

# DASAR KEWIRAUSAHAAN

Buku ini disusun untuk memenuhi kebutuhan akan materi pelajaran mata kuliah Kewirausahaan pada tingkat perguruan tinggi. Mengingat berwirausaha di abad 21 membutuhkan pembentukan kompetensi sebagai wirausahawan dengan penguasaan teknologi informasi dan penerapan sikap serta karakter unggul, maka mahasiswa sebagai calon pewirausaha perlu menyesuaikan diri dengan berbagai potensi dan ciri khas bisnis di abad 21 ini. Buku Dasar Kewirausahaan disusun untuk membelajarkan mahasiswa tentang penguasaan prinsip kewirausahaan, karakter wirausaha abad 21, berwirausaha sesuai potensi diri, ide dan gagasan wirausaha, analisis SWOT dalam rancangan usaha, tantangan wirausaha dan perencanaan bisnis. Buku dilengkapi dengan rumusan tujuan pelajaran, uraian materi, kegiatan belajar, rangkuman dan latihan. Dengan digunakannya buku ajar ini diharapkan mahasiswa mampu memahami dan sedini mungkin dapat mengaplikasikan berbagai materi pembelajaran dalam model bisnis yang akan dilakukan dalam kehidupan nyata.

Penerbit:



CV. MUHARIKA RUMAH ILMIAH  
Jl. Rambutan V. No. 49/5)  
Perum. Seimbang Kurani Padang  
penyep@mr@gmail.com  
<http://muharikarumahilmiah.com>

ISBN 978-623-8406-02-9



9 786238 406029

DASAR  
KEWIRAUSAHAAN

Dr. Nuraeni Dahri, S.Kom., M.Kom., MCE,  
Dr. Muharika Dewi, SST., M.Pd.T.



Dilengkapi  
Lembar Kerja  
Mahasiswa

# DASAR KEWIRAUSAHAAN

Dr. Nuraeni Dahri, S.Kom., M.Kom., MCE,  
Dr. Muharika Dewi, SST., M.Pd.T.



# **DASAR KEWIRAUSAHAAN**

**Dr. Nuraeni Dahri, S.Kom, M.Kom., MCE.  
Dr. Muharika Dewi, SST., M.Pd.T.**



# DASAR KEWIRAUSAHAAN

Penulis : Dr. Nuraeni Dahri, S.Kom.,M.Kom.,MCE.  
Dr. Muharika Dewi, SST., M.Pd.T.  
Editor : Sunreni, SE., MM.  
Tata Letak : Revi Oktari  
Desain Sampul : Revi Oktari  
Ukuran : 167 halaman, 15 x 21 cm  
ISBN : 978-623-8406-02-9

Terbitan Pertama: September 2023

Hak Cipta 2023 pada Penulis  
Copyright @ 2023 by MRI Publisher  
Anggota IKAPI No. 018/SBA/20

Penerbit:  
CV. MUHARIKA RUMAH ILMIAH  
Jalan Rambutan V. No. 49/51 Perumnas Belimbing  
Kuranji – Padang Sumatera Barat  
Telp/WA : 082284557747-08217779504  
Email: penerbitmri@gmail.com  
Website: <https://muharikarumahilmiah.com/>

---

Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dengan bentuk dan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit.

# KATA PENGANTAR

---

Puji syukur kehadirat Allah Subhanahu wata'ala atas selesainya penyusunan buku yang berjudul "Dasar Kewirausahaan". Shalawat dan salam disampaikan kepada junjungan umat sedunia Baginda Rasul Muhammad Salallahu'alaihi Wassalam atas kemuliaan sikap sebagai pedoman manusia dalam mencapai kepribadian unggul meski dalam perubahan teknologi dan perkembangan informasi.

Buku Dasar Kewirausahaan ini adalah buku ajar yang menjadi panduan mengajar dan belajar pada tingkat perguruan tinggi. Perubahan paradigma berbisnis menyesuaikan era distrupsi adalah suatu hal yang perlu ditanggapi dengan menyajikan materi-materi mata kuliah kewirausahaan yang terbaru. Buku ini dapat menjadi pegangan wajib mahasiswa dalam belajar Kewirausahaan melalui aktivitas mandiri. Dampingan dosen merupakan hal utama untuk mewujudkan tujuan belajar mata kuliah Kewirausahaan. Perubahan cara pikir (*mind set*) sebagai wirausaha muda yang mampu mengelola masalah (*gab*) dilingkungan menjadi peluang bisnis.

Harapan penulis buku ini menjadi sumber belajar bagi mahasiswa Indonesia, sebagai calon wirausaha muda mandiri yang memiliki kemampuan berskala global. Semoga buku ini dapat bermanfaat bagi semua yang membaca, menjadi sumber amalan bagi penulis serta keluarga, guru-guru penulis, serta semua pihak yang berkontribusi menyebarluaskan buku ini hingga digunakan sebagai sumber belajar bagi para mahasiswa calon wirausaha sukses Indonesia.

Padang, September 2023

Penulis

# DAFTAR ISI

---

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAGIAN I FILOSOFIS KEWIRAUSAHAAN .....</b>	<b>1</b>
A. Tujuan Pembelajaran .....	1
B. Materi Dan Kegiatan Belajar .....	1
1. Pengantar Ilmu Kewirausahaan .....	1
2. Definisi Wirausaha Dan Kewirausahaan .....	4
C. Rangkuman .....	12
D. Latihan.....	13
<b>BAGIAN II KARAKTER WIRAUSAHA.....</b>	<b>15</b>
A. Tujuan Pembelajaran .....	15
B. Materi dan Kegiatan Belajar .....	15
1. Karakteristik Wirausaha .....	15
2. Faktor-Faktor Pembentuk Karakter Wirausaha .....	18
C. Rangkuman .....	22
D. Latihan.....	23
<b>BAGIAN III IDE DAN GAGASAN WIRAUSAHAAN BERDASARKAN POTENSI MASALAH.....</b>	<b>26</b>
A. Tujuan Pembelajaran .....	26
B. Materi Dan Kegiatan Belajar .....	27
1. Pengertian Gagasan Dan Ide Usaha .....	27
2. Munculnya Ide Kewirausahaan .....	29
3. Metode Mengenal Gagasan Usaha .....	33

4. Identifikasi Masalah Dalam Gagasan Dan Ide Usaha .....	38
5. Mencari Gagasan Usaha Dengan Metode ATM .....	40
6. Mencari Gagasan Dan Sumber Gagasan Usaha .....	41
C. Rangkuman.....	48

## **BAGIAN IV ANALISIS SWOT RANCANGAN**

<b>PROYEK USAHA .....</b>	<b>49</b>
A. Tujuan Pembelajaran .....	49
B. Materi Dan Kegiatan Belajar.....	50
1. Pengertian Analisis SWOT .....	55
2. Faktor-Faktor Analisis SWOT.....	58
3. Analisis SWOT Organisasi Wirausaha Internet.....	74
C. Rangkuman.....	80

## **BAGIAN V TANTANGAN WIRAUSAHA ERA**

<b>TEKNOLOGI INFORMASI .....</b>	<b>82</b>
A. Tujuan Pembelajaran .....	82
B. Materi Dan Kegiatan Belajar .....	83
1. Internet dan Peluang Bisnis .....	83
2. Keuntungan Menjadi Wirausaha Internet .....	88
3. Kerugian Menjadi Wirausaha Internet .....	92
4. Penyebab Kegagalan Wirausaha Internet .....	96
5. Saran untuk Kesuksesan Wirausaha Internet .....	100
6. Peluang Bisnis Wirausaha Internet .....	104
C. Kesimpulan .....	110
D. Latihan .....	112

<b>BAB VI PERENCANAAN USAHA (<i>BUSINESS PLAN</i>)</b> .....	<b>114</b>
A. Tujuan Pembelajaran .....	114
B. Materi dan Kegiatan Belajar .....	116
1. Definisi Rencana Usaha ( <i>Business Plan</i> ).....	116
2. Tujuan Membuat Rencana Usaha .....	119
3. Bagian-Bagian Dari Rencana Usaha .....	127
4. Membuat Rencana Usaha .....	134
C. Rangkuman .....	152
<b>DAFTAR REFERENSI</b> .....	<b>154</b>
<b>PENULIS</b> .....	<b>166</b>

# DAFTAR GAMBAR

---

<b>Gambar 1.</b> Alur Munculnya Gagasan untuk menjadi Karya Cipta Usaha.....	28
<b>Gambar 2.</b> Contoh Analisis SWOT.....	51
<b>Gambar 3.</b> Analisis SWOT Perusahaan Mc. Donals ....	52
<b>Gambar 4.</b> Analisis SWOT Perusahaan Facebook .....	53
<b>Gambar 5.</b> Analisis SWOT Perusahaan Google.....	54
<b>Gambar 6.</b> <i>Business Plan</i> .....	114

# BAGIAN I

## FILOSOFIS KEWIRAUSAHAAN

---

### A. Tujuan Pembelajaran

Bagian I ini dipelajari dengan tujuan untuk memahami konsep dasar kewirausahaan, definisi kewirausahaan yang dikemukakan para pakar, tujuan belajar kewirausahaan, dan peran penting ilmu kewirausahaan. Pelajarilah Bagian I ini dengan membaca materi dengan seksama, mengerjakan aktivitas belajar dan menyelesaikan latihan.

