

ISBN : 978-623-6859-08-7

# PENGEMBANGAN USAHA RUMAHAN

Disusun Oleh :  
**Sishadiyati  
Masnuna  
Anisa Fitria Utami  
Putra Perdana  
Wirya Wardaya**



Penerbit  
**Mitra Abisatya**



# PENGEMBANGAN USAHA RUMAHAN

Disusun oleh :

Sishadiyati

Masnuna

Anisa Fitria Utami

Putra Perdana

Wirya Wardaya

**Penerbit : CV Mitra Abisatya**

# PENGEMBANGAN USAHA RUMAHAN

Penulis :

Sishadiyati

Masnuna

Anisa Fitria Utami

Putra Perdana

Wirya Wardaya

ISBN : 978-623-6859-08-7

Diterbitkan pertama kali dalam bahasa Indonesia

oleh :

CV. Mitra Abisatya

Jl. Panduk No 36 A Surabaya

Telp 082132261603

Email : [penerbitmitraabisatya@gmail.com](mailto:penerbitmitraabisatya@gmail.com)

Cetakan pertama, Agustus 2021

***Hak cipta dilindungi oleh undang-undang.***

Dilarang memproduksi atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa seijin tertulis dari penerbit.

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga buku monograf yang berjudul PENGEMBANGAN USAHA RUMAHAN dapat diselesaikan.

Industri usaha rumahan diharapkan berperan dalam memecahkan masalah-masalah pengembangan industri di Indonesia. Karena industri rumahan mempunyai jumlah unit usaha yang jauh lebih baik dibandingkan kelompok usaha industri sedang dan industri besar. Hal tersebut disebabkan industri rumah tangga memiliki daya tahan yang kuat dalam perekonomian. Pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat untuk memberdayakan usaha kecil, dan menengah melalui pemberian fasilitas, bimbingan, pendampingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saingnya. . Dalam pengelolaan usaha ada beberapa strategi yang adapat digunakan, mengapa dalam mengelola usaha dibutuhkan suatu strategi hal ini dikarenakan strategi pengelolaan usaha merupakan upaya pengaturan secara menyeluruh untuk menjalankan sebuah usaha bisnis yang profesional dan menghasilkan tujuan bisnis yang diinginkan, baik dari aspek profit maupun tujuan lain dengan yang diinginkan oleh pihak pengelola bisnis.

Demikian, semoga buku ini dapat diaplikasikan dalam pengembangan usaha ruumahan. Oleh karena itu kami menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik moril maupun materiil.

Surabaya, Agustus 2021  
Tim Penyusun

## DAFTAR ISI

Kata Pengantar.....	i
Daftar Isi .....	ii

### **BAB I MOTIVASI DAN USAHA**

1.1 Motivasi .....	1
1.2 Menumbuhkan Minat Wira Usaha.....	1
1.3 Menjadi Wira Usaha Sukses.....	6

### **BAB II KEWIRAUSAHAAN**

2.1 Kewirausahaan.....	11
2.2 Jiwa Dan Sikap Wira Usaha.....	12
2.3 Modal Kewirausahaan .....	20
2.4 Ciri-ciri Umum Kewirausahaan .....	22
2.5 Nilai-nilai Hakiki .....	24
2.6 Proses Kewirausahaan.....	26
2.7 Wirausaha Yang Berhasil .....	28

### **BAB III BRAND**

3.1 Pendahuluan .....	32
3.2 Pengertian Brand .....	32
3.3 Tujuan Membuat Brand .....	33
3.4 Bagian-Bagian Brand.....	35
3.5 Label Produk Sebagai Bagian Dari Brand.....	35
3.6 Ketentuan Dan Peraturan Label Produk.....	39

3.7 Tips Membuat Label Produk .....	46
-------------------------------------	----

#### **BAB IV PENGELOLAAN MANAJEMEN USAHA**

4.1 Pengertian.....	51
4.2 Manajemen Pengelolaan Usaha.....	51
4.3. Mengapa Usaha Harus Dikelola.....	53
4.4 Tipe-tipe Usaha .....	57
4.5 Pengembangan Usaha .....	57
4.6 Langkah-langkah Yang Dilakukan Dalam Pengembangan Usaha.....	58
4.7 Strategi Kewirausahaan.....	59

#### **DAFTAR PUSTAKA**

# **BAB I**

## **MOTIVASI DALAM USAHA**

### **1.1.Motivasi**

Motivasi adalah kemauan untuk berbuat sesuatu, sedangkan motif adalah dorongan, kebutuhan, keinginan, dorongan atau impuls. Motivasi tergantung kepada kekuatan motifnya. Motif dengan kekuatan terbesar yang akan menentukan perilaku seseorang. Motif yang kuat mungkin saja berkurang apabila telah mencapai kepuasan atau mengalami kegagalan (Alma, 2005).

### **1.2.Menumbuhkan Minat Wirausaha**

Minat seseorang untuk berwirausaha bisa muncul dari dalam diri (faktor internal) maupun dari luar diri (faktor eksternal).

Faktor internal antara lain :

1. Merasa tidak puas dengan pekerjaan atau aktivitas yang saat ini digeluti, sehingga ingin punya aktifitas yang lebih mengasyikkan/menantang
2. Senang coba coba
3. Keinginan kuat untuk mandiri (tidak tergantung pada orang lain)
4. Keinginan kuat untuk mewujudkan mimpi, ide atau inovasinya
5. Minat dan komitmen tinggi terhadap wirausaha.

Faktor eksternal antara lain

1. Kehilangan pekerjaan
2. Ada sumber daya yang sayang kalau tidak dimanfaatkan, misalnya ada lokasi strategis, mendapat modal, warisan, dll
3. Mengikuti latihan atau inkubator bisnis, lalu mendapatkan tugas untuk mengembangkan usaha
4. Ada relasi atau rekanan yang membuka peluang usaha, atau bisa diajak bekerjasama
5. Dorongan dari keluarga, teman atau kerabat.

### **1.2.1. Mengenali dampak positif dari wirausaha**

Minat akan tumbuh apabila seseorang mampu melihat keuntungan dari dampak positif dari sesuatu. Seseorang akan tertarik untuk menekuni dunia wirausaha apabila dirinya melihat dampak positif yang akan didapat dari wirausaha. Beberapa contoh dampak positif wirausaha dalam kehidupan seseorang adalah:

- a. Menambah penghasilan
- b. Lebih bebas berekspresi
- c. Menjadi pimpinan, pembuat aturan
- d. Bisa bekerja dengan waktu dan tempat yang lebih fleksibel
- e. Dapat mengeksplorasi ide-ide kreatif
- f. Mengembangkan idealisme (misalnya seorang pecinta lukisan batik, membuka gerai lukisan batik dengan harapan lukisan batik lebih dikenal luas dimana-mana).



### **1.2.2. Menajamkan *mission statement*, tujuan, perencanaan tertulis**

Visi dan misi bisa dituliskan dalam kalimat yang mudah diingat, dan kemudian bisa menjadi motto serta penyemangat disaat lemah. Misalnya “layanan perawatan kecantikan terbaik bagi wanita berjilbab”. Tulisan tersebut dikenal dengan *mission statement* atau pernyataan misi yang mengingatkan seseorang kepada tujuannya.

### **1.2.3. Memulai usaha dari bidang yang disukai, dibutuhkan atau sesuai dengan *concern* (kepedulian utama).**

Misalnya orang yang suka membuat brownies, bisa mulai dengan usaha brownies, sehingga walaupun belum bisa mengeruk untung besar, setidaknya bisa menyalurkan hobi. Ada juga wirausaha yang memulai usaha berdasar apa yang menjadi kebutuhannya. Misalnya Dewi Hughes yang awalnya kesulitan mendapatkan pakaian jadi yang sesuai ukuran tubuhnya, lalu membuka butik yang khusus menyediakan pakaian untuk wanita bertubuh besar.

Selain menjual produk untuk dibeli orang lain, butik ini juga sekaligus untuk memenuhi kebutuhannya. Usaha pada bidang yang disukai menimbulkan rasa cinta pada apa yang dilakukan, kecintaan tersebut memberikan dampak cukup besar untuk memotivasi seseorang dalam melakukan sesuatu.

#### **1.2.4. Membangun dukungan**

Minat dari dalam diri untuk berwira usaha bisa saja redup atau bahkan padam saat menemui sandungan. Dukungan dari orang-orang terdekat atau yang dipercaya akan sangat bermanfaat untuk menyalakan minat itu kembali, Dukungan bisa berupa dukungan moril, misalnya memberikan semangat, nasehat, pandangan (beberapa orang membutuhkan *second opinion* sebelum mengambil keputusan), tempat berkeluh kesah/curhat, dan lain sebagainya. Dukungan bisa juga berupa rekanan kerja atau partner, misalnya usaha join dengan teman atau saudara, tenaga kerja, jaringan pemasaran dan sebagainya. Dukungan material juga memiliki peran oentung, misalnya *support* modal, pinjaman tempat, kendaraan, dsb. Maka dalam menjalankan usahanya seorang wirausaha perlu mengidentifokasi pihak mana saja yang dapat memberikan dukungan, dengan begitu ia dapat berbagi beban dan tidak merasa berjuang sendirian.

#### **1.2.5. Membekali diri**

Keterampilan memberikan kontribusi cukup besar bagi seorang wirausaha. Keterampilan tidak saja mampu meningkatkan kinerja seseorang, tapi juga memberikan rasa percaya diri dalam menjalankan usahanya. Keterampilan bisa berupa hal-hal yang berkaitan langsung dengan usahanya, maupun yang tidak berkaitan langsung tapi mendukung kelancaran usahanya. Misalnya seseorang membuka usaha jasa konsultan tanaman hias, maka ia perlu mengetahui seluk

beluk merawat, menyuburkan, menanggulangi hama dan penyakit, sampai pada pasar tanaman hias, yang merupakan keterampilan yang berhubungan langsung dengan usahanya. Namun apabila ia memiliki pengetahuan yang cukup tentang cara melayani konsumen dengan baik, menata interior kantor dengan baik, mengenali jenis-jenis konsumen, mengetahui cara berpenampilan sehingga meyakinkan, tentu akan sangat mendukung usahanya. Seorang wirausaha yang baik akan selalu berusaha mengembangkan dirinya, sehingga keterampilannya senantiasa bertambah. Lebih dari itu, penambahan pengetahuan akan memotivasi wirausahawan untuk mencoba ide baru baik terhadap produk maupun system yang dijalankan sehingga minatnya terhadap usaha yang digeluti akan semakin besar.

#### **1.2.6. Bersikap positif terhadap kegagalan**

Wirausaha yang sukses biasanya memiliki kisah gagal di balik kesuksesannya. Dunia usaha penuh dengan coba-coba, dimana gagal tentu saja menjadi salah satu resikonya. Tidak sedikit wirausahawan yang menemukan bisnis yang cocok setelah berkali-kali berganti usaha dan gulung tikar. Sikap positif terhadap kegagalan sangat diperlukan agar minat untuk wirausaha tidak hilang setelah menemui kegagalan yang pertama. Seorang wirausaha perlu memiliki kebiasaan untuk belajar dari pengalaman yang kurang menyenangkan, sehingga bisa memulai lagi usaha dengan persiapan yang lebih matang.

