

BUKU AJAR

KEWIRAUSAHAAN

Tirta Mulyadi, SE., MM.Par

DIGUNAKAN DI LINGKUNGAN POLITEKNIK PARIWISATA BATAM SEBAGAI BAHAN BUKU AJAR MATA KULIAH



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KULINER
POLITEKNIK PARIWISATA BATAM
BATAM 2022**

KEWIRAUSAHAAN

Penulis:

Tirta Mulyadi, SE. MM. Par

ISBN: 978-623-91164-3-9

Penyunting:

Rosie Oktavia P.R., MM. Par

Desain Sampul & Tata Letak:

Okta Safitri, S.Tr. Kom

Penerbit:

Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Politeknik Pariwisata Batam

Redaksi:

The Vitka City Complex

Jl. Gajah Mada, Tiban, Batam, Kepulauan Riau, INDONESIA 29425 Phone : +62 778 354088

Email: puslitabmas@btp.ac.id

Cetakan Pertama, Juli 2022

© Hak Cipta Milik Politeknik Pariwisata Batam, Tahun 2022

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah. Pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan Politeknik Pariwisata Batam

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Pariwisata Batam

KATA PENGANTAR

Kemajuan suatu bangsa dapat dilihat dari perkembangan dan peningkatan UKM yang ada di negara tersebut. Khusus nya Indonesia Kementerian Koperasi dan UKM telah mencatat, jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mencapai 65,47 juta unit pada tahun 2019. Jumlah tersebut naik 1,98% jika dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebesar 64,19 juta unit. Sehingga peran dari pemerintah adalah bagaimana meningkatkan jumlah umkm yang ada dari tahun ketahun.

Sehingga kewirausahaan menjadi sangat diperlukan dan menjadi amat penting, karena Kewirausahaan merupakan suatu kegiatan untuk memanfaatkan dan mengelolah sumber daya yang dimiliki seseorang atau sekelompok yang bertujuan memberikan serta meningkatkan nilai tambah dari sesuatu kegiatan ekonomi. Dimana kegiatan ekonomi yang dimaksud adalah sektor produksi distribusi dan konsumsi.

Faktor yang sangat utama dalam kewirausahaan adalah orang yang menjalankan kegiatan tersebut. Karena kewirausahaan ini sangat erat hubungannya dengan factor yang menjalankan kegiatan pengaturan sumberdaya tersebut. Karena kewirausahaan sangat berkaitan dengan karakter yang ada. Dimana karakter yang dibutuhkan adalah percaya diri, inisiatif, disiplin, dan kreatif.

Dengan menjadi seorang wirausahawan maka orang tersebut berarti membuka lapangan pekerjaan baru, menciptakan peluang baru dan menciptakan sumberdaya manusia yang dibutuhkan dalam kegiatan kewirausahaan.

Dengan terbitnya buku ajar kewirausahaan ini harapannya mahasiswa dapat mengerti ,memahami dan menjalankan menjadi wirausahawan dan dapat memulai dengan proses yang baik dan terencana.

Batam, Mei 2022

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	3
DAFTAR ISI.....	4
BAB 1 KEWIRAUSAHAAN.....	6
1.2 DEFINISI KEWIRAUSAHAAN.....	6
1.3 MENCIPTAKAN PELUANG	9
BAB 2 JIWA KEWIRAUSAHAAN.....	11
2.2 MENTAL SEORANG WIRAUSAHAWAN.....	11
2.3 KAREKTER SEORANG WIRAUSAHAWAN.....	13
2.4 KEBIASAAN SEORANG WIRAUSAHAWAN	15
BAB 3 KEPEMIMPINAN	20
3.2 DASAR KEPEMIMPINAN	20
3.3 LIMA LEVEL KEPEMIMPINAN.....	22
BAB 4 ETIKA DAN HUKUM BISNIS	26
4.2 DEFINISI ETIKA.....	26
4.3 KEUNTUNGAN MENJALANKAN ETIKA.....	28
4.4 INDIKATOR ETIKA.....	30
4.5 TANTANGAN DALAM MEWUJUDKAN ETIKA	32
BAB 5 BENTUK KEPEMILIKAN BISNIS.....	34
5.2 MENDIRIKAN USAHA	34
5.3 IDE MENDIRIKAN USAHA.....	36
5.4 UPAYA MENDIRIKAN USAHA.....	38
BAB 6 MENDIRIKAN UKM.....	41
6.1 TUJUAN PEMBELAJARAN.....	41
6.2 PERBEDAAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH.....	41
6.3 LANGKAH LANGKAH SESEORANG MEMULAI USAHA.....	43
BAB 7 MANAJEMEN DAN ORGANISASI	45
7.1 TUJUAN PEMBELAJARAN.....	45
7.2 PENGERTIAN DAN FUNGSI MANAJEMEN	45

7.3 PERENCANAAN	46
7.4 PENGORGANISASIAN	48
7.5 PENGARAHAN	51
7.6 PENGAWASAN	54
BAB 8 PENGELOLAHAN SUMBER DAYA MANUSIA	57
8.1 TUJUAN PEMBELAJARAN	57
8.2 PENGERTIAN MANAJEMEN SDM	57
8.3 FUNGSI MANAJEMEN SDM	59
8.4 KEPUASAN DAN SEMANGAT KERJA	61
BAB 9 STRATEGI PEMASARAN DAN PENJUALAN	64
9.1 TUJUAN PEMBELAJARAN	64
9.2 PENGERTIAN DAN KONSEP PEMASARAN	64
9.3 BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX)	67
9.4 PENJUALAN	69
BAB 10 STUDI KELAYAKAN BISNIS	72
10.1 TUJUAN PEMBELAJARAN	72
10.2 PENGERTIAN STUDI KELAYAKAN BISNIS	72
10.3 TAHAPAN PROSES PENYUSUNAN STUDI KELAYAKAN BISNIS	75
DAFTAR PUSTAKA	78

BAB 1 KEWIRAUSAHAAN

1.1 TUJUAN PEMBELAJARAN

Setelah mengikuti pembelajaran ini diharapkan :

- Mengerti tentang arti kewirausahaan
- Dapat mulai menggambarkan peluang yang ada
- Mengerti tentang cara mendapatkan peluang

1.2 DEFINISI KEWIRAUSAHAAN

Definisi kewirausahaan yang berasal dari Bahasa Prancis adalah **Entrepreneurship** yang berarti “berusaha” atau melaksanakan.

Entrepreneurship :

Advanturism (adventurisme),

Risk-taking (mengambil resiko),

Thrill-seeking (pencari tantangan).

Kewirausahaan secara umum adalah suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru atau kreatif dan berbeda (inovatif) yang bermanfaat dalam memberikan nilai lebih, dengan sumberdaya yang ada. Kewirausahaan juga merupakan kemampuan manajer resiko (risk manager) dalam mengoptimalkan segala sumber daya yang ada, baik itu materil, intelektual, waktu, dan kemampuan kretivitasnya untuk menghasilkan suatu produk atau usaha yang berguna bagi dirinya dan bagi orang lain. Kewirausahaan juga merupakan kemampuan untuk dapat menciptakan sesuatu yang baru, unik dan berbeda dari yang sudah ada.

Entrepreneur (wirausahawan): Orang yang mau dan berani melakukan advanturisme, berani mengambil resiko, dan berani menghadapi tantangan.

Berikut ini beberapa pengertian dari Wirausaha Menurut para ahli dalam (Firmansyah & Roosmawarni, 2019) adalah :

1. Menurut catatan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengertian wirausaha sama dengan wiraswasta, yaitu orang yang berbakat dan mempunyai kepandaian mengenali produk baru, menentukan cara produksi

baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya.

2. Wirausaha adalah pelaku utama dalam pembangunan ekonomi dan fungsinya untuk melakukan inovasi atau kombinasi-kombinasi yang baru untuk sebuah inovasi.
3. Wirausaha, yaitu melakukan sebuah proses yang disebut creative destruction (pengrusakan yang kreatif) untuk menghasilkan suatu nilai tambah (added value) guna menghasilkan nilai yang lebih tinggi, sehingga inti dari keterampilan wirausaha adalah kreativitas.
4. Wirausaha adalah orang yang berani mengusahakan suatu pekerjaan baik untuk diri sendiri maupun untuk orang lain.
5. Menurut (Istianingsih, 2019) kewirausahaan (entrepreneurship) adalah bisnis berskala kecil. Ini adalah pemahaman yang salah. Untuk itu, harus dipahami dengan benar istilah entrepreneurship (kewirausahaan). Istilah Entrepreneurship diadopsi dari bahasa Perancis *entreprendre* yang berarti melakukan (to under take), memulai atau berusaha melakukan tindakan mengorganisir dan mengatur. Istilah Entrepreneurship mulai diperkenalkan dalam tulisan Richard Cantillon yang berjudul *Essai Sur la Nature du Commerce en General* tahun 1755 (Bula, 2012).
6. Kewirausahaan soal adanya keyakinan kuat yang ada dalam diri seseorang untuk mengubah dunia melalui ide dan inovasinya, dan selanjutnya menggunakan daya upaya untuk mewujudkan ide tersebut menjadi kenyataan.
7. Menurut Richard Cantillon dalam (Firmansyah & Roosmawarni, 2019), entrepreneurial is an innovator and individual developing something unique and new (wirausaha adalah seseorang yang menemukan serta membangun sesuatu yang unik dan baru).
8. Menurut J.B Say dalam (Firmansyah & Roosmawarni, 2019), wirausaha adalah pengusaha yang mampu mengelola sumber-sumber daya yang dimiliki secara ekonomis (efektif dan efisien) dan tingkat produktivitas yang rendah menjadi tinggi.

9. Menurut Dan Stein dan Jhon F.Burgess dalam dalam (Firmansyah & Roosmawarni, 2019), wirausaha adalah orang yang mengelola, mengorganisasikan, dan berani menanggung segala resiko untuk menciptakan peluang usaha dan usaha baru.
10. Menurut Mas'ud Machfoedz dan Mahmud Machfoedz (2004), wirausaha adalah seorang inovator yang mampu mengubah kesempatan menjadi sebuah ide yang bisa di jual, dapat memberikan nilai tambah melalui upaya, waktu, biaya, serta kecakapan dengan tujuan mendapatkan keuntungan.

Kewirausahaan dapat diartikan adalah suatu proses kegiatan untuk menciptakan nilai lewat peluang bisnis, pengaturan resiko atas peluang yang ada dan mengkomunikasikan dengan faktor internal dan external agar peluang tersebut dapat terlaksana dengan baik.

Dalam Kuku Entrepreneurship: Determinant and Policy in European-US Comparison bahwa kewirausahaan adalah proses dalam mempersepsikan, menciptakan, dan mengejar peluang ekonomi “process of perceiving, creating, and pursuing economic opportunities“. Akan tetapi dikatakan dalam buku tersebut, bahwa proses dari kewirausahaan itu sendiri sulit untuk diukur. Sehingga suatu proses yang baik maka dapat menghasilkan keluaran yang baik meskipun belum dapat dijadikan pedoman. Tetapi seorang wirausahawan haruslah melakukan perbaikan-perbaikan dalam proses menjalankan usaha nya.

Seorang wirausahaan atau entrepreneurship adalah usaha yang diminta untuk selalu kreatif, yang dibangun berdasarkan inovasi untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda dengan yang lain serta memiliki nilai tambah, memberi manfaat, menciptakan lapangan kerja dan hasilnya berguna dan bermanfaat bagi orang lain.

Pengertian kewirausahaan menurut Harti dalam (Mardia et al., 2021) Kewirausahaan adalah fenomena yang terkenal zaman ini, akan menjadi model yang sangat trend dalam kehidupan masyarakat di masa depan. Bagi beberapa partai politik, kewirausahaan adalah seni pahat batu dan membutuhkan Pendidikan dan

konsistensi. Secara umum kewirausahaan harus ditanamkan dan dikembangkan dalam kehidupan masyarakat serta disebar luaskan khusus nya di Indonesia.

Pengertian kewirausahaan menurut Sudomo (1989) Kewirausahaan atau entrepreneurship adalah segala sesuatu yang penting mengenai seorang wirausaha, yakni orang yang memiliki sifat bekerja keras dan berkorban, memusatkan segala daya dan berani mengambil risiko untuk mewujudkan gagasannya

Jadi dapat juga disimpulkan kewirausahaan adalah keyakinan kuat yang ada dalam diri seseorang untuk mengubah dunia melalui ide dan inovasinya, dan selanjutnya menggunakan daya upaya untuk mewujudkan ide serta inovasi tersebut menjadi kenyataan.

1.3 MENCIPTAKAN PELUANG

Peluang dapat kita dapatkan dimana saja tetapi dibutuhkan keahlian khusus dalam seorang menciptakan peluang. Pada saat seseorang mendapatkan peluang serta menjalankan peluang yang didapat maka harus berkeyakinan menghubungkan peluang tersebut antara :

1. Organisasi yang ada
2. Orang yang mengerjakan
3. Tugas yang harus dilaksanakan
4. Budaya sosial masyarakat sekitar



Dalam aktivitas menjalankan sebuah organisasi dibutuhkan cakupan dasar ilmu manajemen yang terdiri dari : Produksi, Pengelolaan sumber daya manusia, Pengelolaan keuangan, Manajemen pemasaran. Dalam penerapannya ilmu manajemen ini adalah suatu siklus proses yang dinamis dan berkembang dari waktu kewaktunya. Sasaran dari kegiatan manajemen adalah memanfaatkan sumberdaya yang terbatas untuk menjalankan dan mengatur kegiatan dari organisasi agar menjadi efektif dan efisien dengan menghasilkan nilai tambah suatu barang dan jasa menjadi lebih cepat dan bermanfaat.

Pada saat mendapatkan peluang harus mengetahui bagaimana peluang tersebut dapat di realisasikan sehingga harus lah pada saat peluang didapat wirausahawan maka timbul pertanyaan siapa yang harus mengerjakan peluang tersebut. Sehingga peluang itu merupakan kombinasi antara kesempatan dan kesiapan dari seseorang atau organisasi untuk mendapatkan, mengerjakan dan menghasilkan peluang yang didapat tersebut. Karena kesiapan sangat penting dalam seseorang mendapatkan peluang.

Peluang yang didapat biasanya datang dengan tiba tiba sehingga diperlukan kesiapan kita untuk mendapatkan suatu peluang yang datang nya bias kapan saja waktunya dari sesuatu yang kita tidak terduga.

BAB 2 JIWA KEWIRAUSAHAAN

2.1 TUJUAN PEMBELAJARAN

Setelah mengikuti pembelajaran ini diharapkan :

- Memahami bagaimana menjadi seorang wirausahawan
- Memiliki mental dan kebiasaan seorang wirausahawan
- Membentuk karakter seorang wirausahawan

2.2 MENTAL SEORANG WIRAUSAHAWAN

Seseorang wirausahawan haruslah memiliki mental dan karakter serta memiliki ciri ciri yang mencerminkan serta membedakan dengan yang lain. Menurut (Dr. M. Anang Firmansyah, SE. & Anita Roosmawarni, SE., 2019) Mentalitas dari wirausahawan adalah cara berfikir seorang pengusaha dalam berperilaku. Menjadi seorang wirausaha memiliki tanggung jawab yang jauh lebih besar daripada pekerja biasa. Wirausahawan harus menempa mental untuk menjadi orang yang lebih bertanggung jawab, disiplin dan inovatif. Sehingga mentalitas mempengaruhi dari cara berpikir dan bertindak dari seseorang wirausahawan.

Menurut Bob Reiss penulis *Bootsrap 101* dan pembicara kewirausahaan di Universitas Harvard Amerika, ada dua belas sikap mental yang harus dimiliki oleh para wirausahawan. Dengan mempelajari dua belas sikap mental ini, akan menempatkan dalam pola pikir yang benar untuk mencapai keberhasilan kewirausahaan. Kedua belas sikap mental tersebut dikemukakan berikut ini :

1. Memiliki gairah untuk bisnis

Bekerja itu harus lah menyenangkan, Semangat merupakan cerminan gairah seseorang dalam bekerja. Semangat yang anda miliki dalam berbisnis akan membantu diri anda dalam mengatasi masalah pada masa-masa sulit. Jaga dan selalu perbaruilah gairah anda tersebut. Sehingga pada saat anda melakukan kegiatan bisnis anda akan selalu bersemangat.

2. Menjadi orang yang dapat dipercaya

Kepercayaan menjadi kunci utama dalam anda menjalankan usaha karena dengan anda mendapatkan kepercayaan anda akan memiliki banyak

pelanggan, anda akan disukai oleh suplayer dan dari pemodal anda akan mendapatkan akses dan dukungan yang maksimal. Sehingga menjadi wirausahawan akan sangat dibutuhkan demi keberlangsungan usaha yang anda jalankan.

3. Menjadi fleksibel tetapi konsisten kepada nilai nilai yang prinsip

Pada saat kita membuat rencana pastilah semua nya tidak akan berjalan sesuai dengan rencana yang ada. Namun pada pelaksanaan nya dibutuhkan perubahan dan peyesuaian dalam kondisi tertentu dibutuhkan fleksibilitas. Namun dalam fleksibilitas tidak diperbolehkan apabila menyangkut nilai nilai dasar yang prinsip meskipun dengan keuntungan yang besar.

4. Jangan membiarkan rasa takut mengalahkan anda

Perasaan takut akan kegagalan adalah suatu hal yang biasa sehingga seorang wirausahawan harus dapat mengatasi rasa takut tersebut. Karena kegagalan adalah kesuksesan yang tertunda.

5. Membuat keputusan yang cepat dan tepat

Dalam membuat keputusan seorang wirausahawan harus lah dengan cepat dan terukur kerana momentum dan kesempatan dibutuhkan kecepatan dalam mengambil kesempatan. Sehingga seorang wirausahawan dituntut dapat memiliki intuisi dan dapat mengambil momentum dan kesempatan dengan cepat.