### B. Materi Dan Kegiatan Belajar

#### 1. Pengantar Ilmu Kewirausahaan

Kewirausahaan, tentu istilah ini sering anda dengar bukan? kewirausahaan akrab di telinga kita dengan berbagai istilah, mulai dari pedagang, penjual, wiraswasta, pebisnis, saudagar, kreator, *entrepreneur*, *sosioentrepreneur*, *technopreneur*, *start up*, pebisnis online hingga istilah baru yang muncul seiring dengan perkembangan penggunaan istilah wirausaha. Namun semua bermakna satu yaitu WIRAUSAHA.

Sebagai seorang mahasiswa, tentunya anda memiliki tujuan dalam melaksanakan pendidikan. Secara umum dalam karir seseorang yang berpendidikan tinggi, terdapat tiga pilihan yang dituju untuk mendapatkan penghasilan, yakni:

- Mencari pekerjaan sebagai karyawan orang lain atau menjadi Aparatur Sipil Negara (ASN).
- Menjadi Wirausaha
- Menjadi karyawan/ASN/PNS sambil berwirausaha

Setiap pilihan karir adalah baik, dengan prinsip yang dihasilkan adalah halal dan bermanfaat, serta memiliki berkah bagi kehidupan pelakunya dan orang-orang yang dinafkahi. Namun tidak semua keinginan dalam mendapatkan karir dan pekerjaan dapat dengan mudah diraih. Hal ini terkait dengan kesempatan kerja yang semakin menipis di Indonesia dan tantangan persaingan global yang semakin meningkat.

Persaingan untuk mendapatkan lowongan pekerjaan adalah suatu yang menjadi persoalan klasik di negara ini, bagi lulusan perguruan tinggi sekalipun. Persoalan ini diperparah dengan adanya pembukaan kesempatan berkarir secara global melalui Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) yang menjadikan kompetensi dan

keahlian secara global menjadi prioritas para pengguna Sumber Daya Manusia (SDM). Sedangkan kesiapan kita sebagai negara yang masih berkembang dengan segala keterbatasan menyebabkan daya saing SDM Indonesia tidak memiliki daya saing memadai dibandingkan level lulusan internasional.

Membicarakan persoalan ini maka mahasiswa Indonesia harus benar-benar membuka pikiran tentang berwirausaha sebagai hal yang bersifat urgensi. Membuka pola pikir (*mindset*) maju dengan orientasi motivasi mencipta peluang kerja dan bukan pencari kerja adalah hal yang penting dibahas dalam setiap pertemuan para motivator wirausaha. Karena setiap tahun jumlah pengangguran akan bertambah akibat dari semakin sempitnya lapangan kerja dan ribuan wisudawan baru yang memenuhi pasar pencari kerja. Persoalan lainnya adalah bahwa beberapa peluang kerja manusia yang digantikan oleh mesin sebagai dampak bahwa perkembangan teknologi semakin pesat dan tidak terelakkan lagi.

Negera-negara diseluruh dunia berpacu dalam mengembangkan pendidikan Kewirausahaan, sebagai solusi dari tantangan kehidupan ekonomi suatu negara. Dengan adanya mata kuliah kewirausahaan maka mahasiswa dapat meningkatkan wawasan

terhadap dunia kewirausahaan serta memotivasi mahasiswa untuk terlibat langsung dalam dunia wirausaha. Mahasiswa diharapkan memiliki motivasi dan mental seorang wirausahawan muda yang tangguh sehingga mereka dapat berkontribusi dalam meningkatkan perekonomian negara.

### **Kegiatan Belajar 1**

Tuliskan tujuan anda dalam melaksanakan pendidikan terkait dengan pilihan karir untuk mendapatkan penghasilan!

---

---

---

---

---

---

---

---

### **2. Definisi Wirausaha Dan Kewirausahaan**

Berdasarkan dari asal kata atau secara etimologi, wirausaha berasal dari dua kata “wira” dan “usaha. Kata “wira” dalam bahasa Indonesia memiliki makna pahlawan atau seseorang yang bersifat jantan, diartikan juga sebagai pejuang, manusia yang memiliki keunggulan, teladan,

berjiwa patriot, gagah berani dan berwatak agung atau mulia. Sedangkan kata “usaha” memiliki makna suatu kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud, pekerjaan (perbuatan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya) untuk mencapai sesuatu. (KKBI Online, 2020).

Berdasarkan dua makna kata yang telah dijabarkan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa wirausaha adalah seseorang yang memiliki keunggulan sikap pada ketangguhan, pribadi yang jantan dan pejuang yang menjalankan suatu perbuatan, upaya dengan mengerahkan seluruh tenaga, pikiran dan tubuhnya agar dapat berhasil dan mencapai tujuan.

Djarmiko (2011) mengatakan wirausaha atau wiraswasta atau saudagar merupakan istilah yang melekat pada diri seseorang yang mampu berdiri sendiri karena keunggulan yang dimiliki dalam bidang usaha. Kasmir (2011), menyatakan bahwa Secara sederhana arti wirausahawan (*entrepreneur*) adalah orang yang berjiwa berani mengambil risiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Menurut Suryana, dkk (2010) Kreatif merupakan ciri dan sikap dasar dari seorang wirausaha, seorang wirausaha menunjukkan sikap kreatif, inovatif, memiliki keberanian mengambil resiko, mampu

bekerjakeras dalam membentuk dan mengembangkan usahanya.

Hower dan Link (2015) merumuskan 12 konsep pengertian wirausaha sebagai personal dengan dengan kemampuan;

- a. Wirausaha adalah seseorang yang berani mengambil resiko dengan keadaan ketidakpastian
- b. Wirausaha adalah seseorang yang memasok modal keuangan
- c. Wirausaha adalah seorang inovator
- d. Wirausaha adalah pengambil keputusan
- e. Wirausaha adalah seorang pemimpin industri
- f. Wirausaha adalah seorang manajer dan pengawas proyek bisnis
- g. Wirausaha adalah seorang penyelenggara dan koordinator sumber ekonomi
- h. Wirausaha adalah seorang pemilik perusahaan
- i. Wirausaha adalah pemberi kerja dari faktor-faktor produksi
- j. Wirausaha adalah seorang kontraktor
- k. Wirausaha adalah arbitrasur (penyelesai satu sengketa)
- l. Wirausaha adalah pengalokasi sumber daya di antara pengguna alternatif.

Dewi, M (2020) mendefinisikan bahwa kewirausahaan secara garis besar merupakan

sebuah proses, aktivitas dan sikap tentang nilai, kemampuan, sikap, dan perilaku seseorang dalam memenuhi tantangan dalam kehidupannya (individu/organisasi). Kewirausahaan adalah proses suatu kegiatan untuk meningkatkan nilai tambah sumber-sumber daya yang ada.

Kewirausahaan merupakan suatu kemampuan dan watak dalam proses melaksanakan kegiatan berwirausaha. Kewirausahaan terimplementasi dalam nilai-nilai dan sikap yang diperlukan untuk berusaha. Watak ini mewujudkan ide kreatif dan inovatif dalam mengendalikan usaha. Dengan demikian ruang lingkup kewirausahaan mencakup seluruh proses yang mengandung nilai-nilai dan karakter yang tangguh dalam berwirausaha yang dapat juga dikatakan sebagai akhlak (perilaku) dalam melaksanakan kegiatan usaha, kewirausahaan mencakup sikap yang mengikuti proses dan perkembangan kewirausahaan termasuk kemampuan dalam menyikapi perkembangan teknologi dan perubahan dalam masyarakat.

Berdasarkan makna wirausaha dan kewirausahaan yang telah dikemukakan berdasarkan pendapat para pakar di atas maka dapat dijelaskan beberapa konsep kesimpulan bahwa;

- a. Istilah wirausaha banyak dikemukakan dengan berbagai makna yang hingga saat ini belum memutuskan satu kesepakatan nilai-nilai yang menjadi ciri khusus seorang wirausaha
- b. Wirausaha adalah pribadi yang melakukan aktivitas usaha dengan berbagai bentuk kegiatan dengan tujuan untuk mendapatkan keberhasilan untuk dirinya dan untuk organisasinya
- c. Wirausaha memiliki ciri kepribadian unggul yang menjadi definisi dari wirausaha itu sendiri
- d. Kewirausahaan adalah aktivitas yang dilakukan oleh seorang pewirausaha.
- e. Pengertian wirausaha dan kewirausahaan berkembang dari masa ke masa dan hingga saat ini masih bergulir untuk merumuskan satu kesimpulan.

## Kegiatan Belajar 2

Setelah membaca uraian materi definisi kewirausahaan kerjakanlah aktivitas berikut!

