-beda sesuai dengan pola masing- masing yang paling menonjol. Bawahan perlu dimotivasi karena

ada bawahan yang baru mau bekerja setelah dimotivasi atasannya. Motivasi yang timbul dari luar disebut motivasi ekstrinsik. Di pihak lain, ada pula bawahan yang bekerja atas motivasi dari dirinya sendiri. Motivasi yang timbul dari dalam diri sendiri disebut motivasi intrinsik. Motivasi intrinsik biasanya lebih bertahan lama dan efektif dibandingkan motivasi ekstrinsik.

g. *Pembaruan (Innovating)*

Pembaruan atau inovasi adalah suatu proses sistematis dalam menerapkan pengetahuan, sarana, sumber daya yang diperlukan untuk memengaruhi perubahan pada orang yang akan terkena dampak dari proses tersebut. Inovasi merupakan jenis perubahan khusus, berbeda dengan “*change*” yang berarti membuat sesuatu yang berbeda. Inovasi adalah gagasan baru yang diaplikasikan untuk memulai atau memperbaiki produk, proses, atau jasa. Pengelolaan inovatif secara efektif tidak hanya dibutuhkan untuk pengembangan. Hal ini dikarenakan pembaruan dalam organisasi merupakan perpindahan ke arah yang lebih baik dalam rangka mempertahankan keberadaan organisasi terhadap tuntutan perubahan zaman.

### **3. Manajemen Keuangan**

Salah satu kunci sukses wirausaha adalah perencanaan dan pengendalian keuangan. Perencanaan dan pengendalian keuangan sangat menentukan bagi masa depan bisnis, sehingga wirausahawan harus selalu memperbaiki posisi keuangan bisnisnya. Strategi keuangan yang efektif meliputi pengelolaan dan pengawasan catatan-catatan keuangan, perencanaan, dan pengelolaan anggaran dalam rangka mencapai tujuan memaksimalkan keuntungan pemilik modal. Efektivitas pengelolaan keuangan akan sangat ditentukan oleh tujuan bisnis yang dimiliki oleh wirausaha. Jika tujuan bisnis adalah membangun skala usaha yang luas, meningkatkan market share dan jumlah konsumen, maka strategi keuangan yang cocok diterapkan adalah membuat margin keuntungan yang tidak terlalu besar sehingga harga cukup kompetitif, menggunakan utang sebagai

modal, dan menggunakan aset tetap melalui fasilitas sewa, dan bukannya milik sendiri sehingga modal kerja dapat diminimalkan.

1) Pengelolaan Keuangan secara Efektif

Pelaksanaan pengelolaan keuangan secara efektif, dapat digunakan neraca (*balance sheet*) laporan laba rugi, dan laporan aliran kas. Neraca adalah laporan yang menjelaskan nilai semua aset yang dimiliki (sisi aktiva) dan nilai semua kewajiban yang dimiliki dan besarnya modal sendiri (sisi pasiva). Dari neraca dapat terlihat besar nilai yang berhasil ditambahkan dari modal yang disetor. Contoh laporan neraca sebagai berikut:

Neraca perusahaan ABC  
Per 31 Desember 20..

AKTIVA		PASIVA	
Kas	Rp. 10.000	Utang dagang	Rp. 70.000
Piutang	Rp. 25.000	Utang lembaga keuangan	Rp. 30.000
Persediaan	Rp. 65.000		
Peralatan	Rp.100.000		Rp.400.000
Kendaraan	Rp.300.000	Modal sendiri	
Total aktiva	Rp.500.000	Total aktiva	Rp.500.000

Laporan laba rugi adalah laporan yang menunjukkan kinerja pengakumulasian laba dalam kurun waktu tertentu. Nilai laba diperoleh dari pengurangan jumlah pendapatan yang dihasilkan dengan biaya-biaya yang dibutuhkan. Laporan aliran kas adalah laporan yang merangkum kondisi kas, baik aliran kas masuk maupun aliran kas keluar pada suatu rentang waktu tertentu. Laporan aliran kas memberikan informasi terkait dengan perilaku penerimaan dan pengeluaran usaha.

2) Mengukur Kelayakan Usaha

Dalam konteks keuangan sederhana, kelayakan suatu usaha adalah ketika terjadi kondisi dimana hasil yang diperoleh lebih besar dari dana yang diinvestasikan. Semakin besar kelebihan dana yang

diinvestasikan, akan semakin menguntungkan investasi dalam usaha tersebut. Rumus teori tersebut adalah:

$$\text{Keuntungan} = \text{pendapatan} - \text{total biaya}$$

Pendapatan diperoleh dari perkalian antara jumlah barang yang terjual dengan harga per unit/satuan barang tersebut. Sedangkan total biaya dapat dibagi menjadi dua, yaitu biaya tetap dan biaya tidak tetap. Biaya tetap adalah komponen biaya yang harus ditanggung oleh pelaku usaha yang nilainya tidak dipengaruhi oleh aktivitas bisnis. Artinya, banyak atau sedikitnya barang yang dihasilkan tidak akan menentukan besarnya biaya tetap tersebut. Contoh biaya tetap adalah pajak tanah, pemeliharaan bangunan, biaya administrasi per bulan, biaya sewa toko per bulan, dan biaya pemasaran. Sedangkan biaya tidak tetap adalah komponen biaya yang harus ditanggung oleh pelaku usaha yang nilainya dipengaruhi oleh aktivitas bisnis. Contoh biaya tidak tetap adalah biaya bahan habis pakai, biaya listrik dan air, biaya pembungkusan produk dan lain-lain.

### 3) Analisis *Break Event Point*

Keuntungan merupakan hal yang diharapkan dari setiap usaha. Oleh karena itu setiap pengusaha menginginkan untuk mengetahui berapa keuntungan yang mungkin diperoleh dan dalam kondisi seperti apa usahanya mencapai break event point atau titik impas. Menurut Masykur Wiratmo (1996), analisa pulang pokok atau titik impas akan sangat membantu wiraswastawan untuk mengetahui kapan keuntungan akan tercapai. Hal ini akan membantu mengetahui potensi finansial bagi usaha pemula.

*Break event point* atau titik impas adalah kondisi dimana nilai keuntungan bernilai nol. Yaitu ketika nilai pendapatan sama besar dengan nilai biaya. Maka pada titik impas ini seorang pengusaha tidak mengalami kerugian maupun keuntungan.

Keuntungan = pendapatan – biaya, jika nilai keuntungan adalah nol,

maka Pendapatan = total biaya

$(\text{Harga} \times \text{Kualitas}) = \text{biaya tetap} + (\text{biaya tidak tetap per unit} \times \text{jumlah unit})$   
 $\text{Kuantitas impas} = \text{biaya tetap} / (\text{harga} - \text{biaya tidak tetap per unit})$

#### 4) Manajemen Utang

Setiap usaha membutuhkan modal yang akan digunakan untuk membiayai kegiatannya. Pada dasarnya modal usaha dapat berasal dari dua sumber, yaitu sumber pribadi/sendiri dan sumber dari masyarakat atau investor. Sebagian besar permodalan sering bermula dari sumber daya pribadi, yaitu dari tabungan pribadi pemilik usaha. Tetapi seiring berkembangnya usaha, modal pribadi sering tidak lagi cukup sehingga dibutuhkan sumber dana lain, dalam hal ini melalui sistem utang. Utang menjadi solusi pendanaan alternatif, karena biaya utang cenderung lebih murah dibandingkan biaya modal sendiri. Tetapi sebelum mengajukan utang, harus diperhitungkan terlebih dahulu mengenai kemampuan membayar. Artinya, keuntungan usaha harus mampu untuk membayar cicilan utang. Apabila tidak, maka modal awal usaha justru akan berkurang sehingga akan mengganggu kondisi usaha.