6. Aset terbesar dari perusahaan adalah diri anda sendiri

Karena aset terbesar itu anda makan haruslah menjaga kesehatan anda, karena anda lebih berharga dari pada segala sesuatu yang ada dan anda tidak tergantikan oleh mesin dan apapun. Sehingga segala sesuatunya sangat diperlukan keseimbangan, jangan anda mengejar uang tetapi pada akhirnya anda menggunakan uang anda untuk membeli kesehatan anda.

7. Kendalikan ego anda

Jangan lah melakukan agar orang terkesan kepada anda, tetapi lakukan lah sesuatu karena anda bermanfaat kepada orang lain. Lakukanlah sesuatu hal yang membuat anda bermanfaat bagi organisasi yang anda pimpin, lingkungan, dan sosial masyarakat.

8. Percaya diri

Seseorang wirausahawan harus lah memiliki kepercayaan kepada dirinya sendiri dan juga percaya kepada kemampuan orang lain, karena segala sesuatunya anda tidak dapat anda lakukan dengan sendiri. Sehingga pada saat anda berhubungan dengan pelanggan, suplayer, dan lingkungan anda, anda memiliki kepercayaan diri yang tinggi.

9. Menerima kritik dan saran orang lain

Tidak ada sesuatu yang sempurna di dunia ini pada saat anda menerima masukan dan saran dari orang lain anda harus menerima dan berintrospeksi diri anda dan menjalankan yang menurut anda positif dan bermanfaat. Karena saran dan kritik sangat penting bagi perkembangan diri anda dan usaha yang anda pimpin.

10. Mempunyai etos kerja yang kuat

Mempunyai etos kerja yang kuat berarti anda fokus kepada sesuatu yang anda jalankan dan anda kerjakan. Sehingga anda dapat mengalahkan pesaing pesaing anda dalam anda menjalankan usaha anda.

11. Berkeinginan untuk maju dan berkembang

Keinginan untuk maju dan berkembang merupakan sesuatu yang harus anda bangun dan kembangkan. Karena dengan anda mempunyai keinginan untuk maju maka usaha yang anda jalankan juga berpeluang untuk menjadi lebih baik dari waktu ke waktu.

12. Selalu tumbuh dan keluar dari zona nyaman

Rasa nyaman merupakan musuh dalam anda berkembang sehingga pada saat anda mempunyai keinginan untuk tumbuh maka anda akan melakukan sesuatu pengembangan dan keluar dari zona nyaman anda.

2.3 KAREKTER SEORANG WIRAUSAHAWAN

Menurut beberapa ahli, di sini akan diuraikan mengenai definisi karakter. Menurut Bastaman dalam (Taufiq et al., 2020) mengemukakan bahwa : “Karakter berasal dari dalam serta merupakan aktualisasi potensi dan internalisasi nilai-nilai moral dari luar yang menjadi bagian kepribadiannya”. Menurut Soedarsono (Taufiq

et al., 2020) mengatakan bahwa : “Karakter merupakan nilai-nilai moral yang terpatut dalam diri kita, melalui pengalaman, percobaan, pengorbanan, dan pengaruh lingkungan, menjadi nilai intrinsik yang mewujudkan dalam sistem daya dorong juang, yang melandasi pemikiran, sikap dan perilaku”. Sehingga karakter merupakan pengembangan dari potensi diri anda dengan berdasarkan nilai-nilai yang berlaku dengan sikap yang positif.

Sehingga karakter seorang wirausahawan mempunyai Ciri-ciri adalah sebagai berikut :

1. Kepemimpinan

Kepemimpinan adalah kerelaan diri sendiri untuk mengambil resiko.

Kepemimpinan adalah membuat perbedaan Bersama orang lain.

Kepemimpinan adalah memiliki tanggung jawab.

Kepemimpinan adalah berani bermimpi dan melihat peluang.

Kepemimpinan adalah kemampuan menguasai ego, hati dan pikiran untuk mencapai impian. Sehingga Kepemimpinan merupakan bagian dari fungsi-fungsi manajemen yang menduduki posisi strategis dalam sistem dan hirarki kerja dan tanggung jawab pada sebuah organisasi.

2. Berani mengambil risiko

Seseorang dapat dikatakan seorang wirausahawan apabila memiliki sifat dan berani mengambil risiko, tetapi hal ini tentu saja juga harus sejalan dengan perencanaan yang sebelumnya telah dilakukan serta pengamatan yang dilakukannya terhadap ide yang dimilikinya. Berani dalam mengambil risiko dapat diartikan juga mengelola risiko yang akan terjadi, karena seorang wirausaha dalam menciptakan dan mendapatkan peluang juga sejalan dengan kemungkinan risiko yang akan terjadi. Sehingga dibutuhkan juga perencanaan yang matang bagi seorang wirausahawan dalam menjalankan ide dan peluang yang didapatkan.

3. Memiliki keberanian dan daya kreasi

Seorang wirausaha haruslah memiliki keberanian dalam memiliki daya kreasi atau tidak takut untuk bermimpi dan merencanakan. Karena syarat

untuk menjadi wirausaha adalah harus memiliki keberanian untuk memulai sesuatu yang baru dan sesuatu yang belum pernah kita lakukan. Dengan memiliki keberanian maka kita akan menciptakan daya kreasi melalui perencanaan yang telah kita buat.

4. Memiliki semangat dan Kemauan keras

Seorang dapat dikatakan wirausaha selain berani mengambil risiko haruslah memiliki semangat dan kemauan yang keras untuk menuju sukses. Semangat adalah suatu yang ada didalam diri seseorang untuk mewujudkan suatu tujuan dan tanggung jawab kerja dari orang tersebut. Sedangkan kemauan keras merupakan janji seseorang pada diri sendiri yang memberikan kekuatan sangat besar yang mengalahkan ego serta mendorong impiannya menjadi kenyataan. Sehingga menyatukan semua potensi yang ada menjadi suatu dorongan untuk mencapai prestasi.

5. Kejujuran dan Tanggung Jawab

Seseorang wirausaha haruslah memiliki jiwa kejujuran dalam bertindak, berbicara dan dalam menjalankan semua kegiatan usahanya. Sehingga dengan kejujuran dapat membuat konsumen, mitra dan pemegang saham dapat keyakinan dan kepercayaan. Dengan mendapatkan kepercayaan juga dapat dipercaya untuk menjalankan tanggung jawab yang besar dalam menjalankan usahanya. Karena dengan tanggung jawab bukan hanya kepada karyawan, pemegang saham tetapi juga tanggung jawab kepada pemerintah dan masyarakat.

2.4 KEBIASAAN SEORANG WIRAUSAHAWAN

Untuk menjadi wirausahawan yang handal seseorang harus dapat mengembangkan kebiasaan kebiasaan yang menjadi dasar dasar fondasi dari seorang menjadi unggul. Kebiasaan kebiasaan biasanya adalah dilakukan dari langkah langkah kecil yang dilakukan secara terus menerus secara konsisten. Berikut kebiasaan kebiasaan yang baik yang harus dilakukan oleh seorang wirausahawan agar menjadi yang terbaik adalah :

1. Melakukan Rutinitas dengan konsisten

Banyak hal rutinitas positif yang sama yang anda dapat lakukan setiap hari. Dimana pagi hari anda melakukan hal yang sama, seperti: bangun, bersyukur cuci muka / sikat gigi, olah raga, mandi, sarapan, berangkat kerja. Setiap malam memiliki rutinitas terpisah yang melibatkan kebersihan, penjournalan, dan persiapan untuk hari esok. Ini membantu orang tetap tegar dan konsisten menjalankan hari harinya juga dengan semangat melakukan hal hal kecil. Entrepreneur yang baik menghidupi kebiasaan kecil harian, mingguan dan bulanan bahkan tahunan, rutinitas dibangun supaya orang tidak stress sehingga orang tetap waras, produktif dan bahagia. Bagi sebagian orang mungkin menjadi entrepreneur dapat membuat stress. Rutinitas yang stabil dapat menjadi landasan bagi seorang entrepreneur di mana mereka menyusun hidupnya menjadi lebih baik.

2. Usahakan waktu hening

Seorang wirausaha mungkin sepanjang hari, bahkan sampai malam akan terus sibuk dengan pikiran dan pekerjaannya. Namun, kesibukan akan keramaian terus-menerus kadang membuat orang menjadi tidak kreatif untuk melakukan sesuatu. Orang butuh waktu untuk hening, “sendirian bersama Yang Ilahi”. Dalam bahasa agama mungkin saat tersebut disebut saat doa, atau dalam keyakinan lain orang perlu bermeditasi atau merenung. Ini adalah saat orang menimba spirit dari yang “di atas” sehingga ia mempunyai kemampuan untuk menanggung beban berat pekerjaannya. Pilihlah waktu hening. Mungkin pagi hari sesaat setelah bangun tidur, atau malam hari sebelum anda pergi tidur. Sehingga membuat seorang wirausaha dapat menjadi lebih tenang dan damai dalam menjalankan kegiatan sehari hari nya dalam melakukan kegiatan.

3. Membuat perencanaan untuk esok hari

Beberapa orang menjalani bagian dari rutinitas malam harinya dengan membuat daftar tugas yang akan dilakukan untuk esok hari, merencanakan bagaimana berbagai tugas, janji temu dan seterusnya. Semua Hal itu, memungkinkan mereka membuat persiapan untuk hari esok dengan baik

dan terencana. Jadi pada saat mereka bangun mereka tidak perlu khawatir tentang berbagai hal mengenai bagaimana hari ini akan mereka jalani. Cobalah ini malam ini, Anda akan merasa bahwa ini membutuhkan waktu yang jauh lebih sedikit daripada yang Anda pikirkan. Itu memberi Anda pemahaman tentang hari esok yang belum Anda miliki sebelumnya, dan itu membantu Anda menangkap hal-hal yang mungkin Anda lewatkan.

4. Melakukan Skala Prioritas

Melakukan skala prioritas adalah melakukan apa yang harus dilakukan terlebih dahulu dan hal-hal yang menjadi utama setiap harinya. Sehingga anda tidak melakukan hal-hal yang tidak penting yang tidak sesuai dengan target yang harus anda capai. Dengan melakukan prioritas membuat anda melakukan arah dan tujuan menjadi sesuai dengan yang anda rencanakan. Meskipun kadang hasilnya belum tentu sesuai dengan rencana tetapi anda dapat meminimalisir tingkat kegagalan dengan melakukan hal-hal yang menjadi prioritas anda.

5. Melacak kemajuan anda

Untuk melacak kemajuan Anda Ada baiknya bahwa anda menemukan cara terbaik adalah dengan membuat jurnal harian. Ada orang yang lebih suka menulis jurnal hariannya dengan tangan karena itu membuatnya dapat menuliskannya secara mendalam, tetapi beberapa orang yang lain lebih suka mengetiknya di computer atau handhone karena lebih rapi dan mudah dibawa kemana-mana. Temukan beberapa sistem untuk diri Anda yang berfungsi. Melacak hari, minggu, bulan, pikiran, ide, impian, dan persepsi Anda sangat penting untuk tetap berpijak pada kehidupan Anda sendiri. Lewat pelacakan di jurnal ada orang yang menemukan bahwa dirinya ternyata jauh lebih tidak berbelas kasih, keluar dan empati ketika dia tidak meluangkan waktu untuk memahami pengalamannya sendiri. Oleh karena itu, Jika Anda belum pernah membuat jurnal sebelumnya, silakan coba. Anda akan dengan cepat menemukan itu cara yang sangat menyenangkan untuk mengakhiri hari Anda, dan manfaatnya beriak sepanjang hidup Anda, baik secara profesional maupun pribadi.

6. Relaksasi – Meluangkan Waktu Untuk Komunitas

Setiap orang masing-masing memiliki komunitas dan lingkungan yang berbeda. Beberapa orang merasa bahwa komunitas itu yang pertama-tama adalah keluarga, kemudian beberapa teman sekolah menengah, beberapa teman Universitas, dan beberapa orang yang ditemui di berbagai acara, bahkan komunitas karena terhubung lewat media sosial. Bagi orang lain komunitas itu mungkin klub olahraga, kawan se-hobby, rekan kerja, atau siapa pun yang anda temukan menikmati menikmati menghabiskan waktu dengan sosial dan yang memperkaya hidup anda. Pada umumnya setiap orang memiliki komunitas, apa pun wujud komunitas itu. Hal itu adalah tanggung jawab mereka dan juga diri kita sendiri untuk memastikan kita tetap terhubung dengan mereka secara berkelanjutan. Banyak orang menemukan dalam hidup mereka, ketika mereka sibuk dan berhenti melihat teman-teman nya, dan berhenti hadir secara emosional dan intelektual dengan keluarga nya, mereka jauh lebih rentan untuk menjadi terlepas, terbakar, atau mudah marah. Orang-orang yang kita hargai ini sangat penting untuk kebahagiaan kita, sangat memalukan betapa mudahnya untuk berhenti memberi mereka waktu yang pantas bagi mereka. Pastikan anda mengenali siapa komunitas anda, dan menjadikannya prioritas untuk dilibatkan, empatik, dan hadir dengan mereka masing-masing setidaknya sekali seminggu (bervariasi jelas tergantung pada apakah itu anak-anak Anda, pasangan, atau rekan kerja Anda).

7. Menjadwalkan waktu untuk belajar

Dunia terus berubah, supaya wirausahawan dapat tetap menjadi entrepreneur yang memberi sumbangan pada dunia, maka ia harus terus-menerus belajar. Ada hal-hal baru yang bermunculan di sekitar kita. Seperti perkembangan blockchain, teknologi startup dan lain sebagainya, seorang wirausaha harus dapat menangkap hal baru tersebut. Oleh karena itu, seorang wirausaha yang paling berpengaruh pun harus terus-menerus terlibat dengan koridor pengetahuan di pinggiran keahlian mereka. Karena

dalam kenyataan yang sangat dibutuhkan adalah keahlian khusus yang dimiliki oleh seseorang untuk menghasilkan imbalan.

Untuk menjadi wirausahawan yang berhasil bukan lah yang memiliki banyak sumberdaya atau sesuatu yang lebih, tetapi yang membuat wirausahawan yang berhasil adalah seseorang yang berkomitmen, konsisten dan dapat dipercaya. Seseorang yang sudah mengambil pilihan menjadi seorang wirausahawan berarti sudah melakukan pilihan agar menjadi seseorang bermanfaat bagi orang lain.

Wirausahawan menciptakan, menjalankan dan mencari sumberdaya untuk mencapai visi dan impian nya sehingga Wirausahawan dalam menjalankan bisnis nya dapat terbagi terbagi menjadi dua kelompok yaitu :

1. Owner Entrepreneur yaitu pencipta atau pemilik bisnis yang disebut wirausahawan mandiri. Mereka yang menciptakan sesuatu dari yang tidak ada menjadi ada contohnya (Microsoft, Apple dan lainnya)
2. Professional Entrepreneur yaitu orang yang memiliki daya wirausaha namun mempraktekannya di perusahaan milik orang lain, walaupun orang tersebut menerima imbalan berupa gaji tetapi pola pikir nya harus juga seperti wirausahawan sejati atau disebut intrapreneur. Contohnya (CEO dari perusahaan perusahaan besar)

BAB 3 KEPEMIMPINAN

3.1 TUJUAN PEMBELAJARAN

Setelah mengikuti pembelajaran ini diharapkan :

- Memiliki jiwa kepemimpinan
- Dapat memimpin diri sendiri terlebih dahulu
- Menjalankan tahapan menjadi seorang pemimpin

3.2 DASAR KEPEMIMPINAN

Kepemimpinan merupakan sesuatu hal yang bersifat personal dari diri Seseorang wirausahawan. Banyak hal yang menjadikan kepemimpinan juga merupakan suatu seni dalam mengatur diri sendiri dan orang lain. Seorang pemimpin di lihat dari kreabilitas nya yang berawal dari kesuksesan pribadi kemudian dikembangkan dengan membantu orang lain meraih juga kesuksesan pribadi. Tidak banyak juga pemimpin yang menjadi sukses jika banyak orang juga tidak menginginkan kesuksesannya. Tetapi seorang pemimpin harus terlebih dahulu mencapai kesuksesan nya sebelum mengajak orang lain untuk mencapai kesuksesannya juga. Tiga hal yang harus menunjukkan konsistensi seorang pemimpin adalah inisiatif, pengorbanan dan kedewasaan.

Jika anda seorang pemimpin harus dapat menunjukan kepada orang lain cara mencapai kesuksesan yang anda peroleh dan orang akan mengikuti apa yang anda lakukan. Semakin anda naik tinggi semakin banyak yang bersedia mengikuti anda melakukan perjalanan yang anda lalui. Seorang pemimpin akan mendapatkan kepuasan dengan mengajak orang lain untuk ikut berjalan Bersama anda mencapai kesuksesan bsersama. “ Seorang pemimpin yang hebat akan selalu bergerak dan berjalan serta tidak pernah menganggap dirinya lebih baik dari pengikutnya kecuali dalam hal memikul tanggung jawab “. Seorang pemimpin yang baik akan selalu tetap terhubung dengan orang orangnya, karena itulah menjadi satu satu nya cara untuk menjangkau ke bawah dan menarik mereka keatas. Jika anda ingin menjadi pemimpin yang terbaik jangan biarkan ketidak nyamanan, kepicikan dan kecemburuan mencegah anda dalam berinteraksi dengan orang lain.

Sebelum anda menjadi pemimpin dari orang lain yang anda harus lakukan adalah memimpin diri anda sendiri terlebih dahulu. Karena yang paling susah adalah anda memimpin diri anda sendiri terlebih dahulu. Karena kodrat kita sebagai manusia adalah diberikan kemampuan untuk menilai semua orang didunia kecuali dirinya sendiri. Karena kita tidak mengamati diri kita sendiri seperti kita mengamati orang lain.