1. Tuliskan teori definisi kewirausahaan dari 3 orang ahli yang menurut anda paling sesuai dengan pendapat anda dalam merumuskan definisi kewirausahaan!

a. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

b. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

c. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

2. Tuliskan definisi kewirausahaan menurut pendapat anda:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Setelah memahami tentang makna istilah wirausaha dan kewirausahaan, selanjutnya Anda juga selayaknya mengetahui apa tujuan mempelajari ilmu Kewirausahaan. Secara umum tujuan belajar kewirausahaan adalah agar Anda memiliki kemampuan sebagai berikut:

- a. Mahasiswa berpikir kritis, kreatif, sistemik, ilmiah, berwawasan luas, dan memiliki etos kerja.
- b. Mahasiswa memiliki semangat berwirausaha dan jiwa bisnis.
- c. Mahasiswa memiliki kesadaran akan pentingnya ilmu pengetahuan untuk memulai dan mengembangkan bisnis.
- d. Mahasiswa memiliki kesadaran untuk merubah budaya mencari kerja menjadi budaya menciptakan kerja dan menciptakan lapangan kerja.
- e. Mahasiswa memiliki kesadaran untuk melakukan perubahan dengan melahirkan kemampuan dan memiliki cita-cita yang tinggi.

Sedangkan tujuan khusus Anda mempelajari ilmu Kewirausahaan adalah sebagai berikut:

- a. Agar memiliki minat kemauan dan kemampuan menjadi wirausahawan
- b. Agar termotivasi untuk mendirikan usaha, terutama usaha kecil dan menengah



### C. Rangkuman

Pada prinsipnya kewirausahaan (*entrepreneurship*) adalah suatu sikap, jiwa dan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dengan inovasi dan kreativitas yang sangat bernilai dan berguna bagi dirinya dan orang lain. Kewirausahaan merupakan sikap mental dan jiwa yang selalu aktif atau kreatif berdaya, bercipta, berkarya dan bersahaja dan berusaha dalam rangka meningkatkan pendapatan dalam kegiatan usaha atau kiprahnya. Dengan demikian kewirausahaan merupakan kegiatan atau proses ataupun aktivitas yang dilakukan oleh seorang wirausaha. Kewirausahaan adalah aktivitas yang dilakukan sedangkan wirausaha adalah pribadi yang melakukannya.

Kewirausahaan merupakan suatu kemampuan dan watak dalam proses melaksanakan kegiatan berwirausaha, berupa nilai-nilai dan sikap yang diperlukan untuk berusaha. Watak ini mewujudkan ide kreatif dan inovatif dalam mengendalikan usaha. Ruang lingkup kewirausahaan mencakup seluruh proses yang mengandung nilai-nilai dan karakter yang tangguh dalam berwirausaha yang dapat juga dikatakan sebagai akhlak (perilaku) dalam melaksanakan kegiatan usaha, kewirausahaan mencakup sikap yang mengikuti proses dan perkembangan kewirausahaan termasuk

kemampuan dalam menyikapi perkembangan teknologi dan perubahan dalam masyarakat.

#### **D. Latihan**

Setelah membaca materi dan menyelesaikan aktivitas-aktivitas belajar pada BAGIAN I, jawablah pertanyaan berikut untuk menguji pemahaman anda tentang materi yang disampaikan. Selamat mengerjakan latihan!

1. Jelaskan makna istilah dari kata WIRA dan USAHA dalam membentuk pemahaman tentang kewirausahaan!

---

---

---

---

---

---

---

2. Tuliskan kesimpulan anda mengenai arti dari definisi-definisi kewirausahaan!

---

---

---

---

---

---

---

3. Jelaskan manfaat belajar kewirausahaan!

---

---

---

---

---

---

---

4. Jelaskan peran penting wirausaha bagi suatu negara!

---

---

---

---

---

---

---

5. Jelaskan apakah pembelajaran Kewirausahaan yang anda lakukan ini akan bermanfaat bagi masa depan anda!

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

# BAGIAN II

## KARAKTER WIRAUSAHA

---

### A. Tujuan Pembelajaran

Materi ini terkait dengan materi sebelumnya mengenai konsep dasar wirausaha. Pada dasarnya kewirausahaan memiliki kekhususan terhadap perilaku sukses yang ditunjukkan melalui proses berwirausaha terutama pada ciri tanggungjawab dalam mengambil resiko dan nilai inovasi serta kreativitas. Bagian II ini dikemukakan materi mengenai pendidikan kewirausahaan sebagai suatu disiplin ilmu yang bertujuan untuk membentuk karakteristik wirausaha sukses khususnya pada tantangan perkembangan teknologi informasi dan media usaha yang berbasis internet. Pelajarilah Bagian II ini dengan membaca materi dengan seksama, mengerjakan aktivitas belajar dan menyelesaikan latihan

### B. Materi dan Kegiatan Belajar

#### 1. Karakteristik Wirausaha

Definisi karakter secara Etimologi: “*character*” dalam bahasa Latin berarti *instrument of narking*, dalam bahasa Prancis

disebut "*charessein*" berarti *to engrove* atau mengukir, dan istilah "watak" dalam bahasa Indonesia berarti sifat pembawaan yang mempengaruhi tingkah laku; budi pekerti; tabiat; perangai. Secara Terminologi Karakter adalah sifat kejiwaan, akhlak atau budi pekerti yang menjadi ciri khas seseorang atau sekelompok orang. Definisi karakter menurut "*English Dictionary*" bermakna suatu kualitas yang dimiliki oleh seseorang yang membedakan dirinya dengan orang lain. Jika seseorang memiliki karakter khusus berarti seseorang itu memiliki kualitas yang khusus dalam dirinya.

Karakteristik berarti ciri atau perwatakan dari sesuatu yang muncul secara teratur sehingga tingkah laku menjadi lebih konsisten dan mudah di perhatikan. Dapat diartikan pula bahwa Karakteristik merupakan ciri yang secara alamiah melekat pada diri seseorang. Dengan demikian karakteristik dari seorang Wirausaha adalah ciri yang melekat dan menjadi penanda dari diri seorang apakah dia seorang wirausaha atau bukan.

Banyak kajian yang mengemukakan mengenai karakteristik seorang Wirausaha. Pandangan para ahli muncul sesuai dengan nilai-nilai yang mencirikan sikap dan perilaku yang muncul dari seorang yang patut dinyatakan sebagai seorang wirausaha. Karakteristik

Wirausaha yang mencari cirri tersebut dikemukakan oleh para ahli dalam beberapa buku-buku kewirausahaan yang populer dan penelitian-penelitian sebagai berikut:

- a. Suryana (2010:1) mengemukakan bahwa kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Dengan demikian karakteristik seorang wirausaha adalah kemampuan untuk menghadirkan ide kreatif dan inovatif dalam memanfaatkan sumber daya.
- b. Tambunan (2014) menyebutkan bahwa kewirausahaan harus memiliki karakter berikut: (1) kesediaan untuk melayani, (2) reputasi yang baik. (3) berpikir positif, (4) dedikasi, (5) kemampuan beradaptasi, (6) sikap belajar dengan berpikiran terbuka, (7) kemampuan manajerial yang efektif, termasuk mentoring yang efektif, coaching, konseling, memfasilitasi dan jaringan.
- c. Peter Drucker (1985), mengklaim bahwa inovasi adalah alat utama kewirasusahaan. Dia mengacu pada inovasi sebagai pencarian sistematis untuk perubahan sebagai peluang pasar baru, produk

Kajian teoritis tentang karakteristik wirausaha yang dikemukakan di atas menyatakan bahwa

banyak karakteristik unggul yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha yang dapat menjadi ciri dari seorang wirausaha yang sukses. Untuk memulai berusaha, mempertahankan maupun mengembangkan usahanya, karakteristik tersebut memberikan pengaruh terhadap perilaku yang muncul dari sikap yang ditunjukkan oleh seorang wirausaha.

## **2. Faktor-Faktor Pembentuk Karakter Wirausaha**

Seorang wirausaha yang sukses harus memiliki karakter wirausaha seperti yang telah dikemukakan dalam kajian sebelumnya. Karakter tersebut tentu saja tidak terbentuk begitu saja, namun ada pendidikan atau pengaruh dari lingkungan yang mengantarkan seorang wirausaha memiliki karakter khusus yang menunjang kesuksesannya dalam berwirausaha. Interaksi dengan lingkungan adalah faktor yang berperan penting dalam pembentukan karakter.

Meski pada dasarnya karakter terkait dengan watak, perilaku, tabiat seseorang, namun lingkungan adalah pendorong atau pembentuk dari karakter seseorang, termasuk pembentuk karakter wirausaha. Karakter wirausaha yang baik akan membentuk kearah positif dalam perkembangan usaha.