Terdapat beberapa jenis utang, antara lain:

- 1) Berdasarkan periode utang:
  - a) Utang jangka pendek (kurang dari satu tahun)
  - b) Utang jangka menengah (1-5 tahun)
  - c) Utang jangka panjang (lebih dari 5 tahun)
- 2) Berdasarkan penggunaan utang
  - a) Utang untuk kepemilikan perumahan, toko, dll
  - b) Utang untuk keperluan pribadi dan konsumsi
  - c) Utang lainnya
- 3) Berdasarkan ada tidaknya jaminan
  - a) Utang yang mensyaratkan adanya jaminan tertentu
  - b) Utang tanpa mensyaratkan jaminan tertentu
- 4) Berdasarkan tingkat suku bunga
  - a) Utang dengan suku bunga tetap

- b) Utang dengan suku bunga berubah-ubah
- 5) Berdasarkan tipe pembayaran
  - a) Utang dengan pembayaran satu kali
  - b) Utang dengan model maksimal plafon pinjaman
  - c) Utang dengan pembayaran bunga lebih besar pada awal periode dan semakin lama semakin menurun
  - d) Utang dengan fleksibilitas pembayaran semakin besar pada akhir periode

5) Sumber-Sumber Pendanaan

Pada dasarnya sumber pendanaan dapat berasal dari dana pribadi maupun dana masyarakat. Secara lebih spesifik, sumber-sumber pendanaan dapat berasal dari:

1) *Individual deposits and savings*

Yaitu simpanan yang dimiliki setiap wirausahawan.

2) *Loan*

Yaitu utang yang disediakan oleh pihak-pihak tertentu, misalnya keluarga, partner bisnis, lembaga perbankan, pegadaian, dan leasing.

3) *Suppliers*

Yaitu fasilitas kredit yang disediakan oleh suppliers untuk mengurangi kebutuhan pendanaan usaha.

4) *Customers*

Yaitu upaya menggunakan dana yang dimiliki oleh konsumen untuk pembiayaan usaha, seperti pembayaran di muka.

## **B. Evaluasi dan Pengendalian Usaha**

### 1. Analisis Peluang Usaha

Seorang pengusaha harus mengenal potensi bisnis dan peluang usaha dengan baik agar dapat melayani masyarakat. Oleh karena itu langkah awal dalam menjalankan bisnis adalah melakukan analisis terhadap potensi bisnis dan peluang usaha baru, yaitu usaha yang akan dijalankan. Kegiatan ini dilakukan terus menerus, baik sebelum, selama, maupun sesudah terjadi

proses transaksi bisnis.

a. Tujuan Identifikasi Pasar

Analisis pasar merupakan upaya untuk menentukan siapa yang menjadi konsumen, dan seberapa besar permintaan terhadap suatu produk yang ditawarkan. Identifikasi ini berpangkal dari kebutuhan konsumen. Adapun tujuan identifikasi pasar, menurut Indriyo Gitosudarmo (2003), antara lain:

- 1) Menentukan pasar /peluang usaha apa yang sedang atau akan dilayani.
- 2) Menentukan di mana lokasi tempat tinggal dari orang atau organisasi yang membutuhkan produk yang dipasarkan.
- 3) Seberapa luas jumlah potensi pasar serta estimasi pasar yang dapat dilayani.
- 4) Menentukan sifat-sifat dan karakteristik dari pasar, termasuk selera, kesenangan, kebiasaan, sikap, perilaku, gaya hidup, dan kebudayaan yang dimiliki konsumen.

b. Orientasi Mencari Peluang Usaha Baru

Wirausahawan adalah seseorang yang melihat peluang yang tersembunyi dengan gagasan baru, kemudian bekerja keras, mengubah peluang menjadi kenyataan. Menurut Masykur Wiratmo (1996), ada dua keadaan yang memaksa seseorang mencari peluang usaha baru, yaitu orientasi eksternal dan orientasi internal. Orientasi eksternal merupakan keinginan tahu dan minat pada apa yang terjadi di dunia.

Sumber gagasan eksternal meliputi:

1) Konsumen

Konsumen merupakan orang-orang yang mengkonsumsi/membeli produk yang dibuat. Oleh karena itu wirausahawan harus selalu memperhatikan apa yang menjadi keinginan konsumen atau

memberi kesempatan pada konsumen untuk mengungkapkan keinginannya.

2) Perusahaan yang sudah ada

Wirausahawan harus memperhatikan dan mengevaluasi produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan yang sudah ada dan kemudian mencari cara untuk memperbaiki penawaran yang sudah ada.

3) Saluran distribusi

Saluran distribusi harus diperhatikan karena merupakan sumber gagasan baru. Hal ini karena saluran distribusi ini sangat dekat atau berhubungan langsung dengan kebutuhan pasar,

4) Pemerintah

Pemerintah merupakan sumber pengembangan gagasan baru dengan dua cara, yaitu melalui dokumen hak paten yang memungkinkan pengembangan produk baru, dan melalui pengaturan pemerintah terhadap dunia bisnis yang juga memungkinkan munculnya gagasan produk baru.

5) Penelitian dan pengembangan

Penelitian dan pengembangan menjadi salah satu sumber gagasan produk baru atau perbaikan produk yang telah ada.

Sedangkan orientasi internal merangsang penggunaan sumber daya-sumber daya pribadi untuk mengidentifikasi peluang usaha baru.

c. Sumber Gagasan untuk Produk dan Jasa Baru

Terdapat beberapa sumber yang dapat menghasilkan gagasan baru untuk memproduksi barang dan jasa. Sumber-sumber tersebut antara lain:

- 1) Adanya inovasi atau penemuan baru
- 2) Hobi pribadi
- 3) Mengamati kecenderungan

- 4) Munculnya pertanyaan “mengapa tidak terdapat ...?”
- 5) Kegunaan lain dari barang-barang biasa
- 6) Pemanfaatan produk dari perusahaan lain

d. Proses Perencanaan Dan Pengembangan Produk

Ketika sebuah gagasan muncul, maka gagasan tersebut perlu dikembangkan dan dimatangkan lebih lanjut ke dalam produk atau jasa yang kemudian ditawarkan kepada konsumen. Proses perencanaan dan pengembangan produk terbagi menjadi lima tahap, yaitu:

1) Tahap gagasan

Yaitu tahap ketika saran dan ide-ide mengenai produk diperoleh dan kemudian dilakukan pemilihan mengenai produk yang cukup baik untuk dilayani.

2) Tahap konsep

Yaitu tahap di mana gagasan dikembangkan ke dalam konsep yang lebih seksama dengan mempertimbangkan kebutuhan konsumen potensial.

3) Tahap pengembangan produk

Yaitu tahap lanjutan dari konsep. Dalam tahap ini aspek teknik dan ekonomi dari produk baru dinilai dengan memberikan spesifikasi pada anggota penelitian dan pengembangan.

4) Tahap uji pemasaran

5) Tahap komersialisasi

2. *Business Plan* dan Memulai Usaha Baru

a. *Business Plan*/Rencana Bisnis

Bagian akhir dari persiapan memulai usaha, adalah membuat *business plan* atau rencana bisnis untuk kegiatan usaha. Semakin besar tingkat kerumitan dan resiko dari bisnis yang akan dijalankan, maka pembuatan rencana bisnisnya juga semakin rumit. Rencana bisnis dibuat dengan tujuan membantu mensistemasi bisnis yang akan dijalankan, sehingga rencana bisnis dapat dijadikan pedoman

pelaksanaan bisnis. Sebuah rencana bisnis merupakan tempat terkumpulnya ide-ide dalam menjalankan bisnis. Dengan membuat rencana bisnis, akan memudahkan untuk melihat dan meninjau kembali ide-ide tersebut.