### **1.2.7. Berserah diri pada Tuhan**

Terakhir tapi tidak kalah pentingnya, harus tertanam dalam diri seorang wirausaha bahwa rizki adalah kuasa Tuhan. Manusia harus berikhtiar untuk mendapatkan rizki itu, namun Tuhan lebih tahu porsi yang pas untuk hamba-Nya. Berserah diri pada Tuhan bukan berarti pasrah dan menyalahkan takdir atas kegagalan yang dialami, tapi berserah diri terhadap apa yang dikehendaki Tuhan, memohon pertolongan-Nya, dan bersyukur untuk apapun yang diterima. Seorang wirausaha yang berserah diri pada Tuhan, akan berusaha dengan keras untuk mendapatkan hasil terbaik, tapi juga lebih tenang karena memiliki tempat bergantung yang Maha Kuasa, serta tidak mudah stress apabila menghadapi sandungan karena ia percaya bahwa Tuhan selalu memberikan yang terbaik untuknya.

### **1.3. Menjadi Wirausaha Sukses**

Ahli maupun praktisi di bidang wirausaha banyak memberikan tips bagi para pemula di bidang usaha agar bisa menjadi wirausaha sukses. Berikut ini beberapa tips yang dapat dipraktekkan oleh para pemula di bidang wirausaha, diantaranya :

#### **1. Reputasi**

Senantiasa menjaga reputasi (nama baik). Ini sangat penting sebab tanpa nama baik seseorang tidak mungkin mendapatkan kepercayaan dari orang lain.

## **2. Tumbuh dari bawah**

Sukses dimulai dari langkah kecil, bahkan mungkin dari nol. Sukses tidak mungkin dicapai secara *instant*. Perlu perjuangan untuk bisa meraihnya

## **3. Konsentrasi**

Bila seseorang telah memutuskan untuk masuk ke bidang tertentu, ia harus focus dan berkonsentrasi.

## **4. Anti *crowded*/ kerumunan**

Tidak menjadi pengikut, tidak terjun ke dalam tempat atau bidang yang telah banyak dimasuki orang lain (latah).

Kesuksesan seorang wira usaha sangat dipengaruhi oleh karakter yang dimilikinya. Meski begitu, memiliki karakter yang sesuai saja tidaklah cukup untuk membawa seseorang menjadi wirausahawan sukses. Kemauan dan kerja keras memiliki sumbangan yang tidak kalah besarnya. Kombinasi antara karakter dan kemauan yang kuat akan membantu seorang mengerahkan keterampilannya sehingga menjadi wirausaha sukses. Beberapa dari tips tersebut sesuai dengan karakter wirausaha yang telah dibahas sebelumnya :

### **1. Total komitmen Determinasi dan kesabaran**

Seorang wirausaha, terutama pada fase awal membangun bisnis akan memberikan waktunya sepenuhnya untuk usahanya. Misalnya seorang ibu yang berbisnis catering rela bangun sebelum subuh untuk berbelanja dan memasak. Determinasi, keyakinan akan bisnis yang dijalani. Tidak peduli pandangan dan cemoohan orang, tak peduli hasil-hasil jangka pendek, wirausahawan perlu tetap

teguh atas keyakinan menjalankan bisnisnya. Selain itu kesabaran sangat diperlukan, karena umumnya hasil baru diperoleh dalam jangka waktu lama, sementara dalam jangka pendek ia perlu mengeluarkan banyak biaya.

## **2. Orientasi peluang dan sasaran**

Wirausahawan harus jeli melihat peluang dari setiap perubahan. Bagi orang lain itu ancaman, bisa saja baginya itu peluang. Sasaran sangat penting karena akan menjadi motivator bagi sebagian besar pebisnis. Hampir sebagian besar pebisnis sukses punya tujuan yang jelas dalam hidupnya. Tanpa tujuan sulit dibayangkan seseorang dapat punya motivasi dan ketahanan dalam dunia bisnis.

## **3. Berani berinisiatif dan mengambil tanggungjawab pribadi**

Keistimeewaan seorang wirausahawan yang tidak dimiliki karyawan adalah kebebasan. Kebebasan itu tidak dimaknai sebagai keleluasaan untuk bertindak semaunya, melainkan bebas dalam mengambil inisiatif untuk menjalankan ide-ide produktif serta berani bertanggung jawab secara pribadi atas segala akibat dan dampak dari inisiatifnya itu.

## **4. Pemecah masalah yang ulet**

Menghadapi masalah yang kompleks adalah pekerjaan sehari-hari pebisnis. Mulai dari aspek pasar, pendanaan, produksi, SDM, ditangani oleh pengusaha seorang diri. Hanya keyakinan terhadap tujuan yang membuat wirausahawan

mampu mengurai semua persoalan yang muncul silih berganti dan mencari solusi-solusi yang cocok.

**5. Mencari dan memanfaatkan umpan balik**

Wirausahawan harus berpijak pada dunia nyata, dan di dunia nyata yang paling penting adalah pelanggan dan karyawan. Ke luar, umpan balik harus terus menerus dicari dan dimanfaatkan dalam pengembangan produk dan perbaikan layanan. Ke dalam, umpan balik karyawan harus difasilitasi dan dimanfaatkan semaksimal mungkin untuk peningkatan kinerja perusahaan.

**6. *Internal focus of control***

Yaitu orang yang terkendali secara internal, yang memiliki keyakinan bahwa nasibnya sebagian besar tergantung dari dirinya sendiri. Keyakinan yang kuat terhadap diri inilah yang membuat seorang wirausahawan banyak berorientasi "bertindak mulai dari diri sendiri, dan sekarang juga". Tindakan-tindakan konkret itulah yang kemudian menentukan nasibnya.

**7. Pencari resiko moderat**

Wirausaha perlu lebih berani mengambil resiko dibanding orang kebanyakan. Dengan keberanian ini ia berani memulai bisnis atau mengembangkannya. Seorang wirausaha perlu menimbang resiko dengan matang. Perilaku orak-kanan radikal yang impulsif sangat berbahaya bagi bisnis. Resiko moderatlah yang diambil berdasarkan pertimbangan pasar dan sumberdaya yang dimiliki. Kebanyakan wirausaha memodali sendiri usahanya atau pinjaman yang harus

dipertanggungjawabkan. Perhitungan yang matang atas resiko tetap diperlukan tanpa menghilangkan kegairahan melihat ganjaran yang panas apabila bisnisnya menghasilkan.

#### **8. Kreatif realistis**

Kreativitas bisnis berbeda dengan kreativitas seniman yang sering tak berpijak di bumi. Kreativitas bisnis harus dapat diterima oleh masyarakat luas sebagai nilai-nilai yang memberi manfaat. oleh Dough Hall, ini disebut orientasi otak seimbang, dapat berimajinasi tapi juga mampu mengimplementasi. Pada kondisi sekarang yang menuntut perubahan dan temuan-temuan yang berbeda dengan yang sebelumnya sudah ada, wirausaha yang kreatif realistis memiliki peluang yang lebih besar untuk sukses.



# BAB II

## KEWIRAUSAHAAN

### 2.1. Kewirausahaan

Dalam perkembangannya, keberadaan usaha kecil tidak terlepas dari peranan seorang wirausaha. Seorang *entrepreneur* sejati akan berusaha semaksimal mungkin untuk konsisten dan fokus dalam mengembangkan usahanya. Pola yang sangat jelas dan dapat dijadikan contoh kongkrit adalah pada saat krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia dan negara-negara Asia lain pada tahun 1997, dimana usaha kecil berperan menjadi salah satu penggerak perekonomian yang handal dan tahan krisis. Selain itu usaha kecil semakin diakui perannya dalam menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang kehilangan pekerjaan utamanya akibat krisis, terutama bagi pekerja yang bekerja di sektor formal dan swasta akibat ketidakpastian bisnis dalam krisis. Pada konteks tersebut, pengangguran akibat PHK menyambung hidupnya dengan mengandalkan usaha yang mulai dibangun. Ketangguhan usaha kecil ini, hendaknya dapat dijadikan momentum untuk menggarap usaha kecil dan menengah menjadi bentuk usaha yang dapat diandalkan dalam menyediakan lapangan pekerjaan dan pengembangan perekonomian Indonesia karena mampu memproduksi banyak sektor kebutuhan pokok rakyat banyak. Untuk mencapai hal tersebut dibutuhkan Wirausahawan yang sejati yang mampu mandiri dalam berusaha.

Wirausaha menurut arti katanya adalah Berani berusaha secara mandiri, untuk mencapai target yang telah ditetapkan.

Seorang wirausaha pada umumnya menginginkan adanya pembaharuan (kemampuan inovatif & kreatif), Memiliki percaya diri yang kuat, membutuhkan kebebasan dalam berusaha dan tidak tergantung pada siapapun serta mendapat kedudukan yang layak di masyarakat. Jadi inti dari kewirausahaan (entrepreneurship) adalah kemampuan inovatif dan kreatif.

Menurut *Peter Drucker* (1959), Kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Jadi kunci dari kewirausahaan, adalah adanya sesuatu yang baru dan berbeda. Sesuatu yang baru tersebut dapat diperoleh melalui **Kreativitas** (*creativity*) adalah kemampuan mengembangkan ide dan cara-cara baru dalam memecahkan masalah dan menemukan peluang (*thinking new things*). **Inovasi** (*Innovation*) kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan masalah dan menemukan peluang (*doing new things*), sesuatu yang baru tersebut selain berbentuk barang dan jasa dapat pula berbentuk ide, metode dan cara. Sehingga sukses seorang wirausaha terjadi apabila seseorang berpikir dan melakukan sesuatu yang baru.

## 2.2. Jiwa dan Sikap Wirausaha

Seseorang yang memiliki kepribadian kreatif dan inovatif adalah seseorang yang memiliki jiwa, sikap dan perilaku wirausaha, dengan ciri-ciri :

1. Rasa percaya diri besar, indikatornya adalah penuh keyakinan, optimisme, berkomitmen, disiplin dan tanggungjawab.

2. Memiliki inisiatif, indikatornya penuh energi, cekatan dalam bertindak, dan aktif.
3. Memiliki motif berprestasi, indikatornya orientasi pada hasil dan wawasan ke depan.
4. Memiliki jiwa kepemimpinan. Indikatornya berani tampil beda, dapat dipercaya dan tangguh dalam bertindak.
5. Berani mengambil resiko dengan penuh perhitungan

Dalam prosesnya wirausaha diawali dengan sebuah tantangan. Adanya tantangan menimbulkan adanya gagasan, kemauan dan dorongan untuk berinisiatif. Sedang faktor pribadi yang memicu adanya wirausaha, adalah motif berprestasi, komitmen, nilai-nilai pribadi, pendidikan dan pengalaman. Seorang wirausahawan akan berhasil dengan baik, apabila memiliki pengetahuan, kemampuan dan kemauan.

Pengetahuan yang harus dimiliki seorang wirausaha adalah : 1) Pengetahuan mengenai usaha yang akan dimasuki/dirintis, 2) Pengetahuan tentang peran dan tanggung jawab dan 3) pengetahuan tentang manajemen dan organisasi. Sedangkan ketrampilan yang harus dimiliki seorang wirausaha adalah : 1). Ketrampilan konseptual dalam mengatur strategi dan memperhitungkan resiko, 2) ketrampilan kreatif dalam menciptakan nilai tambah 3). ketrampilan dalam memimpin dan pengelola. menciptakan nilai tambah, 4) ketrampilan berkomunikasi dan berinteraksi, 6) ketrampilan

Michael Harris dalam buku kewirausahaan (2000: 19), menyatakan wirausaha yang sukses adalah wirausaha yang memiliki kompetensi yaitu yang memiliki ilmu pengetahuan, ketrampilan dan kualitas individual yang meliputi sikap, motivasi, nilai-nilai pribadi, serta tingkah laku yang diperlukan untuk melaksanakan pekerjaan/kegiatan.

Kompetensi diartikan sebagai pengetahuan, ketrampilan, dan kemampuan individu yang langsung berpengaruh pada hasil, karena wirausaha adalah orang yang selalu berorientasi pada hasil.