Pembentukan karakteristik berwirausaha yang diantaranya ditentukan oleh faktor

lingkungan dari Wirausaha yakni lingkungan keluarga, sekolah dan masyarakat, Hikmatul (2004) menyatakan mengenai psikologi wirausaha yang menyatakan bahwa dalam pembentukan karakteristik wirausaha terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi yakni:

- a. Lingkungan keluarga dan masa kecil. Beberapa penelitian yang berusaha mengungkap mengenai pengaruh lingkungan keluarga terhadap pembentukan semangat berwirausaha.
- b. Pendidikan. Faktor pendidikan juga tak kalah memainkan penting dalam penumbuhan semangat kewirausahaan. Pendidikan tidak hanya mempengaruhi seseorang untuk melanjutkan usahanya namun juga membantu dalam mengatasi masalah dalam menjalankan usahanya.
- c. Nilai-nilai Personal. Nilai personal akan membedakan seorang wirausaha dengan pengusaha lain terutama dalam menjalin hubungan dengan pelanggan, supplier, dan pihak-pihak lain, serta cara dalam mengatur organisasinya.
- d. Pengalaman Kerja. Pengalaman kerja tidak sekedar menjadi salah satu hal yang menyebabkan seseorang untuk menjadi seorang entrepreneur. Pengalaman ketidakpuasan dalam bekerja juga turut

menjadi salah satu pendorong dalam mengembangkan usaha baru.

### Kegiatan Belajar 1

Kerjakanlah Tugas 2 berikut ini:

Kenalilah karakter wirausaha yang ada didalam diri anda, kemudian isilah lembar kuesioner dengan mencocokkan pilihan jawaban sesuai dengan karakter anda masing-masing.

No.	Pernyataan	SL (5)	SR (4)	KD (3)	JR (3)	TP (1)
1.	Saya memiliki kemampuan untuk berfikir tentang hal-hal yang baru					
2.	Saya berkomitmen didalam mengerjakan sesuatu					
3.	Saya bertanggungjawab dalam menyelesaikan suatu tugas/persoalan					
4.	Saya tidak suka bergantung pada pertolongan orang lain					
5.	Saya mengerjakan sesuatu dengan mandiri					
6.	Saya memikirkan sesuatu untuk dapat dikembangkan sehingga memiliki nilai manfaat					

7.	Saya bersedia menanggung resiko						
8.	Saya mempertimbangkan faktor kegagalan dalam memutuskan sesuatu						
9.	Saya ingin berprestasi lebih tinggi dari orang lain						
10.	Saya menghadapi sendiri persoalan-persoalan hidup saya						
11.	Saya menatap masa depan dengan optimis						
12.	Saya mencari peluang yang lebih baik						
13.	Saya memiliki jiwa kepemimpinan						
14.	Saya memiliki kemampuan dalam memanajemen kelompok						
15.	Saya percaya diri dalam melakukan sesuatu						
<p><b>Ket:</b> SL= Selalu SR= Sering KD= Kadang-kadang JR= Jarang TP= Tidak Pernah</p>							

**Analisis:**

Lakukan penjumlahan skor yang anda peroleh.  
Lakukan penghitungan persentase dengan rumus  
Persentase (%) =  $\text{Skor}/75 \times 100$

**Interpretasi % dalam karakter Wirausaha:**

100%-90% = Sangat Kuat  
89%-80% = Kuat,  
79%-65% = Cukup/Sedang  
65%-55% = Lemah  
54%-0% = Sangat Lemah

Berdasarkan hasil analisis terhadap Karakter wirausaha yang anda miliki lakukanlah pendekatan terhadap diri sendiri untuk meningkatkan tingkat/level karakter wirausaha didalam diri anda. Karakter wirausaha dapat berubah sesuai dengan upaya pribadi yang ada lakukan dalam mengasah karakter wirausaha.

**C. Rangkuman**

Karakteristik dari seorang wirausaha adalah ciri yang melekat dan menjadi penanda dari diri seorang apakah dia seorang wirausaha atau bukan. Untuk memulai berusaha, mempertahankan maupun mengembangkan usahanya, karakteristik tersebut memberikan pengaruh terhadap perilaku yang muncul dari sikap yang ditunjukkan oleh seorang

wirausaha. Keberadaan faktor-faktor pembentuk karakter wirausaha mempengaruhi pembentukan dan ketangguhan seorang wirausaha. Membangun karakteristik kewirausahaan harus terus menerus dilakukan oleh siapapun yang peduli terhadap masa depan dirinya, keluarga dan masyarakat, salah satu jalur untuk membentuk ketangguhan seorang wirausaha adalah melalui pendidikan kewirausahaan.

#### **D. Latihan**

Setelah membaca materi dan mengerjakan aktivitas belajar pada Bagian II ini, selanjutnya silahkan kerjakan latihan berikut!

1. Jelaskanlah pengertian dari karakteristik wirausaha yang menjadi ciri dari seorang yang melakukan proses Kewirausahaan!

Jawab:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

2. Jelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi karakteristik wirausaha dalam diri seseorang!

Jawab:

---

---

---

---

---

---

---

---

3. Kemukakan dengan contoh bagaimana keluarga dapat membentuk karakter bertanggungjawab yang dibutuhkan dalam berwirausaha!

---

---

---

---

---

---

---

---

4. Jelaskan peran pendidikan Kewirausahaan dalam pembentukan karakter kewirausahaan dan Kemukakan pandanganmu tentang upaya yang dapat dilakukan melalui pendidikan untuk membentuk karakter wirausaha dimasa yang akan datang!

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

5. Kemukakan karakteristik khusus yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha internet agar dapat bertahan dalam persaingan perdagangan melalui jaringan internet!

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

# **BAGIAN III**

## **IDE DAN GAGASAN WIRUSAHAAN**

### **BERDASARKAN POTENSI MASALAH**

---

#### **A. Tujuan Pembelajaran**

Tujuan mempelajari Bagian III ini adalah memberikan pengetahuan kepada mahasiswa mengenai bagaimana gagasan dalam berwirausaha dapat muncul berdasarkan adanya potensi masalah dalam kehidupan sehari-hari, bagaimana mengembangkan ide dari persoalan serta kebutuhan berdasarkan analisis pada masalah yang muncul di lingkungan sekitar.

Setelah membaca materi pada Bagian III ini diharapkan anda mampu mengembangkan gagasan menjadi sebuah ide yang kemudian diwujudkan dalam proyek wirausaha bersama dengan kelompok kerja anda pada minggu-minggu berikutnya. Melalui pembelajaran ini diharapkan anda mampu mengembangkan sikap kreatif, membangun ide yang inovatif dalam mengemukakan gagasan, sehingga dapat mewujudkan ide dengan tantangan dalam berbisnis dimasa yang akan datang. Materi pada Bagian III ini adalah dasar dari aktivitas belajar selanjutnya, karena itu penting memahami materi

ini dan melaksanakan tugas praktek dalam aktivitas-aktivitas belajar yang disediakan.

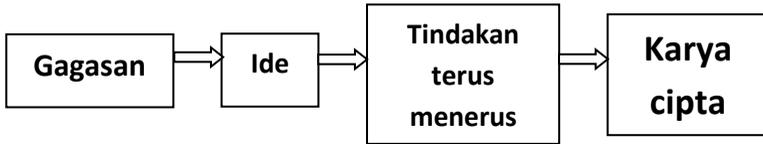
## **B. Materi Dan Kegiatan Belajar**

### **1. Pengertian Gagasan Dan Ide Usaha**

Gagasan adalah suatu yang dapat mendatangkan inspirasi pelaku yang mendorong munculnya suatu ide usaha dan menduga lebih awal apakah ide yang muncul ini akan dapat menghasilkan suatu nilai tambahan atau tidak. Untuk seorang wirausaha gagasan adalah hal yang menjadi awal penciptaan suatu usaha. Alwi (2007) dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengartikan “ide” sebagai rancangan yang tersusun di pikiran. Artinya sama dengan gagasan atau cita- cita. Selama ide belum dituangkan menjadi suatu konsep dengan tulisan maupun gambar yang nyata, maka ide masih berada di dalam pikiran. Ide yang sudah dinyatakan menjadi suatu perbuatan adalah karya cipta.

Mengembangkan ide menjadi karya cipta membutuhkan serangkaian proses berpikir yang logis, realisasi yang memerlukan kerjakeras yang terus menerus hingga antara ide awal yang muncul di pikiran dan karya cipta memiliki bersesuaian dengan kenyataan. Dalam skema dapat dijelaskan perjalanan gagasan menjadi

sebuah karya cipta dalam usaha, seperti Gambar 2. berikut:



**Gambar 1.** Alur Munculnya Gagasan untuk menjadi Karya Cipta Usaha

Berdasarkan alur proses munculnya gagasan untuk menjadi karya cipta yang dikemukakan di atas, maka dapat dijelaskan bahwa gagasan merupakan inspirasi untuk memunculkan ide. Jika sudah ada ide, hal pertama yang harus dilakukan adalah bergerak, karena tanpa bergerak terus menerus maka ide hanyalah menjadi sebuah pemikiran saja.

Upaya dalam melakukan tindakan usaha diiringi dengan perbaikan dan perpaduan ide lainnya untuk memantapkan suatu karya cipta usaha. Hal inilah yang harus mendapatkan apresiasi hukum dan perlindungan, agar tidak terjadi pencurian ide yang merupakan karya cipta seseorang.



akan peluang bisnis bagi orang-orang ini dalam kenyataan biasanya dimiliki oleh mereka yang telah berpengalaman dalam bisnis. Intuisi bisnis yang tajam terlahir dari pengalaman bisnis yang panjang.