Secara garis besar, rencana bisnis bentuknya sederhana, dan disusun sebelum bisnis dilaksanakan. Rencana bisnis memfokuskan pada tiga hal, yaitu ide-ide bisnis, pemasaran, dan keuangan atau sumber modal. Jangka waktu dari rencana bisnis adalah jangka pendek yaitu 3-7 tahun. Adapun beberapa tips menyusun rencana bisnis adalah:

- 1) Singkat dan padat
- 2) Terorganisasi rapi dengan penampilan menarik
- 3) Rencana yang menjanjikan
- 4) Hindari untuk melebih-lebihkan proyeksi
- 5) Kemukakan resiko-resiko yang signifikan
- 6) Tim yang terpercaya dan efektif
- 7) Fokus
- 8) Tentukan target pasar
- 9) Realistis
- 10) Spesifik

b. Hal-hal yang tercantum dalam Rencana Bisnis

Rencana bisnis pada dasarnya adalah sebuah gambaran rinci mengenai usulan bisnis. Maka, hal-hal yang harus tercantum dalam sebuah rencana bisnis, antara lain:

- 1) Uraian ide bisnis yang ingin dijalankan.
- 2) Alasan bahwa ide rencana bisnis tersebut merupakan sebuah jawaban atas kebutuhan.
- 3) Alasan bahwa Anda adalah orang yang paling tepat untuk menjalankan bisnis ini.
- 4) Penjelasan mengenai cara mengembangkan bisnis dan bagaimana menghasilkan uang atau memberi keuntungan.
- 5) Penjelasan mengenai sasaran pasar, yaitu siapa konsumen dan bagaimana sistem/cara penjualan.

6) Rincian mengenai dana yang dibutuhkan untuk memulai bisnis tersebut.

c. Bagian Utama Rencana Bisnis

Ada tiga bagian utama dari rencana bisnis, yaitu:

1) Konsep bisnis

Pada bagian ini menjelaskan secara rinci mengenai industri yang ditekuni, struktur bisnis, produk dan jasa yang ditawarkan, dan bagaimana mensukseskan bisnis.

2) Pasar

Pada bagian ini membahas dan menganalisis konsumen potensial, yaitu siapa dan dimana konsumen berada, kemudian alasan konsumen mau membeli produk, dan menjelaskan persaingan yang akan dihadapi dan bagaimana cara memenangkan persaingan.

3) Rencana keuangan

Pada bagian ini menjelaskan estimasi pendapatan dan analisis BEP. Ketiga bagian tersebut dapat dibagi menjadi 7 komponen, yaitu:

- a. Ringkasan
- b. Deskripsi bisnis
- c. Strategi pasar
- d. Analisis kompetisi
- e. Rencana desain dan pengembangan
- f. Rencana operasi dan manajemen
- g. Analisis rencana keuangan

d. Memulai Usaha Baru

Setelah business Plan atau rencana bisnis dibuat, maka wirausahawan dapat memulai usaha baru. Proses memulai usaha baru, mengacu pada rencana bisnis yang telah dibuat sebelumnya. Untuk memulai usaha baru, beberapa hal yang harus dilakukan, antara lain:

- 1) Memilih nama dan membuat logo

Memilih nama yang mudah diingat dan sesuai untuk jenis usaha.

2) Memilih tempat usaha

Pemilihan tempat usaha disesuaikan dengan anggaran, dan jenis usaha.

3) Membeli perlengkapan

Membeli perlengkapan juga disesuaikan dengan anggaran. Perlengkapan yang dibeli tidak harus baru, dan pemilihan disesuaikan dengan penggunaan perlengkapan tersebut.

4) Mengadakan mesin dan alat produksi

Mengadakan mesin dan alat produksi membutuhkan biaya yang sangat tinggi. Oleh karena itu perlu dipertimbangkan mengenai pembelian mesin. Solusinya adalah melalui sistem sewa atau outsourcing.

5) Merekrut pegawai

Merekrut pegawai memerlukan beberapa pertimbangan, terutama berkaitan dengan kemampuan atau keahlian calon karyawan. Selain itu juga perlu dipertimbangkan mengenai loyalitas dan sistem kompensasi kepada pegawai.

6) Melakukan training persiapan dan uji coba

Melakukan uji coba sangat penting untuk meminimalkan kesalahan dan mencapai kepuasan pelanggan. Apabila memiliki pegawai, maka perlu dilakukan pelatihan bagi pegawai, sehingga mereka lebih siap bekerja.

7) Memproduksi alat promosi

Promosi sangat penting sebagai alat informasi mengenai produk kepada pelanggan. Maka promosi harus dapat memuat pesan yang benar dan efektif. Alat promosi dapat berupa brosur, stempel, iklan, kemasan, dll.

8) Menentukan legalitas usaha

Usaha yang akan dijalankan dapat bersifat formal dan non formal. Pemilihan legalitas usaha berkaitan dengan pengeluaran anggaran, besar kecilnya usaha, jumlah pelanggan, dll.

9) Peresmian

Peresmian tidak harus mewah dan mahal. Yang penting peresmian merupakan salah satu cara memasarkan atau memperkenalkan produk.

10) Proses tambahan

Tambahan-tambahan yang perlu diperhatikan misalnya pembuatan seragam, maupun pembuatan website.

11) Belajar dari kesalahan umum

Yaitu belajar dari kesalahan-kesalahan yang telah dilakukan banyak orang/usaha, misalnya: tidak melakukan riset pasar, membayar upah tenaga kerja yang lebih mahal daripada pesaing, menghabiskan dana untuk membeli peralatan, dan lain-lain.

3. Strategi Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu aspek penting dalam kewirausahaan. Tetapi aspek ini sering kurang diperhatikan oleh para wirausahawan muda. Ketika seseorang akan memulai usaha, perhatian lebih sering difokuskan pada produksi barang dan segala fasilitas untuk produksi. Permasalahan baru muncul ketika produk telah jadi, tetapi tidak tahu akan dijual kemana dan kepada siapa. Artinya, tidak diketahui siapa konsumennya dan daerah pemasarannya. Akhirnya usaha menemui kendala karena produk tidak segera terjual. Oleh karena itu, sekarang cara berpikir berwirausaha mulai dibalik, dari orientasi produk menjadi orientasi pasar. Sehingga sebelum memulai usaha, yang harus diketahui adalah siapa calon konsumen, atau siapakah segmen pasarnya terlebih dahulu.

a. Definisi Pemasaran

Sebagian besar orang berpendapat bahwa yang dimaksud dengan pemasaran atau memasarkan barang adalah menjual barang atau memasang iklan terhadap barang tersebut agar laku dijual. Pada kenyataannya, menjual ataupun memasang iklan terhadap barang hanyalah merupakan salah satu atau sebagian kecil dari kegiatan pemasaran.

*The American Marketing Association*, mendefinisikan pemasaran sebagai proses perencanaan, dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi, dan distribusi gagasan, barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan sasaran perseorangan dan organisasi. Kotler dan Lane (2007) menyatakan pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya terdapat individu dan kelompok yang mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Sedangkan menurut Indriyo Gitosudarmo (1992) pemasaran meliputi perumusan jenis produk yang diinginkan konsumen, perhitungan berapa banyak kebutuhan akan produk itu, bagaimana cara menyalurkan produk tersebut kepada konsumen, seberapa tinggi harga yang seharusnya ditetapkan terhadap produk tersebut yang cocok dengan kondisi konsumennya, bagaimana cara promosi untuk mengkomunikasikan produk tersebut kepada konsumen, serta bagaimana mengatasi kondisi persaingan yang dihadapi oleh perusahaan, dan sebagainya.

Dari berbagai definisi tersebut, berarti pemasaran meliputi aspek perencanaan dan pelaksanaan. Selain itu, pemasaran diterapkan tidak hanya pada barang, tetapi juga jasa, dan bahkan gagasan atau ide. Pemasaran barang misalnya menjual bahan bangunan kepada konsumen. Pemasaran jasa misalnya transportasi, perawatan tubuh, dll. Dan pemasaran gagasan misalnya gagasan politik, gagasan bahaya merokok, dll.

b. Strategi Pemasaran

Strategi merupakan pedoman yang harus ada dalam pikiran dan landasan berpijak sebuah usaha. Strategi adalah cara untuk mencapai tujuan. Strategi sangat membantu seorang wirausahawan untuk mencapai tujuan lebih efektif, yang didasarkan atas kajian dan pemikiran yang matang.