Para ahli kewirausahaan memberikan pengertian dan konsep tentang karakteristik & nilai-nilai kewirausahaan yang berbeda-beda. *Geoffrey G.Meredith* (1996: 5-6) mengemukakan ciri-ciri serta watak kewirausahaan sebagai berikut :

KARAKTERISTIK	W A T A K
Percaya diri dan Optimis	Memiliki kepercayaan diri yang kuat, ketidaktergantungan terhadap orang lain dan individu
Berorientasi pada tugas dan hasil	Kebutuhan untuk berprestasi, berorientasi laba, mempunyai dorongan kuat, tekun dan tabah, tekad kerja keras, serta inisiatif.
Berani mengambil resiko dan menyukai tantangan	Mampu mengambil resiko yang wajar
Kepemimpinan	Berjiwa kepemimpinan, mudah beradaptasi dengan orang lain, dan terbuka terhadap saran serta kritik
Keorisinilan	Inovatif, kreatif, dan fleksibel
Berorientasi masa depan	Memiliki visi dan perspektif terhadap masa depan

*M. Scarborough dan Thomas W.Zimmere* (1993: 6-7) mengemukakan bahwa karakteristik kewirausahaan ada 8 yaitu :

1. *Desire for responsibility*, yaitu memiliki rasa tanggung jawab atas usaha-usaha yang dilakukan.
2. *Preference for moderate risk*, yaitu selalu menghindari resiko.

3. *Confidence in their ability to success*, yaitu percaya diri yang kuat untuk mencapai sukse.
4. *Desire for immediate feedback*, yaitu menghendaki umpan balik dengan segera.
5. *High level of energy*, yaitu memiliki semangat kerja keras untuk mewujudkan keinginannya demi masa depan yang lebih baik.
6. *Future orientation*, berorientasi serta memiliki perspektif dan wawasan jauh ke depan.
7. *Skill at organizing*, memiliki ketrampilan dalam mengorganisir.
8. *Value of achievement over money*, menghargai prestasi daripada uang.

Ahli lain, Arthur Kuriloff dan John M. Mempel (1993:20), mengemukakan Nilai-nilai dan perilaku kewirausahaan sebagai berikut

NILAI-NILAI	PERILAKU
Komitmen	Menyelesaikan tugas hingga selesai
Resiko moderat	Tidak melakukan spekulasi melainkan berdasarkan perhitungan yang matang
Melihat Peluang	Memfaatkan peluang yang ada sebaik mungkin
Obyektivitas	Melakukan pengamtan secara nyata untuk memperoleh kejelasan.
Umpan Balik	Menganalis kinerja untuk memperbaiki kegiatan
Optimisme	Menunjukkan kepercayaan diri yang besar walaupun berada dalam situasi berat
Uang	Melihat uang sebagai suatu sumber daya bukan tujuan akhir
Manajemen proaktif	Mengelola berdasarkan perencanaan masa depan

Pendapat dari beberapa pakar wirausaha dirangkum oleh Vernon A. Musselman (1989: 155), Wasty Sumanto (1989) dan Geoff sebagai berikut :

1. memiliki keinginan yang kuat untuk berdiri sendiri
2. Memiliki kemampuan untuk mengambil resiko
3. Memiliki kemampuan untuk belajar dari pengalaman
4. mampu memotivasi diri sendiri
5. Memiliki semangat untuk bersaing
6. Memiliki orientasi terhadap kerja keras
7. Memiliki kepercayaan diri yang besar
8. Memiliki dorongan untuk berprestasi
9. Tingkat energi yang tinggi
10. Tegas
11. yakin terhadap kemampuan diri sendiri

Wasty Sumanto (1989:5) menambahkan ciri-ciri selanjutnya yaitu :

12. Tidak suka uluran tangan dari pemerintah/pihak lain dalam masyarakat
13. Tidak bergantung pada alam dan berusaha untuk tidak mudah menyerah.

Sedang Geoffrey Meredith (1989: 5) menambahkan ciri-ciri sebagai berikut :

14. Kepemimpinan
15. Keorisinilan
16. Berorientasi ke masa depan dan penuh gagasan

Dalam *Entrepreneurship and small Enterprise Development Report* (1986) yang dikutip oleh M. Scarborough dan Thomas W. Zimmerer (1993: 5) dikemukakan beberapa karakteristik kewirausahaan yang berhasil antara lain :

1. Proaktif, yaitu berinisiatif dan tegas

2. Berorientasi pada prestasi yang dicerminkan melalui tindakannya terhadap peluang, efisiensi, kualitas, perencanaan dan pengawasan.
3. Memiliki komitmen yang kuat terhadap orang lain misalnya janji, kontrak dan hubungan bisnis lainnya.

Secara eksplisit, *Dun Steinhoff dan John F Burgess* (1993 : 38) mengemukakan beberapa karakteristik yang diperlukan untuk menjadi wirausaha yang berhasil :

1. Memiliki visi dan tujuan usaha yg jelas
2. Bersedia menanggung resiko waktu dan uang
3. Memiliki perencanaan yg matang dan mampu mengorganisasikannya
4. Bekerja keras sesuai dengan tingkat kepentingannya
5. Mengembangkan hubungan dengan pelanggan, pemasok, pekerja dan pihak lain.
6. Bertanggung jawab terhadap keberhasilan dan kegagalan.

Menurut *The Officer of Advocacy of Small Business Administration* (1989) yang dikutip oleh *Dun Steinhoff dan John F.Burgess* (1993:37), menyatakan bahwa wirausaha yang berhasil memiliki sifat-sifat kepribadian sebagai berikut :

1. Memiliki kepercayaan diri untuk bekerja keras secara independen dan berani menanggung resiko demi mencapai keberhasilan.
2. Memiliki kemampuan berorganisasi, dapat mengatur tujuan, berorientasi hasil dan tanggung jawab terhadap kerja keras.
3. Kreatif dan mampu melihat peluang.
4. Menyenangi tantangan

Apabila pandangan *Timmons dan McClelland* (1961) dan *Thomas F. Zimmerer* (1996:6-8) digabungkan maka akan memperluas karakteristik sikap dan perilaku wirausaha yang berhasil sebagai berikut :

1. *Commitment and determination*, memiliki komitmen dan tekad yang bulat untuk mencapai tujuan usaha.
2. *Desire for responsibility*, memiliki rasa tanggung jawab dalam menggunakan sumber daya internal.
3. *Opportunity obsession*, berambisi untuk selalu mencari peluang
4. *Tolerance for risk, ambiguity and uncertainty*, tahan terhadap resiko.
5. *Self confidence* yaitu percaya diri yang kuat dan optimistis erhadap kemampuan yang dimiliki.
6. *Creativity and Flexibility* memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu dan luwes.
7. *Desire for immediate feedback*, selalu mengharapkan umpan balik dengan segera.
8. *High level of energy*, memiliki tingkat energi yang tinggi
9. *Motivation to excel*, memiliki dorongan untuk selalu unggul
10. *Orientation to the future*, berorientasi ke masa depan.
11. *Willingness to learn from failure*, selalu belajar dari kegagalan.
12. *Leadership ability*, kemampuan dalam kepemimpinan.

Dalam kegiatan sehari-hari, walaupun setiap wirausaha berbeda-beda namun demikian menurut Ahmad Sanusi (1994). ada kecenderungan profil pribadi wirausaha, sebagai berikut:

1. Tidak menyukai sesuatu yang tetap.



2. Suka memandang keluar, orientasinya pada aspek-aspek yang lebih luas, untuk memperoleh peluang baru.
3. Semakin berani, untuk menunjukkan sikap kemandirian.
4. Suka berimajinasi dan mencoba menyatakan daya kreativitas serta memperkenalkan hasil-hasilnya kepada pihak lain.
5. Karena sendiri, maka ada keinginan berbeda atau maju, dan toleransi terhadap perbedaan pihak lain.
6. Menyatakan suatu prakarsa setelah gagasan awalnya diterima dan dikembangkan, serta dapat dipertanggungjawabkan dari beberapa sudut.
7. Kerja keras yang dilakukan dan kemajuan yang dicapai menimbulkan rasa percaya diri dan sikap optimisme yang lebih mendasar.
8. Sikap dan perilaku kewirausahaan di atas kemudian dikombinasikan dengan ketrampilan manajemen usaha dalam bentuk perencanaan dan pengembangan produk, penetrasi/pengembangan pasar, organisasi dan komunikasi perusahaan, keuangan dll.
9. Meskipun dasarnya bekerja keras, cermat, dan sungguh-sungguh, namun aspek resiko tidak bisa dilepasakan sampai batas yang bisa diterima.
10. dengan resiko tersebut, dibulatkan tekad, komitmen, dan kekukuhan hati terhadap alternatif yg dipilih.
11. Berhubung yang dituju ada kemajuan yg terus menerus, maka ruang lingkup memandang pun jauh dan berdaya juang tinggi, karena sukses tidak datang tanpa dasar atau tiba-tiba.
12. Adanya perluasan pasar dan persaingan dengan pihak lain sehingga mendorong kemauan keras untuk

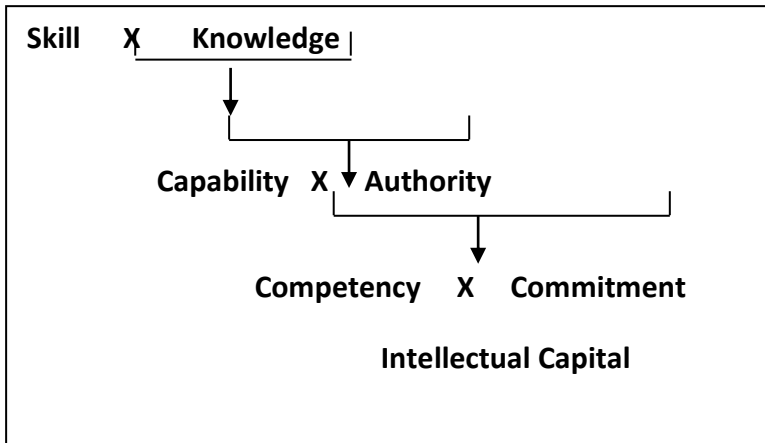
- membuat perencanaan, usaha, dan hasil yang lebih baik, bahkan terbaik dan berbeda.
13. Sikap hati-hati dan cermat mendorong kesiapan bekerja sama dengan pihak lain yang sama-sama mencari kemajuan dan keuntungan. Akan tetapi jika perlu, wirausaha harus memiliki kesiapan yang matang untuk bersaing.
  14. Ujian, godaan, hambatan, dan hal-hal yang tidak terduga dianggap umpan balik.
  15. Memiliki toleransi terhadap kesalahan operasional atau penilaian. Ada introspeksi dan kesediaan, serta sikap responsif dan arif terhadap umpan balik, kritik dan saran.
  16. Memiliki kemampuan intensif dan seimbang dalam memperhatikan dan menyimak informasi dari pihak lain dengan meletakkan posisi dan sikap sendiri, dan mengendalikan diri sendiri terhadap suatu persoalan yang dianggap belum jelas.
  17. Menjaga dan memajukan nilai dan perilaku yang telah menjadi keyakinan diri, integritas pribadi yang mengandung citra dan harga diri, selalu bersikap adil dan sangat menjaga kepercayaan yang telah diberikan oleh orang lain.