Tipe kedua, adalah tipe yang meski melakukan telaah panjang dan penyelidikan untuk mendapatkan suatu ide bisnis. Telaah yang rumit, bahkan berulang kali mengumpulkan gagasan tetap gagal menjadikan sebuah ide. Pemikiran akan pembatahan akan gagasan yang muncul karena kurangnya pengetahuan dapat menjadi hambatan dalam mewujudkan ide bisnis. Tipe ini termasuk tipe pemula, dibutuhkan latihan dalam memperoleh ide dalam bisnis. Latihan dapat dimulai dari hal-hal yang paling dekat dengan kemampuan sendiri, peluang terdekat dengan lingkungan sendiri, dan hal yang menjadi kekuatan serta peluang terdekat bagi seseorang.

Meski demikian, pada dasarnya ide bisnis itu datang apabila kita berusaha mencarinya dengan menggali informasi dan pandai membaca peluang untuk membuat suatu usaha baru. Terkadang suatu ide muncul pada saat kita sedang berfikir keras menentukan bidang bisnis yang akan kita buat, terkadang dapat muncul hanya dengan melihat satu aktivitas masyarakat, atau dari suatu masalah yang terjadi dimasyarakat dan menyebabkan terhambatnya

pencapaian kebutuhan masyarakat. Disinilah dibutuhkan keterampilan menemukan ide.

Seseorang yang memiliki kemampuan dalam melihat dan menilai peluang bisnis akan lebih mudah menangkap ide yang dapat dijadikan peluang dalam berbisnis. Ide yang muncul sebaiknya dituangkan dalam bentuk perbuatan bisnis dalam skala kecil terlebih dahulu. Hal ini bertujuan untuk mengantisipasi persoalan dan resiko yang tidak terduga yang muncul akibat kurangnya pertimbangan dan perhitungan pada hal-hal yang tidak hadir dalam analisis usaha.

Kepandaian dalam membaca peluang bisnis penting dimiliki dan diasah oleh seorang wirausaha. Karena ide bisnis muncul dengan membutuhkan kepandaian dan kreativitas dalam mengaktualisasikannya. Realitas dari ide yang dimunculkan perlu mendapatkan dukungan dari karakteristik yang ada didalam diri seorang wirausaha. Seorang wirausaha membutuhkan kepandaian dalam membaca peluang bisnis, mengamati kondisi sekitar, menganalisa fenomena, dan berpikir kreatif untuk menentukan suatu bisnis apa yang mungkin banyak diminati oleh para konsumen.

## Kegiatan Belajar 2

Berdasarkan Kegiatan 2, kelompokan IDE BISNIS anda yang memiliki peluang untuk dilakukan. Kemukakan dengan alasan yang realistis tentang peluang tersebut dengan pemikiran yang kritis dan ide kreatif.

IDE BISNIS	ALASAN

### 3. Metode Mengenal Gagasan Usaha

Para Wirausaha selayaknya mengenali gagasan usaha yang muncul dengan lebih teliti dan hati-hati. Untuk dapat menuangkan dalam perbuatan/proses wirausaha maka terdapat metode yang dilakukan dalam mengenal lebih baik gagasan usaha. Metoda tersebut adalah:

#### a. Inovasi Teknologi

Metode ini adalah suatu cara untuk mengenali ide dengan cara melakukan pencarian terobosan atau temuan, maupun melakukan perbaikan dari teknologi yang telah ada sehingga semakin hari semakin banyak ragamnya.

#### b. Pencarian Langsung

Penjaringan ide usaha dapat dilakukan dengan cara mencari langsung melalui suatu riset yang telah dirancang secara teliti, dengan tujuan untuk menemukan produk atau usaha baru. Cara seperti ini umumnya dapat dikelompokkan kedalam katagori yaitu:

##### 1) Riset Aplikasi

Riset aplikasi dilakukan dengan cara pelaku secara aktif mencari produk yang ada dipasar. Produk baru yang telah di komersialkan dipasar, diambil dan diteliti untuk dicari cara-cara melakukan adopsi dengan

mengadakan berbagai modifikasi sehingga terlihat sebuah produk yang lain atau berbeda dari produk yang sudah ada sebelumnya.

## 2) Riset Dasar

Riset yang bertujuan untuk menemukan produk baru dan belum pernah ada di dunia saat ini.

### c. Analisis Pemakaian Akhir

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

### d. Metode Kreatif

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

menarik dan bersifat populer untuk para remaja.

e. Metode Aliansi, Akuisisi, dan Lisensi

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

Sedangkan untuk dapat mewujudkan ide dalam bentuk usaha yang nyata maka diperlukan penilaian dan penjaringan ide dengan beberapa hal yakni:

- a. Ide yang akan diwujudkan nyata harus memiliki nilai efisiensi dalam penggunaan. Harus dapat diwujudkan secara realistis, memiliki keberbedaan dan nilai unggul dari produk lainnya.
- b. Melakukan analisis terhadap peluang dari produk



## FORMAT LAPORAN GAGASAN USAHA

Nama :

Nama Usaha :

### GAGASAN USAHA

---

---

---

---

---

### IDE

---

---

---

---

---

---

### TINDAKAN YANG AKAN DILAKUKAN MEWUJUDKAN IDE

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

#### 4. Identifikasi Masalah Dalam Gagasan Dan Ide Usaha

Inti dari sebuah bisnis yang sukses adalah “Ide yang bagus”. Beberapa ide yang telah dijadikan suatu karya cipta terkadang tampak begitu sederhana, sehingga membuat banyak orang bertanya-tanya “mengapa tidak ada yang memikirkan sebelumnya”. Beberapa pakar wirausaha internet yang mendunia dengan penghasilan dan kesuksesannya sebegini besar menyatakan bahwa inspirasi (gagasan) yang muncul datang dari berbagai sumber yang tidak terduga dalam keseharian. Gagasan yang muncul pada seseorang yang memiliki kecintaan pada suatu bidang akan membangkitkan kegairan dan pemikiran alam bawah sadar untuk menumbuhkannya menjadi sebuah ide.

Point utama untuk mendapatkan gagasan yang bagus adalah dengan “Memperhatikan: Hal apa yang mengganggu disekitarmu??...” Munculnya gagasan berdasarkan persoalan yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari yang meski dicarikan jalan keluarnya akan menjadi satu gagasan yang luar biasa serta berpotensi mendapatkan peluang untuk diwujudkan dengan lebih mudah.

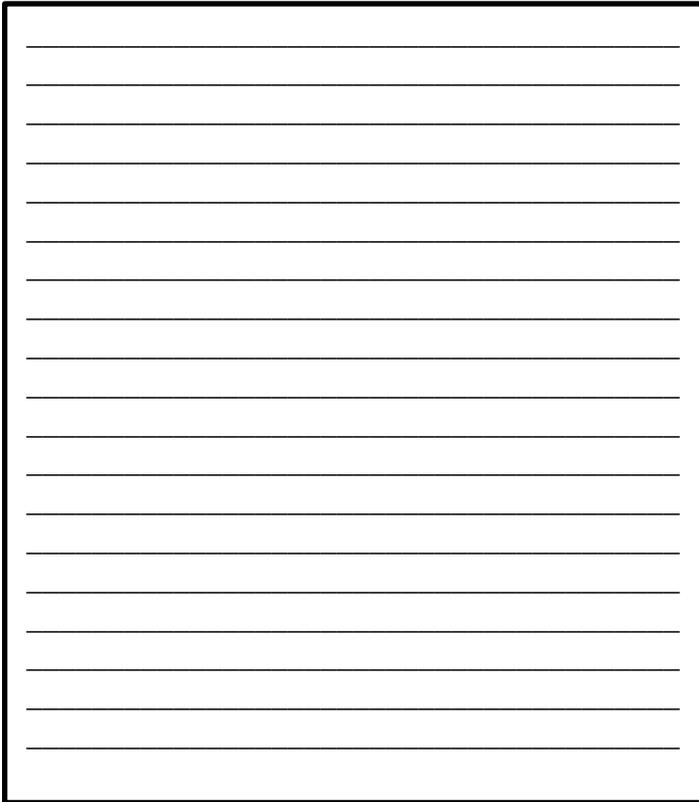
Kejelian dalam menangkap adanya gangguan atau masalah untuk dijadikan peluang terkait dengan **sense of business** dalam diri

seseorang. Satu dengan lain manusia memiliki *sense of business* yang berbeda, maka dari itu gagasan bisnis tidak serta merta dapat muncul dalam kadar yang sama antara satu orang dengan lainnya. Dalam berbisnis melalui internet, memiliki gagasan yang unik untuk menjawab kebutuhan dunia luas akan suatu masalah dapat menjadi kata kunci dalam mengembangkan suatu ide. Gagasan untuk wirausaha pemula sering dimulai dengan masalah yang perlu dipecahkan yang terkadang muncul di saat seseorang sedang memiliki keterkaitan dengan persoalan tersebut.