Ada beberapa strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk mencapai Keunggulan bersaing, antara lain:

1) Strategi penetrasi pasar

Strategi penetrasi pasar adalah usaha meningkatkan penjualan dari produk yang sama dan dalam pasar yang sekarang melalui peningkatan usaha penjualan dan periklanan.

2) Strategi pengembangan pasar

Strategi pengembangan pasar adalah usaha meningkatkan penjualan dengan memperkenalkan produk atau jasa yang sama kepada segmen atau pasar yang baru.

3) Strategi pengembangan produk

Strategi pengembangan produk adalah usaha meningkatkan penjualan dengan menambahkan produk dan jasa baru pada pasar yang sekarang.

4) Segmentasi pasar

Segmentasi pasar adalah sebuah strategi untuk memilah pasar yang massal dengan membagi ke dalam kelompok-kelompok yang lebih homogen. Segmentasi juga berarti membagi pasar ke dalam beberapa kategori dengan menyatukan perilaku yang serupa ke dalam sebuah segmen. Misalnya: segmen pria dewasa yang bekerja di perkantoran, segmen wanita karir yang berpenghasilan di atas 5 juta/bulan, dan lain-lain.

c. Unsur-Unsur Pemasaran

Ada empat unsur yang harus diperhatikan dalam pemasaran, yaitu *product, price, place, dan promotion*.

1) *Product*

Menyangkut pemilihan barang yang ditawarkan secara tepat kepada konsumen.

Hal-hal yang terkait dengan produk :

a) Pemilihan produk : barang lama atau barang baru

b) Pembungkus produk:

1. bungkus yang indah akan menambah hasrat

2. bungkus yang khusus akan mempermudah pembeli

mengingat barang

3. bungkus yang baik akan menjada mutu, mempermudah pengangkutan, penyimpanan, penyusunan di rak took.

c) Merk barang

d) Ragam barang (satu macam, segolongan barang sejenis, banyak ragam)

2) *Price*

Menyangkut penetapan harga jual barang sesuai kualitas, dan yang dapat dijangkau konsumen.

Dasar penetapan harga:

a) Biaya

b) Barang substitusi

c) Konsumen

d) Peraturan pemerintah

e) Persaingan

3) *Place*/penempatan produk/distribusi

Menyangkut pemilihan cara pendistribusian barang yang memenuhi kebutuhan konsumen.

4) *Promotion*

Menyangkut pemilihan kebijaksanaan promosi yang tepat. Alat untuk promosi:

a) Iklan

b) Selebaran

c) Salesman (mempunyai pengetahuan luas, tidak memaksa, memberikan kesan baik).

Berbagai cara lain: discount, kredit, pameran, pemberian contoh barang, undian, sponsor kegiatan.

### **C. Aspek Organisasi dan Manajemen Bisnis**

Pengembangan kewirausahaan mendapat dukungan penuh dari banyak pihak, termasuk cendekiawan dan *decision maker* dalam pembangunan. Keberadaan Inpres No.4 Tahun 1995 tentang gerakan nasional memasyarakatkan dan membudayakan kewirausahaan,

mencerminkan perhatian yang besar terhadap pengembangan kewirausahaan. Sangat mendesak untuk mengoptimalkan keunggulan komparatif tersebut sehingga menjadi “senjata” untuk meraih keunggulan kompetitif. Jangan sampai keunggulan komparatif tersebut justru menjadi bumerang.

Kewirausahaan memiliki proses yang saling terintegrasi satu dengan lainnya, meliputi seluruh fungsi, aktivitas, dan tindakan yang berhubungan dengan perolehan peluang dan penciptakan organisasi untuk merealisasikannya. Proses membentuk faktor-faktor tak-samaan yang saling terkait yang membentuk *domain* wirausahawan.

### **1. Nilai-Nilai Kewirausahaan dalam Organisasi Bisnis**

*Entrepreneur* dalam dunia bisnis telah banyak dijadikan pilihan bagi sebagian besar pelaku bisnis. *Entrepreneur* telah dianggap memiliki kemampuan untuk *mandiri* dan *berhasil*, dan bahkan memberikan *peluang kerja bagi orang lain*. Dengan *berentrepreneur*, tidak saja memungkinkan orang dapat melakukan sesuatu yang sesuai dengan apa yang mereka inginkan, namun di samping itu juga, *berentrepreneur* akan mendapatkan kebebasan keuangan dan waktu yang cukup untuk melakukan berbagai kegiatan yang mereka sukai bersama teman-teman dan keluarganya.

Memang, memulai bisnis tidak semudah yang dibayangkan. Tidak sedikit orang yang tidak kunjung melangkah karena begitu banyak pertanyaan yang belum terjawab, bahkan keraguan sehingga membuat banyak orang menghabiskan waktu untuk merenung tanpa melakukan apa-apa. Banyak pula orang yang tidak segera memulai bisnis, meski sudah mekualitasskan untuk menjadi pengusaha, karena selalu dibayang-bayangi oleh ketakutan: takut gagal dan hanya membayangkan kemudahan saja. Sebenarnya, di dalam dunia bisnis, kesuksesan dan kegagalan adalah hal yang sudah lumrah. Masalahnya apakah mereka sanggup mengatasi kegagalan untuk bangkit kembali mengejar keberhasilan. Itulah sebetulnya tantangan para *entrepreneur* dalam dunia bisnis.

Mengapa seorang *entrepreneur* dapat lebih tangguh dari yang lain? Kuncinya adalah pada *etos bisnis*, yaitu keyakinan yang kuat dan mendalam mengenai nilai penting dari bisnis yang ditekuninya. Seseorang dengan keyakinan bahwa bisnisnya itu bermakna penuh bagi hidupnya, maka ia akan berjuang lebih keras untuk berhasil. Berbeda dengan seseorang yang menganggap bisnisnya sebagai alternatif mencari uang, bila menemui kesulitan, akan dengan cepat meninggalkannya untuk mencari alternatif baru yang diharapkan lebih mudah.

*Etos bisnis* sering dikaitkan dengan kepercayaan, mulai berkembang setelah Max Weber mengajukan tesisnya mengenai *Protestan Ethic* dalam kaitannya dengan pertumbuhan kapitalisme, yaitu *living to work instead of working to live*. Kemudian bermunculan pendapat lain yang memperjelas tesis tersebut, seperti Robert N. Bellah dengan konsep *Tokugawa Religion*, Clifford Geertz dengan *Peddlers and Princes* dan Peter Grant dengan *Islamic Roots of Capitalism*. Sikap hidup inilah yang menurut Yoyon Bahtiar Irianto menjadi etika kerja yang berlaku di negara-negara maju.

Seorang pelaku bisnis sejati “tidak takut melarat” untuk sementara, karena ia yakin melalui usahanya ia akan menjadi “kaya” di belakang hari. Karena itu, seorang pelaku bisnis selalu memiliki kesediaan untuk menunda kesenangan sementara, demi kebahagiaan yang lebih besar. Penundaan kesenangan (*deference of gratification*) adalah selaras dengan sikap hidup hemat dan tidak konsumtif.

Ada karakter-karakter yang paling dibutuhkan untuk mendukung munculnya seorang wirausaha yang berpeluang sukses tersebut, yaitu:

- (1) Daya gerak (*drive*), seperti inisiatif, semangat, tanggung-jawab, ketekunan dan kesehatan.
- (2) Kemampuan berpikir (*thinking ability*), seperti gagasan asli, kreatif, kritis dan analitis.
- (3) Kemampuan membina relasi (*competency in human relation*),

seperti mudah bergaul (*sociability*), mempunyai tingkat emosi yang stabil (EQ tinggi), ramah, suka membantu (*cheer fullness*), kerja sama, penuh pertimbangan (*consideration*), dan bijaksana (*tactfulness*).

- (4) Mampu menyampaikan gagasannya (*communication skills*), seperti terbuka dan dapat menyampaikan pesan secara lisan (bicara) atau tulisan (memo).