### **2.3. Modal Kewirausahaan**

Modal yang dimaksudkan disini tidak hanya modal dalam bentuk uang atau barang, tetapi juga modal yang tidak berwujud. contohnya :

Modal *intellectual* yaitu modal dalam bentuk ide-ide sebagai modal utama disertai dengan pengetahuan, kemampuan, ketrampilan, komitmen dan tanggung jawab

sebagai modal tambahan. Ide disebut sebagai modal utama karena dari ide tersebut akan membentuk modal yang lainnya. Apabila dirumuskan sebagai berikut :



Dalam gambar dapat dilihat bahwa *Intellectual Capital* = *Competency X Commitment*, artinya walaupun seorang wirausaha memiliki pengetahuan yang tinggi tetapi tidak memiliki komitmen maka tidak dapat menggunakan modal intelektualnya. *Competency* = *Capability X Authority*. Artinya wirausaha yang kompeten adalah wirausaha yang memiliki kemampuan dan wewenang sendiri dalam mengelola usahanya, tidak tergantung pada orang lain. *Capability* = *Skill X Knowledge*. Artinya kapabilitas wirausaha sangat ditentukan oleh ketrampilan dan pengetahuan yang dilengkapi dengan sikap dan motivasi untuk selalu berprestasi. Kompetensi inti (*core competency*) adalah kreativitas dan inovasi dalam rangka menciptakan nilai tambah untuk meraih keunggulan dengan berfokus pada pengembangan pengetahuan dan keunikan (seperti citra).

Modal sosial dan moral diwujudkan dalam bentuk kejujuran dan kepercayaan, sehingga dapat terbentuk citra. Etika seorang wirausaha :

1. Kejujuran
2. Memiliki integritas
3. Menepati janji
4. Kesetiaan
5. Kewajaran
6. suka membantu orang lain
7. Menghormati orang lain
8. warga negara yang baik dan taat hukum
9. mengejar keunggulan
10. bertanggung jawab

Modal Mental adalah kesiapan mental berdasarkan landasan agama, diwujudkan dalam bentuk keberanian untuk menghadapi resiko dan tantangan. Modal Material adalah jenis modal yang terakhir setelah modal yang tersebut diatas sudah dipenuhi. Modal ini berbentuk uang atau barang.

#### **2.4. Ciri-ciri Umum Kewirausahaan**

Secara umum seorang wirausaha memiliki ciri-ciri tertentu yang merupakan prinsipnya dalam menjalankan bisnisnya untuk mencapai kesuksesan. Ciri-ciri tersebut :

##### **1. Memiliki motif berprestasi tinggi**

Dalam melakukan pekerjaannya seorang wirausaha akan bertindak hati-hati dan teliti. Hal ini tercermin melalui produk yang dihasilkan akan berbeda dan memiliki nilai prestasi yang tinggi, dibanding produk yang sama yang dibuat oleh pesaingnya.

##### **2. Memiliki prespektif ke depan**

Seorang wirausaha tidak akan berhenti dalam bermimpi. Kesuksesan dianggap sebagai sebuah perjalanan, bukan

merupakan tujuan. Oleh karena itu target merupakan hal yang harus dilakukan, agar mimpi dapat diwujudkan sesuai dengan realita dan kondisi yang ada.

**3. Memiliki Kreativitas Tinggi**

Seorang wirausaha harus mampu memikirkan sesuatu yang belum dipikirkan oleh orang lain, serta dapat menciptakan permintaan.

**4. Memiliki sifat Inovasi Tinggi**

Impian saja tidak cukup tetapi harus didukung oleh inovasi yang terus menerus. Inovasi merupakan kerangka pengembangan sesuatu yang diimpikan. Inovasi adalah kreativitas yang diterjemahkan menjadi sesuatu yang dapat diimplementasikan

**5. Memiliki Komitmen terhadap pekerjaan**

Komitmen bagi seorang wirausaha adalah sesuatu yang harus dimiliki, tanpa komitmen yang jelas, akan berakibat fatal bagi usahanya.

**6. Memiliki Tanggung Jawab**

Tanggung jawab merupakan tuntutan bagi seorang wirausaha. Indikator dari tanggung jawab ini adalah berdisiplin, penuh komitmen, bersungguh-sungguh, jujur, berdedikasi tinggi dan konsisten

**7. Memiliki Kemandirian atau Ketidak ketergantungan terhadap orang lain**

Seorang wirausaha harus memiliki kemandirian. Segala tindakannya harus diusahakan secara mandiri dan tidak bergantung dengan orang lain. .

**8. Memiliki Keberanian menghadapi resiko**

Seorang wirausaha harus dapat mengelola resiko usaha, dengan berbagai cara misalnya mentransfer resiko ke pemasok, konsumen, investor bank atau pihak lain.

### **9. Selalu mencari peluang**

Seorang wirausaha harus mampu melihat peluang, oleh karena itu seorang wirausaha harus mau belajar, apabila berhenti belajar maka berhentilah sebagai wirausaha.

### **10. Memiliki jiwa kepemimpinan**

Seorang wirausaha harus memiliki kemampuan dan semangat untuk mengembangkan orang-orang disekitarnya. Seorang pemimpin tidak diukur banyaknya pengikut atau pegawainya, tetapi kualitas dari orang-orang yang ada disekelilingnya serta kemampuannya untuk mencetak kader penerus usahanya.

### **11. Memiliki kemampuan manajerial**

Kemampuan manajerial seseorang dapat dilihat dari 3 kemampuan yaitu : 1. Kemampuan teknik, 2. kemampuan pribadi dan 3. kemampuan emosional

### **12. Memiliki kemampuan personal**

Seorang wirausaha harus memiliki berbagai ketrampilan personal yang merupakan kemampuan pribadi untuk menjalankan usahanya.

## **2.5. Nilai-Nilai Hakiki Kewirausahaan**

Dalam prakteknya, kewirausahaan tidak bisa dilepaskan dari nilai-nilai hakiki yang harus dimiliki oleh seorang *entreprenuer*. Adapun nilai-nilai hakiki tersebut adalah:

### **1. Percaya diri**

Merupakan suatu paduan sikap dan keyakinan seorang wirausaha dalam melakukan kegiatan usahanya, yang tercermin dari keberaniannya mengambil resiko optimisme yang tinggi terhadap usaha yang digeluti.

## **2. Berorientasi pada tugas dan hasil**

Mengutamakan prestasi , memiliki ketekunan, mau berkerja keras dan berinisiatif yaitu selalu ingin memulai sesuatu yang baru.

## **3. Keberanian mengambil resiko**

Seorang wirausaha menyukai tantangan yang penuh resiko. Tetapi dalam mengambil resiko seorang wirausaha akan melakukannya dengan penuh perhitungan dan realistis Keberanian mengambil resiko tergantung pada :

- a. Daya tarik setiap alternatif
- b. Siap Rugi
- c. Kemungkinan sukses atau gagal

Keberanian mengambil resiko ditentukan oleh :

- a. Keyakinan pada diri sendiri
- b. Kemampuan mencari peluang
- c. Kemampuan mengukur resiko

## **4. Kepemimpinan**

Seorang wirausaha yang berhasil selalu memiliki sifat kepemimpinan, kepeloporan, keteladanan, berani tampil beda, dalam menghasilkan produk-produknya.

## **5. Beorientasi ke masa depan**

Pandangan yang jauh kedepan menjadikan Seorang wirausaha selalu mencari peluang dan tidak cepat puas terhadap produk yang dihasilkan, selalu menciptakan hal-hal yang baru, walaupun resiko yang dihadapi besar.

## **6. Keorisinilan : Kreativitas dan Inovasi**

Nilai keorisinilan ditentukan oleh kreativitas dan inovasi. Kreativitas adalah kemampuan melakukan pemikian yang baru dan berbeda. Inovasi adalah kemampuan untuk mengaplikasikan tindakan yang baru dan berbeda. Kreativitas mengandung

Berdasarkan nilai hakiki yang dimiliki seorang wirausaha maka sikap seorang wirausaha harus terbuka terhadap pengalaman baru, dapat membaca perubahan sosial, realistis terhadap fakta dan pendapat, orientasi pada masa kini dan masa depan bukan pada masa lalu, memiliki perencanaan, percaya diri, berpendidikan dan mempunyai keahlian, respek, hati-hati serta memahami produksi. Selanjutnya Yuyun Wirasmita (1994:8) dalam Kewirausahaan, mengemukakan alasan seseorang menjadi wirausaha yaitu :

1. Keuangan, mencari nafkah, jaminan kecukupan dalam bidang keuangan, ingin kaya.
2. Sosial, prestis/status, dihormati, menjadi contoh keberhasilan.
3. Pelayanan, menciptakan lapangan pekerjaan, membantu meningkatkan pendapatan masyarakat.
4. Kebutuhan Pribadi, ingin jadi pimpinan, tidak ingin tergantung dengan orang lain, tidak ingin jadi bawahan, dapat menggunakan kemampuannya sendiri.

## **2.6. Proses Kewirausahaan**

Menurut David C. Mc. Clelland (1961) dalam Kewirausahaan, mengemukakan bahwa kewirausahaan ditentukan oleh motif berprestasi, optimisme, sikap nilai dan keberhasilan. Kemampuan berwirausaha merupakan fungsi dari perilaku kewirausahaan dalam mengkombinasikan kreativitas, inovasi, kerja keras dan keberanian menghadapi resiko untuk memperoleh peluang. Menurut Carol Noore yang dikutip oleh Bygrave (1996:3) dalam Kewirausahaan, proses kewirausahaan diawali dengan adanya inovasi. Inovasi tersebut dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal seperti pendidikan, sosiologi, organisasi, kebudayaan dan lingkungan.



Kewirausahaan diawali dengan adanya inovasi, dipicu oleh faktor pribadi, organisasi dan keluarga. Pertumbuhan kewirausahaan sangat tergantung pada kemampuan pribadi, organisasi dan lingkungan.

Faktor lingkungan yang mempengaruhi pertumbuhan kewirausahaan adalah pesaing, pelanggan, pemasok dan lembaga keuangan yang membantu pendanaan. Faktor yang berasal dari pribadi adalah komitmen, visi, kepemimpinan dan kemampuan manajerial dan faktor yang berasal dari organisasi adalah kelompok, struktur, budaya dan strategi. Seorang wirausaha dikatakan berhasil, apabila dapat menggabungkan antara nilai, sikap, pengetahuan, pengalaman dan ketrampilan praktis.

Pertumbuhan Wirausaha pada umumnya melalui proses sebagai berikut :

1. Tahap imitasi dan duplikasi
2. Tahap duplikasi dan pengembangan
3. Tahap menciptakan sendiri mbarang dan jasa yang berbeda

Pada tahap imitasi dan duplikasi seorang wirausaha akan meniru produk atau jasa dari orang lain, misalnya menciptakan produk yang sudah ada, juga cara pemasarannya. Ketrampilan diperoleh dari pengalaman atau magang ditempat kerja. Disamping itu ada juga wirausaha yang sukses karena hasil pengamatannya.

Pada tahap duplikasi dan pengembangan, seorang wirausaha mulai menggunakan ide-idenya untuk mengembangkan produk yang dihasilkan melalui diversifikasi, differensiasi. Perubahan-perubahan sudah ada tetapi masih mengikuti kehendak pedagang pengumpul.

Pada tahap menciptakan sendiri ini, sudah ada sesuatu yang baru dan terus dikembangkan karena wirausaha sudah

jenuh dengan produk yang ada dan berusaha untuk mengetahui lebih mendalam produk yang dihasilkan untuk dikembangkan atau sebagai dasar untuk menciptakan produk yang baru. Perkembangan disesuaikan dengan permintaan pasar, pengembangan hasil pengamatan dan pengembangan teknik-teknik operasi.