#### **Kegiatan Belajar 4**

Anda telah melakukan metode KREATIF dalam menemukan ide usaha. Selanjutnya untuk meningkatkan kemampuan anda dalam menganalisis peluang usaha sesuai dengan peluang masalah yang ada dimasyarakat.

**Lakukanlah pengembangan ide berdasarkan identifikasi masalah yang muncul. Kemukakan dengan jelas satu masalah yang ada dimasyarakat persoalan yang akan anda selesaikan melalui usaha/bisnis yang akan anda rintis.** Diskusikan dan bandingkan hasil identifikasi yang anda temukan dengan rekan sekelas.



## **5. Mencari Gagasan Usaha Dengan Metode ATM**

Istilah metode gagasan ATM sudah sering didengar dikalangan mahasiswa, terutama dalam menulis tugas akhir. Metode ATM yang merupakan singkatan dari Amati Tiru dan Modifikasi sering dilakukan oleh pencetus ide untuk memudahkan dalam menemukan topic yang akan diangkat menjadi penelitian. Demikian pula dengan pada wirausaha, metode ATM

sering menjadi pola dalam membuat gagasan usaha. Dalam mencari ide khususnya ide untuk mendirikan atau memulai suatu usaha ada salah satu metode yang cukup tepat dan dapat diterapkan. Jika dijelaskan secara ringkas metode ini berisi perintah untuk mengamati usaha yang sudah ada sebelumnya, meniru usaha tersebut dan memodifikasinya. Tahapan-tahapan dalam metode ini yaitu sebagai berikut:

- a. Mempelajari usaha yang sudah ada
- b. Mengkaji input dan output suatu usaha
- c. Menganalisa tren populasi dan data demografi
- d. Mengkaji trend ekonomi
- e. Meniru dan memodifikasi 4P
  - *Place*
  - *Price*
  - *Product*
  - *Promotion*

## **6. Mencari Gagasan Dan Sumber Gagasan Usaha**

Bagaimana mencari gagasan usaha...? Telah dikemukakan sebelumnya bahwa gagasan usaha tidak dapat dengan mudah ditemukan. Bagi calon wirausaha yang tidak memiliki Gagasan usaha dapat dilakukan secara bertahap. Awali dengan melakukan survei, setelah itu dilakukan pencocokan hasil survei

dengan pengalaman pribadi sebelumnya atau dengan mengkaji hasil survei berdasarkan referensi yang pernah dibaca. Sehubungan dengan ide atau gagasan usaha yang sedang dicari ini. Ketiga kegiatan ini sebenarnya merupakan tahapan awal dalam melakukan indentifikasi ide atau gagasan usaha. Tentu saja ide atau gagasan usaha tersebut sudah ditemukan maka langkah berikutnya adalah melakukan kajian secara umum dan sudut ekonomi, kemampuan teknis, ketersediaan sumber daya manusia, khususnya yang berkaitan dengan keterampilan yang diperlukan. Jika ide atau gagasan usaha tersebut akan dilaksanakan. Terakhir perlu juga diperlukan kemampuan keuangan yang ada.

Gagasan usaha membutuhkan suatu inovasi, sedangkan untuk menciptakan suatu inovasi memiliki proses yang tidak mudah. Berikut beberapa cara yang dapat dilakukan oleh seorang wirausaha untuk menciptakan inovasi dalam usahanya:

- a. Melihat, menilai dan mempelajari peluang usaha berdasarkan masalah yang ada didalam masyarakat. Satu istilah untuk cara ini adalah menganalisis kebutuhan konsumen.

- b. Meyakinkan diri sendiri bahwa permasalahan dan kebutuhan tersebut adalah fakta dari data yang valid.
- c. Mengurai setiap masalah yang muncul dengan lebih akurat. Mengklasifikasi dan mengidentifikasi masalah-masalah yang dapat menjadi peluang dan tidak.
- d. Mengurai masalah yang ada dalam memperluas cakupan masalah, mengaitkan dengan kemungkinan dapat menjangkau masalah untuk jadi peluang atau tidak
- e. Memperluas daya fikir dengan mengingat dan mencari kesamaan gagasan yang serupa dengan yang terfikirkan. Dengan demikian upaya memodifikasi akan lebih mudah
- f. Mencarikan pemecahan peluang masalah dengan sebuah usaha secara sementara. Menilai dengan tahapan ujicoba penyelesaian masalah dan kemudian menentukan hasilnya
- g. Berusaha menemukan perbaikan, keberbedaan, mengembangkan kemungkinan berhasil dalam memecahkan masalah tersebut.

Setelah menemukan konsep ide usaha yang muncul, seorang wirausaha dapat mengembangkan ide tersebut menjadi

perwujudan usaha. Memulai dengan skala kecil usaha yang dilakukan dan meminta tanggapan dari konsumen untuk perbaikan dan rekomendasi. Masikur (1994) menyatakan bahwa terdapat pula tiga cara dalam mengidentifikasi ide atau gagasan usaha, melakukan beberapa hal penting berikut:

- a. Melakukan survei atau pengamatan langsung ke lokasi
- b. Menghimpun seluruh pengalaman mengenai usaha yang pernah ditekuni sebelumnya
- c. Mendengar atau melakukan diskusi mengenai usaha khusus pada usaha yang sedang diminati saat ini.

Ketiga hal ini dapat dilakukan secara bertahap, artinya jika dilakukan secara bertahap yang ingin menemukan ide atau gagasan akan memulai dengan melakukan survei lebih dahulu, setelah itu dilakukan pencocokan hasil survei dengan pengalaman pribadi sebelumnya atau dengan mengkaji hasil survei berdasarkan referensi yang pernah dibaca.

Beberapa hal yang dapat menjadi sumber gagasan usaha bagi seorang wirausaha menurut Solihin (2006) adalah:

- a. Kebutuhan. Dasar dari sebuah gagasan adalah kebutuhan, berangkat dari kebutuhan yang harus dipenuhi maka akan muncul

gagasan untuk mengatasinya melalui sebuah produk.

- b. Keinginan berinovasi pada hal-hal baru untuk lebih mengefektifkan suatu pemenuhan kebutuhan.
- c. Adanya keahlian dalam membuat gagasan menjadi ide dan karya cipta
- d. Memiliki rasa kesenangan pada hal yang dikembangkan, sehingga muncul ketertarikan untuk mencoba
- e. Memanfaatkan koneksi dan relasi yang dapat memanfaatkan dan menjadi pengguna dari produk
- f. Mengamati kecenderungan yang muncul dilingkungan dapat pula menjadi sumber gagasan. Kecenderungan perubahan perilaku dan kebutuhan adalah fenomena yang besar untuk ditangkap untuk dijadikan peluang usaha.
- g. Mengamati kelemahan atau kekurangan produk yang telah ada sebelumnya, kemudian menciptakan kreasi dan inovasi untuk mengatasi kekurangan
- h. Adanya keinginan mencoba-coba mengembangkan ide.

Penemuan ide atau gagasan yang baik, diperlukan banyak informasi yang berhubungan dengan ide atau gagasan. Memperkaya literatur

gagasan untuk dapat menjadi ide dapat diperoleh dari sumber informasi dan melakukan seleksi dari informasi yang diperoleh. Memilah informasi yang akurat dan mengklarifikasi informasi dari segi kebenaran dan kesesuaiannya dengan kebutuhan dalam pengembangan yang dilakukan.

### **Tugas Kelompok 1**

Ide yang telah dikelompokkan sesuai instuksi tugas 3, 4 dan telah dikembangkan berdasarkan masalah dan kebutuhan sesuai tugas 5, maka selanjutnya lakukanlah tugas ini bersama dengan 4 orang rekan lainnya dalam pekerjaan kelompok:

1. Diskusikan ide anda dan rekan lainnya.
2. Lakukan identifikasi mana ide yang paling mungkin untuk diterima untuk dikembangkan
3. Rumuskan pertanyaan essensial yang menjadi alasan untuk mengembangkan ide. Apakah masalah utama yang menjadi alasan pengembangan produk/jasa dari ide usaha yang dirumuskan. Tuliskan sebagai dasar VISI usaha.
4. Analisis bersama peuang pengembangan ide yang dipilih dengan metode ATM

6. Rumuskan pandangan dalam pengembangan produk/jasa berdasarkan sudut ekonomi, kemampuan teknis, ketersediaan sumber daya manusia, khususnya yang berkaitan dengan keterampilan yang diperlukan
7. Lakukan survey lapangan untuk menganalisis peluang usaha yang telah dirumuskan berbasis kebutuhan dan masalah pada calon pembeli atau pelanggan
8. Buat catatan lapangan hasil survey
9. Bandingkan pandangan awal dalam pengembangan produk/jasa (point nomor 5) dengan hasil survey.
10. Buat laporan kegiatan dengan rinci dengan format MAKALAH
11. Lakukan dengan prinsip berkolaborasi dan teknik komunikasi yang baik antar anggota kelompok.