Keahlian khusus (*technical knowledge*), seperti menguasai proses produksi atau pelayanan yang dibidangnya, dan tahu dari mana mendapatkan informasi yang diperlukan.

Apakah kunci sukses dari para wirausahawan itu? Inilah tabir rahasianya yang terdiri dari tiga unsur utama, yaitu:

- (1) Motivasi, yaitu keinginan menjadi sosok yang berguna bagi masyarakat melalui prestasi kerja sebagai wirausaha.
- (2) Pengetahuan, yaitu keinginan belajar terus agar tidak menjadi usang dalam perubahan situasi persaingan usaha.
- (3) Menjalani, yaitu keinginan berhasil yang didukung dengan perencanaan matang yang dipersiapkan secara realistis sesuai dengan kebutuhan menghadapi persaingan dan kemampuan melaksanakannya.

Rahasia itulah rupanya yang mengaktifkan kemampuan diri seorang yang berminat menjadi wirausaha tangguh.

Dari karakter-karakter dan faktor-faktor kunci keberhasilan seseorang menjadi wirausahawan, telah melahirkan pemimpin-pemimpin bisnis yang berkepribadian tinggi. Tipe-tipe kepribadian pebisnis yang dapat dijadikan bahan kajian, antara lain:

- (1) *The Improver*, yaitu pemimpin yang memiliki kepribadian dalam menjalankan organisasi dengan menonjolkan gaya *improver* alias ingin selalu memperbaiki. *Improver* memiliki kemampuan yang kokoh dalam menjalankan roda organisasi, dan mereka juga memiliki integritas dan etika yang tinggi. Namun, pemimpin seperti

ini terkadang cenderung menjadi perfeksionis dan terlalu kritis terhadap bawahannya.

- (2) *The Advisor*, yaitu pemimpin yang bersedia memberikan bantuan dan saran tingkat tinggi bagi para pelanggannya. *Motto* dari *advisor* ini yaitu bawahannya adalah benar dan para pemimpin harus melakukan apa saja untuk menyenangkan bawahannya. Namun, yang harus diwaspadai, seorang *advisor* bisa jadi terlalu fokus pada kebutuhan organisasi saja, sehingga cenderung mengabaikan kebutuhan pribadinya.
- (3) *The Superstar*, yaitu pemimpin yang dikelilingi oleh karisma dan energi tinggi dari Sang Superstar. Pemimpin dengan kepribadian seperti ini biasanya membangun organisasi mereka dengan *personal brand* mereka sendiri. Kelemahan tipe pemimpin seperti ini ialah bisa menjadi terlalu kompetitif dan *workaholics*.
- (4) *The Artist*, yaitu kepribadian pemimpin yang senang menyendiri tapi memiliki kreativitas yang tinggi. Mereka biasanya sering kali ditemukan di bisnis yang membutuhkan kreativitas seperti pada organisasi agen periklanan, *web design*, dan lainnya. Kelemahan tipe ini ialah bisa jadi terlalu sensitif terhadap respon pelanggan, walaupun kritik dari mereka bersifat membangun.

Mari kita patahkan mitos yang mengatakan bahwa menjadi wirausahawan itu adalah proses panjang dari seleksi alamiah, sehingga sosok wirausahawan sukses itu adalah orang yang berusia lanjut dengan wajah lelah didera perjuangan hidup. Dulu, sewaktu orang hanya mengenal konsep biji dilempar ke kebun. Jika beruntung mendapat lahan yang baik, biji tersebut tumbuh menjadi pohon besar dengan buah yang lebat. Orang tua kita dulu banyak yang mengajarkan konsep tersebut, anak-anak tumbuh kembang tanpa pengarahan. Dari sekian banyak anak-anaknya, ada satu yang menjadi orang besar secara “kebetulan” menjadi sukses, lainnya akan bergantung pada saudaranya yang beruntung tersebut. Sekarang kita melihat, sejak kecil anak-anak dididik dengan pengarahan untuk memiliki tujuan yang jelas

untuk diharapkan menjadi apa nantinya. Ada investasi dan perhatian yang diberikan, sampai anak-anak tersebut semua menjadi “orang” sesuai dengan bakat dan minat yang dimilikinya. Konsepnya adalah pola pertanian atau industri yang diarahkan, dibimbing dan disemangati, sehingga berkembang sehat menjadi sesuatu yang direncanakan. Tentunya dengan menanam bibit yang tepat pada lahan yang sesuai dan pemupukan dan penyiraman yang baik.

Wirausahawan itu bukan hanyalah seorang pedagang, atau orang yang mempunyai perusahaan dan dikenal sebagai wirausahawan. Wirausahawan adalah orang yang berani menjadi pemula, yang memulai dari aktivitas “kelas ringan” atau dari aktivitas yang tidak biasa dipikirkan orang lain. Ia adalah seorang perencana dan pelaksana yang mampu mengorganisir dan mengelola sebuah bisnis baru, mengatasi kendala untuk mendapatkan nilai-nilai guna yang lebih baik dan menguntungkan. Serta mampu membawa aktivitasnya berjalan dan berkembang meskipun tanpa kehadirannya dalam operasional kegiatannya. Seorang wirausahawan meletakkan dasar-dasar aktivitas dengan sebuah visi jangka panjang, serta mampu membawa iklim perubahan kedalam budaya organisasinya.

Seorang wirausahawan mempunyai kepekaan khusus terhadap peluang yang diciptakan melalui terobosan inovasi untuk mendapatkan nilai tambah (*added value*). Ia tidak pernah menunggu peluang muncul, tetapi menciptakan adanya peluang dari pengamatan jeli terhadap perubahan, yang dapat diterapkan secara sistematis dalam tindakan nyata berupa bentuk produk atau jasa yang dibutuhkan orang banyak.

*Menjadi karena mengalami.* Hampir sama dengan ilmu bela diri atau profesi ketrampilan lainnya, wirausaha lebih tepat disebut sebagai seni wirausaha karena selain ilmu memerlukan latihan yang banyak untuk bisa menguasai kiatnya dengan tepat. Karena itulah muncul anggapan bahwa “ilmu” wirausaha diturunkan sebagai bakat, dipelajari sejak kecil dari pengalaman yang dimulai sebagai magang. Pada hal

banyak juga yang ditimba dari pengalaman pernah bekerja pada bidang aktivitas tertentu, kemudian menemukan kiat-kiat sukses dan berani memulai usaha sendiri.

Dari banyak kasus orang-orang yang menjadi wirausaha, karena “keberaniannya” untuk mencoba terjadi karena banyak alasan. Apakah itu karena telah terbiasa dengan lingkungan usahanya dari pengalaman keluarga, belajar atau “terpaksa” menjadi wirausaha melalui perjuangan penuh tantangan menghadapi seleksi alamiah. Apapun alasannya, bila telah “menjadi” atau “melakukan”, maka seseorang akan berusaha untuk terus belajar dari pengalamannya untuk menjadi lebih baik.

## 2. Kewirausahaan dalam Konteks Organisasi Pemerintah

Kewirausahaan di lingkungan organisasi pemerintah mulai populer pada Tahun 1992, ketika David Osborne dan Gaebler mempopulerkan sepuluh prinsip menata ulang birokrasi pemerintahan (*Reinventing the Government*) yaitu pemerintahan katalis, pemerintahan milik masyarakat, pemerintah yang kompetitif, pemerintahan yang digerakan oleh misi, pemerintah yang berorientasi hasil, pemerintahan berorientasi pada pelanggan, pemerintahan *entrepreneur*, pemerintahan antisipatif, pemerintahan desentralisasi dan pemerintahan berorientasi pasar.