## 2.7.Wirausaha Yang Berhasil

Wirausaha yang sukses harus memiliki ide, visi bisnis yang jelas kemauan yang keras dan keberanian untuk menghadapi resiko, baik waktu maupun uang. Disamping itu seorang wirausaha juga harus mamapu mengembangkan hubungan baik dengan mitrusaha maupun semua pihak yang terkait dengan kepentingan perusahaan Apabila digambarkan ada beberapa langkah untuk menuju wirausaha yang berhasil, adalah sebagai berikut :



Suryana (2006:67)

Pada diagram diatas, dapat ditarik apa saja yang dapat menjadi factor keberhasilan dan kegagalan berwirausaha, sebagai berikut:

## Faktor Keberhasilan dan Kegagalan Berwirausaha

Keberhasilan	Kegagalan	Potensi Kegagalan
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. kemampuan dan kemauan</li> <li>2. Tekad yang kuat dan kerja keras</li> <li>3. Mengenal peluang yang ada dan berusaha untuk merahi.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak memiliki kemampuan dan pengetahuan dalam mengelola usaha</li> <li>2. Kurang pengalaman</li> <li>3. Kurang dapat mengendalikan keuangan</li> <li>4. Gagal dalam perencanaan</li> <li>5. Lokasi kurang memadai</li> <li>6. Kurangnya pengawasan peralatan</li> <li>7. Sikap yg kurang sungguh-sungguh dalam berusaha</li> <li>8. Ketidakmampuan dalam menghadapi perubahan</li> <li>9. suka meremehkan mutu</li> <li>10. Suka menerobos atau mengambil jalan pintas</li> <li>11. Tidak memiliki kepercayaan diri</li> <li>12. Tidak berdisiplin</li> <li>13. Suka mengabaikan tanggung jawab</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pendapatan yg tdk menentu</li> <li>2. Kerugian akibat hilangnya modal investasi</li> <li>3. Perlu kerja keras dan waktu yg lama</li> <li>4. Kualitas kehidupan yg tetap rendah meskipun usahanya telah berhasil</li> </ol>

Lebih lanjut, terdapat sejumlah keuntungan dan kelemahan dalam melakukan wirausaha. Yaitu:

### Kekuatan Dan Kelemahan Berwirausaha

KEUNTUNGAN	KELEMAHAN
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Otonomi</li> <li>2. Peluang untuk mengembangkan peluang terbuka lebar</li> <li>3. Kebebasan untuk melakukan kontrol keuangan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengorbanan Pesonal, semua waktu dihabiskan untuk bekerja</li> <li>2. Beban tanggung jawab yang besar</li> <li>3. Keuntungan yg diperoleh relatif kecil, kemungkinan gagal besar</li> </ol>

Dalam hal memulai usaha, seorang wirausahawan harus memiliki tujuan, visi misi dan cita-cita. *Aim* (*Cita-Cita*) adalah pernyataan umum tentang sesuatu yang akan dicapai, dalam suatu bidang yang akan digeluti,. Misalnya ingin menjadi Pengusaha besar dibidang elektronik, ingin menjadi distributor utama dibidang obat.

Visi adalah pernyataan tentang arah yang akan dituju untuk masa yang akan datang berkaitan dengan *Aim*. Misalnya dalam 5 tahun mendatang menguasai pangsa pasar terbesar mobil niaga. Dalam 10 tahun mendatang menjadi salah satu Universitas terkemuka di Indonesia. Misi adalah sesuatu yang harus diemban dalam melakukan aktivitasnya, misalnya: menyediakan layanan yang paling baik, mensejahterakan bangsa dan negara.

Tujuan (*Objective*) adalah sesuatu yang akan dicapai dengan target-target yang sudah tertentu. Misalnya kenaikan keuntungan sebesar 10 % pada 2 tahun yang akan datang. Meningkatkan kualitas produk pada tahun ini. Dalam memulai usaha, gagasan akan muncul melalui berbagai cara, tergantung bagaimana orang tersebut dapat menangkapnya, sebagai peluang bisnis. Menurut Ir. Harmaizar Z, dkk(2006: 13). Sumber gagasan dapat diperoleh melalui 6 sumber yaitu :

1. Pendidikan

Melalui pendidikan seseorang diharapkan dapat mengembangkan pendidikan yang diperolehnya untuk menghasilkan sesuatu hasil karya yang inovatif, baik itu sesuatu yang baru atau sesuatu yang lama tetapi dikembangkan lagi menjadi sesuatu yang memiliki nilai beda dari yang lain. Melalui jalur ini banyak yang berhasil. Misalnya :

2. Pengalamam

Seseorang yang menggeluti suatu bidang pekerjaan selama bertahun-tahun, memungkinkan untuk mengembangkan hasil pekerjaannya tersebut menjadi sesuatu yang baru. Berawal dari pengalaman yang digeluti memungkinkan ,munculnya keberanian untuk berusaha secara mandiri.

### 3. Lingkungan Keluarga Usaha

Seseorang yang dilahirkan dalam lingkungan usaha, akan terbiasa melihat dan memahami dunia usaha yang ada disekitarnya. Keadaan tersebut memungkinkan timbulnya imajinasi untuk berusaha secara mandiri.

### 4. Observasi Perjalanan

Dalam perjalanan ke suatu tempat seseorang dapat terinspirasi hal-hal yang ditemui dan terdorong untuk mencoba, yang kemudian dikembangkan dengan berusaha secara mandiri.

### 5. Hobi

Hobi adalah sesuatu pekerjaan yang menyenangkan dan menjadi minatnya untuk dilakukan. Dari kesenangan tersebut dapat menimbulkan gagasan awal untuk memulai usaha. Jadi dari hobi dapat menjadi peluang usaha.

### 6. Waralaba / Franchisees System

Membeli usaha yang sudah jadi dapat dilakukan untuk memulai usaha. Pembeli harus berhati-hati tentang perjanjian dengan penjual, juga harus benar-benar diteliti apakah usaha tersebut benar-benar diminati pembeli. Karena tanggung jawab operasional terletak pada pembeli sedang penjual waralaba pada umumnya hanya bertanggung jawab sebagian saja dan mendapatkan royalti.

# **BAB III**

## **BRAND**

### **3.1. Pendahuluan**

Salah satu unsur penting yang harus dimiliki oleh usaha kecil adalah brand/ merk. Menurut Alina Wheeler dalam rustan (2009:16) brand kadang dikenal sebagai kata benda, kadang sebagai kata kerja. Kadang menjadi sama dengan nama perusahaan, pengalaman perusahaan dan harapan konsumen. Perlunya usaha kecil memiliki brand agar memiliki perbedaan dan keunikan dengan usaha kecil lainnya yang serupa.

Masyarakat kebanyakan menganggap brand adalah sebuah logo atau merk. Padahal brand tidak hanya tentang logo atau merek yang bersifat fisik. Tetapi brand merupakan keseluruhan rangkuman tentang produk yang dihasilkan oleh usaha kecil. Brand merupakan wajah atau tanda pengenal yang dikenal oleh masyarakat mengenai produk atau bahkan tanda pengenal bagi usaha yang menghasilkan produk tersebut.

### **3.2. Pengertian Brand**

Menurut Kotler dan Keller (2006) brand adalah nama, istilah, tanda, symbol, desain atau kombinasi yang dapat dijadikan sebagai identitas produk atau jasa yang membedakan satu atau kumpulan penjual dari kompetitornya.

Sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller, Tjiptono (2008) juga berpendapat bahwa merek adalah logo, instrument legal (hak kepemilikan), perusahaan, shortland notation, risk reducer, positioning, kepribadian, rangkaian nilai, visi, penambah nilai, identitas, citra, relasi dan envolving entity.

Brand juga berperan sebagai pembeda produk meskipun produk yang dihasilkan sejenis. Hal ini didukung oleh pendapat Simamora (2001) merek adalah nama, tanda, symbol, desain atau kombinasinya ditunjukkan oleh mengidentifikasi dan mendefinisi barang atau layanan suatu penjual dari barang dan layanan penjual lain.

Oleh karena itu brand bukanlah hanya sekedar nama yang dimiliki oleh produk, namun brand merupakan identitas yang dimiliki oleh produk sebagai ciri khas yang tidak dimiliki oleh produk lainnya di pasar. Sebagai upaya agar produk dikenal oleh konsumen, usaha yang memproduksi harus melakukan branding.

Menurut Anholt (2003) branding adalah kegiatan membangun sebuah brand. Membuat identitas, termasuk logo, merupakan salah satu kegiatan branding. Branding adalah proses mendesain, merencanakan, dan mengkomunikasikan nama serta identitas dengan tujuan membangun atau mengelola reputasi.

### **3.3. Tujuan Membuat Brand**

Brand yang dibuat oleh usaha kecil bertujuan agar produk yang dihasilkan bisa dikenal oleh konsumen. Contohnya apabila dalam sebuah sentra usaha jamu, ada beberapa usaha kecil yang membuat jamu dengan produk serupa, namun setiap usaha kecil pasti memiliki ciri khas masing-masing dalam membuat produknya. Seperti bahan baku yang digunakan, komposisi bahan baku dan cara pengolahan serta pelayanan kepada konsumen. Produk yang memiliki ciri khas pembeda akan lebih mudah dikenal oleh konsumen, sehingga konsumen memiliki loyalitas sehingga berpotensi untuk menjadi pelanggan setia.

Selain itu brand juga berfungsi menjamin kualitas suatu barang dan jasa bagi konsumen. Merek juga berfungsi sebagai penbeda dari produk barang atau jasa yang dibuat oleh seseorang atau badan hukum dengan produk barang atau jasa yang dibuat oleh seseorang atau badan hukum lain. Menurut Saidin (2004), fungsi merek antara lain adalah sebagai berikut:

1. **Fungsi indikator sumber.** Merek berfungsi untuk menunjukkan bahwa suatu produk bersumber secara sah pada suatu unit usaha dan karenanya juga berfungsi untuk memberikan indikasi bahwa produk itu dibuat secara profesional.
2. **Fungsi indikator kualitas.** Merek berfungsi sebagai jaminan kualitas khususnya dalam kaitan dengan produk-produk bergengsi.
3. **Fungsi sugestif.** Merek memberikan kesan akan menjadi kolektor produk tersebut.

Sedangkan menurut Tjiptono (2005), manfaat merek adalah sebagai berikut:

1. Sarana identifikasi untuk mempermudah proses penanganan atau pelacakan produk bagi perusahaan, terutama dalam pengorganisasian sediaan dan pencatatan akuntansi.
2. Bentuk proteksi hukum terhadap fitur atau aspek produk yang unik. Merek bisa diproteksi melalui merek dagang terdaftar (registered trade marks), proses pemanufakturan bisa dilindungi melalui hak paten, dan kemasan bisa diproteksi melalui hak cipta (copyrights) dan desain. Hak-hak properti intelektual ini memberikan jaminan bahwa perusahaan dapat berinvestasi dengan



aman dalam merek yang dikembangkannya dalam meraup manfaat dari riset bernilai tersebut.

3. Signal tingkat kualitas bagi para pelanggan yang puas, sehingga mereka bisa dengan mudah memilih dan membelinya lagi di lain waktu. Loyalitas merek seperti ini menghasilkan predictability dan security permintaan bagi perusahaan dan menciptakan hambatan masuk yang menyulitkan perusahaan lain untuk memasuki pasar.
4. Sarana menciptakan asosiasi dan makna unik yang membedakan produk dari para pesaing.

### **3.4. Bagian-bagian Brand**

Menurut Kotler dan Keller (2009), suatu merek umumnya terdiri dari beberapa bagian, yaitu:

1. Nama merek (brand name), adalah sebagian dari merek dan yang diucapkan.
2. Tanda merek (brand merk), adalah sebagian dari merek yang dapat dikenal, tetapi tidak dapat diucapkan, seperti lambang, desain, huruf, atau warna khusus.
3. Tanda merek dagang (trademark), adalah merek atau sebagian dari merek yang dilindungi hukum karena kemampuannya menghasilkan sesuatu yang istimewa.
4. Hak cipta (copyright), adalah hak istimewa yang dilindungi undang-undang untuk memproduksi, menertibkan, dan menjual karya tulis, karya musik, atau karya seni.