Kunci kita memimpin diri kita sendiri adalah :

1. Belajar menjadi pengikut yang baik
2. Kembangkan disiplin diri sendiri
3. Berlatih bersabar
4. Mencari pertanggung jawaban

Banyak pemimpin adalah pendengar yang payah karena banyak orang berpikiran bahwa berbicara lebih penting dari pada menyimak. Tetapi pemimpin yang baik menyadari bahwa mendengarkan dan menyimak terlebih dahulu lebih baik dari pada berbicara terlebih dahulu. Menyimak merupakan hal yang efektif dari pada berbicara, sehingga pada saat kita memimpin orang lain kita akan melakukan :

1. Memahami orang lain terlebih dahulu sebelum memimpin mereka
2. Menyimak adalah cara yang baik untuk belajar
3. Menyimak dapat mencegah berkembangnya masalah
4. Menyimak merupakan bentuk kepercayaan
5. Menyimak dapat mengembangkan organisasi

Seorang calon pemimpin yang handal dapat ditemukan memiliki ciri ciri yang menjadi karakteristik dari pemimpin itu adalah :

1. Kemampuan beradaptasi
2. Ketajaman Analisa
3. Perspektif yang luas
4. Komunikasi yang baik
5. Rasa aman

6. Jiwa melayani
7. Cerdik
8. Kedewasaan
9. Ketahanan dan konsistensi
10. Keteladanan

Jadi dapat disimpulkan bahwa kepemimpinan sangat lah penting bagi seorang wirausahawan yang ingin menjalankan usaha nya. Kepemimpinan juga berbeda dengan manajemen perbedaannya sangat jelas dari hal yang akan di hadapi dimana manajemen merupakan dijalankan pada saat organisasi dalam keadaan baik, sedangkan pada saat situasi tidak mendukung atau sulit didalam organisasi dibutuhkan kepemimpinan untuk memimpin kondisi yang ada. Sehingga pada saat badai akan ditemukan seorang pemimpin yang hebat pada masanya.

3.3 LIMA LEVEL KEPEMIMPINAN

Menurut John C Maxwell kepemimpinan itu terbagi dalam lima level kepemimpinan dimana setiap level kepemimpinan mempunyai kewajiban yang berbeda beda terhadap orang yang di pimpinannya. Kelima level kepemimpinan tersebut adalah :

Level 1 Jabatan dimana orang mengikuti karena keharusan.

Pada level ini orang pemimpin ditakuti oleh anggota nya karena jabatan yang harus diikuti, dimana level ini seorang pemimpin di takuti oleh bawahannya karena posisi jabatan yang dimiliki dan suatu keharusan menjalankan perintahnya. Efek disini adalah pada ada pimpinannya orang akan sibuk bekerja dan apabila tidak ada anggota tidak akan mengerjakan pekerjaannya.

Level 2 Perkenalan dimana orang mengikuti karena mereka ingin.

Pada tingkatan ini pimpinan disukai oleh bawahannya dan anggotanya sehingga pemimpin tersebut diikuti karena kesukaan dari anggota yang dipimpin, sehingga mendasari orang mempercayai pemimpin tersebut dan mengikuti. Dimana anda bisa menyukai orang lain tanpa memimpin mereka, tetapi anda tidak bisa memimpin orang lain kalau anda tidak menyukai mereka.

Level 3 Produktivitas dimana orang mengikuti karena apa yang anda lakukan untuk organisasi.

Pada level ini pemimpin memperoleh pengaruh serta kepercayaan dan apa yang sudah dilakukan untuk organisasi serta orang tidak banyak lagi yang meninggalkan organisasi sehingga semua unit diorganisasi dapat berjalan sesuai yang direncanakan dan menghadapi semua masalah secara bersama sama.

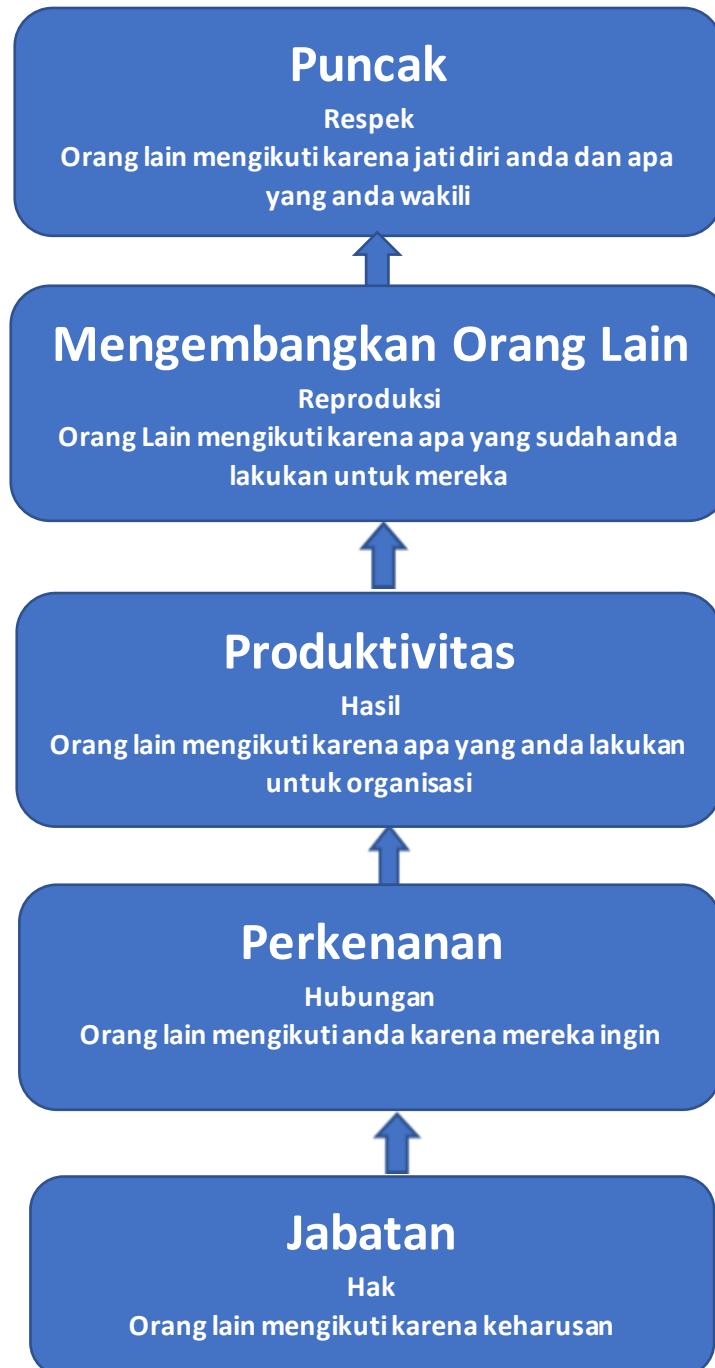
Level 4 Mengembangkan orang lain dimana orang mengikuti anda karena apa yang sudah anda lakukan untuk mereka.

Pada level ini pemimpin menjadi besar bukan karena kekuasaan mereka, melainkan karena kemampuannya memberdayakan orang lain. Dimana mereka mengikuti karena pribadi pemimpin tersebut dan telah mengubah kehidupan para pengikutnya.

Level 5 Puncak dimana orang mengikuti pemimpin karena jati dirinya dan yang sudah anda wakili.

Pada level ini pemimpin puncak mereka sudah memimpin anggota nya menjadi pemimpin level 4 dimana dia sudah berhasil membimbing dan mengembangkan anggota nya menjadi pemimpin pemimpin yang baru dengan reputasi yang positif dan citra yang positif.

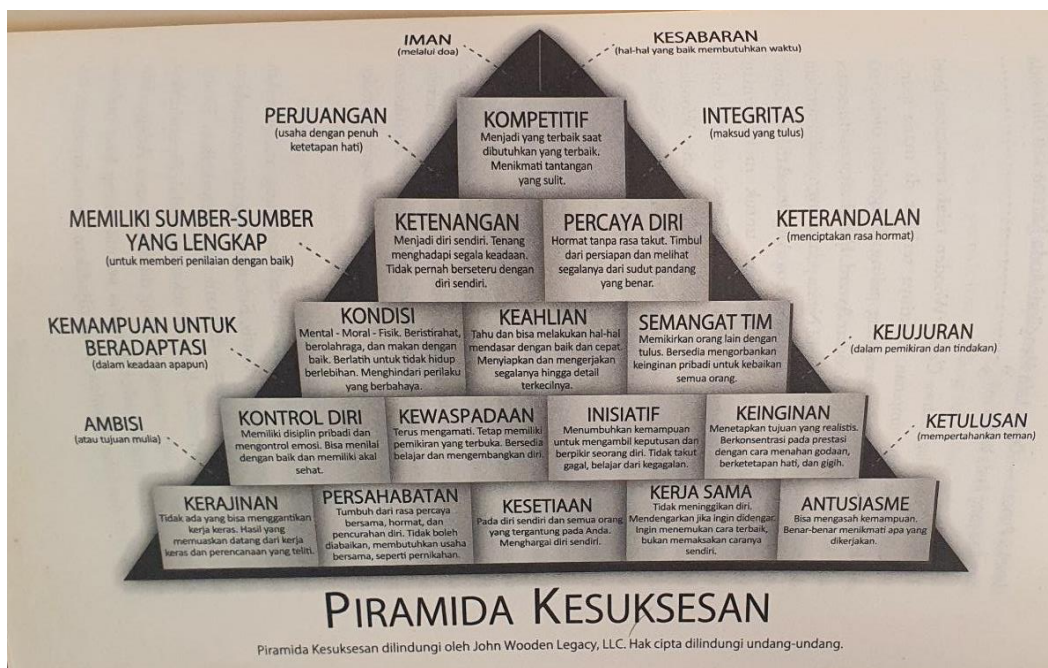
LIMA LEVEL KEPEMIMPINAN



Lima level kepemimpinan menurut John C Maxwell

Pada saat anda mengembangkan diri dengan selalu menilai kelebihan, kekurangan, perilaku dan keyakinan. Dalam tahapan pengembangan diri anda akan mengalami proses yang membantu anda untuk melakukan penilaian dalam diri seseorang. Berikut ini panduan untuk anda sebagai seorang pemimpin :

1. Bersedia untuk terus mengembangkan diri anda sendiri.
2. Putuskan bahwa nilai dari orang-orang yang dikembangkan sepadan dengan usaha anda.
3. Bekerja menghadapi rasa tidak aman anda.
4. Temukan orang terbaik yang bias anda rekrut untuk dikembangkan menjadi pemimpin.
5. Berkomitmen untuk meluangkan segenap waktu yang dibutuhkan untuk mengembangkan pemimpin.
6. Mulai proses pengembangan diri
7. Jangan pernah bekerja seorang diri.
8. Padukan proses dan prosedur dengan sisi sosial dari pengembangan.
9. Terimalah tanggung jawab untuk memotivasi orang lain.
10. Tetaplah bias dijadikan pemimpin, contoh dan pelatih.



Piramida kesuksesan menurut John Wooden

BAB 4 ETIKA DAN HUKUM BISNIS

4.1 TUJUAN PEMBELAJARAN

Setelah mengikuti pembelajaran ini diharapkan :

- Memahami pentingnya etika
- Menjaga etika dalam semua tindakannya
- Pemahaman manfaatnya menjalankan etika

4.2 DEFINISI ETIKA

Dalam menjalankan bisnis seorang wirausahawan harus paham hukum dan etika untuk menjalankan bisnis dalam rangka mencapai tujuannya. Etika atau norma-norma ini digunakan agar para pengusaha tidak melanggar aturan yang telah ditetapkan dan usaha yang telah dijalankan memperoleh simpati dari berbagai pihak. Pada akhirnya, etika tersebut ikut membentuk pengusaha yang bersih dan dapat memajukan serta membesarkan usaha yang dijalankan dalam waktu yang relatif lebih lama.

Menurut (Dinar et al., 2020) Etika dari bahasa Yunani kuno adalah *ethikos* berarti sesuatu yang timbul dari kebiasaan, dalam artian sesuatu dimana dan bagaimana cabang ilmu utama filsafat yang mempelajari nilai atau kualitas yang menjadi studi mengenai standar dan penilaian moral.

Menurut (Butarbutar, 2019) Etika mencakup kegiatan bisnis yang beragam dari menjaga keseimbangan kehidupan kerja untuk menilai dampak dari globalisasi. Dalam lingkungan bisnis saat ini, manajemen risiko etika akan mengarahkan organisasi Anda jauh dari krisis dan meningkatkan kesuksesan keuangan. Seperti telah dikemukakan di atas bahwa etika bisnis adalah bisnis yang dilakukan dengan metoda dan prinsip yang berlandaskan pada cara berfikir positif dalam melakukan bisnisnya. Hal ini juga berlaku dalam antisipasi risiko kegagalan yang mungkin akan dihadapi. Dengan berbisnis mengutamakan etika yang berlaku maka dapat juga diminimalisir risiko yang akan terjadi dalam melakukan kegiatan bisnis.

Menurut (Hermawan & Hanun, 2018) etika bisnis adalah suatu tindakan yang menjunjung tinggi norma, moralitas dan agama yang dilakukan dalam

kegiatan berbisnis. Dengan memperhatikan pengertian tersebut ada beberapa kata kunci yang penting, yakni berbisnis, norma, moralitas, dan agama. Sehingga seorang wirausahawan dalam menjalankan usahanya haruslah berdasarkan norma, moral dan agama sehingga memiliki pedoman yang kuat dalam menjalankan dan melaksanakan kegiatan usahanya.

Kegiatan berbisnis yang dimaksudkan adalah dapat berupa kegiatan individu maupun kegiatan organisasi dalam menghasilkan produk dan jasa yang dapat dipergunakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Dalam proses kegiatan tersebut etika yang dimaksud juga bukan hanya dimiliki oleh pemilik kegiatan usaha tetapi oleh semua yang terlibat menjalankan usaha tersebut termasuk karyawan didalamnya.

Sementara itu banyak definisi etika bisnis menurut pendapat beberapa pihak pendapat tersebut dikutip dari (Hermawan & Hanun, 2018) :

1. Menurut Laura Nash (1990), etika bisnis sebagai studi mengenai bagaimana norma moral personal diaplikasikan dalam aktivitas dan tujuan perusahaan (dalam Sutrisna, 2010).
2. Menurut Griffin dan Ebert (2007), etika bisnis adalah istilah yang biasanya berkaitan dengan perilaku etis atau tidak etis yang dilakukan oleh manajer atau pemilik suatu organisasi.
3. Menurut Velasques (2005), etika bisnis merupakan studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis.
4. Menurut Irham Fahmi (2013), etika bisnis adalah aturan-aturan yang menegaskan suatu bisnis boleh bertindak dan tidak boleh bertindak, dimana aturan-aturan tersebut dapat bersumber dari aturan tertulis maupun aturan yang tidak tertulis. Dan jika suatu bisnis melanggar aturan-aturan tersebut maka sangsi akan diterima. Dimana sangsi tersebut dapat berbentuk langsung maupun tidak langsung.

Sehingga dapat diartikan bahwa dalam menjalankan kegiatan usahanya seorang wirausahawan harus berdasarkan moral dan aturan-aturan yang ada baik dari aturan yang tertulis dan tidak tertulis. Dimana aturan tersebut harus dipertimbangkan dampak baik dan buruknya bagi lingkungan dan masyarakat.

4.3 KEUNTUNGAN MENJALANKAN ETIKA

Pada saat seorang wirausahawan dapat menjunjung tinggi etika dalam berbisnis akan menimbulkan suatu kepercayaan dari lingkungan, masyarakat dan dari dalam organisasi. Keuntungan yang didapat apabila menjaga etika adalah :

1. Timbul Kepercayaan

Seorang wirausahawan yang menerapkan etika sebagai fondasi dari menjalankan usahanya maka akan mendapatkan kepercayaan yang besar dari pelanggannya, investor, karyawannya, dan lingkungan masyarakat.

2. Meningkatkan jumlah pelanggan

Sehingga apabila suatu organisasi atau perusahaan sudah mendapatkan kepercayaan akan meningkatkan jumlah pelanggan yang ada dan menaikkan brand-nya akan menjadi lebih besar.

3. Meningkatkan laba perusahaan

Dengan menjalankan etika dalam berbisnis akan mendatangkan banyak keuntungan bagi perusahaan salah satunya akan mendapatkan kepercayaan dari supplier sehingga akan mendapatkan tempo dan harga special dari pada pesaingnya serta akan meningkatkan laba dari perusahaannya.

4. Terjadi kesinambungan

Kesinambungan akan terjadi apabila semua yang terlibat dalam kegiatan usaha perusahaan atau orang yang sudah menjalankan etika dan norma dengan baik maka akan menjaga keberlangsungan usahanya dengan berkesinambungan.

Ada beberapa teori etika yang mendasar dan dirumuskan oleh para ahli, adapun beberapa teori etika yang mendasar menurut (Hermawan & Hanun, 2018) yaitu :

1. Etika Deontologi

Etika Deontologi berasal dari Bahasa Yunani yaitu Deon yang berarti adalah kewajiban, sehingga etika ini menekankan kepada kewajiban kita sebagai seorang wirausahawan harus mempunyai kewajiban untuk melakukan sesuatu dengan baik. Etika ini menekankan kepada motivasi, kemauan serta watak dan karakter dari wirausahawan dalam menjalankan setiap kegiatannya. Pada etika ini ada hal yang harus dipenuhi yaitu perbuatan yang bermoral menjadi suatu kewajiban, semua perbuatan dan tindakan tidak akan semuanya pasti akan tercapai tetapi pada saat menjalankan kegiatan tersebut sudah dilakukan dengan cara yang baik. Dalam kehidupan sehari-hari ada perintah yang tertulis ada juga perintah yang tidak tertulis tetapi semua itu diyakini dan dimengerti menjadi aturan yang harus dijalankan.

2. Etika Teleologi

Etika teleologi berasal dari kata Yunani yaitu telos yang berarti tujuan. Tujuan yang dimaksud adalah cara untuk melihat sesuatu berdasarkan tujuan atau maksud yang akan dituju. Sehingga etika teleologi berdasarkan akibat yang bakal terjadi dari sesuatu yang dilakukan beserta dampak yang dihasilkan dari sebuah tindakan. Contohnya apabila seseorang melakukan perbuatan bohong tetapi tujuannya adalah untuk melindungi nyawa seseorang sehingga berdasarkan etika ini diperbolehkan berdasarkan tujuannya adalah untuk menolong nyawa seseorang.