Osborne & Gaebler (1992:12), menawarkan sepuluh prinsip pokok penataanulang birokrasi, yaitu:

- (1) Dominasi pemerintah dalam penyelenggaraan pelayanan publik harus segera diakhiri atau setidaknya dikurangi untuk selanjutnya secara bertahap deserahkan kepada sektor non-publik-masyarakat.
- (2) Memberikan sepenuhnya masyarakat otoritas serta kepercayaan untuk mau melayani dan menolong dirinya sendiri – *to help for self help*, bukan sebaliknya melulu diladeni atau dilayani apalagi dicekoki.
- (3) Birokrasi harus segera dibersihkan dari praktek dan intervensi banyak kepentingan partai politik penguasa. Juga bentuk dan praktek monopoli yang sering dianggap sah harus segera diakhiri,

kecuali benar-benar dimaksudkan untuk melindungi hajat hidup rakyat banyak atau semata keberpihakan terhadap mereka yang tak berdaya.

- (4) Rumusan kebijakan, tujuan dan sasaran yang jelas, dengan memberikan kesempatan kepada setiap elemen pemberi pelayanan untuk merumuskan sendiri langkah dan aturan teknis pelaksanaannya.
- (5) Pemerintahan yang berorientasi kepada hasil, bukan input atau masukan. Intinya, jadikan kinerja, bukan semata input atau proses sebagai tolok ukur penilaian dan pendanaan setiap program.
- (6) Pemerintahan yang berorientasi pelanggan; memenuhi kebutuhan pelanggan (baca rakyat), bukan birokrat, dengan mendengarkan suara dan aspirasi rakyat, termasuk keluhan dan kritik pedas mereka sekalipun.
- (7) Pemerintah wirausaha, menghasilkan ketimbang membelanjakan. Birokrasi harus dijalankan dalam perspektif "investasi", dan investasi tidak dimaknai secara sempit sebagai cara mendatangkan uang, melainkan berarti "menyimpan".
- (8) Pemerintah antisipatif, melalui upaya pencegahan daripada mengobati.
- (9) Membangun pemerintahan desentralisasi, dengan memberikan wewenang untuk mengambil keputusan kepada lebih banyak orang yang memungkinkan lebih banyak keputusan dibuat pada tingkat lini terdepan pemberi pelayanan.
- (10) Pemerintahan berorientasi pasar dengan mendorong perubahan melalui pasar. Birokrasi harus diubah dari pendekatan program menuju pendekatan pasar, dari pendekatan instruksi menuju pendekatan insentif.

Pada bulan Mei Tahun 2001, pejabat dari tingkat pusat dan daerah menghadiri seminar untuk membahas penerapan berbagai elemen penataan ulang birokrasi pemerintahan sebagaimana disarankan

Osborne & Gaebler melalui *good governance* (tata pemerintahan yang baik). Tetapi hampir semua kesimpulan yang diambil dapat diaplikasikan pada semua tingkat pemerintahan. Seminar tersebut merekomendasikan prinsip-prinsip *good governance* bagi pimpinan pemerintahan sebagai berikut:

- (1) Partisipatif (*Participation*), yaitu kepemimpinan yang mendorong bawahannya untuk menggunakan haknya untuk mengemukakan pendapat dalam penyusunan kebijakan organisasi, langsung atau tidak langsung;
- (2) Penegakan hukum (*Law enforcement*), yaitu kepemimpinan yang menjamin bahwa penegakan hukum dan pengamanan hukum di lingkungan organisasi berlangsung secara adil dan tidak diskriminatif, serta mendukung hak asasi manusia dengan mempertimbangkan tata nilai yang berlaku di masyarakat;
- (3) Keterbukaan (*Transparency*), yaitu kepemimpinan yang berupaya membangun rasa saling percaya antara pemimpin dengan bawahannya, pemimpin harus memberikan informasi yang memadai pada bawahannya dan mempermudah akses bawahan terhadap berbagai informasi yang dibutuhkan masyarakat yang berkepentingan;
- (4) Responsif (*Responsiveness*), kepemimpinan yang dapat meningkatkan kecepatan penyelenggara organisasi dalam memberikan respon terhadap protes, permasalahan dan keinginan *stakeholders* tanpa pengecualian;
- (5) Kesetaraan (*Equity*), yaitu kepemimpinan yang dapat memberikan kesempatan yang sama pada semua bawahan untuk meningkatkan kesejahteraannya tanpa pengecualian;
- (6) Visi yang strategis (*Strategic vision*), yaitu kepemimpinan yang memformulasikan strategi kelembagaan, yang ditunjang dengan sistem penganggaran yang memadai, akan meningkatkan rasa memiliki dan rasa tanggungjawab seluruh anggota organisasi untuk mendukung kemajuan organisasinya;

- (7) Efektif dan Efisien (*Effectiveness and efficiency*), yaitu kepemimpinan yang memberikan layanan untuk memenuhi kebutuhan *stakeholders* dengan memanfaatkan sumberdaya secara optimal dan bertanggungjawab;
- Profesionalisme (*Professionalism*), yaitu kepemimpinan yang dapat meningkatkan kemampuan, keterampilan dan moral anggota anggota organisasi sehingga mereka memiliki rasa tanggungjawab untuk memberikan layanan yang mudah didapat, cepat, teliti dan terjangkau (murah);
- (8) Akuntabilitas (*Accountability*), yaitu kepemimpinan yang dapat memperkuat pertanggungjawaban para pembuat keputusan organisasi pada semua aspek (politik, keuangan, dan anggaran);
- (9) Pengawasan (*Supervision*), yaitu kepemimpinan yang dapat menerapkan control dan pengawasan yang lebih ketat terhadap operasional manajemen kelembagaan dengan cara melibatkan *stakeholders*.

### **3. Kewirausahaan dalam Organisasi Pendidikan**

Cukup banyak tulisan yang mengemukakan adanya upaya yang sudah cukup lama untuk memahami fenomena kewirausahaan. Siapa dan apa yang dilakukan secara khusus oleh wirausaha telah mulai dirumuskan sejak tahun 1730 oleh Richard Cantillon. Namun, hingga saat ini upaya tersebut masih berlangsung, karena kegiatan yang bercirikan kewirausahaan tidak hanya terbatas dalam bidang bisnis dengan tujuan mencari laba. Yang membuat kewirausahaan menjadi menarik banyak pihak untuk memahaminya ialah kontribusi istimewa yang dihadirkan oleh mereka yang melakukan tindakan berkewirausahaan. Misalnya, Timmons dan Spinelliv membuat pengelompokan yang diperlukan untuk tindakan kewirausahaan dalam enam hal, yakni: komitmen dan determinasi, kepemimpinan, obsesi pada peluang, toleransi pada risiko-ambiguitas dan ketidakpastian, kreativitas-keandalan dan daya beradaptasi, serta motivasi untuk unggul.

Dari banyak kasus yang menggambarkan perilaku para wirausaha sosial, misalnya para penerima *Ashoka Fellows*, dapat disimpulkan bahwa keenam hal tersebut di atas dapat diadopsi sebagai karakteristik perilaku dan sikap wirausaha sosial. Dengan demikian, pengertian kewirausahaan cenderung menjadi makin luas, tidak terbatas hanya pada wirausaha bisnis. Luasnya cakupan kewirausahaan menggugah kemungkinan untuk membuat tipologi kewirausahaan.

Tidak semua wirausaha bisnis sama tingkat kewirausahaannya. Ada yang melakukan tindakan membuat usaha baru sebagai alternatif mengganti jalur sebagai karyawan. Tindakan itu bertujuan mencapai keberhasilan untuk bertahan hidup tanpa berada dalam organisasi yang dimiliki dan/atau dipimpin orang lain. Di lain pihak, terdapat tingkat kompleksitas yang ekstrim dalam berwirausaha, yakni melakukan tindakan kewirausahaan dengan tujuan menghasilkan karya yang dapat mengubah dunia. Misalnya, Steve Job berobsesi menghasilkan komputer yang mudah dipakai oleh banyak orang (*personal computer*), tidak hanya oleh ahli komputer. Di awal jaman bahasa komputer, penggunaan komputer hanya dikuasai oleh sejumlah ahli yang khusus mempelajari bahasa komputer tersebut. Gagasan Steve Job ditolak oleh perusahaan tempatnya bekerja. Ia memutuskan untuk keluar dan bersama temannya, Steve Wozniak, mendirikan perusahaan baru yang terkenal: *Apple Computer*.