### **3.5. Label Produk sebagai Bagian dari Brand**

Salah satu cara usaha kecil untuk membuat konsumen mengenal produknya adalah dengan cara memberi label pada

produk. Label Produk adalah salah satu bagian dari sebuah produk yang berisikan informasi yang perlu dicantumkan dan diketahui bersama-sama dan umumnya ditempatkan di badan produk dan di packaging produk. Label terdiri dari keterangan yang direpresentasikan dengan kata-kata maupun berupa gambar dimana perannya ialah sebagai sumber informasi mengenai produk tersebut lengkap dengan penjualnya. Label pada produk umumnya memang berupa nama atau singkatnya merek produk.



Gambar. Contoh Label Produk, Sumber : Google

Pelabelan produk bertujuan untuk memberi informasi tentang isi produk yang diberi label tanpa harus diberi kemasan. Sehingga konsumen bisa mengetahui isi produk dalam kemasan, selain itu konsumen juga dapat mengetahui komposisi produk. Komposisi produk sangat penting untuk dicantumkan dalam label, untuk memberikan informasi pada konsumen apakah ada komposisi yang berpotensi untuk memicu alergi. Selain itu pada label produk juga harus tercantum segmentasi konsumen contohnya seperti produk yang dikhususkan untuk bayi atau balita. Hal tersebut bertujuan agar konsumen merasa aman ketika mengkonsumsi produk tersebut.

## Gambar Komunikasi melalui Label Produk



Sumber : Google

Gambar di atas menunjukkan label sebagai saran komunikasi produk, dalam produk tersebut tertera adanya program “Promo Lebaran” dengan membeli beli 2 pack akan mendapat gratis 72 PCS. Informasi yang tertera dalam label mempermudah usaha kecil untuk menyampaikan program yang sedang diadakan oleh pemilik usaha, tanpa harus mendatangi satu persatu konsumen.

Label tidak hanya bertujuan untuk memberi informasi tetapi juga menjadi sarana komunikasi antara pemilik usaha dan konsumen mengenai hal-hal yang kasat mata atau tak diketahui secara fisik. Sehingga konsumen tidak harus mendatangi tempat usaha untuk mengetahui informasi mengenai produk.

Label juga berfungsi untuk mengidentifikasi produk atau merek, seperti halnya ketika membaca label konsumen bisa mengetahui jenis produk apa yang sedang dikonsumsi. Label yang menarik juga menentukan kelas produk. Label menggambarkan beberapa hal mengenai produk seperti siapa yang membuat produk, dimana produk tersebut dibuat, apa isi

di dalam produk, bagaimana menggunakan produk dan bagaimana menggunakan produk secara aman.

Label produk tidak hanya berupa tulisan yang berisi kata atau kalimat, label produk juga bisa hanya berupa gambar yang menarik seperti produk susu sapi menggunakan gambar sapi, produk beras menggunakan gambar padi atau beras atau mungkin menggunakan symbol-simbol yang dikenal oleh masyarakat seperti tepung segitiga biru menggunakan symbol segitiga.

Label produk merupakan wajah utama dari produk, karena dengan melihat label produk konsumen sudah mengetahui seluk beluk produk tanpa harus melihat iklan di tv atau radio, hanya dengan melihat label produk yang terdapat dalam kemasan produk. Label produk memiliki jenis yang bermacam-macam sebagai berikut:

1. Brand Label merupakan penggunaan label yang semata-mata digunakan sebagai brand.
2. Grade Label ialah label yang menunjukkan tingkat kualitas tertentu dari suatu barang. Label ini dinyatakan dengan suatu tulisan atau kata-kata.
3. Label Deskriptif (Descriptive Label) yaitu informasi objektif tentang penggunaan, konstruksi, pemeliharaan penampilan dan cirri-ciri lain dari produk.
4. Label Produk (Product Label) ialah bagian dari pengemasan sebuah produk yang mengandung informasi mengenai produk atau penjualan produk.
5. Label Merek (Brand Label) yakni nama merek yang diletakkan pada pengemasan produk.
6. Label Tingkat (Grade Label) mengidentifikasi mutu produk, label ini bisa terdiri dari huruf, angka atau

metode lainya untuk menunjukkan tingkat kualitas dari produk itu sendiri.

7. Label Deskriptif (Descriptive Label) menggambarkan isi, pemakaian dan ciri-ciri produk. Pemberian label (labeling) merupakan elemen produk yang sangat penting yang patut memperoleh perhatian saksama dengan tujuan untuk menarik para konsumen.

### 3.6. Ketentuan dan Peraturan Label Produk

Label Produk harus memuat beberapa unsur penting sehingga label produk dapat memberikan informasi yang optimal kepada konsumen. Berikut ini merupakan unsur-unsur penting dalam label produk:

1. Nama Produk

Nama merupakan unsur paling penting dalam label produk, nama produk memberikan keterangan identitas mengenai produk. Setiap produk diharuskan untuk memiliki nama produk sesuai dengan Standar Nasional Indonesia.

Gambar Contoh Nama Produk



Selain sebagai tanda pengenal nama produk juga berfungsi sebagai deferensiasi atau pembeda antar produk. Dalam gambar di atas merupakan salah satu contoh produk jamu yang memiliki nama produk berbeda. Contoh di atas menunjukkan bahwa meskipun memiliki produk yang sama yaitu jamu, tetapi konsumen akan mengenali produk tersebut melalui nama produknya.

2. Keterangan Bahan yang digunakan dalam pangan

Selanjutnya unsur penting yang harus ada dalam label produk adalah bahan yang digunakan dalam membuat dalam produk tersebut atau biasa dikenal sebagai komposisi produk.

Gambar Komposisi yang tercantum dalam Label Produk



Sumber : Google

Keterangan komposisi dalam label produk bertujuan untuk memberi informasi kepada konsumen mengenai bahan yang digunakan dalam membuat produk. Urutan paling awal adalah produk yang paling banyak digunakan kecuali vitamin, mineral dan zat penambah gizi lainnya. Bahan tambahan pangan atau pengawet yang digunakan juga harus dicantumkan.

Selain itu pernyataan mengenai bahan yang ditambahkan, diperkaya atau difortifikasi juga harus dicantumkan selama itu benar dilakukan pada proses produksi.

3. Berat Bersih atau isi Bersih Pangan

Berat bersih atau isi bersih menerangkan jumlah produk pangan yang terdapat dalam kemasan produk tersebut. Keterangan tersebut dinyatakan dalam satuan metrik seperti gram, kilogram, liter atau mililiter. Untuk produk makanan padat dinyatakan dalam ukuran berat, produk makanan cair dinyatakan dalam ukuran isi dan produk makanan semi padat atau kental dinyatakan dalam ukuran isi atau berat.

**Gambar Berat bersih pada label produk**



gambar : [www.bukalapak.com](http://www.bukalapak.com)

Sumber : [www.bukalapak.com](http://www.bukalapak.com)

Dalam contoh label produk di atas terlihat bahwa di dalam label kemasan, terdapat informasi mengenai berat bersih produk. Berat bersih merupakan salah satu unsur wajib yang harus dicantumkan dalam label produk.

4. Nama dan Alamat Pabrik Pangan

Keterangan mengenai nama dan alamat pabrik pada produk pangan berisi keterangan mengenai nama

dan alamat pihak yang memproduksi, memasukkan dan mengedarkan pangan ke wilayah Indonesia. Untuk nama kota, kode pos dan Indonesia dicantumkan pada bagian utama label sedangkan nama dan alamat dicantumkan dalam bagian informasi.



Sumber: Google

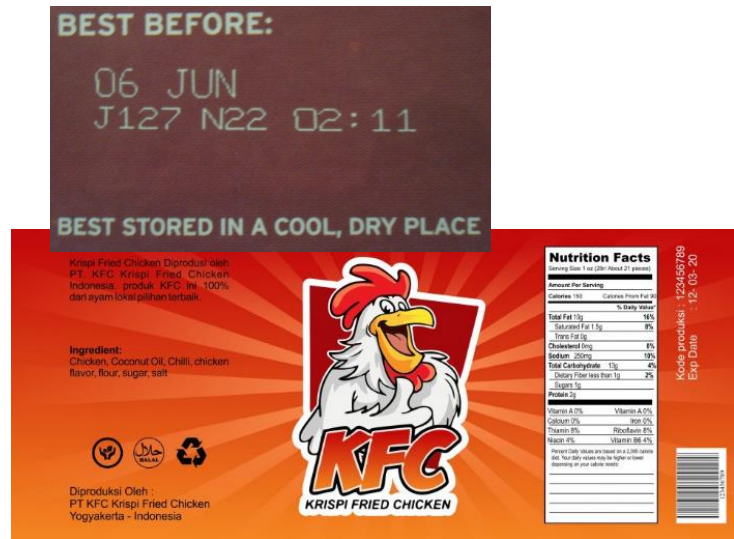
Dalam gambar kemasan di atas tertera perusahaan yang memproduksi produk kripik singkong yaitu "Ubiq" Watuputih, Sulawesi Tenggara. Pencantuman alamat perusahaan berfungsi untuk memberi informasi kepada konsumen darimana dan oleh siapa produk itu diproduksi.

#### 5. Tanggal Kedaluwarsa Pangan

Setiap produk pangan mempunyai keterangan kedaluwarsa yang tercantum pada label pangan. Keterangan kedaluwarsa yaitu batas akhir suatu pangan dijamin mutunya sepanjang penyimpanannya mengikuti petunjuk yang diberikan oleh produsen. Keterangan kedaluwarsa dicantumkan terpisah dari tulisan "Baik



Digunakan Sebelum” dan disertai dengan petunjuk tempat pencantuman tanggal kedaluwarsa.  
**Gambar contoh tanggal kedaluwarsa pada kemasan produk**



Sumber: Google

## 6. Nomor Pendaftaran Pangan

Dalam hal peredaran pangan, pada label pangan tersebut wajib mencantumkan nomor pendaftaran pangan. Adapun tanda yang diberikan untuk pangan yang diproduksi baik di dalam negeri maupun yang dimasukkan ke dalam wilayah Indonesia adalah tanda MD untuk pangan olahan yang diproduksi di dalam negeri dan tanda ML untuk pangan olahan yang dimasukkan ke dalam wilayah Indonesia.

Gambar contoh PIRT dalam kemasan



Sumber: Google

PIRT perlu dicantumkan dalam kemasan sebagai jaminan bagi para konsumennya mengenai produk yang ditawarkan oleh produsen. PIRT memberikan rasa aman bahwa produk yang dikonsumsi telah terdaftar.

#### 7. Kode Produksi Pangan

Kode produksi yang dimaksud adalah kode yang dapat memberikan penjelasan mengenai riwayat suatu produksi pangan yang diproses pada kondisi dan waktu yang sama. Kode produksi tersebut disertai dengan atau tanggal produksi. Tanggal produksi yang dimaksud adalah tanggal, bulan dan tahun pangan tersebut diolah.

#### 8. Penggunaan atau Penyajian dan Penyimpanan Pangan

Keterangan tentang petunjuk penggunaan dan atau petunjuk penyimpanan dicantumkan pada pangan olahan yang memerlukan penyiapan sebelum disajikan atau digunakan. Selain itu, cara penyimpanan setelah kemasan dibuka juga harus dicantumkan pada pangan kemasan yang tidak mungkin dikonsumsi dalam satu kali makan. Kemudian pada pangan yang memerlukan saran penyajian atau saran penggunaan dapat mencantumkan gambar bahan pangan lainnya yang sesuai dan disertai dengan tulisan "saran penyajian"

## Gambar contoh saran penyajian menggunakan gambar



Sumber : Google

Saran penyajian diperlukan agar konsumen mengetahui bagaimana mengkonsumsi produk..saran penyajian bisa berupa dalam bentuk gambar maupun dalam bentuk kalimat seperti gambar di bawah.