3. Etika Teori Hak

Teori ini didasarkan berdasarkan hak dan kewajiban seseorang dalam menjalankan suatu kegiatannya. Teori ini membahas etika mengenai sesuatu kewajiban yang dijalankan pantas untuk mendapatkan hak. Seperti seseorang karyawan menjalankan kewajibannya sebagai imbalannya dia akan mendapatkan hak berupa bayaran atas sesuatu yang sudah dikerjakan. Teori ini yang paling banyak ditemui dalam kehidupan kita sehari-hari.

4.4 INDIKATOR ETIKA

Dalam pelaksanaan nya etika ini juga mempunyai peran agar seseorang wirausahawan menjalankan semua giatannya sehari hari sesuai dengan etika yang berlaku. tetapi juga dalam menjalankan etika ini harus mempunyai indikator indikator yang ada yang menjadi pedoman. Yang menjadi indikator dalam menjalankan adalah :

1. Indikator etika bisnis menurut sudut pandang ekonomi adalah apabila perusahaan atau wirausahawan telah melakukan pengelolaan sumber daya bisnis dan sumber daya alam secara efisien tanpa merugikan masyarakat lain.
2. Indikator etika bisnis menurut peraturan khusus yang berlaku. Berdasarkan indikator ini seseorang pelaku bisnis dikatakan beretika dalam bisnisnya apabila masing-masing pelaku bisnis memenuhi aturan-aturan khusus yang telah disepakati sebelumnya.
3. Indikator etika bisnis menurut hukum. Berdasarkan indikator hukum seseorang atau suatu perusahaan dikatakan telah melaksanakan etika bisnis apabila seorang pelaku bisnis telah mematuhi segala norma hukum yang berlaku dalam menjalankan kegiatan bisnisnya.
4. Indikator etika berdasarkan ajaran agama. Pelaku bisnis dianggap beretika apabila dalam melaksanakan bisnisnya senantiasa merujuk kepada nilai-nilai agama yang dianutnya.
5. Indikator etika berdasar nilai budaya. Setiap pelaku bisnis baik secara individu maupun perusahaan telah menyelenggarakan kegiatan bisnisnya dengan mengakomodasi nilai-nilai budaya dan adat istiadat yang ada di sekitar operasi suatu perusahaan daerah dan suatu bangsa.
6. Indikator etika bisnis menurut masing-masing individu adalah apabila masing-masing pelaku bisnis bertindak jujur dan tidak mengkorbankan integritas pribadinya.
7. Indikator etika bisnis berdasarkan lingkungan adalah apabila masing masing pelaku bisnis dan perusahaan dapat menjaga kelestarian lingkungan tempat dimana melakukan kegiatan usahanya.

Melalui indikator ini akan membuat perusahaan atau pebisnis dapat mengerti dampak yang akan terjadi baik di lingkungan, masyarakat dan terhadap negara. Dengan melaksanakan semua indikator juga membuat perusahaan dapat diterima di tempat mereka melakukan kegiatan usahanya. Pada saat kegiatan bisnis memberikan kontribusi terhadap ekonomi, lingkungan dan sosial namun juga menimbulkan konsekuensi yang akan terjadi di lingkungan sosial nya juga. Dari konsekuensi tersebut juga berpotensi menyebabkan dampak kepada lingkungan baik yang positif dan juga dampak negatif. Oleh sebab itu juga diperlukan kesadaran moral yang tinggi dari para pelaku usaha tersebut. Dunia bisnis yang tumbuh dengan pesat menjadi tantangan maupun ancaman bagi para pelaku usaha agar dapat memenangkan persaingan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya. Dengan adanya persaingan dibutuhkan pelaku usaha memegang teguh norma dan etika yang ada di lingkungannya.

Munculnya berbagai macam kegiatan bisnis, menunjukkan bisnis menghasilkan menguntungkan dan bagaimanapun, usaha dan inovasi sangat dibutuhkan. Persaingan dalam usaha sangat ketat, oleh karena itu, persaingan harus dihadapi sebagai motivator untuk meningkatkan kualitas dalam memberikan yang terbaik kepada konsumen. Etika bisnis memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Etika bisnis memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam menjalankan kegiatan bisnis nya perusahaan diuntut untuk menciptakan sesuatu yang unik dan berbeda untuk merebut perhatian dari konsumennya, sehingga pada saat perusahaan melakukan inovasi dibutuhkan aspek moral dan etika yang menjadi landasannya.

Perilaku tidak etis dalam suatu kegiatan bisnis sering juga terjadi karena peluang- peluang yang diberikan oleh perubahan peraturan perundang-undangan yang kemudian disahkan kemudian disalah gunakan dalam penerapannya untuk melakukan perbuatan-perbuatan yang melanggar etika bisnis. Harusnya diyakini bahwa pada dasarnya praktek etika bisnis akan selalu menguntungkan perusahaan dalam jangka menengah maupun jangka panjang baik internal perusahaan maupun dengan eksternal perusahaan, mampu meningkatkan motivasi pekerja, melindungi

prinsip kebebasan berniaga, mampu meningkatkan keunggulan bersaing. Perusahaan yang menjunjung tinggi nilai-nilai etika bisnis, pada umumnya termasuk perusahaan yang memiliki peringkat kepuasan bekerja yang tinggi pula, terutama apabila perusahaan menjaga nilai-nilai atas tindakan yang tidak etis, misalnya diskriminasi dalam sistem remunerasi atau jenjang karier. Maka perlu dipahami, karyawan yang berkualitas merupakan aset yang paling berharga bagi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus semaksimal mungkin harus mempertahankan karyawannya. Perusahaan juga dapat menciptakan lingkungan yang nyaman dalam menjalankan kegiatan usahanya.

4.5 TANTANGAN DALAM MEWUJUDKAN ETIKA

Dalam proses menjalankan etika untuk mencapai tujuan ditemukan beberapa kendala yang harus di hadapi. Kendala-kendala yang timbul disebabkan oleh beberapa faktor yang harus dihadapi dalam pelaksanaannya, faktor-faktor tersebut menurut Keraf dalam (Hermawan & Hanun, 2018) adalah :

1. Standar moral wirausahawan yang biasanya masih relatif lemah.

Kendala yang biasa terjadi di lingkungan wirausahawan adalah mendapatkan keuntungan sebanyak banyaknya tanpa memperhatikan nilai-nilai moral yang ada. Biasanya disebabkan tuntutan untuk kreatifitas dan persaingan bisnis yang diperlukan untuk menciptakan terobosan dan inovasi-inovasi baru.

2. Banyak juga perusahaan yang mengalami konflik kepentingan

Konflik kepentingan ini muncul dikarenakan tidak adanya kesamaan antara nilai-nilai pribadi dengan aturan dan regulasi dalam wirausahawan melakukan proses perijinan dan sebagainya. Banyak juga yang perbedaan antara kepentingan wirausahawan dengan lingkungan sosial sehingga terjadi konflik kepentingan diantaranya. Contohnya dalam mengajukan perijinan diperlukan dokumen analisa dampak lingkungan tapi dalam proses berjalannya ijin yang diajukan ternyata merugikan lingkungan sekitar tetapi ijin tersebut dikeluarkan oleh oknum tertentu.

3. Situasi politik yang tidak stabil

Situasi politik dan keamanan sangat berdampak kepada iklim melakukan usaha sehingga stabilitas juga penting dalam wirausahawan menjalankan etika bisnisnya.

4. Belum ada organisasi profesi bisnis dan manajemen untuk menegakkan kode etik bisnis dan manajemen.

BAB 5 BENTUK KEPEMILIKAN BISNIS

5.1 TUJUAN PEMBELAJARAN

Setelah mengikuti pembelajaran ini diharapkan :

- Memahami cara mendirikan usaha
- Memiliki ide mendirikan usaha
- Mengetahui perbedaan jenis kepemilikan badan usaha

5.2 MENDIRIKAN USAHA

Wirausahawan pada saat ingin memulai suatu kegiatan usaha pastilah harus memiliki langkah langkah teknis dalam memulai kegiatan usahanya. Awal tahapan untuk menjalankan kegiatan usahanya adalah mendirikan organisasi bisnis yang diakui dari segi hukumnya. Dalam mendirikan organisasi bisnisnya seorang wirausahawan harus paham badan hukum yang diakui oleh negara. Dalam mendirikan kegiatan usahanya dapat dimulai terlebih dahulu kegiatan usahanya baru kemudian di legalkan oleh bentuk badan hukum yang diakui oleh negara.

Dengan mempunyai bentuk organisasi yang berbadan hukum maka impian dari seorang wirausahawan untuk menjadi besar dapat terwujud. Karena kegiatan usaha yang dilakukan sudah diakui oleh negara dan sudah berkontribusi untuk pembangunan dengan menyetorkan kewajiban pajak kepada negara.

Dalam melakukan kegiatannya, perusahaan disarankan memiliki badan usaha yang berbadan hukum tertentu agar perusahaan tersebut memiliki legalitas untuk menjalankan kegiatannya. Fungsi dari badan usaha tersebut itu adalah melindungi perusahaan dari segala tuntutan maupun akibat aktivitas yang dijalankannya serta diakui oleh negara.

Selain itu, seorang wirausahawan perlu untuk memahami beberapa bidang bidang usaha yang dapat dijalankan, seperti bidang pertanian, peternakan, pertambangan, manufaktur, konstruksi, perdagangan, jasa keuangan, jasa perorangan, jasa umum, jasa wisata dan jasa komersil.

Dari hasil penelitian yang ada ada banyak sebab yang memulai seseorang memulai usahanya sendiri. Ada beberapa cara yang membuat seseorang dapat memulai suatu kegiatan usahanya yaitu :

1. Faktor karena lahir di keluarga pengusaha

Karena apabila seseorang terlahir dari keluarga yang sudah memiliki usaha maka anak akan secara otomatis dilatih untuk melanjutkan usaha orang tuanya. Meskipun pada praktek nya tidak semua anak ingin untuk melanjutkan kegiatan usaha dari orang tuanya.

2. Memang mempunyai keinginan menjadi pengusaha

Type wirausahawan yang ini mereka mempunyai keinginan dan memang ingin memulai usahanya sendiri, yang biasanya belajar dari kesuksesan orang lain atau ada seseorang wirausahawan yang memang menjadi mentor dari orang tersebut.

3. Usaha sampingan

Wirausahawan ini memulai usaha karena awalnya merupakan pekerjaan sampingan untuk menambah penghasilan dari keluarga tetapi dengan berjalannya waktu usaha nya bertambah besar sehingga diharuskan untuk focus membesarkan usaha tersebut yang harus meninggalkan pekerjaannya tersebut.

4. Coba coba

Wirausahawan ini memulai suatu bisnis karena coba coba satu jenis usaha yang kemudian mendapatkan hasil yang maksimal biasanya coba coba ini dimulai dari kesenangan dan hoby.

5. Karena keadaan

Seseorang yang memulai kegiatan usahanya pada awalnya karena faktor keadaan kondisi ekonomi yang tidak baik sehingga mengharuskan orang tersebut untuk berdagang dan berjualan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Kegiatan ini dilakukan karena tuntutan ekonomi dan setelah ditekuni membuat orang ini menjadi seorang wirausahawan.

5.3 IDE MENDIRIKAN USAHA

Semua bisnis Berawal dari ide-ide yang masih potensial, maka agar menjadi peluang bisnis yang riil, sosok wirausahawan harus bersedia melakukan evaluasi terhadap peluang secara terus menerus. Ide dan peluang merupakan dua unsur penting dalam kewirausahaan. Agar ide menjadi peluang, maka harus dilakukan dan dievaluasi dengan cara screening (penjaringan), yaitu:

1. Ide harus dimunculkan dalam bentuk yang riil (barang dan jasa baru) yang berbeda di pasar. Barang dan jasa yang berbeda itu harus menciptakan nilai efisiensi baik bagi konsumen maupun pembeli potensial.
2. Mengamati asal-usul peluang.
3. Menjamin jumlah dan kualitas produk yang dihasilkan.
4. Memproyeksikan biaya awal.
5. Memperhitungkan risiko yang mungkin terjadi.
6. Memulai ide tersebut
7. Mengevaluasi ide yang sudah dilajankan.

Menurut Menurut Thomas W. Zimmerer dalam (Istianingsih, 2019) ada beberapa keadaan yang dapat menciptakan peluang yaitu :

1. Produk baru harus segera dipasarkan.
2. Kerugian teknik harus rendah.
3. Ketika pesaing tidak agresif mengembangkan strategi produk.
4. Pesaing tidak memiliki teknologi canggih.
5. Pesaing tidak memiliki strategi dalam memperbaiki posisinya
6. Perusahaan yang baru dirintis memiliki sumber-sumber dan kemampuan dalam menghasilkan produknya.

Untuk wirausahawan memulai kegiatan usaha nya ada beberapa pilihan yang harus dilakukan disamping kecakapan untuk memulai juga ada beberapa pilihan yang dapat diambil oleh seorang wirausahawan contohnya adalah :

- Membuat usaha sendiri yang dikelola sendiri.

Wirausahawan yang membuat usaha nya sendiri dengan kemampuan untuk menciptakan usaha, menjalankan usaha, memonitor usaha dan mengembangkan usahanya sendiri.

- Bekerjasama dengan beberapa kawan untuk mendirikan usaha.

Wirausahawan yang dengan beberapa orang kawannya bias dua atau lebih yang mempunyai visi yang sama memulai, memonitor usaha dan mengembangkan usaha nya bersama sama.

- Membeli usaha yang sudah berjalan.

Wirausahawan yang memiliki modal untuk mencari perusahaan yang akan di akusisi secara keseluruhannya dan biasanya adalah perusahaan yang dari segi tata kelolah kurang begitu baik sehingga perusahaan tersebut ingin di jual

- Kerjasama manajemen atau franchising.

Wirausahawan yang membeli merek, manajemen dan tatakelolah dari usaha yang sudah berjalan. Menurut peraturan Menurut Permendag No. 71 Tahun 2019, franchise atau waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain.

Dari Hasil survei yang dilakukan oleh Lambing (Istianingsih, 2019), hampir setengah atau 43 persen responden (wirausaha) menggunakan sumber ide bisnisnya dari pengalaman yang diperoleh ketika bekerja di beberapa perusahaan atau tempat-tempat profesional lainnya. Sebanyak 15 persen mencobanya karena merasa mampu melakukan dengan lebih baik. Sebanyak 11 persen menyatakan, mereka memulai usaha untuk memenuhi peluang pasar. Sedangkan 46 persen lagi dikarenakan hobby. Menurut Lambing, keunggulan dari datangnya perusahaan baru ke pasar, adalah dapat mengidentifikasi “kebutuhan pelanggan” dan “kemampuan pesaing”. Untuk memulai usaha, seorang calon wirausaha harus memiliki kompetensi usaha, yang meliputi:

- Kemampuan teknik, yaitu kemampuan tentang bagaimana memproduksi barang dan jasa serta cara menyajikannya.
- Kemampuan pemasaran, yaitu kemampuan tentang bagaimana menemukan pasar dan pelanggan serta harga yang tepat.
- Kemampuan finansial, yaitu kemampuan tentang bagaimana memperoleh sumber- sumber dana dan cara menggunakannya.
- Kemampuan hubungan, yaitu kemampuan tentang bagaimana cara mencari, memelihara dan mengembangkan relasi, dan kemampuan komunikasi serta negosiasi.

5.4 UPAYA MENDIRIKAN USAHA

Unsur bisnis yang harus diperhatikan untuk memulai mendirikan usaha dari ide-ide yang masih potensial adalah cara untuk menjadikan ide tersebut untuk mendatangkan uang dan manfaat. Langkah langkah wirausahawan yang harus dijalankan pada saat memulai :

1. Dapat memilih bidangbidang yang diinginkan dan sesuai dengan kelompok bidang nya. Kelompok kelompok bidang yang dimaksud adalah :
 - Bidang Usaha Pertanian (Agriculture), meliputi usaha pertanian, kehutanan, perikanan, dan perkebunan;
 - Bidang usaha pertambangan (Mining), meliputi usaha galian pasir, galian tanah, batu dan bata;
 - Bidang Usaha Pabrikasi (Manufacturing), meliputi usaha industri, assembling dan sintesis;
 - Bidang Usaha Konstruksi (Construction), meliputi usaha konstruksi bangunan, jembatan, pengairan dan jalan raya;
 - Bidang Usaha Perdagangan (Trade), meliputi usaha perdagangan kecil, grosir, agen, dan ekspor-impor;
 - Bidang Usaha Jasa Keuangan (Financial Service), meliputi usaha perbankan, asuransi dan koperasi;

- Bidang Usaha Jasa Perorangan (Personal Service), meliputi usaha potong rambut, salon, laundry dan catering;
- Bidang Jasa-jasa Umum (Public Service), meliputi usaha pengangkutan, pergudangan, wartel dan distribusi;
- Bidang Jasa Wisata (Tourism), meliputi berbagai kelompok. Berdasarkan UU No. 9 tahun 1990 tentang Kepariwisata ada 86 jenis usaha yang bias dirintis, yang terbagi kedalam tiga kelompok usaha wisata, yaitu:
- Kelompok Usaha Jasa Pariwisata (meliputi: Jasa Biro Perjalanan; Jasa Agen Perjalanan Wisata; Jasa Pramuwisata; Jasa Konvensi Perjalanan Wisata Intensif dan Pameran; Jasa Impresariat; Jasa Konsultan Pariwisata; dan Jasa Informasi Pariwisata).
- Pengusahaan Objek dan Daya Tarik Wisata, (meliputi: Pengusahaan objek dan daya tarik wisata alam; Pengusahaan objek dan daya tarik wisata budaya; Pengusahaan objek daya tarik wisata minat khusus)
- Usaha Sarana Wisata, (meliputi: Penyediaan akomodasi; Penyediaan makanan dan minuman; Penyediaan angkutan wisata; Penyediaan sarana wisata dan sebagainya).