Adanya pemahaman tentang heterogenitas wirausaha mengakibatkan perluasan bidang penelitian. Misalnya, kewirausahaan yang dikembangkan oleh mereka yang memanfaatkan teknologi tinggi/canggih akan menjadi bidang pengembangan "*technopreneur*". Atau ahir-ahir ini muncul kewirausahaan yang dikembangkan oleh mereka yang berkecimpung di lingkungan perguruan tinggi, seperti halnya di lingkungan Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) yang mengembangkan kewirausahaan dalam dunia pendidikan yang mereka istilahkan "*edupreneur*".

Munculnya cabang-cabang baru dalam kewirausahaan tidak

dapat dihindari. Adanya organisasi besar dan mapan yang membutuhkan kelincahan dalam berinovasi dan berubah, telah menumbuhkan jenis wirausaha di dalam perusahaan. Jenis wirausaha di dalam perusahaan disebut "*intrapreneur*" yang merupakan kependekan "*intra corporate entrepreneur*". Salah satu bidang kewirausahaan baru yang juga menarik untuk dikembangkan adalah wirausaha pendidikan (*edupreneur*).

Sebagai bidang yang relatif baru berkembang, akan terdapat sejumlah pendapat yang tidak seragam tentang apa itu kewirausahaan pendidikan dan siapa yang disebut sebagai wirausaha pendidikan tersebut. Pendapat atau rumusan yang ada cenderung menggambarkan suatu jenis wirausaha pendidikan yang unggul beserta karakteristik peran dan kegiatannya. Berdasarkan temuan adanya berbagai jenis wirausaha bisnis, sangat dimungkinkan pula adanya sejumlah jenis wirausaha pendidikan.

Tugas wirausahawan pendidikan ialah mengenali adanya kemacetan atau kemandegan dalam kehidupan masyarakat dan menyediakan jalan keluar dari kemacetan atau kemandegan itu. Ia menemukan apa yang tidak berfungsi, memecahkan masalah dengan mengubah sistemnya, menyebarkan pemecahannya, dan meyakinkan seluruh masyarakat untuk berani melakukan perubahan.

Wirausahawan tidak puas hanya memberi "ikan" atau mengajarkan cara "memancing ikan". Ia tidak akan diam hingga "industri perikanan" pun berubah. Kasus bagaimana Mohammad Yunus mengembangkan bank untuk melayani kaum miskin merupakan suatu inovasi yang bertentangan dengan kaidah yang umumnya menjadi target pasar bank, yaitu mereka yang mampu dan berisiko kecil. Kemacetan akses pada dana yang dihadapi oleh kaum miskin telah dipecahkan dengan penyediaan sistem kredit mikro yang ditujukan kepada mereka dalam pola kelompok.



## TUGAS

### 1. Pengantar

Mengherankan, banyak orang yang menyatakan bahwa membuat rencana bisnis itu tidak berguna dan hanya membuang waktu saja. Ini memang sepertinya pekerjaan panjang dan rumit. Padahal, bisnis plan dalam suatu usaha merupakan hal yang urgen. Sekecil apapun usaha, hendaknya dibuat sebuah perencanaan yang matang.

Seringkali bisnis dikelola dengan hanya bermodal semangat. Banyak orang yang ingin segera mempunyai usaha tanpa mau membuat bisnis plan. Padahal tidak sedikit para pebisnis yang masih gagal walaupun telah melakukan planning dengan baik. Dalam bisnis, kita tidak bisa berharap perjalanannya akan mulus-mulus saja. Apalagi jika pengelolaan bisnis meniadakan planning sama sekali. Berbicara mengenai usaha, siapapun dia, maka yang digunakan adalah rambu-rambu bisnis. Kebanyakan orang lalai, karena tidak mengikuti kaidah-kaidah bisnis yang ada.

Usaha produktif yang banyak dilakukan perempuan, banyak yang tidak berkembang karena selama ini paradigma yang digunakan adalah perempuan berusaha untuk menambah penghasilan keluarga. Akibatnya usaha yang dilakukan lebih bersifat usaha sampingan untuk mengisi waktu luang. Karena usaha sampingan, tidak banyak wirausaha perempuan yang memasukkan biaya tenaga kerja, biaya promosi dan analisa resiko untuk penentuan harga jual produknya.

Oleh karena itu perencanaan usaha secara cermat diharapkan akan mampu mendorong perempuan untuk meningkatkan posisi tawarnya, dengan menghargai kemampuan/kapasitas yang dimiliki, biaya promosi dan resiko yang selama ini diabaikan.

### 2. Tujuan

1. Peserta paham pengertian bisnis plan
2. Peserta mengetahui manfaat bisnis plan
3. Peserta memahami pentingnya bisnis plan untuk mendorong

kepemimpinan perempuan

### 3. Hasil Yang Diharapkan

Setelah mendapatkan materi tentang “Pengertian Bisnis Plan”, diharapkan:

1. Peserta mampu menjelaskan pengertian bisnis plan
2. Peserta mampu menyusun bisnis plan usahanya dengan memasukkan komponen penting usaha untuk menghargai kemampuannya.
3. Peserta mampu memotivasi kelompok dampingan untuk membuat bisnis plan

### 4. Metode

1. Curah pendapat
2. Studi kasus
3. Permainan

Alat dan Bahan:

1. ATK lengkap : spidol,plano,metaplan,lakban
2. Contoh kasus suatu usaha
3. Selang plastik

Waktu : 90 menit

Langkah-langkah fasilitasi

No	Langkah-langkah	Metode	Waktu	ABB
1	Fasilitator menjelaskan tujuan mempelajari bisnis plan	Curah pendapat	10 menit	ATK lengkap
2	Fasilitator membagi peserta dalam beberapa kelompok. Masing-masing kelompok diberi satu paket alat permainan	Diskusi kelompok/permainan	80 menit	
	Mintalah masing-masing kelompok untuk membuat sesuatu yang bermanfaat,dengan aturan: Kelompok 1 : tanpa proses diskusi 2. Kelompok 2 : berdiskusi Mintalah 2 orang peserta untuk bertugas sebagai pengamat diskusi kelompok			

	Mintalah masing-masing kelompok untuk mempresentasikan hasil			
	Rumuskan hasil diskusi kelompok dengan penegasan tentang pentingnya membuat sebuah perencanaan usaha			

### Penugasan:

Diskusikan manfaat penyusunan rencana kegiatan

### Bahan Bacaan

Dalam membuat bisnis plan, maka yang pertama kali kita lakukan adalah mengenali dimana posisi kita, kemana kita akan pergi (tujuan), mengapa kita ingin pergi ke sana dan apa yang akan kita capai. Ukuran-ukuran tersebut penting. Intinya adalah bagaimana cara yang paling baik untuk mencapai tujuan yang kita capai.

Disitulah dibutuhkan sebuah strategi bagaimana kita kesana. Pada masing-masing orang tentunya akan berbeda dalam membuat strategi. Ketika menuju ke suatu tempat, ada yang menganggap efektif naik taxi, tapi bisa juga yang lain berpendapat bahwa akan lebih menghemat biaya, maka efektifnya dengan bus, angkot atau bajaj. Karenanya, bisnis plan yang dibuat untuk setiap usaha pastinya tidak sama.

Berikut adalah manfaat dari bisnis plan bagi sebuah usaha :

1. Fungsi dari perencanaan yang disusun secara sistematis dapat menjadi sarana komunikasi bagi semua pihak penyelenggara perusahaan.
2. Perencanaan bisa menjadi dasar pengaturan alokasi sumberdaya.
3. Sebagai alat pendorong bagi pelaku bisnis untuk melihat ke depan dan menyadari betapa pentingnya variabel waktu.
4. Menjadi pegangan dan tolok ukur fungsi pengendalian.