Gambar contoh saran penyajian dengan kalimat



**ROSELLA  
MERAH**

**BERKHASIAH :**

1. Antihipertensi
2. Menurunkan Asam Urat
3. Meluruhkan Urine

**SARAN PENYAJIAN :**  
Tiap 1 sachet berisi 5 Bunga Rosella untuk diseduh dalam air panas 200-250ml dapat juga diminum dalam kondisi dingin/diberi es

**KOMPOSISI :**  
Bunga Rosella Kering

Sumber : Google

### 3.7. Tips Membuat Label Produk

Label Produk harus memiliki ciri khas agar bisa langsung dikenal oleh konsumen, sehingga produk bisa melekat dalam ingatan konsumen. Beberapa label khususnya untuk produk pangan menggunakan warna-warna yang terang yang bertujuan untuk menggugah selera konsumen. Berikut ini tips yang bisa digunakan dalam membuat label:

#### 1. Warna label

Warna harus disesuaikan dengan produk yang dibuat, karena warna memberikan efek psikologis pada konsumen. Contohnya untuk produk makanan lebih cenderung pada warna merah atau kuning. Kedua warna tersebut dapat menggugah selera konsumen, selain itu warna tersebut termasuk warna mencolok sehingga akan mudah dikenali.

Contoh label produk pangan menggunakan warna kuning dan merah



## 2. Jenis Huruf

Jenis huruf menjadi salah satu pertimbangan untuk membuat label huruf yang sebaiknya digunakan adalah huruf yang mudah dibaca dan mudah untuk dikenali. Selain mudah dibaca jenis huruf yang digunakan sebaiknya huruf yang menarik.

### **Gambar label produk dengan jenis huruf rumit**



Sumber : Google

Produk di atas merupakan salah satu contoh produk yang menggunakan huruf yang terlihat rumit, konsumen sulit untuk membaca nama produk. Jenis huruf yang terlalu sulit akan menyulitkan konsumen dalam membaca label. Contoh jenis huruf yang bisa digunakan adalah Arial dan Times New Roman. Dengan menggunakan huruf yang sederhana produk akan terkesan elegan.



Gambar label produk dengan huruf sederhana

### 3. Ukuran Huruf

Setelah memilih jenisnya, yang perlu diperhatikan penggunaan ukuran huruf. Sebaiknya tulisan pada label makanan tidak terlalu besar atau terlalu kecil. Jika terlalu besar, dikhawatirkan dapat memakan banyak ruang pada label sehingga tidak dapat memuat informasi lainnya. Sebaliknya, ukuran huruf pada label juga tidak boleh terlalu kecil agar dapat dibaca dengan jelas oleh konsumen. Sesuaikan juga ukuran huruf dengan komponen lainnya tampak lebih harmonis.

### 4. Nama produk/Perusahaan

Informasi yang harus ada dalam label adalah nama produk, nama produk sebaiknya dibuat dengan ukuran besar, sehingga dari kejauhan konsumen bisa membaca nama produk. Nama produk merupakan elemen utama yang harus ditonjolkan yang bertujuan untuk mengenalkan produk.

### 5. Informasi Kontak

Selain nama produk yang harus dicantumkan dalam label adalah informasi kontak. Informasi kontak berguna bagi konsumen apabila ingin menyampaikan kritik serta saran dan keluhan.



Fungsi informasi kontak pada label makanan sangat penting bagi produk rumahan atau UKM. Dengan

mencantumkan informasi kontak, kepercayaan konsumen akan lebih besar. Artinya, kemungkinan calon konsumen membeli produk menjadi lebih besar.

#### 6. Bahan Label

Bahan pembuatan label juga sangat penting untuk diperhatikan. Usahakan untuk selalu menjaga agar label tidak mudah rusak supaya informasinya tetap dapat terbaca oleh konsumen. Label yang ideal umumnya terbuat dari bahan plastik atau kertas yang telah dilapisi plastik. Plastik tahan dari air dan juga minyak. Jadi, saat basah sekalipun, informasi yang ada di label tidak akan hilang. Bahan plastik pun mencegah kemungkinan tinta menempel pada makanan.

#### 7. Grafis atau Gambar

Selain tulisan, grafis atau gambar juga sebaiknya ada dalam setiap label makanan. Gambar produk bisa menggunakan gambar maskot maupun contoh produk makanan yang dijual. Usahakan supaya grafis atau gambar ini dapat mendorong penjualan produk. Kesalahan dalam memilih gambar akan berakibat pada menurunnya daya Tarik produk. Hal ini akan berdampak pada berkurangnya jumlah produk yang laku terjual.

#### 8. Ukuran dan Bentuk Label

Tips selanjutnya dalam membuat desain label makanan adalah memperhatikan ukuran dan juga bentuknya. Bentuk label sebaiknya disesuaikan dengan bentuk kemasan, contohnya bentuk lingkaran atau persegi. Hal ini bertujuan agar produk terlihat harmonis saat dipandang oleh calon konsumen. Perhatikan pula ukuran label, usahakan untuk tidak terlalu besar

maupun terlalu kecil. Jika terlalu besar, estetika kemasan makanan menjadi berkurang. Apabila terlalu kecil, informasi tidak akan terlihat dan menyulitkan konsumen dalam membacanya. Buatlah ukuran label yang sedang-sedang saja.

#### 9. Cetak Label Makanan

Hal terakhir yang tak boleh luput dari perhatian adalah kualitas cetakan label makanan. Desain sebagus apa pun tidak akan berarti apabila dicetak dengan kualitas yang rendah. Pilihlah bahan baku serta tinta terbaik untuk menghasilkan label makanan yang berkualitas. Semakin baik bahan baku dan tintanya, cetakan pada label akan lebih tahan lama.



## **BAB IV**

# **PENGELOLAAN MANAJEMEN USAHA**

### **4.1. Pengertian**

Pengelolaan merupakan terjemahan dari kata "*management*", istilah Inggris tersebut di Indonesiakan menjadi manajemen. Manajemen adalah suatu aktivitas khusus menyangkut kepemimpinan, pengarahan, pengembangan, perencanaan, dan pengawasan terhadap pekerjaan-pekerjaan dalam suatu proyek.

Dalam kamus bahasa Indonesia disebutkan bahwa pengelolaan berarti proses, cara atau perbuatan mengelola sedangkan mengelola berarti mengendalikan atau menyelenggarakan. Dengan demikian pengelolaan adalah penyelenggaraan atau pengurusan agar sesuatu yang dikelola dapat berjalan lancar, efektif dan efisien.

Jadi dapat disimpulkan bahwa manajemen pengelolaan usaha adalah cara menyelenggarakan atau menyelesaikan suatu usaha dengan cara yang efektif dan efisien agar mencapai tujuan yang ditetapkan.

### **4.2. Manajemen Pengelolaan Usaha**

Sebelum menjalankan usaha agar tujuan mudah terealisasi tentunya diperlukan manajemen diatur sebaik mungkin, dan dijalankan melalui proses yang sistematis atau suatu rangkaian aktivitas yang satu sama lainnya saling bersusulan Sesuai dengan fungsi manajemen yaitu elemen-elemen dasar yang selalu ada dan melekat dalam proses manajemen yang akan dijadikan acuan oleh menejer

dalam melaksanakan kegiatan untuk mencapai tujuan. Fungsi manajemen menurut Henry Fayol, antara lain: merancang, mengorganisasikan, memerintah, mengordinasikan, dan mengendalikan. Fungsi dalam pengelolaan manajemen usaha diantaranya adalah :

**a. Perencanaan (*planning*)**

Perencanaan adalah memikirkan apa yang akan dikerjakan dengan sumber yang dimiliki. Perencanaan dilakukan untuk menentukan tujuan perusahaan secara keseluruhan dan cara terbaik untuk memenuhi tujuan itu. Manajer mengevaluasi berbagai rencana alternatif dan menggunakan dugaan mengenai masa yang akan datang sebelum mengambil tindakan. Perencanaan merupakan proses terpenting dari semua fungsi manajemen karena tanpa perencanaan, fungsi-fungsi lainnya tidak dapat berjalan seperti merealisasikan perencanaan dan pengawasan agar bisa mewujudkan tujuan yang direncanakan.

Kemudian, melihat apakah rencana yang dipilih cocok dan dapat digunakan untuk memenuhi tujuan perusahaan. Dalam melakukan perencanaan ada beberapa hal yang harus diperhatikan, antara lain sebagai berikut:

- Hasil yang ingin dicapai
- Orang yang akan melakukan
- Waktu dan skala prioritas
- Dana

**b. Pengorganisasian (*organizing*)**

Pengorganisasian dilakukan untuk membagi suatu kegiatan besar menjadi kegiatan-kegiatan yang

lebih kecil. Struktur organisasi yang merupakan Sunnatullah dan struktur yang berbeda-beda itu merupakan ujian dari Tuhan

**c. Pengarahan (*directing*)**

Pengarahan adalah suatu tindakan untuk mengusahakan agar semua anggota kelompok berusaha untuk mencapai sasaran sesuai dengan perencanaan manajerial dan usaha-usaha organisasi Actuating artinya orang-orang agar bekerja dengan sendirinya atau penuh kesadaran secara bersama-sama untuk mencapai tujuan yang dikehendaki secara efektif. Dalam hal ini yang dibutuhkan adalah kepemimpinan.

**d. Pengevaluasian (*evaluating*)**

Pengevaluasian adalah proses pengawasan dan pengendalian performa perusahaan untuk memastikan bahwa jalannya perusahaan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan

### **4.3 Mengapa Usaha Harus Dikelola**

Banyak alasan, tetapi yang utama ialah pemilik mengetahui pekerjaan apayang akan dilakukan dan apa yang harus dilakukan untuk dirinya sendiri. Sehingga suatu usaha memang harus dikelola. Dalam pengelolaan usaha ada beberapa strategi yang adapat digunakan, mengapa dalam mengelola usaha dibutuhkan suatu strategi hal ini dikarenakan strategi pengelolaan usaha merupakan upaya pengaturan secara menyeluruh untuk menjalankan sebuah usaha bisnis yang profesional dan menghasilkan tujuan bisnis yang diinginkan, baik dari aspek profit maupun tujuan lain dengan yang diinginkan oleh pihak pengelola bisnis.

Sebuah proses pengaturan diperlukan agar sebuah usaha tidak sembarangan, mampu melakukan perencanaan, target-target yang diinginkan serta dapat mengantisipasi berbagai kemungkinan sebuah resiko usaha bisnis. Untuk bentuk usaha bisnis dengan skala kecil pun diperlukan sebuah upaya pengelolaan usaha yang baik, hanya berbeda pada ukuran skala saja serta pekerjaannya yang lebih sederhana dan bisa dikerjakan rangkap oleh satu atau dua orang pengelola bisnis tersebut. 4 (empat) hal dalam pengelolaan usaha adalah :

### 1. **Pengelolaan Produksi**

Patokan pertama dalam menjalankan bisnis ialah manajemen produksi. Manajemen produksi atau divisi produksi sangat vital bagi sebuah perusahaan barang atau jasa. Manajemen produksi merupakan perencanaan yang di dalamnya berhubungan dengan ketersediaan bahan baku atau produk yang sudah jadi dan siap untuk dipasarkan. Dalam manajemen yang satu ini, orang-orang yang berada dalam naungan divisi manajemen produksi akan merencanakan dan membuat konsep yang matang mengenai proses produksi barang hingga menghasilkan produk jadi yang diminati oleh konsumen. Tidak hanya itu, di dalam manajemen produksi terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan. Hal-hal yang perlu diperhatikan ini adalah koordinasi dengan divisi-divisi lainnya yang juga menjadi patokan dalam berhasilnya manajemen dalam sebuah perusahaan.