2. Membentuk kepemilikan bisnis yang diakui oleh pemerintah yaitu :

- Perusahaan Perorangan (soleproprietorship), yaitu suatu perusahaan yang dimiliki dan diselenggarakan oleh satu orang;
- Persekutuan (partnership), yaitu suatu asosiasi yang didirikan oleh dua orang atau lebih yang menjadi pemilik bersama dari suatu perusahaan.
- Perseroan (Corporation), yaitu suatu perusahaan yang anggotanya terdiri atas para pemegang saham (pesero/stockholder), yang mempunyai tanggung jawab terbatas terhadap utang-utang perusahaan sebesar modal yang disetor.
- Firma, suatu persekutuan yang menjalankan perusahaan di bawah nama bersama. Apabila untung, maka keuntungan dibagi bersama, sebaliknya bila rugi ditanggung bersama.

3. Memilih tempat lokasi untuk memulai usahanya
4. Mulai mencari suplayer suplayer untuk penunjang usaha yang akan didirikan.
5. Mencari orang orang untuk mendukung kegiatan usaha yang akan dijalankannya.

BAB 6 MENDIRIKAN UKM

6.1 TUJUAN PEMBELAJARAN

Setelah mengikuti pembelajaran ini diharapkan :

- Memahami perbedaan usaha mikro, kecil dan menengah
- Mengetahui langkah langkah untuk memulai usaha
- Memiliki kecakapan untuk memulai usaha.

6.2 PERBEDAAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH

UKM merupakan arti dari usaha kecil dan menengah, yang menekankan fokus pada usaha kecil. Sedangkan untuk focus di usaha mikro adalah UMKM adalah singkatan dari usaha mikro, kecil, dan menengah. Walau pada akhirnya, istilah UMKM lebih sering dipakai karena telah mencakup ketiga jenis usaha. Ada beberapa aspek yang membedakan UKM dan UMKM Mengacu dari berbagai sumber peraturan yang ada, beberapa aspek perbedaan antara usaha mikro, kecil dan Menengah dari sudut pandang :

1. Omset dari usaha

Berdasarkan UU Nomor 20 Tahun 2008, usaha mikro memiliki hasil dari penjualan tahunan atau omset paling banyak sebesar Rp300 juta. Sedangkan usaha kecil memiliki omset tahunan lebih dari Rp300 juta, sampai dengan paling banyak Rp2,5 milyar. Lalu, usaha menengah memiliki omset tahunan lebih dari Rp2,5 milyar, sampai dengan paling banyak Rp50 milyar.

2. Kekayaan Bersih Usaha

Kekayaan bersih usaha mikro paling banyak Rp50 juta. Sedangkan kekayaan bersih usaha kecil berkisar lebih dari Rp50 juta sampai dengan Rp500 juta. Lalu, kekayaan bersih usaha menengah berkisar antara Rp500 juta sampai dengan Rp10 milyar. Semua kekayaan bersih dari ketiga unit usaha ini tidak termasuk dengan tanah dan bangunan tempat usaha.

3. Jumlah Tenaga Kerja

Menurut Badan Pusat Statistik , ketiga unit usaha memiliki jumlah tenaga kerja yang berbeda. Usaha mikro setidaknya memiliki 1-5 tenaga kerja.

Usaha kecil memiliki 6-19 tenaga kerja. Lalu usaha menengah memiliki 20-99 tenaga kerja.

4. Perbedaan Dari Modal Awal

Mikro, kecil dan menengah dapat dilihat dari besaran modal pendirian usaha. Modal untuk mendirikan Mikro adalah sebesar maksimal Rp 1 milyar. Modal untuk mendirikan Kecil adalah sebesar 1 milyar – 5 milyar dan modal untuk mendirikan usaha menengah adalah sebesar 5 milyar sampai maksimal 10 milyar.

5. Pajak yang Dikenakan

Mengacu pada PP Nomor 23 Tahun 2018, wajib pajak yang memperoleh penghasilan dengan peredaran bruto tidak melebihi Rp4,8 milyar, dikenakan pajak penghasilan yang bersifat final sebesar 0,5%. Artinya, pelaku usaha yang memiliki peredaran bruto tertentu ini tidak wajib memungut dan membayar PPN atas setiap transaksinya, melainkan harus memungut PPh Final 0,5%. Unit usaha mana yang memungut, membayar, dan melaporkan PPh Final 0,5%? Melihat dari aspek omzet yang telah dibahas pada poin pertama, UKM dan UMKM memiliki kemungkinan untuk memungut dan membayar PPh Final 0,5%. Namun jika unit usaha menengah telah memiliki peredaran bruto lebih dari Rp4,8 milyar, pelaku usaha sudah tidak bisa memungut PPh Final 0,5% ini. Selain dikenakan PPh Final, ada jenis pajak lainnya yang turut dikenakan pada UKM dan UMKM, seperti PPh Pasal 4 ayat 2, PPh Pasal 21, dan PPh Pasal 23. Namun, pengenaan pajak ini berdasarkan kondisi operasional usaha. Misalnya, unit usaha mikro tidak memiliki karyawan, tidak menyewa gedung, dan tidak melakukan transaksi pembelian jasa, maka tidak wajib membayar ketiga jenis pajak tersebut.

Dari indikator yang kita lihat diatas sangat jelas perbedaan dari ketiga jenis usaha tersebut dari beberapa aspek yang ada, dan juga karena banyaknya umkm yang ada di Indonesia diberikan keistimewaan dari pemerintah dari besarnya tarif pajak yang diberlakukan. Ada empat kriteria yang ada di Indonesia menurut (Untari & Satria, 2021) adalah :

1. Livelihood Activities, merupakan Usaha Kecil Menengah yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima.
2. Micro Enterprise, merupakan Usaha Kecil Menengah yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
3. Small Dynamic Enterprise, merupakan Usaha Kecil Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor
4. Fast Moving Enterprise, merupakan Usaha Kecil Menengah yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB).

6.3 LANGKAH LANGKAH SESEORANG MEMULAI USAHA

Fondasi seseorang wirausahawan memulai usaha adalah haruslah sesuai dengan minat dan bakat seseorang di satu bidang usaha dan juga faktor faktor pendorong seseorang untuk memulai berusaha. Saat seseorang memulai kegiatan usahanya seperti sedang melakukan kegiatan seni untuk mengatur, menjalankan dan mengembangkan kegiatan usaha. Jika seseorang ingin memulai suatu kegiatan bisnis nya maka langkah langkah yang harus dilakukan adalah :

1. Memilih bentuk badan usaha
2. Membuat studi kelayakan bisnis
3. Mencari dan menetapkan lokasi tempat untuk memulai usaha
4. Mencari kualifikasi tenaga kerja
5. Mengurus ijin ijin tambahan
6. Mencari modal atau sumberdaya keuangan.
7. Mencari pemasok
8. Melaksanakan kewajiban perusahaan

Setelah mengetahui langkah langkah tersebut maka seorang wirausahawan akan membuat rencana yang rinci untuk memulai, melaksanakan rencana yang telah

dibuat dengan konsisten, mengevaluasi proses kegiatan dan melakukan inovasi untuk menemukan dan menciptakan sesuatu yang baru.

Tantangan yang akan dihadapi oleh seseorang wirausahawan yang baru adalah ketidak terampilannya seseorang dalam mengelolah sumberdaya yang terbatas, sehingga seseorang wirausahawan harus selalu untuk terpacu untuk selalu mengembangkan diri dan potensi yang ada.

Biasa nya seseorang saat memulai usaha yang baru akan dihadapi oleh berbagaimacam tantangan dari operasional, keuangan, dan sumberdaya manusia yang ada. Banyak juga usaha kecil yang tidak dapat bertahan di tahun pertamanya pada saat memulai suatu bisnis dikarenakan kurangnya kemampuan untuk mengatur sumberdaya yang terbatas.

Setelah mengetahui langkah langkah yang harus dilakukan oleh seorang wirausahawan harulah memiliki kecakapan untuk :

1. Memandang cakrawala dunia bisnis menjadi lebih luasa dengan mengubah sudut pandang.
2. Mengidentifikasi peluang yang ada dan membuat keputusan untuk mengambil peluang tersebut.
3. Memahami prinsip dan nilai nilai dari berwirausaha.
4. Mengetahui potensi internal dan external dari diri seseorang wirausahawan tersebut.

Potensi external yang dimaksud adalah kemampuan untuk melihat pasar dari aspek pertumbuhan ekonomi, kebijakan pemerintah, pertumbuhan penduduk dan faktor sosial budaya yang ada di masyarakat. Dengan memahami perubahan dari faktor faktor yang ada wirausahawan dapat memprediksi dan merencanakan perubahan yang akan terjadi.

BAB 7 MANAJEMEN DAN ORGANISASI

7.1 TUJUAN PEMBELAJARAN

Setelah mengikuti pembelajaran ini diharapkan :

- Memahami fungsi manajemen
- Menerapkan kegiatan manajemen dalam perencanaan bisnis
- Menghubungkan fungsi fungsi manajemen

7.2 PENGERTIAN DAN FUNGSI MANAJEMEN

Manajemen diperlukan oleh seseorang wirausahawan untuk mengatur dan mengkoordinasikan sumberdaya yang terbatas untuk mendapatkan hasil yang maksimal dalam suatu organisasi. Manajemen ini juga sudah sering dilaksanakan dan dijalankan oleh kita dalam kehidupan kita sehari hari, tetapi pelaksanaannya biasanya belum dijalankan dengan maksimal dikarenakan kita belum mengerti fungsi pentingnya manajemen pada diri kita dan organisasi.

Menurut (Okianna, 2021) Manajemen ini berasal dari bahasa Perancis Kuno yaitu “Menagement” yang berarti seni untuk melaksanakan dan mengatur. Dimana titik awal dari manajemen adalah berpijak pada fungsi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian.

Menurut Mary Parker Follet dalam (Untari & Satria, 2021), misalnya, mendefinisikan manajemen sebagai seni menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Definisi ini berarti bahwa seorang manajer bertugas mengatur dan mengarahkan orang lain untuk mencapai tujuan organisasi.

Ada juga yang mendefinisikan manajemen Ricky W. Griffin dalam (Untari & Satria, 2021) manajemen sebagai sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran (goals) secara efektif dan efisien. Efektif berarti bahwa tujuan dapat dicapai sesuai dengan perencanaan, sementara efisien berarti bahwa tugas yang ada dilaksanakan secara benar, terorganisir, dan sesuai dengan jadwal. Istilah manajemen, terjemahannya dalam bahasa Indonesia hingga saat ini belum ada keseragaman.

Sehingga dapat dikatakan manajemen adalah suatu proses, orang yang melakukan proses tersebut dan seni untuk menjalankan proses tersebut untuk mengatur sumberdaya suatu organisasi agar efektif dan efisien dari segi pengelolaan.

Untuk mencapai tujuan organisasi diperlukan perencanaan, pengelolaan, mencari sumberdaya suatu organisasi untuk mencapai tujuan organisasi. Manajemen juga merupakan seni untuk mengatur, mengelolah dan mencapai hasil yang direncanakan. Seni yang dimaksud adalah suatu pengetahuan bagaimana mencapai hasil yang diinginkan atau dalam kata lain seni adalah kecakapan yang diperoleh dari pengalaman, pengamatan dan pelajaran serta kemampuan untuk menggunakan pengetahuan manajemen.

Manajemen juga berfungsi sebagai elemen dasar yang dijadikan acuan oleh manajer untuk mengambil keputusan keputusan yang strategis dalam menjalankan kegiatan organisasi. Fungsi yang dimaksud adalah fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan.

7.3 PERENCANAAN

Perencanaan menurut (Okianna, 2021) adalah sebuah pemikiran apa yang harus dikerjakan dengan sumberdaya yang dimiliki untuk mencapai tujuan perusahaan. Untuk mencapai tujuan perusahaan seseorang pimpinan harus membuat arah kebijakan dan alternatif kebijakan yang harus di ambil pada saat perencanaan awal tidak berjalan dengan maksimal.

Perencanaan yang dimaksud adalah penetapan jawaban atas pertanyaan pertanyaan :

1. Tindakan apa yang harus dikerjakan ?
2. Apakah sebabnya tindakan itu harus dikerjakan ?
3. Di manakah tindakan itu harus dikerjakan ?
4. Kapankah tindakan itu harus dikerjakan ?
5. Siapakah yang akan mengerjakan tindakan itu ?

6. Bagaimanakah caranya melaksanakan tindakan itu ?

Sehingga sebuah perencanaan harus memiliki tolak ukur keberhasilan dari rencana yang telah ditetapkan dan dapat di evaluasi keberhasilan berdasarkan indicator indicator yang telah ditetapkan oleh pimpinan perusahaan.

Perencanaan merupakan tindakan memilih dan menghubungkan fakta-fakta dan membuat serta menggunakan asumsi mengenai masa depan untuk dapat merumuskan aktivitas yang diusulkan dan dianggap perlu guna mencapai hasil yang diinginkan.

Secara umum penyusunan perencanaan strategis menurut (Purwanggono, 2018) dari suatu unit organisasi dapat dilakukan melalui empat tahapan yakni :

1. Pada tahap pertama dengan melakukan analisis lingkungan baik internal maupun eksternal perusahaan, hal ini dilakukan guna mengetahui sejauhmana kekuatan dan kelemahan oragnisasi yang kita kelola dibandingkan dengan lingkungan luarnya, dan juga untuk mengetahui sejauhmana peluang dan ancaman (hambatan). Sehingga dengan demikian dapat dirumuskan Visi, misi dan tujuan dari organisasi yang kita kelola.
2. Tahap kedua adalah dengan menyusun dan mengembangkan strategi formulasi, yakni memilih pilihan strategi yang cocok, tepat sesuai situasi dan kondisi dari unit organisasi yang kita kelola. Output dari pilihan strategi ini adalah Rencana Kerja Anggaran (RKA) dan Key Performance Indikators (KPI), dimana yang akan diturunkan kedalam strategi implementasi.
3. Setelah RKA dan KPI ditetapkan oleh pimpinan maka dapat menyusun bagaimana strategi implementasinya yang diterjemahkan kedalam unit-unit kerja operasional, bagaimana penganggarannya prosedurnya dan lain sebagainya.
4. Tahap keempat adalah tahap untuk melakukan control dan evaluasi terhadap seluruh proses yang terjadi, bilamana ada target yang tidak tercapai maka dapat dilakukan evaluasi dimana letak kesalahanya.

Perencanaan merupakan suatu proses dalam menentukan tujuan, visi, misi dan target capaian yang harus di capai suatu organisasi beserta strategi yang akan diterapkan untuk mencapai tujuan. Tujuan organisasi adalah segala sesuatu yang harus dicapai organisasi untuk melaksanakan misinya. Misi dikenal sebagai tujuan resmi (sesuatu yang akan dilaksanakan) dan tercantum pada naskah pendirian organisasi; selain itu ada tujuan operasi adalah tujuan khusus berdasar sumberdaya organisasi dialokasikan.

7.4 PENGORGANISASIAN

Pengorganisasian merupakan pengelompokan tugas untuk mencapai tujuan organisasi. Pengorganisasian adalah suatu proses membagi kerja ke dalam komponen-komponen yang dapat dikelola dan mengkoordinasikan hasil-hasil agar tercapai tujuan-tujuan. Organisasi adalah kumpulan orang dalam pembagian kerja yang bekerja bersama untuk mencapai tujuan bersama.

Dalam pengorganisasian manajemen melakukan pembagian tugas tugas yang lebih kecil, memberikan tugas kepada yang mampu untuk mengerjakan, pengalokasian sumberdaya dan mengkoordinasikan kerja ke setiap unit kegiatan.

Pengorganisasian juga merupakan alat untuk mencapai tujuan organisasi dengan melakukan pembagian tugas tugas menjadi lebih kecil dan orang yang mengerjakan tugas tersebut. Tugas yang dikerjakan berdasarkan fungsi dan tanggungjawab di dalam struktur organisasi. Fungsi sendiri adalah kerja yang dapat diperbedakan dari kerja yang satu dengan yang lain. Didalam suatu organisasi fungsi menyumbang secara langsung pada pencapaian tujuan.

Oleh karena itu kegiatan fungsi didefinisikan berdasar tujuan organisasi, maka kegiatan yang dikelompokkan sebagai fungsi berbeda untuk setiap organisasi. Ada yang terbatas pada kegiatan penjualan dan produksi saja, ada yang meliputi pemasaran, produksi, personalia, keuangan, dan administrasi-akuntansi. Kegiatan atau fungsi ini adalah fungsi primer.

Fungsi ini berkembang mengikuti prinsip scalar, yaitu bahwa wewenang dan tanggung jawab mengalir secara vertikal langsung lurus dari tingkat teratas ke tingkat paling bawah. Terciptanya struktur hierarkis di mana terjadi pembagian vertikal wewenang dan tanggung jawab serta alokasi/pembebanan berbagai tugas sepanjang rantai scalar. Titik berat pada hubungan atasan-bawahan.

Menurut Fayol dalam (Nashar, 2013) memperkenalkan 14 prinsip yang mesti dijalankan agar keseluruhan fungsi manajemen dapat dilaksanakan sehingga tujuan organisasi dapat tercapai secara lebih efektif dan efisien. Yaitu :

1. Pembagian kerja-yaitu adanya spesialisasi akan meningkatkan efisiensi pelaksanaan kerja.
2. Wewenang- yaitu adanya hak untuk memberi perintah dan dipatuhi.
3. Disiplin-harus ada respek dan ketaatan pada peranan- peranan dan tujuan organisasi
4. Kesatuan perintah-bahwa setiap pekerja hanya menerima instruksi tentang kegiatan tertentu hanya dari seorang manajer
5. Kesatuan pengarahan-kegiatan operasional dalam organisasi yang memiliki tujuan yang sama harus diarahkan oleh seorang manajer dengan penggunaan sesuai rencana.
6. Meletakkan kepentingan perseorangan di bawah kepentingan umum-kepentingan perseorangan harus diupayakan agar senantiasa di bawah kepentingan organisasi. Artinya prioritas harus didahulukan untuk kepentingan bersama dari pada kepentingan pribadi.
7. Balas jasa-kompensasi untuk pekerjaan yang dilaksanakan harus adil baik bagi karyawan maupun pemilik.
8. Sentralisasi- adanya keseimbangan antara pendekatan sentralisasi dengan desentralisasi
9. Garis wewenang (scalar sistem) – adanya garis wewenang dan perintah yang jelas.