Idealnya, sebuah bisnis berawal dari sebuah ide atau konsep, yang kemudian diterjemahkan dalam sebuah perencanaan. Berbekal sebuah bisnis plan, maka bisnis bisa dilaksanakan. Dari hasil kerja yang telah dilakukan, perlu adanya evaluasi, yaitu sinkronisasi antara hasil dan rencana.

Dari hasil evaluasi, maka akan berfungsi untuk melakukan pengembangan usaha yang terus berkelanjutan. Hal ini sesuai dengan konsep PDCA (Plan, Do, Check, Action), yang relevan tidak hanya untuk bisnis, namun untuk semua aktifitas dalam kehidupan kita.

- *Plan* merupakan tahap pengembangan dari sebuah gagasan yang dituangkan dari sebuah perencanaan.
- *Do* merupakan implementasi dari perencanaan yang telah dibuat
- *Check* merupakan evaluasi dari implementasi yang telah kita lakukan
- *Action* merupakan pelaksanaan dari hasil evaluasi, sehingga terjadi improvement (perkembangan) yang lebih baik dari yang sebelumnya.

Dalam memulai bisnis, maka yang harus dirumuskan adalah visi, misi dan nilai-nilai perusahaan (corporate value). Misalnya saja Anda ingin membuat usaha yang excellent, jujur, amanah dan sebagainya. Hal itu penting karena akan menjadi jiwa perusahaan. Point-point tersebut dituangkan dalam sebuah bisnis plan, yang mencakup hal-hal sebagai berikut:

1. Visi
2. Misi
3. Nilai-nilai Perusahaan
4. Sasaran
5. Strategi
6. Proyeksi Keuangan
7. Inisiatif dan Rencana Tindakan
8. Rencana Kebutuhan SDM
9. Struktur Organisasi

Nah, jika Anda memang sangat ingin menuai kesuksesan Anda, maka saatnya merencanakan kesuksesan Anda. Jangan enggan untuk memulainya dari sebuah [bisnis plan](#) yang baik!

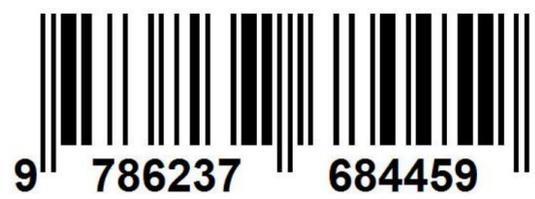
## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2000. *Kewirausahaan: Panduan Perkuliahan untuk Perguruan Tinggi*.
- Andrew, Andy. 2004. *The Traveler's Gift: Tujuh Keputusan yang Membawa Anda Menuju Keberhasilan Pribadi*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer. Bandung: Alfabeta.
- Bird, Barbara. J. 1989. *Intrepreneurial Behavior*. Illinois: Scott. Foresman and Company. Braiker, Harriet B. 2005. *Life is Yours: Mematahkan Jerat-jerat Manipulatif dan Meraih Kembali Kendali Hidup Anda*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Daniels, Aubrey C. 2005. *Maximum Performance: Sistem Motivasi Terbaik bagi Kinerja Karyawan*. Jakarta; Bhuana Ilmu Populer.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Drucker, Peter.F. 1986. *Innovation and Etrepreneurship*. London: Heinemann. Edisi Indonesia. Jakarta : Gramedia.
- Ek. Mochtar. 1996. *Manajemen Suatu Pendekatan Berdasarkan Ajaran Islam*. Jakarta: Bharata Karya Aksara.
- Engkoswara, Aan Komariah. 2010. *Administrasi Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Froggatt, Wayne. 2004. *Choose to be Happy: Panduan Membentuk Sikap Rasional dan Realistik*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Geoffrey G. Meredith, et al.2000. *Kewirausahaan Teori dan praktek*. Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo.
- Henry L. Sisk. 1969. *Principles of Management*. Brighton England: South-Western Publishing Company.
- Hisrich, R.D. & Peters. M.P. 1992. *Entrepreneurship. Starting. Developing. and Managing A New Enterprise*. New York. Richcard D. Irwin. Inc.
- How, Lim. 2005. *Seeds of Personal Victory: Meraih Kesuksesan dalam Bisnis dan Kehidupan*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Indriyo Gitosudarmo. 1992. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: BPFE. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- J. Winardi. 2003*Entrepreneur dan Entrepreneurship*. Bogor: Kencana.
- Jay, Ros. 2005. *Get What You Want at Work: Mengambil Langkah Cerdas dalam Pengembangan Karier*. Jakarta: Bhuana ilmu Populer.

- John M. Echols, Hasan Sadhily. 1992. *Kamus Bahasa Inggris Indonesia*. Jakarta: Gramedia.
- Kao, John. J. 1991. *The Entrepreneurial Organization*. New Jersey: Prentice Hall Englewood Cliffs.
- Kao, Raymond Russel M. Knight. 1987. *Entrepreneurship and New Venture Management*.
- Kasmir. 2006. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kuratko and Hodgetts. 1989. *Entrepreneurship A Contemporary Approach*. New York : The Driden Press.
- Lessem, Ronnie. 1992. *Intra Usaha Analisis Pribadi Pengusaha Sukses*. Jakarta: Pustaka Binaman Prasendo.
- Masykur Wiratmo. 1996. Pengantar Kewiraswastaan-Kerangka Dasar memasuki Dunia Bisnis. Yogyakarta: BPFE.
- Meredith, G.G. 1996. *Kewirausahaan Teori dan Praktik*. Jakarta: Pustaka Binaman Presindo. Merrill, Mike. 2005. *Dare to Lead: Strategi Kreatif 50 Top CEO untuk Meraih Kesuksesan*.
- Muh Yunus. 2008. *Islam dan Kewirausahaan Inovatif*. Malang: UIN Malang Press.
- Osborne, David and Ted Gaebler. 1992. *Reinventing Government: How The Enterpreneurial Spirit is Transforming the Public Sector*. Mass: Addison-Wesley Publishing.
- Ontario. Canada: Prentice-Hall Scarborough.
- Osborne, David & Peter Plastrik. 2000. *Memangkas Birokrasi: Lima Strategi Menuju Pemerintahan Wirausaha* Terjemahan Ramelan Abdul Rosyid. Jakarta: PPM.
- Percy, Ian. 2003. *Going Deep: Menjelajahi Kedalaman Spiritualitas dalam Hidup dan Kepemimpinan*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Rhenald Khasali, et al. 2010. Modul Kewirausahaan Strata 1. Yogyakarta: Mizan Media Utama.
- Soebagyo Atmodiwiryo. 2000. *Manajemen Pendidikan Indonesia*. Jakarta: Ardadizya Jaya.
- Soetrisno. 1009. Pengantar Bisnis. Yogyakarta: Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
- Suharyadi, dkk. 2008. *Kewirausahaan, Membangun Usaha Sukses Sejak Usia Muda*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sumarto, Hetifah Sj. 2003. *Inovasi. Partisipasi dan Good Governance: 20 Prakarsa Inovatif dan Partisipatif di Indonesia*. Jakarta: Yayasan Obor.

- Suparman Sumahamijaya. 1980. *Membina Sikap Mental Wiraswasta*. Jakarta: Gunung Jati.
- Syaiful Sagala. 2000. *Administrasi Pendidikan Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Turner, Suzanne. 2005. *Tools for Success: Acuan Konsep Manajemen bagi Manajer dan Praktisi Lainnya*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Wibowo. 2006. *Manajemen Perubahan*. Jakarta: Grafindo.
- Yoyon Bahtiar Irianto. 2006. *Materi Perkuliahan Kewirausahaan dan Pemasaran Pendidikan*. Bandung: Lab Adpend FIP IKIP Bandung.
- Zohar, Danah & Ian Marshal. 2006. *Spiritual Capital: Memberdayakan SQ di Dunia Bisnis*. Bandung: Mizan.

ISBN 978-623-7684-45-9



9 786237 684459