**SUMBIT TUGAS PADA E LEARNING  
MASING-MASING**

### C. Rangkuman

- Gagasan merupakan inspirasi untuk memunculkan ide. Jika sudah ada ide, hal pertama yang harus dilakukan adalah bergerak, karena tanpa itu, ide hanyalah menjadi sebuah pemikiran saja.
- Upaya dalam melakukan tindakan usaha diiringi dengan perbaikan dan perpaduan ide lainnya untuk memantapkan suatu karya cipta usaha. Hal ini lah yang harus mendapatkan apresiasi hukum dan perlindungan, agar tidak terjadi pencurian ide yang merupakan karya cipta seseorang.
- Seseorang yang memiliki kemampuan dalam melihat dan menilai peluang bisnis akan lebih mudah menangkap ide yang dapat dijadikan peluang dalam berbisnis.
- Seorang wirausaha membutuhkan kepandaian dalam membaca peluang bisnis, mengamati kondisi sekitar, berfikir kreatif untuk menentukan suatu bisnis apa yang mungkin banyak diminati oleh para konsumen.
- Aktivitas pembelajaran yang telah dilakukan bertujuan untuk meningkatkan kemampuan anda dalam mencetuskan ide dan gagasan usaha dengan bentuk kerjasama kelompok.
- Komunikasi dan berkolaborasi adalah satu kemampuan penting bagi seorang wirausaha.

# **BAGIAN IV**

## **ANALISIS SWOT RANCANGAN PROYEK USAHA**

---

### **A. Tujuan Pembelajaran**

Analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor internal (dalam) dan faktor eksternal (luar) yaitu *Strengths*, *Weakness*, *Opportunities* dan *Threats*. Metode ini paling sering digunakan dalam metode evaluasi bisnis untuk mencari strategi yang akan dilakukan. Tujuan Pembelajaran pada BAGIAN IV ini adalah mahasiswa mampu memahami dan melakukan penyusunan analisis SWOT usaha yang akan dilaksanakan, menggambarkan situasi yang terjadi pada usaha.

Mahasiswa diharapkan mampu menjadikan analisis SWOT sebagai instrument melakukan analisis stratejik dalam membaca kekuatan dan pemanfaatan peluang usaha yang akan dirancang, dilaksanakan dan dikembangkan dalam proyek usaha yang dilaksanakan secara berkelompok. Modul Kewirausahaan Berbasis

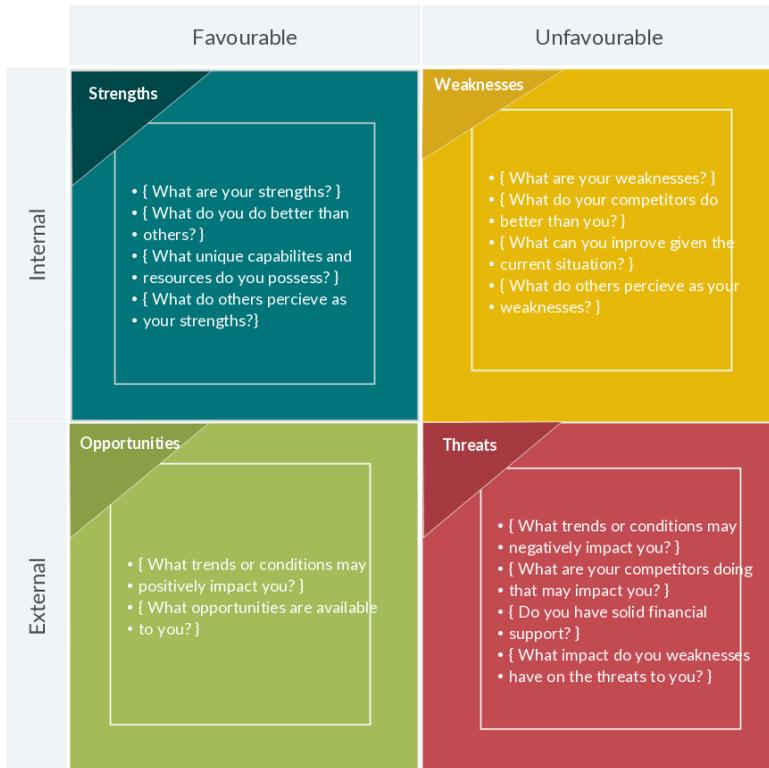
Proyek ini akan memandu anda untuk akhirnya mampu menyusun satu analisis SWOT dengan sebelumnya memahami konsep analisis SWOT, menganalisis empat unsur dalam analisis SWOT untuk merancang strategi sukses dimasa yang akan datang. Ikutilah seluruh aktivitas belajar dan tugas yang diberikan, anda disarankan untuk membaca seluruh informasi dari materi yang disampaikan dan meningkatkan pengetahuan anda dari sumber belajar lainnya.

## **B. Materi Dan Kegiatan Belajar**

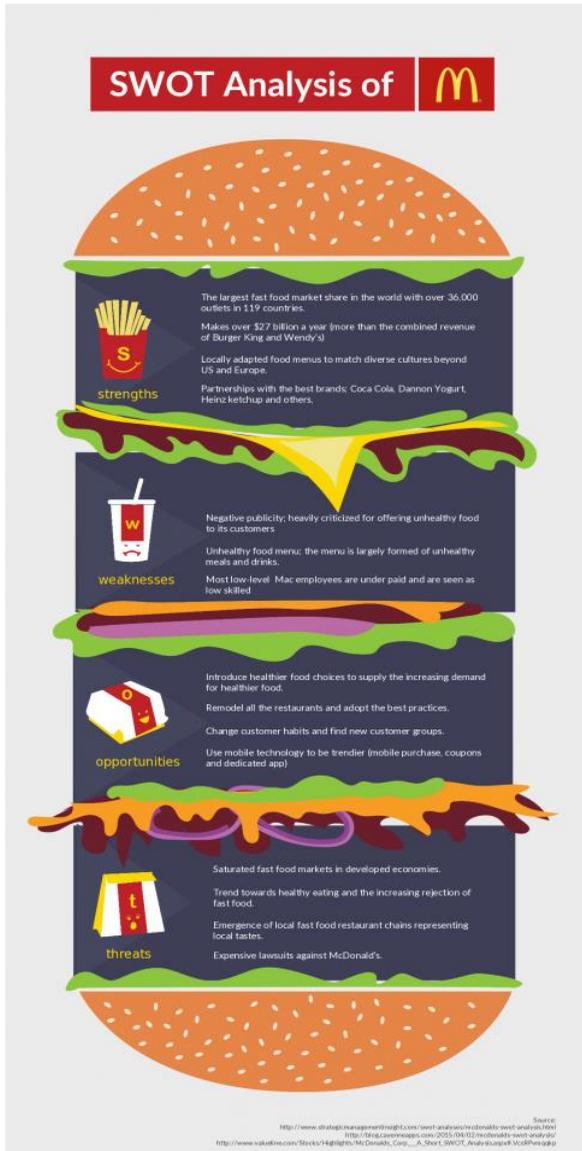
Sebelum mempelajari materi mengenai ANALISIS SWOT, lakukanlah aktivitas belajar berikut!

### **Kegiatan Belajar 1**

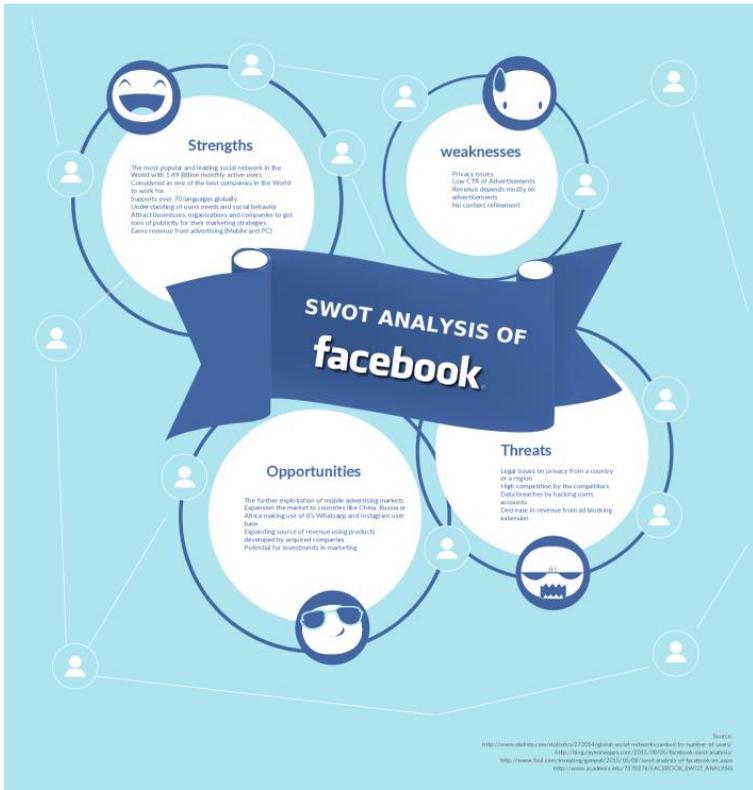
Amatilah beberapa tampilan template analisis SWOT dari beberapa perusahaan berikut. Ungkapkan pendapat anda dalam diskusi bersama rekan sekelas.