10. Order-sumber daya organisasi termasuk sumber daya manusia, harus ada pada waktu dan tempat yang tepat. Penempatan orang-orang harus sesuai dengan pekerjaan yang akan dikerjakan.
11. Keadilan-perlakuan dalam organisasi harus sama dan tanpa ada diskriminasi.
12. Stabilitas staf dalam organisasi-perlu adanya kestabilan dalam menjalankan organisasi, tidak terlalu cepat ataupun terlalu lambat.
13. Inisiatif-setiap pekerja harus diberi kesempatan untuk mengembangkan dirinya dan diberi kebebasan untuk merencanakan dan menjalankan tugasnya secara kreatif walaupun memungkinkan terjadi kesalahan.
14. Esprit de corps (semangat korps)-prinsip ini menekankan bahwa pada dasarnya kesatuan adalah sebuah kekuatan. Pelaksanaan operasional organisasi perlu memiliki kebanggaan, kesetiaan, dan rasa memiliki dari para anggota yang tercermin pada semangat korps/kebersamaan.

Dari prinsip diatas dapat dikatakan suatu organisasi dapat berjalan dengan baik apabila terdapat garis tanggung jawab yang jelas untuk kegiatan operasional dari tugas tugas masing masing individu. Fungsi pengorganisasian ini sangat erat kaitannya dengan wewenang orang yang menjalankan kegiatan tersebut, pelaporan dan tanggung jawab dari yang menjalankan tugas tugasnya.

Tanggung jawab adalah kekuasaan yang didelegasikan. Wewenang adalah salah satu kekuasaan didasarkan pada pengakuan terhadap usaha orang mempengaruhi orang lain. Pelaporan adalah wajib jawab pertanyaan pertalian dengan pelaksanaan tugas. Tanggung jawab juga adalah kondisi emosional yang memberikan pada individu rasa tidak puas karena kegagalan yang dia harus lakukan atau karena dia melakukan sesuatu yang seharusnya dia tidak terikat untuk melakukannya. Juga merupakan kewajiban seseorang untuk menjalankan fungsi yang diberikan kepadanya sesuai dengan kemampuannya dan arahan.

Fungsi operasional juga akan berjalan dengan baik apabila disertai dengan pembagian delegasi tugas tugas dan wewenang sesuai dengan tanggung jawab masing masing bagian dalam organisasi. Wewenang fungsional hanya dapat efisien

dan efektif apabila dilaksanakan oleh mereka yang memiliki informasi yang cukup banyak, selalu dimintai pendapatnya oleh pimpinan, selalu mengambil inisiatif dan melakukan persuasi agar konsep atau idenya diterima pimpinan.

7.5 PENGARAHAN

Mengarahkan (Directing) atau Memerintah (Commanding) merupakan fungsi manajemen yang berhubungan dengan usaha memberi bimbingan, saran, perintah-perintah atau instruksi kepada bawahan dalam melaksanakan tugas masing-masing, agar tugas dapat dilaksanakan dengan baik dan benar-benar tertuju pada tujuan yang telah ditetapkan semula.

Pengarahan adalah cara pimpinan mengeluarkan perintah (instruksi) pada bawahan serta menunjukkan apa yang seharusnya dilakukan. Seperti diketahui mereka yang berada pada level bawahlah yang menjalankan kegiatan operasional dan tanpa adanya pengarahan dari atasan segala sesuatu mungkin tidak akan berjalan sebagaimana diharapkan. Pengarahan dapat berupa pelatihan, instruksi, pengawasan dan motivasi, disiplin, dan penyesuaian rencana dengan situasi.

Selanjutnya adalah pengkoordinasian yang merupakan rangkaian kegiatan pengkoordinasian sekelompok orang. Kegiatan yang dikoordinasikan adalah kegiatan yang harmonis, dirangkai satu dan disatu padukan mengarah kepada tujuan bersama.

Walaupun pada kenyataannya sulit melaksanakan koordinasi yang baik dalam organisasi, namun koordinasi perlu dilaksanakan agar tujuan organisasi dapat diperoleh secara efisien dan efektif. Adapun cara-cara mendapatkan koordinasi adalah:

1. Organisasi yang disederhanakan.
2. Strategi, kebijaksanaan dan program dan harmonis.
3. Metode komunikasi yang dirancang bangun dengan baik.
4. Menciptakan koordinasi sukarela.
5. Supervisi.

Strategi, kebijaksanaan dan program yang harmonis dapat diperoleh dengan rencana yang konsisten dan ini dihasilkan dari proses perencanaan di mana setiap anggota dilibatkan. Berbagai kompromi mungkin diperlukan dalam hal ini. Selanjutnya diperlukan penentuan waktu yang tepat untuk pelaksanaan tugas. Teknik atau metode jalur kritis dapat membantu penentuan waktu ini.

Komponen yang utama dalam pengarahan adalah komunikasi, karena komunikasi adalah ujung tombak dalam menjalankan kegiatan organisasi. Kegiatan organisasi akan berjalan dengan baik apabila hubungan komunikasi antara atasan dan bawahan berjalan dengan baik. Biasanya permasalahan dapat timbul dari komunikasi yang tidak berjalan dengan baik antara atasan dan bawahan maupun antara sesama pekerja. Pada prinsipnya apabila tidak terjadi komunikasi dengan baik maka akan menimbulkan ketidakpercayaan antara atasan dan bawahan.

Dalam (Rohman, 2017) Ada berbagai pengertian tentang komunikasi yang diajukan oleh para ahli, diantaranya sebagai berikut :

- Oxford Dictionary (terbitan Oxford University Press, 1956) menyatakan bahwa komunikasi merupakan pengiriman atau tukar informasi dan sebagainya.
- Phil. Astrid Susanto (1997) menyebutkan bahwa komunikasi merupakan proses pengoperasian lambang-lambang yang mengandung arti.
- Keith Davis mengemukakan komunikasi adalah proses penyampaian dan pemahaman dari seseorang kepada orang lain.
- Dalton E. Mc. Farland mengemukakan bahwa komunikasi merupakan proses interaksi yang mempunyai arti antar-sesama manusia.
- IG. Wursanto (1987) mengatakan bahwa komunikasi adalah proses kegiatan pengoperasian/penyampaian warta/berita/informasi yang mengandung arti dari satu pihak (seseorang atau tempat) ke pihak lain, dalam usaha mendapatkan saling pengertian.
- Carl I. Havland mengatakan bahwa komunikasi adalah proses seorang individu atau komunikator mengoperkan perangsang, biasanya dengan

lambang-lambang bahasa untuk mengubah tingkah laku individu yang lain (komunikasikan).

- Lumbantotuan mengatakan bahwa komunikasi adalah penyampaian informasi, pikiran, dan gagasan dari seseorang kepada orang lain.

Dari pengertian diatas ada beberapa aspek yang harus diperhatikan dalam komunikasi adalah komunikasi dipandang dalam suatu proses, pengiriman informasi, isi dan pemahaman konteks serta cara penyampaian dengan teknik yang tepat. Dalam konteks organisasi atau perusahaan, maka komunikasi yang terjadi diantaranya adalah:

1. Komunikasi atasan kepada bawahan.
2. Komunikasi bawahan kepada atasan.
3. Komunikasi antar-bawahan.
4. Komunikasi bersama, dalam suatu musyawarah terbuka bagi anggota perusahaan atau organisasi.

Tahapan proses komunikasi adalah menyampaikan ide atau gagasan, encoding, pengiriman informasi, menerima informasi, decoding dan yang terakhir adalah respond.

Dengan melakukan komunikasi yang baik didalam perusahaan atau organisasi dapat menghasilkan manfaat yaitu :

1. Memberikan pengaruh positif bagi kemajuan organisasi atau perusahaan.
2. Menumbuhkan keakraban yang memperbesar semangat kerja dan kepercayaan diri orang-orang dalam organisasi atau perusahaan bersangkutan.
3. Menambah pengetahuan dan meningkatkan kepekaan terhadap masalah yang dihadapi.
4. Mempermudah pemecahan dan penyelesaian masalah yang dihadapi.
5. Menyamakan persepsi atau pandangan mengenai suatu masalah serta pelaksanaan pengambilan keputusan organisasi atau perusahaan.
6. Bertukar pengalaman yang akan memperbanyak ide untuk kemajuan organisasi atau perusahaan sejenisnya.

Menurut Onong Uchyana Effendy dalam (Rohman, 2017), ada tiga teknik komunikasi yang pada umumnya digunakan, yaitu:

1. Komunikasi informatif merupakan proses penyampaian pesan atau informasi oleh komunikator terhadap komunikan yang bersifat pemberitahuan. Teknik komunikasi ini dapat dilakukan secara lisan maupun secara tertulis, misalnya melalui memo, papan tulis, dan media massa.
2. Komunikasi persuasif dipandang sebagai proses komunikasi atau penyampaian pesan atau informasi dari komunikator terhadap komunikan yang bersifat membujuk, sehingga komunikan secara sadar bersedia melakukan kegiatan tertentu. Teknik komunikasi persuasif biasanya dilakukan secara langsung karena bertujuan mengubah tingkah laku komunikan untuk melakukan kegiatan tertentu secara sadar.
3. Komunikasi koersif/instruktif merupakan proses penyampaian pesan atau informasi dari komunikator terhadap komunikan yang mengandung unsur paksaan agar komunikan melakukan tindakan atau kegiatan tertentu. Komunikasi ini mengandung sanksi apabila pesan atau informasi yang disampaikan tidak dilakukan oleh penerima pesan (komunikan). Komunikasi ini dilakukan dalam bentuk peraturan, instruksi, keputusan, dan sebagainya yang sifatnya imperatif, yang artinya mengandung keharusan dan kewajiban untuk ditaati dan dilaksanakan.

7.6 PENGAWASAN

Pengawasan adalah proses dalam memantau kinerja, prestasi dan mengambil tindakan agar mencapai hasil yang diharapkan. Maksud utama mengadakan pengawasan adalah agar hasilnya dapat konsisten dengan rencana-rencana. Pengawasan berdasarkan pada informasi yang sampai pada manajemen untuk pengambilan keputusan dan pemecahan masalah.

Unsur-unsur yang perlu diperhatikan dalam proses pengawasan adalah tujuan, alat ukur capaian, perbandingan dan tindakan korektif. Apabila semua unsur ini ada maka lengkaplah proses pengawasan itu.

Pengawasan yang baik tentunya akan berfungsi sebagai alat ukur dan evaluasi dari rencana yang dikerjakan, karena pada dasarnya pengawasan akan menghasilkan suatu kesimpulan akhir dari perencanaan yang dikerjakan. Serta memastikan bahwa semua unsur perencanaan di lakukan sesuai dengan panduan dari rencana. Perencanaan yang baik juga memiliki system perencanaan yang baik dan terukur.

Dengan demikian langkah dan unsur proses pengawasan itu adalah sebagai berikut:

1. Penciptaan standar dan metode pengukuran kinerja.
2. Pengukuran kinerja yang senyatanya.
3. Perbandingan kinerja dengan standar serta menafsirkan penyimpangan-penyimpangan.
4. Mengadakan tindakan korektif

Selanjutnya pengendalian adalah kegiatan yang dilakukan seorang manajer untuk memastikan bahwa pekerjaan-pekerjaan di lapangan telah sesuai dengan perencanaan dan mencapai hasil yang dikehendaki. Langkah-langkah ini di maksudkan sebagai tahapan atau suatu proses bagaimana seorang manajer dalam suatu perusahaan atau organisasi dapat melaksanakan pengendalian dan pengawasan dengan baik. Langkah-langkah dalam pengendalian dan pengawasan diantaranya adalah: Memeriksa, mengecek, mencocokkan, menginspeksi, mengendalikan, mengatur, dan mencegah sebelum terjadi kegagalan.

Pengawasan merupakan keharusan yang harus diterapkan didalam lingkungan organisasi. Karena perkembangan organisasi bersifat dinamis sehingga setiap kegiatan harus selalu di awasi dan dilakukan perbaikan. Sehingga dengan dilakukan pengawasan apabila menemukan kesalahan akan lebih cepat di lakukan tindakan perbaikan system dan pelaksanaannya.

Yang penting dalam pengawasan adalah memperoleh keseimbangan antara kebebasan individual dengan pengawasan organisasi. Dengan ini tercapai sasaran pengawasan itu, yaitu :

1. meningkatkan disiplin serta prestasi kerja dan pencapaian sasaran pelaksanaan tugas.
2. Menekan sekecil mungkin penyalahgunaan wewenang.
3. Menekan sekecil mungkin kebocoran serta pemborosan.
4. Meningkatkan pelayanan.
5. Memperlancar segala kegiatan.

Menurut (Rohman, 2017) terdapat tiga tipe pengawasan atau pengendalian dalam manajemen, yaitu :

1. Feedforward Control Feedforward control merupakan tipe yang dirancang untuk mengan- tisipasi masalah-masalah dan penyimpangan dari standar tujuan yang ada dan memungkinkan dilakukan koreksi atau perbaikan sebelum suatu kegiatan dilaksanakan.
2. Concurrent Control Concurrent control merupakan proses dimana aspek tertentu dari suatu prosedur harus disetujui terlebih dahulu sebelum suatu kegiatan tersebut dilanjutkan, atau untuk menjamin bahwa suatu kegiatan dilaksanakan secara tepat sesuai perencanaan dan standar tujuan yang ada.
3. Feedback Control Feedback Control merupakan tipe yang dirancang untuk mengukur hasil- hasil dari suatu kegiatan yang telah dilaksanakan.

BAB 8 PENGELOLAHAN SUMBER DAYA MANUSIA

8.1 TUJUAN PEMBELAJARAN

Setelah mengikuti pembelajaran ini diharapkan :

- Memahami manajemen SDM
- Menganalisa fungsi dan peran manajemen SDM
- Memahami dan dapat mengevaluasi karakteristik individu

8.2 PENGERTIAN MANAJEMEN SDM

Manajemen SDM berdasarkan fungsinya adalah melakukan pengolahan sumberdaya manusia yang ada dan mengembangkan sumberdaya manusia menjadi lebih terampil dan bermanfaat bagi suatu organisasi bisnis. Tujuan dari manajemen SDM adalah untuk mencari orang yang tepat di posisi yang tepat juga serta cara untuk mengatur hubungan antar manusia yang bekerjasama di dalam organisasi.

Mengatur karyawan adalah sulit dan kompleks , karena mereka mempunyai pikiran, perasaan, status, keinginan, dan latar belakang yang heterogen yang dibawa kedalam organisasi. Karena juga mereka berada didalam lingkungan keluarga yang berbeda beda dan membawa kebiasaan mereka kedalam lingkungan organisasi. Sehingga diperlukan seni untuk mengatur perbedaan menjadi suatu kekuatan dalam menjalankan organisasi.

Menurut pendapat para ahli dalam (Untari & Satria, 2021) manajemen SDM adalah :

1. Menurut Boone & Kurtz : MSDM adalah fungsi untuk menarik, mengembangkan dan mempertahankan karyawan yang memiliki kualifikasi untuk melaksanakan aktivitas yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi.
2. Menurut AF Stoner : Manajemen sumber daya manusia merupakan prosedur yang terus berkelanjutan yang memiliki tujuan untuk orang yang tepat dalam suatu perusahaan guna ditempatkan dalam posisi atau jabatan yang tepat ketika perusahaan membutuhkannya.
3. Menurut Gary Dessler : MSDM adalah kebijakan dari praktik yang dibutuhkan seseorang untuk menjalankan aspek “orang” atau SDM dari

posisi seorang manajemen, meliputi perekrutan, penyaringan, pelatihan, pengimbangan dan penilaian.

4. Menurut Melayu SP. Hasibuan : MSDM adalah ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat.
5. Menurut Henry Simamora: MSDM adalah sebagai pendayagunaan, pengembangan, penilaian, pemberian balasan jasa dan pengelolaan terhadap individu anggota organisasi atau kelompok bekerja.

Sehingga dapat disimpulkan adalah Manajemen SDM merupakan pendayagunaan sumberdaya manusia yang di mulai dari proses mencari, mengembangkan, mengevaluasi serta memberikan penilaian untuk kepentingan organisasi agar tercapai tujuan perusahaan secara efektif dan efisien.

Menurut Hasibuan dalam (Adamy, 2016) menjelaskan secara singkat fungsi-fungsi manajemen sebagai berikut :

1. Perencanaan (Planning).
Merencanakan tenaga kerja secara efektif dan efisien agar sesuai dengan kebutuhan perusahaan dalam mewujudkan tujuan.
2. Pengorganisasian (Organizing).
Menyusun suatu organisasi dengan mendesain struktur dan hubungan antara tugas-tugas yang harus dikerjakan oleh tenaga kerja yang dipersiapkan.
3. Pengarahan (Directing).
Kegiatan mengarahkan semua karyawan agar mau bekerjasama dan bekerja secara efektif dan efisien dalam membantu tercapainya tujuan perusahaan , karyawan, dan masyarakat.
4. Pengendalian (Controlling).
Kegiatan mengendalikan semua karyawan agar mentaati peraturan-peraturan perusahaan dan bekerja sesuai dengan rencana.
5. Pengadaan Tenaga Kerja (Procurement).
Proses penarikan, seleksi, penempatan, orientasi, dan induksi untuk mendapatkan karyawan yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

6. Pengembangan (Development).

Proses peningkatan keterampilan teknis ,teoritis, konseptual, dan moral karyawan melalui pendidikan dan pelatihan.