### 2. **Pengelolaan Pemasaran**

Patokan selanjutnya ialah manajemen pemasaran. Manajemen yang satu tidak kalah penting

dengan manajemen lainnya dalam sebuah bisnis. Manajemen pemasaran bisa diartikan sebagai cabang manajemen dimana fungsinya ialah khusus untuk bidang penjualan produk barang atau jasa dalam sebuah bisnis. Lantas mengapa manajemen ini penting? Dalam sebuah bisnis maupun usaha, salah satu acuan apakah perusahaan yang dijalankan sehat atau tidak adalah pendapatan. Singkatnya, bila tidak ada pemasukan dalam sebuah perusahaan maka mustahil perusahaan bisa bertahan atau bahkan berkembang. Karena itulah, manajemen pemasaran memiliki peran besar dan penting dalam sebuah perusahaan. Dalam divisi ini biasanya terdapat strategi pemasaran yang dijalankan, evaluasi pasar, hingga riset kompetitor. Semuanya yang berhubungan dengan pemasaran diolah dengan menggunakan manajemen bisnis yang pas. Jadi, dari penjelasan tersebut sudah jelas bahwa manajemen pemasaran sangat penting agar bisnis dan usaha berjalan sebagaimana mestinya dan memberikan keuntungan sumber daya manusia di dalamnya.

### 3. **Pengelolaan Distribusi**

Patokan ketiga ialah manajemen distribusi. Sama halnya dengan manajemen produksi dan pemasaran, manajemen distribusi juga termasuk patokan yang memiliki peran besar dalam menjalankan bisnis dan usaha. Manajemen distribusi bisa artikan sebagai pendukung dari manajemen pemasaran. Karena itu, manajemen ini erat kaitannya dengan hal-hal yang seperti pemasaran. Mengapa demikian? Hal ini karena

pemasaran dalam sebuah bisnis bisa berjalan lancar apabila bagian distribusinya tidak terdapat masalah. Begitu pula sebaliknya, apabila distribusi mengalami kendala atau macet, maka pemasaran dalam sebuah bisnis juga akan ikut terganggu. Karena itu, penyaluran produk barang atau jasa dari sebuah perusahaan ke pelanggan tergantung dengan pola distribusi yang telah dibuat oleh perusahaan. Bila perusahaan memiliki pola dan strategi distribusi yang baik maka pemasaran akan berjalan sesuai rencana dan tujuan. Lain halnya bisa bagian distribusi tidak memiliki pola yang menguntungkan, maka mustahil pemasaran sesuai dengan target yang ditentukan perusahaan. Bagaimana, sudahkah bisnis Anda menerapkan pola distribusi yang tepat dan menguntungkan?

#### 4. **Manajemen Financial**

Patokan keempat yaitu manajemen financial. Manajemen yang satu ini menyangkut keterbukaan dan pengelolaan atas perputaran uang di perusahaan. Dalam tahapan ini, manajemen financial sangat penting dan tidak boleh diabaikan oleh setiap orang yang menjalankan bisnis dan usaha. Percaya atau tidak, bagian keuangan memegang peranan yang sangat penting dalam memajukan perusahaan. Dalam penerapannya, manajemen financial memiliki tingkatan yang sama dengan bagian pemasaran. Manajemen pemasaran memiliki peran untuk mendapatkan pemasukan sementara itu manajemen financial berperan untuk mengatur uang yang keluar dan masuk di dalam perusahaan. Dengan adanya manajemen keuangan yang

berjalan dengan baik, perusahaan bisa lebih mengatur serta mendistribusikan uang perusahaan dengan tepat dan lebih efektif. Manajemen financial juga bermanfaat untuk menghindari adanya tumpang tindih sehingga pemasukan naik dan pengeluaran bisa diatur. Sayangnya, hal ini masih sering dilupakan oleh perusahaan amatir. Mereka melupakan pengaturan arus kas dan hanya berfokus pada pemasukan saja. Padahal, faktanya penghitungan pemasukan dan pengeluaran serta menganalisisnya adalah hal penting guna menciptakan kondisi keuangan perusahaan yang lebih sehat. Karena itu, bila Anda memiliki bisnis sebaiknya usahakan untuk tidak melupakan manajemen keuangan.

#### **4.4. Tipe - Tipe Usaha**

- Usaha Industrial :  
Memproduksi dari bahan baku menjadi barang jadi yang siap dijual
- Usaha Komersial :  
Membeli dan menjual barang dagangan yang siap dibeli
- Usaha Jasa :  
Menjual Jasa

#### **4.5. Pengembangan Usaha**

##### **1. Perluasan skala Ekonomi (*Economic of scale*)**

Cara ini dapat dilakukan dengan menambah skala produksi, tenaga kerja, teknologi, sistem distribusi, dan tempat usaha. ini dilakukan bila perluasan usaha atau peningkatan output akan

menurunkan biaya jangka panjang, yang berarti mencapai skala Ekonomi.

## 2. Perluasan cakupan usaha (*economic of scope*)

*Economic of scope* adalah diversifikasi usaha Ekonomis yang ditandai oleh biaya produksi total bersama. Cara ini dilakukan dengan cara menambah jenis usaha baru, produk, jasa baru yang berbeda dari yang sekarang diproduksi serta dengan teknologi berbeda.

### 4.6. Langkah - langkah yang dilakukan dalam Pengembangan Usaha

Untuk melakukan suatu usaha maka perlu adanya langkah yang dilakukan dengan menggunakan metode SWOT, diantaranya yang dapat dilakukan adalah :

- ✚ Strength, Weakness, Opportunity & Threats (Kekuatan, Kelemahan, Peluang & Ancaman)
  - a. Setiap Usaha mempunyai Titik Kekuatan & Kelemahan.
    - Kekuatan Merupakan Keuntungan Perusahaan misalnya : Pekerja Yang Terampil, Pelanggan Setia.
    - Kelemahan Merupakan Kerugian Misalnya : Modal Kerja Yang Jelak, Supplier yang sulit.
  - b. Setiap Usaha juga Punya Peluang & Ancaman.
    - Peluang merupakan Kondisi Yang menyenangkan : misalnya ada kebijakan Pemerintah Yang baru, Pelanggan Baru.
    - Ancaman Ada;ah Resiko dan Kendala Yang timbul : Perubahahan Kebijakan Pemerintah.
    - Kompetisi yang keras



## **4.7. Strategi Kewirausahaan**

### **A. Manajemen kewirausahaan.**

Para wirausahawan menggunakan proses inovasi sebagai alat pemberdayaan sumber-sumber untuk menciptakan suatu nilai barang dan jasa. proses inovasi dikendalikan oleh kreatifitas. kreatifitas merupakan mata rantai antara pengetahuan pengenalan baru untuk mengkombinasi sumber-sumber dan proses pengembangan pengetahuan secara sistematis kedalam suatu inovasi yang digunakan dipasar.

Manajemenkewirausahaan menyangkut semua kekuatan perusahaan yang menjamin bahwa usahanya betul-betul dikenal.Bila usaha baru berhasil, wirausahaan harus memiliki empat kompetensi, yaitu:

- a. Fokus pada pasar, bukan pada teknologi.
- b. Buat ramalan pendanaan untuk menghindari tidak terbiayainya perusahaan.
- c. Bangun tim manajemen, bukan menonjol perorangan.
- d. Beri peran tertentu, khusus bagi wirausahaan penemu.

### **B. Strategi kewirausahaan**

Beberapa keputusan strategi yang diperlukan dalam kondisi pertumbuhan yaitu:

- a. Perubahan produk barang dan jasa
- b. Strategi yang menyangkut penetrasi pasar.
- c. Kemampuan untuk memperoleh modal investasi dalam rangka penelitian dan pengembangan

- d. Analisis sumber daya manusia sehingga mempunyai keterampilan yang unik untuk mengimplementasikan strategi.

**C. Strategi bagi pemimpin pasar (*market leader*)**

- a. Bersikap menyerang dan agresif untuk mempetahankan pangsa pasar.
- b. Bersikap bertahan dan tidak terlalu agresif.
- c. Tidak boleh ada anggapan bahwa perusahaan yang berhasil tidak memiliki tantangan.

**D. Strategi bagi yang bukan pemimpin pasar**

- a. Secara agresif menggunakan kompetensi terbaik untuk meraih peluang pasar sehingga tidak tertandingi oleh pesaing.
- b. Mengembangkan strategi sebagai follower leader.

**E. Strategi yang lain.**

Banyak strategi yang dilakukan wirausahawan pada tahap pertumbuhan diantaranya mencakup hal-hal berikut:

- a. Pertahanan bersaing .
- b. Mencoba untuk produk yang menjadi pemukul besar, dan tidak berkonsentrasi pada perbaikan keberhasilan produk yang sudah ada.
- c. Mengambil langkah positif dan proaktif untuk menguasai manajer kunci dan ahli teknik profesional yang selalu diikutsertakan dalam pembentukan keberhasilan perusahaan.

**F. Memelihara semangat wirausahawan.**

Untuk mendorong perilaku kreatif agar wirausahawan memperoleh keuntungan dipasar dapat dilakukan.

- a. Mendidik wirausahawan tentang bagaimana pelayanan perusahaan khususnya dan tentang

alasan mereka memberi produk dan jasa, tentang masalah yang dihadapi pelanggan, dan tentang apa kebutuhan serta keinginan yang spesifik dari pelanggan.

- b. Mendidik wirausahawan tentang nilai-nilai perbaikan produk dan pemasarannya tentang proses distribusi dan perbaikan teknik produksinya untuk dapat bersaing.
- c. Menciptakan iklim kerja yang positif yang mendorong terciptanya ide-ide baru.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustinus Sri Wahyudi, 1996, **Manajemen Strategik, Jakarta :**  
Bina Rupa Aksara
- Andreas Harefa, (2004), **Berwirausaha DariNol**, PT Gramedia  
Pustaka Utama Jakarta
- Drs. Darsono, MBA.,Akt & Ashari,S.E.,Akt, (2005), **Laporan  
Keuangan**, Penerbit ANDI Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono, 1997, **Strategi Pemasaran**, Yogyakarta : Andi  
Offset
- Henry Simamora,1995, **Manajemen Sumber Daya Manusia ,**  
Yogyakarta : BP. STIE YKPN
- Ir. Harmaizar Z.,dkk.(2006), **Menggali Potensi Wirausaha**, CV  
Dian Anugerah Perkasa, Bekasi.
- Majalah Wirausaha & Keuangan**, Edisi 59/22/th.VIII/Maret  
2008
- Majalah Wirausaha & Keuangan**, Edisi 60/23/th.VIII/April  
2008
- Masykur Wiratmo, 1995, **Pengantar Kewirausahaan**, Edisi I,  
Yogyakarta : BPFU UGM
- Merdith Geoffery. G, et al, **Kewirausahaan Teori & Praktek**,  
diterjemahkan oleh Asparsayogi, Jakarta.
- Michael A. Hitt,R DuaneIreland & Robert E.Hoskisson,**  
**(2001)Manajemen Strategik, Daya Saing & Globalisasi**  
buku 1 dan 2, **Penerbit Salemba Empat Jakarta.**
- Pearce, John A. & Robinson, Richard B, Jr, (1997), **Manajemen  
Strategik, Jilid 1 & 2**, Binarupa Aksara, Jakarta Barat-  
Indonesia.
- Zalmi Zubir,S.E.,MBA, (2006), **Simulasi Bisnis**, Lembaga  
Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Jakarta.