7. Kompensasi (Compensation).

Pemberian balas jasa langsung (direct), dan tidak langsung (indirect), uang atau barang kepada karyawan sebagai imbalan jasa yang diberikan kepada perusahaan.

8. Pengintegrasian (Integration).

Kegiatan untuk mempersatukan kepentingan perusahaan dan kebutuhan karyawan, agar tercipta kerjasama yang serasi dan saling menguntungkan.

9. Pemeliharaan (Maintenance).

Kegiatan untuk memelihara atau meningkatkan kondisi fisik, mental, dan loyalitas karyawan agar mereka mau bekerja sama sampai pensiun. Pemeliharaan yang baik dilakukan dengan program kesejahteraan yang berdasarkan sebagian besar kebutuhan karyawannya.

10. Kedisiplinan (Discipline).

Keinginan dan kesadaran untuk mentaati peraturan - peraturan perusahaan dan norma – norma sosial.

11. Pemutusan Hubungan Tenaga Kerja (Separation).

Putusnya hubungan kerja seseorang dari suatu perusahaan. Pemutusan hubungan kerja ini dapat disebabkan oleh keinginan karyawan, keinginan perusahaan, kontrak kerja berakhir, pensiun dan sebab-sebab lainnya.

8.3 FUNGSI MANAJEMEN SDM

Pada pelaksanaan nya Manajemen SDM menurut para ahli dalam (Untari & Satria, 2021) dikemukakan oleh :

1. Flippo (1984), terdiri dari: procurement, development, compensation, integration, maintenance, separation.

2. De Cenzo and Robbins, menyatakan bahwa fungsi manajemen sumber daya manusia terdiri dari :
 - Staffing: strategic human resources, recruiting, and selection.
 - Training and development: orientation, employee training, employee development and career development.
 - Motivation: Motivation theories and the job design, performance appraisal, rewards and compensation, employee benefit.
 - Maintenance: safety and health, communication, employee relation.
3. Lebih jauh Milkovich and Boudreau (1997) berpendapat sama, bahwa fungsi manajemen sumber daya manusia mencakup:
 - Staffing: recruiting, selection, separations and diversity.
 - Training and development: careers, continuous learning, and mentoring.
 - Compensation : Base pay on markets, pay for performance, benefit/non financial.
 - Employee relations: communications, grievance/dispute resolution, union relations, safety and health.
 - Work structure: job analysis, teams, performance management, and employee involvement.

Dari pendapat para ahli diatas dapat diambil suatu kesimpulan bahwa fungsi dari manajemen SDM adalah perencanaan tenaga kerja, pengembangan tenaga kerja, melakukan indikator penilaian kerja, memberikan upah yang sesuai serta kompensasi, menjaga kepuasan tenaga kerja serta pemutusan hubungan kerja.

Dalam proses pengembangan tenaga kerja juga dituntut agar selalu kreatif dan inovatif di era perkembangan dunia digitalisasi. Karena kompetisi dan keterbukaan informasi public yang dapat dengan mudah untuk diakses oleh masing masing orang sehingga membuat persaingan didunia bisnis semakin kompetitif.

8.4 KEPUASAN DAN SEMANGAT KERJA

Secara umum kepuasan kerja adalah bagaimana orang yang bekerja dapat menyukai dan mencintai pekerjaan yang dilakukan. Dengan menciptakan kepuasan dalam seseorang melakukan pekerjaannya maka akan menaikkan produktifitas kerja dari masing masing individu. Tetapi apa bila seseorang tidak menyukai pekerjaannya maka secara otomatis mereka tidak termotivasi dalam melakukan kegiatannya sehingga membuat penurunan produktivitas kerja orang tersebut.

Semangat kerja mencerminkan sejauh mana mereka merasa bahwa kebutuhan mereka terpenuhi oleh pekerjaan mereka. Semangat kerja ditentukan oleh berbagai macam faktor, yang meliputi kepuasan kerja dan kepuasan atas berbagai faktor seperti upah, tunjangan, rekan-rekan kerja, dan kesempatan mendapatkan promosi.

Dengan meningkatnya semangat kerja dari masing masing individu sehingga mereka termotivasi untuk membuat prestasi secara terus menerus. Sengan motivasi yang tinggi dari masing masing individu dari perusahaan tersebut membuat produktivitas organisasi juga akan meningkat.

Menurut Maslow dalam (Adamy, 2016), menggambarkan karakteristik individu yang didefinisikan sebagai orang yang beraktualisasi diri mengenai:

1. Kemampuan mempersepsi orang dan kejadian-kejadian dengan akurat.
2. Kemampuan melepaskan diri sendiri dari kekalutan kehidupan.
3. Orientasi masalah tugas.
4. Kemampuan untuk memperoleh kepuasan pribadi dari pengembangan pribadi dalam melakukan suatu hal yang berharga.
5. Kapasitas untuk mencintai dan mengalami kehidupan dengan cara yang sangat mendalam.
6. Ketertarikan pada tujuan apa yang mereka sedang kerjakan.
7. Kreativitas yang tinggi dalam bekerja. Keberhasilan.

Keberhasilan sesorang individu tidak dapat lepas dari faktor prilaku dan karakteristik dari masing masing individu. Karakteristik individu adalah perilaku

atau karakter yang ada pada diri seseorang karyawan baik yang bersifat positif maupun negatif.

Menurut Mathis dan Jackson dalam (Adamy, 2016) ada empat karakteristik Individu yang mempengaruhi bagaimana orang - orang dapat berprestasi yaitu :

1. Minat, orang cenderung mengejar karir yang mereka yakini cocok dengan minat mereka.
2. Jati diri, karir merupakan perpanjangan dari jati diri seseorang juga hal yang membentuk jati diri.
3. Kepribadian, faktor ini mencakup orientasi pribadi karyawan (sebagai contoh karyawan bersifat realistis, menyenangkan dan artistik) dan kebutuhan individual, latihan, kekuasaan dan kebutuhan prestis.
4. Latar belakang sosial, status sosial ekonomi dan tujuan pendidikan pekerjaan orang tua karyawan merupakan faktor yang berfungsi dalam kategori.

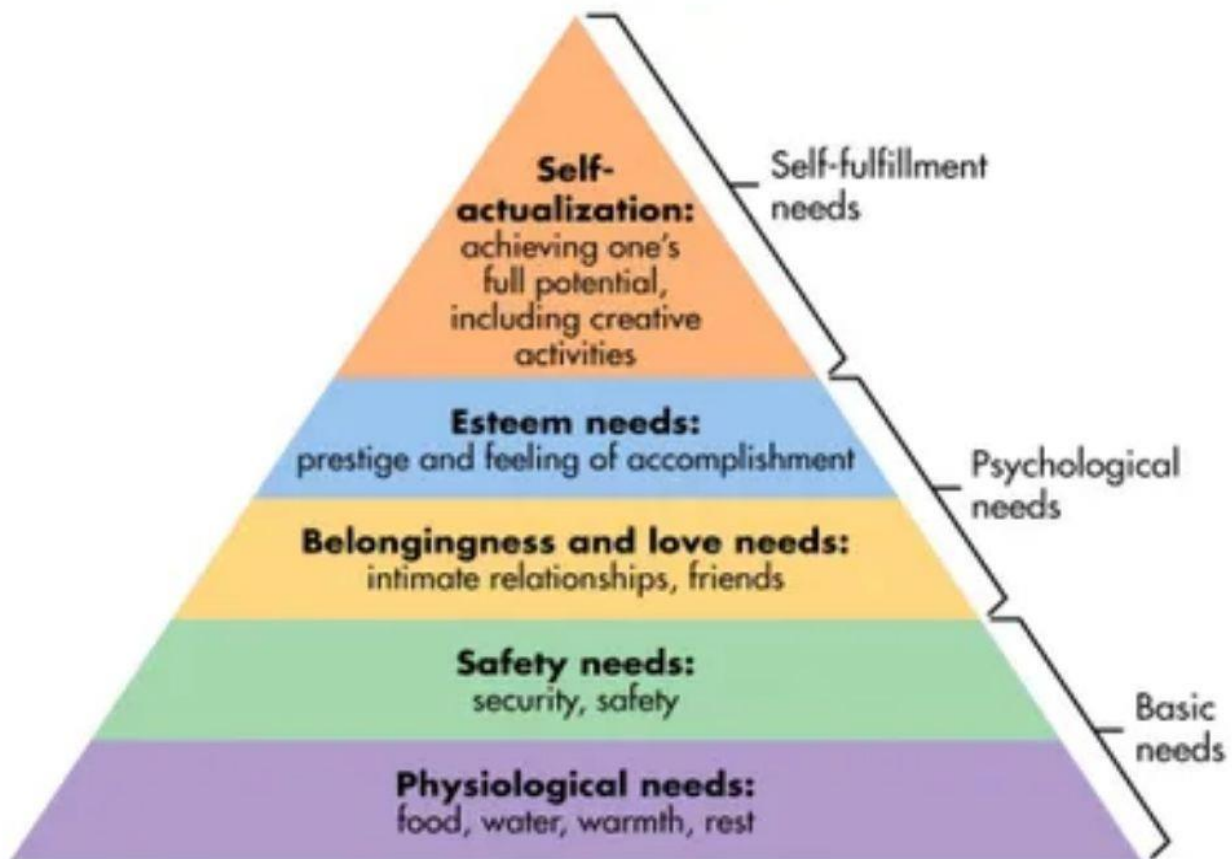
Sehingga dapat disimpulkan kepuasan seseorang dalam bekerja akan menumbuhkan semangat seseorang dalam bekerja. Meskipun dari faktor faktor lingkungan yang berbeda serta kondisi social yang berbeda.

Seseorang yang puas dalam bekerja juga menumbuhkan motivasi kerja yang tinggi. Motivasi mempunyai tiga unsur utama yaitu kebutuhan, dorongan, dan tujuan. Kebutuhan terjadi bila individu merasa ada ketidak seimbangan antara apa yang mereka miliki dengan apa yang mereka harapkan.

Dorongan merupakan kekuatan mental yang berorientasi pada pemenuhan harapan atau pencapaian tujuan. Dorongan yang berorientasi pada tujuan tersebut merupakan inti daripada motivasi. Pada dasarnya motivasi mempunyai sifat siklus (melingkar), yaitu motivasi timbul, memicu perilaku tertuju kepada tujuan (goal), dan akhirnya setelah tujuan tercapai, motivasi itu berhenti. Tapi itu akan kembali pada keadaan semula apabila ada suatu kebutuhan lagi.

Model hierarki kebutuhan (hierarchy of needs model) dari seorang psikolog Abraham Maslow, menyatakan bahwa orang mempunyai sejumlah kebutuhan yang

berbeda-beda yang mereka coba penuhi dari pekerjaan mereka. Ia mengklasifikasikan kebutuhan-kebutuhan itu menjadi lima tipe dasar dan



MASLOW THEORY

menyarankan agar kebutuhan itu disusun menurut hierarki prioritas seperti yang terlihat pada gambar di bawah ini.

Menurut Maslow, Kebutuhan merupakan hal yang bertingkat-tingkat karena kebutuhan yang tingkatannya rendah harus sudah dipenuhi sebelum seseorang mencoba memuaskan kebutuhan yang tingkatannya lebih tinggi.

BAB 9 STRATEGI PEMASARAN DAN PENJUALAN

9.1 TUJUAN PEMBELAJARAN

Setelah mengikuti pembelajaran ini diharapkan :

- Memahami konsep pemasaran dan penjualan
- Melakukan Analisa dan evaluasi marketing strategi
- Menerapkan system penjualan

9.2 PENGERTIAN DAN KONSEP PEMASARAN

Pemasaran sering kita dengar dalam kehidupan sehari-hari, banyak yang berpikir pemasaran secara kasat mata dan pemahaman umum juga disamakan dengan penjualan. Tetapi sebenarnya pemasaran sangat berbeda dengan penjualan. Pemasaran juga merupakan komunikasi antara organisasi perusahaan dengan pasar.

American Marketing Association, mengartikan pemasaran sebagai berikut: Pemasaran adalah pelaksanaan dunia usaha yang mengarahkan arus barang-barang dan jasa-jasa dari produsen ke konsumen atau pihak pemakai.

Istilah pemasaran dalam Bahasa Inggris dikenal dengan sebutan “marketing”. Kata marketing ini dapat dikatakan telah diserap ke dalam Bahasa Indonesia yang diterjemahkan dengan istilah “pemasaran”. Asal kata pemasaran adalah pasar = market. Adapun yang dipasarkan adalah barang dan jasa. Secara luas, pemasaran menurut Kotler dan Armstrong dalam (Aisyah, 2020) adalah proses sosial dan manajerial di mana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain.

Pemasaran merupakan fungsi organisasi serta rangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai tambah kepada pelanggan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap organisasi.

Menurut Kotler dan Keller dalam (Said, 2015) urutan penciptaan dan menghantarkan nilai melalui tiga fase yaitu:

1. Fase memilih nilai, mempresentasikan “pekerjaan rumah” pemasaran yang harus dilakukan sebelum produk dibuat, staf pemasaran harus mensegmentasikan pasar, memilih sasaran pasar yang tepat dan mengembangkan penawaran positioning atau nilai STP (Segmentasi, Targeting, Positioning).
2. Fase menyediakan nilai, pemasar harus menentukan fitur produk tertentu, harga, promosi, dan distribusi.
3. Fase mengomunikasikan nilai, dengan mendayagunakan tenaga penjualan, promosi penjualan, iklan dan sarana komunikasi lain untuk mengumumkan dan mempromosikan produk.

Sehingga pemasaran adalah rangkaian proses dari menciptakan, mengkomunikasikan kepada pasar dan memberikan nilai tambah kepada pelanggan dengan memberikan keuntungan kepada organisasi dan juga kepada pelanggan.

Pasar yang dimaksud adalah semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan dan keinginan tertentu yang sama, yang mungkin bersedia dan mampu melaksanakan pertukaran untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan itu.

Entitas untuk mendapatkan target pasar yang harus diperhatikan dalam kegiatan pemasaran seorang wirausahawan adalah :

1. Produk
2. Jasa
3. Kapan di komunikasikan
4. Pengalaman dari konsumen
5. Target konsumen
6. Ide
7. Cara mengkomunikasikan
8. Siapa yang mengkomunikasikan

Oleh karena itu, setelah mengkaji beberapa definisi pemasaran, Swastha dalam (Untari & Satria, 2021) menyimpulkan sebagai berikut :

1. Pemasaran dilakukan individu-individu.

2. Tujuan pemasaran adalah memberi kemungkinan, memudahkan dan mendorong adanya pertukaran.
3. Tujuan pertukaran adalah untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia.
4. Pemasaran dilakukan oleh penjual dan pembeli.

Konsep pemasaran haruslah memberikan kepuasan kepada pelanggan dan pengalaman untuk membuat pelanggan melakukan pembelian kembali terhadap barang dan jasa yang kita lakukan.

Penggunaan konsep pemasaran bagi sebuah perusahaan dapat menunjang berhasilnya bisnis yang dilakukan. Konsep pemasaran disusun dengan memasukkan tiga elemen pokok, yaitu :

1. Orientasi konsumen / pasar / pembeli.
2. Volume penjualan yang menguntungkan.
3. Koordinasi dan integrasi seluruh kegiatan pemasaran dalam perusahaan.

Jadi, secara definitif dapat dikatakan bahwa Konsep pemasaran adalah : Sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan.

Untuk memahami konsep inti pemasaran ada beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu :

1. Kebutuhan, Keinginan, dan Permintaan. Kebutuhan adalah syarat hidup dasar manusia. Kebutuhan akan menjadi keinginan ketika diarahkan ke objek tertentu. Permintaan adalah keinginan akan produk-produk tertentu yang didukung oleh kemampuan untuk membayar.
2. Pasar Sasaran, Positioning dan Segmentasi. Seorang pemasarjarang dapat memuaskan semua orang dalam satu pasar. Karenanya, pemasar memulai dengan membagi pasar ke dalam segmen-segmen. Mereka mengidentifikasi dan membuat profil dari kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin lebih menyukai bauran produk dan jasa yang beragam.

3. Penawaran dan Merek. Penawaran dapat berupa suatu kombinasi produk, jasa, informasi dan pengalaman. Merek adalah suatu penawaran dari sumber yang diketahui
4. Nilai dan Kepuasan. Nilai mencerminkan sejumlah manfaat baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud, dan biaya yang dipersepsikan oleh pelanggan. Kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapan nya (atau hasil) dalam kaitannya dengan ekspektasi.
5. Saluran Pemasaran. Untuk mencapai pasar sasaran, pemasar menggunakan tiga jenis saluran pemasaran yaitu saluran komunikasi, saluran distribusi dan saluran layanan.
6. Rantai Pasokan (Supply Chain). Rantai pasokan adalah saluran yang lebih panjang yang membentang dari bahan mentah hingga komponen sampai produk akhir di hantarkan ke pembeli akhir.
7. Persaingan. Persaingan mencakup semua penawaran dan produk substitusi yang ditawarkan oleh pesaing baik yang aktual maupun yang potensial, yang mungkin dipertimbangkan oleh seorang pembeli.
8. Lingkungan Pemasaran. Lingkungan pemasaran terdiri dari lingkungan tugas (perusahaan, pemasok, distributor, dealer dan pelanggan sasaran) dan lingkungan demografis (lingkungan ekonomi, fisik, teknologi, politik- hukum dan sosial budaya).

9.3 BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX)

Untuk mencapai target pasar dari Pemasaran seorang wirausahawan harus membuat strategi pemasaran. strategi pemasaran adalah dengan menggunakan konsep Marketing Mix atau Baruran Pemasaran. Marketing mix adalah perangkat alat pemasaran teknis yang dapat dikendalikan, yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran. Marketing mix adalah semua faktor yang dapat dikuasai oleh seorang manajer pemasaran dalam rangka mempengaruhi permintaan konsumen terhadap barang dan jasa.

Dalam bukunya, Sofjan Assauri dalam (Untari & Satria, 2021) mendefinisikan bauran pemasaran adalah kombinasi beberapa variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, variabel mana yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen. Jadi, bauran pemasaran terdiri dari himpunan variabel yang dapat dikendalikan dan digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dalam pasar sasarannya. Pengambilan keputusan di bidang pemasaran selalu berkaitan dengan variabel-variabel marketing mix.

Menurut Kotler dan Amstrong, Marketing Mix adalah sekumpulan variabel – variabel marketing, yang digunakan oleh perusahaan untuk mengejar target penjualan yang diinginkan.

Sehingga dapat disimpulkan untuk mencapai target capaian perusahaan menyusun variable variable indicator untuk menilai, memonitor dan mengevaluasi penerapan kebijakan pemasaran. Dengan menetapkan strategi bauran pemasaran.

Bauran pemasaran pada umumnya sekarang berkembang dari dahulunya 4P menjadi sekarang 7P yaitu :

1. *Product* (Produk)

Produk merupakan barang atau jasa yang dipergunakan untuk di tawarkan ke pasar agar memenuhi kebutuhan dari pelanggan.

2. *Price* (Harga)

Harga adalah berapa besaran biaya yang harus dikeluarkan oleh pelanggan untuk memenuhi kebutuhannya.

3. *Place* (Saluran distribusi)

Saluran distribusi merupakan dimana pelanggan dapat memperoleh atau mendapatkan untuk memenuhi kebutuhannya.

4. *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan media komunikasi yang di tawarkan oleh produsen untuk sampai kepada konsumen. Komunikasi dijalankan untuk memberikan informasi secara luas, memberi pengaruh, serta

mengingatkan target pasar kepada perusahaan dan produk supaya mau menerima, melakukan pembelian dan loyal kepada barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan

5. *People* (Orang)

Siapa yang menawarkan dan yang melakukan pembelian dari produk dan jasa yang diciptakan dan dipergunakan.

6. *Process* (Proses)

Proses yang dimaksud adalah urutan pelaksanaan atau kejadian yang saling terkait yang kemudian bersama-sama mengubah masukan menjadi keluaran.

7. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Merupakan tampilan atau lokasi tempat terjadinya transaksi atau kegiatan jual beli tersebut. Bangunan harus dapat menciptakan suasana dengan memperhatikan ambience sehingga memberikan pengalaman kepada pengunjung dan dapat membrikan nilai tambah bagi pengunjung, khususnya menjadi syarat utama perusahaan jasa dengan kelas market khusus.

Setelah kita menerapkan strategi bauran pemasaran kita juga harus mengetahui untuk Strategi Pemasaran Daur hidup produk (PLC) adalah perjalanan penjualan dari suatu produk dalam masa hidupnya. Siklus hidup produk merupakan suatu konsep penting yang memberikan pemahaman tentang dinamika kompetitif suatu produk.

9.4 PENJUALAN

Setelah kita melakukan penyusunan strategi marketing kita akan melakukan kegiatan penjualan. Suatu strategi marketing bertujuan untuk meningkatkan penjualan dari suatu perusahaan. Penjualan adalah proses dari penetapan harga sampai diterima barang tersebut sampai di tangan pelanggan.

Penjualan menurut Marwan dalam (Rossiana & Rachmawati, 2011) adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana- rencana strategis yang

diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba.

Menurut Winardi penjualan adalah suatu transfer hak atas benda-benda. Dari penjelasan tersebut dalam memindahkan atau mentransfer barang dan jasa diperlukan. Orang-orang yang bekerja dibidang penjualan seperti pelaksana dagang, agen, wakil pelayanan dan wakil pemasaran.

Menurut Philip Kotler penjualan adalah proses manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan, inginkan, ciptakan, menawarkan, serta melakukan pertukaran dengan pihak lain.

Oleh karena itu, kegiatan penjualan seperti halnya kegiatan pembelian, terdiri dari serangkaian kegiatan yang meliputi penciptaan permintaan, menemukan si pembeli, negosiasi harga, dan syarat-syarat pembayaran. Dalam hal ini, penjualan ini, seperti penjual harus menentukan kebijakan dan prosedur yang akan diikuti memungkinkan terjadinya transaksi. Tujuan dari penjualan adalah :

1. Menciptakan transaksi keuangan
2. Meningkatkan pertumbuhan perusahaan
3. Memperoleh keuntungan yang di harapkan oleh perusahaan
4. Memperbanyak pelanggan

Dalam pelaksanaannya kegiatan penjualan dipengaruhi oleh beberapa faktor, faktor yang dimaksud adalah :

1. Kondisi kemampuan dari yang menjual

Pada saat seseorang melakukan kegiatan penjualan maka dibutuhkan kemampuan dari seorang sales untuk meyakinkan, mempengaruhi dan mengajak seseorang untuk memutuskan melakukan kegiatan membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh seorang penjual.

2. Kondisi pasar

Kondisi pasar juga mempengaruhi seseorang untuk menjual karena seseorang wirausahawan juga merupakan seorang salesman yang handal untuk melakukan penjualan untuk menaikkan jumlah pendapatannya.

3. Modal

Modal juga menjadi indikator seseorang wirausahawan untuk memproduksi, melakukan promosi penjualan. Karena besarnya budget pemasaran juga mempengaruhi keberhasilan proses penjualan.

4. Kondisi perusahaan

Kondisi perusahaan sangat mempengaruhi seseorang untuk termotivasi melakukan kegiatan penjualannya.

5. Faktor external

Faktor eksternal seperti social dan budaya juga mempengaruhi pasar untuk melakukan kegiatan penjualan. Karena dilingkungan masyarakat kondisi social berpengaruh dalam kebiasaan seseorang melakukan pembelian. Adanya beberapa daerah yang masyarakatnya lebih konsumtif dibanding daerah yang lain.

Dapat dilihat bahwa proses marketing adalah menawarkan dan mengkomunikasikan barang dan jasa dari suatu perusahaan yang bertujuan untuk mempengaruhi orang untuk melakukan transaksi penjualan produk dan jasa.

Penjualan menjadi ujung tombak dari suatu perusahaan untuk terus berjalan dan berkembang dalam proses kegiatan bisnisnya. Karena tanpa adanya penjualan maka perusahaan pasti tidak akan berkembang. Tetapi dengan meningkatnya penjualan akan membuat perusahaan akan terus berinovasi dan tumbuh.

Bentuk dari penjualan juga bermacam-macam agar menarik seseorang untuk melakukan transaksi diantaranya :

1. Penjualan tunai
2. Penjualan kredit
3. Penjualan tender
4. Titip jual
5. Penjualan ekspor
6. Penjualan grosir
7. Penjualan lisensi

BAB 10 STUDI KELAYAKAN BISNIS

10.1 TUJUAN PEMBELAJARAN

Setelah mengikuti pembelajaran ini diharapkan :

- Memahami tentang studi kelayakan bisnis
- Dapat menyusun studi kelayakan bisnis
- Dapat menerapkan studi kelayakan bisnis

10.2 PENGERTIAN STUDI KELAYAKAN BISNIS

Studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan menganalisa secara mendalam tentang suatu bidang usaha yang akan dijalankan dan menentukan kelayakan usaha tersebut. Biasanya studi kelayakan bisnis ini dibuat diawal pada saat sebelum seseorang wirausahawan melakukan kegiatan bisnisnya.

Studi kelayakan biasanya bersifat rinci dan detil tentang rencana bisnis yang akan dijalankan dari aspek pemasaran, keuangan, operasional, legal, sdm, aspek internal dan eksternal. Selain untuk menganalisa bisnis biasanya studi kelayakan juga untuk menganalisa target pasar serta proyeksi pasar yang akan dituju.

Mengapa wirausahawan harus membuat studi kelayakan usaha, karena agar tidak kehilangan arah pada saat sebelum memulai bisnis dan juga pada saat bisnis baru mulai berjalan sehingga dapat dilakukan evaluasi dari perencanaan yang akan dilakukan.

Menurut Kasmir dalam (Dinar et al., 2020) menguraikan ada lima tujuan dari suatu usaha dilakukan studi kelayakan bisnis, yaitu:

1. Menghindari risiko kerugian di masa yang akan datang yang penuh ketidakpastian.
2. Memudahkan perencanaan.
3. Memudahkan mencari dana
4. Memudahkan mencari suplayer
5. Memudahkan pelaksanaan pekerjaan, pelaksanaan bisnis.

6. Memudahkan pengawasan untuk melakukan pengawasan terhadap jalannya usaha, sehingga tidak terjadi penyimpangan dari rencana yang sudah disusun.
7. Memudahkan pengendalian.

Komponen dalam studi kelayakan bisnis mencakup lima belas point penting yang harus ada yaitu :

1. Rencana bisnis yang akan dijalankan
2. Gambaran bisnis yang akan di jalankan
3. Deskripsi produk atau layanan
4. Visi dan misi dari perusahaan
5. Tujuan perusahaan
6. Kepemimpinan
7. Analisa pasar dan target pasat
8. Analisa SWOT
9. Lokasi Usaha
10. Rencana pemasaran
11. Proyeksi keuangan
12. Analisa arus kas
13. Analisa Sumber daya manusia
14. Operasional
15. Cara mendapatkan modal awal dan pengembangan.

Menurut para ahli studi kelayakan bisnis adalah merupakan suatu dokumen yang menyatakan keyakinan akan kemampuan sebuah bisnis untuk menjual barang atau jasa dengan menghasilkan keuntungan yang memuaskan dan menarik bagi penyandang dana.

Menurut (Ahmad Saebani, 2018) Studi kelayakan (feasibility study) adalah pengkajian mengenai usulan proyek atau gagasan usaha agar usaha yang dilaksanakan dapat berjalan dan berkembang sesuai dengan tujuannya atau tidak mengenai target. Objek atau subjeck matters studi kelayakan adalah usulan proyek

usaha. Usulan proyek/gagasan usaha tersebut dikaji, diteliti, dan diselidiki dari berbagai aspek, seperti terpenuhi tidaknya persyaratan untuk berkembang.

Biasanya studi kelayakan bisnis berisi rincian dari rencana jangka pendek, menengah dan jangka Panjang dari prospek bisnis yang akan dijalankan atau yang sudah berjalan. Pihak pihak yang berkepentingan terhadap studi kelayakan bisnis meliputi :

1. Pemilik perusahaan

Pemilik perusahaan sangat berkepentingan dalam pembuatan studi kelayakan agar membuat rencana bisnis, memonitor kegiatan bisnis dan pengembangan bisnis.

2. Lembaga keuangan

Lembaga keuangan berkepentingan untuk memberikan pinjaman untuk membuat atau mengembangkan kegiatan bisnis dari wirausahawan.

3. Pemerintah

Pemerintah berkepentingan untuk memantau perkembangan dari bisnis yang kita rencanakan dan menjalankan untuk membuat regulasi dan kepentingan terhadap kewajiban pajak.

4. Investor

Investor berkepentingan untuk menanamkan modal dari proses bisnis yang akan di investasikan.

5. Masyarakat luas

Masyarakat luas berkepentingan untuk mencari pekerjaan dan sebagai pengguna produk dan layanan perusahaan

6. Suplayer

Suplayer berkepentingan untuk memberikan barang baik tunai maupun dengan system piutang.

7. Manajemen perusahaan

Manajemen perusahaan berkepentingan untuk menjalankan kebijakan dan arah dari perusahaan

Sehingga dapat diartikan banyak yang berkepentingan dari usaha yang akan kita rintis atau pun dari usaha yang sudah berjalan. Banyak pihak yang akan terlibat dalam serangkaian kegiatan usaha tersebut.

10.3 TAHAPAN PROSES PENYUSUNAN STUDI KELAYAKAN BISNIS

Dalam menyusun suatu studi kelayakan bisnis, ada tahapan tahapan yang wajib dilakukan, yaitu sebagai berikut :

1. Menemukan ide yaitu mencari sumber sumber awal tentang ide dan gagasan usaha.
2. Identifikasi, yaitu melakukan perincian dan perkiraan berbagai peluang dan hambatan.
3. Perumusan, yaitu penyimpulan awal dari data-data indentifikasi yang dikumpulkan.
4. Penilaian, yaitu melakukan analisis dan menilai aspek pasar, finansial, masalah teknis, dan perekonomian.
5. Pemilihan, yaitu tahap menentukan alternatif karena adanya keterbatasan dan tujuan yang ingin dicapai.
6. Implementasi, yaitu menjalankan bisnis dengan tetap berpegang pada anggaran dan keputusan yang telah difinalisasi.

Setelah menjalankan tahapan dalam membuat studi kelayakan bisnis maka tahapan selanjutnya adalah membuat indikator untuk keberhasilan dari studi kelayakan yang kita sudah susun. Biasanya indikator tersebut disebut layak apabila memenuhi aspek sebagai berikut :

1. Proyek/usaha yang dikerjakan mampu memberikan manfaat yang berarti kepada publik (masyarakat).
2. Proyek/usaha yang dikerjakan dianggap mampu berkembang (expand) dan yang terpenting memiliki kondisi kontinuitas usaha yang tinggi.

3. Proyek/usaha yang akan dikerjakan diperkirakan akan mampu bertahan terhadap berbagai goncangan ekonomi (economic fluctuation), baik karena faktor domestik maupun global.
4. Proyek/usaha yang dikerjakan tahan terhadap berbagai masalah termasuk jika timbulnya krisis kepercayaan.
5. Proyek/usaha tersebut diharapkan bisa menampung lapangan pekerjaan atau secara tidak langsung telah mencoba mengurangi angka pengangguran (unemployment).
6. Proyek/usaha yang akan dilaksanakan diharapkan dapat memberikan keuntungan yang wajar dan mampu mengembalikan cicilan bunga beserta pokoknya secara tepat waktu.
7. Proyek/ usaha yang sedang dilaksanakan searah dengan konsep rencana pembangunan pemerintah, baik pemda maupun pusat.
8. Manajer yang membawahi pengerjaan proyek/usaha tersebut adalah orang yang memiliki pengalaman dan pendidikan yang cukup.
9. Manajer dan karyawan yang mengerjakan proyek/usaha memiliki performance yang dapat dipertanggungjawabkan secara konsep manajemen modern, seperti kedisiplinan, loyalitas, kejujuran, dan keinginan untuk terus memperbaiki kesalahan.
10. Diharapkan proyek/usaha tersebut berkeinginan dalam jangka panjang untuk menerapkan penggunaan teknologi modern untuk mengantisipasi perkembangan teknologi yang dinamis dan mengantisipasi munculnya para pesaing.

Terkadang pada prakteknya, sekalipun telah dilakukan studi secara baik dan benar faktor kegagalan suatu usaha tetap ada, apalagi yang tanpa dilalui studi sebelumnya. Ketidakpastian dimasa mendatang dapat saja terjadi diberbagai bidang kehidupan, mulai ketidakpastian dibidang ekonomi, hukum, politik, budaya, prilaku dan perubahan lingkungan masyarakat. Ketidak pastian ini akan dapat menyebabkan kerugian.

Dengan kita membuat studi kelayakan dengan rinci dan memperhatikan aspek aspek yang ada diharapkan dapat memperkecil dari potensi kegagalan yang mungkin timbul.

DAFTAR PUSTAKA

- Adamy, M. (2016). Manajemen Sumberdaya Manusia. In *Unimal Press* (Vol. 106, Issue 12).
- Ahmad Saebani, B. (2018). *STUDI KELAYAKAN BISNIS* (1st ed.). CV. PUSTAKA SETIA.
- Aisyah, S. (2020). *Manajemen Pemasaran*. 8.
- Butarbutar, B. (2019). PERANAN ETIKA BISNIS DALAM BISNIS. *JIMT*, 1(1), 187. <https://doi.org/10.31933/JIMT>
- Dinar, M., Said Ahmad, I., & Hasan, M. (2020). *KEWIRAUSAHAAN* (1st ed.). CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Dr. M. Anang Firmansyah, SE., M., & Anita Roosmawarni, SE., M. S. (2019). Kewirausahaan (Dasar dan Konsep. *Buku, September*, 15.
- Firmansyah, M. A., & Roosmawarni, A. (2019). Kewirausahaan (Dasar dan Konsep). *Buku, 1*(September), 207.
- Hermawan, S., & Hanun, N. R. (2018). Etika Bisnis Dan Profesi Disusun. In *UMSIDA Press*.
- Istianingsih. (2019). *KEWIRAUSAHAAN* (1st ed.). Tribudhi Pelita Indonesia.
- Mardia, Hasibuan, A., Simarmata, J., Lifchatullaillah, K. E., Saragih, L., Anggusti, D. S. P. M., Purba, B., Noviasuti, N., & Idah Kusuma Dewi Fhajri Arye Gemilang, S. P. R. T. (2021). Kewirausahaan. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Nashar, H. (2013). *Dasar Dasar Manajemen*.
- Okianna. (2021). *PENGANTAR ILMU MANAJEMEN*.
- Purwanggono, C. (2018). *BUKU AJAR PENGANTAR MANAJEMEN*. Universitas Wahid Hasyim.
- Rohman, A. (2017). *DASAR-DASAR MANAJEMEN*.

Rossiana, L., & Rachmawati, R. (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2).

Said, M. Y. S. dan M. (2015). Konsep Dan Strategi Pemasaran. In *Analisis Standar Pelayanan Minimal Pada Instalasi Rawat Jalan di RSUD Kota Semarang* (Vol. 3).

Taufiq, O. H., Wardani, A. K., & Galuh, U. (2020). KARAKTER KEPEMIMPINAN IDEAL. 6, 513–524.

Untari, D., & Satria, B. (2021). *PENGANTAR BISNIS* (1st ed.). CV Pena Persada.

Penerbit:

Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
(PUSLITABMAS), Poilteknik Pariwisata Batam

Sekretariat:

The Vitka City Complex,
Jl. Gajah Mada, Tiban, Batam, Kepulauan Riau, 29425 INDONESIA
Telp. (0778) 324 000
Email: puslitabmas@btp.ac.id

ISBN 978-623-91164-3-9