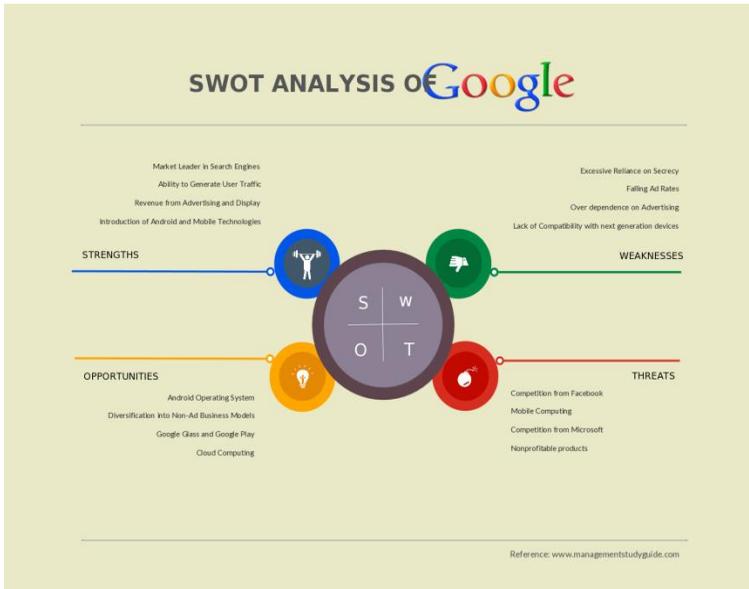
**Gambar 2.** Contoh Analisis SWOT  
 Sumber: <https://creately.com/blog/>



**Gambar 3.** Analisis SWOT Perusahaan Mc. Donals  
 Sumber: <https://creately.com/blog/>



**Gambar 4.** Analisis SWOT Perusahaan Facebook  
<https://creately.com/blog/>



**Gambar 5.** Analisis SWOT Perusahaan Google  
<https://creately.com/blog/>

Setelah berdiskusi dengan teman sekelasmu mengenai beberapa tampilan analisis SWOT dari 4 perusahaan yang berbeda-beda, tentunya anda telah memiliki gambaran tentang kesamaan dan perbedaan unsur dari analisis SWOT. Untuk meningkatkan kemampuan anda dalam memahami tentang analisis SWOT dan agar nanti anda mampu melakukan analisis dan menyusun dalam template analisis SWOT maka pelajari informasi-informasi yang disajikan dan laksanakanlah aktivitas-aktivitas belajar berikut:

## 1. Pengertian Analisis SWOT

Apa itu analisis SWOT? SWOT adalah singkatan dari *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, dan *Threats*. Analisis SWOT adalah teknik untuk menilai keempat aspek bisnis tersebut. Analisis SWOT disusun untuk membantu seorang pebisnis menganalisis apa yang terbaik untuk dilakukan perusahaan saat ini dan untuk merancang strategi yang sukses untuk masa depan. SWOT juga dapat mengungkapkan area bisnis yang menghambat usaha, atau yang dapat dimanfaatkan pesaing jika perusahaan tidak melindungi usaha sendiri. Karna itu jika seorang wirausaha mampu menerapkan dan melakukan analisis SWOT dengan tepat maka akan membuahkan hasil berupa kuatnya proses pelaksanaan usaha dan pengendalian usaha.

Pada dasarnya Analisis SWOT merupakan suatu kegiatan meneliti faktor-faktor yang menentukan keberhasilan atau kegagalan suatu usaha, mempermudah penciptaan metodologi khusus untuk analisis dan diagnosis kegiatan usaha dengan menentukan perannya. Luciana (2015) menyatakan Keterampilan kewirausahaan yang terkait dengan Metode analisis lingkungan, daya saing dan perusahaan adalah Analisis "SWOT". Analisis SWOT dianggap sebagai penelitian kompleks ekonomi, teknis, sosiologis,

hukum dan Aktivitas manajerial yang mencirikan perusahaan yang mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, Ancaman dan penyebabnya, tujuan dari pelaksanaan analisis ini adalah untuk membuat rekomendasi, menghilangkan atau meminimalkan aspek negatif dan melakukan pemulihan yang positif.

Ommani (2011) mengemukakan dalam pengertian manajemen Analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (SWOT) menunjukkan kerangka kerja untuk membantu peneliti atau perencana untuk mengidentifikasi dan memprioritaskan tujuan bisnis, dan untuk lebih mengidentifikasi Strategi untuk mencapainya. Analisis SWOT adalah teknik yang digunakan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, Peluang dan ancaman bisnis. dan untuk lebih mengidentifikasi Strategi untuk mencapainya. Analisis SWOT merupakan singkatan dari bagian-bagian menganalisis *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (Peluang) dan *Threats* (ancaman) dalam bisnis. Dengan demikian analisis SWOT adalah suatu tindakan mengatur kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman utama yang dihadapi perusahaan kedalam satu daftar yang terorganisir yang disajikan dalam bilah kisi-kisi yang sederhana.

Strengths (kekuatan) dan weaknesses (kelemahan) adalah berasal dari internal perusahaan yaitu hal-hal yang dapat dikontrol oleh perusahaan dan dapat berubah, contohnya: siapa anggota didalam tim kerja, produk dan kekayaan intelektual yang dimiliki perusahaan serta lokasi usaha. Sedangkan opportunities (peluang) dan threats (ancaman) adalah hal eksternal yang mempengaruhi bisnis atau hal-hal yang terjadi diluar perusahaan pada lingkungan yang lebih besar. Perusahaan sedapatnya memanfaatkan peluang dan melindungi diri dari ancaman, tetapi tidak dapat mengubahnya. Contohnya: pesaing, harga bahan baku, dan tren belanja yang ada dimasyarakat.

Identifikasi dan jelaskan apa faktor-faktor analisis SWOT yang berasal dari dalam perusahaan dan dari luar perusahaan.

Buat didalam buku catatan anda sebagai pemahaman awal sebelum membahas materi lebih lanjut. Buat dengan skema berikut:

## Kegiatan Belajar 2

ANALISIS SWOT	
FAKTOR INTERNAL	FAKTOR EKSTERNAL
• _____ _____	• _____ _____

### 2. Faktor-Faktor Analisis SWOT

Penyusunan analisis SWOT agar efektif maka harus melibatkan pemilik atau pemimpin perusahaan secara mendalam. Tugas ini tidak dapat didelegasikan kepada orang lain meskipun dalam proses penyusunan secara administratif dapat melibatkan orang lain untuk menyusun dan merangkum. Jika usaha yang dilaksanakan dalam skala kecil atau hanya dilakukan sendiri maka meminta pendapat orang lain yang terdekat dengan usaha perlu dilakukan. Seperti

teman yang dirasa mengetahui tentang seluk beluk bisnis yang telah dijalani, akuntan bisnis usaha, pemasok barang dan pelanggan. Hal ini bertujuan untuk menjaring informasi dari sudut pandang yang berbeda.

Siagian (2004) mengemukakan manajemen strategi dalam organisasi berkaitan dengan analisis SWOT, sebagai berikut:

a. *Strengths* (Kekuatan)

Faktor-faktor berupa kekuatan yang dimiliki oleh sebuah perusahaan termasuk satuan-satuan bisnis yang ada didalamnya antara lain kompetensi khusus yang terdapat didalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha di pasar. Contoh-contoh, bidang-bidang keunggulan antara lain:

- 1) Kekuatan pada sumber keuangan
- 2) Citra positif
- 3) Keunggulan kedudukan di pasar
- 4) Hubungan dengan pemasok
- 5) Loyalitas pengguna produk dan kepercayaan
- 6) Para berbagai pihak yang berkepentingan

b. *Weaknesses* (Kelemahan)

Keterbatasan dan kekurangan dalam hal sumber, keterampilan dan kemampuan yang

terjadi dalam praktek, berbagai keterbatasan dan kekuatan kemampuan tersebut bisa terlihat pada sarana dan prasarana yang dimiliki atau tidak dimiliki unit usaha.

- 1) Kemampuan manajerial yang rendah
- 2) Keterampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar
- 3) Produk yang tidak atau kurang diminati oleh pengguna dan calon pengguna
- 4) Tingkat perolehan keuntungan yang kurang memadai

c. *Opportunities* (Peluang)

Berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis, antara lain

- 1) Kecenderungan penting yang terjadi dikalangan pengguna produk
- 2) Identifikasi suatu segmen pasar yang belum mendapat perhatian
- 3) Perubahan dalam kondisi persaingan
- 4) Perubahan dalam peraturan perundang-undangan
- 5) Perubahan baru dalam kegiatan usaha
- 6) Hubungan dengan para pembeli yang akrab
- 7) Hubungan dengan para pemasok yang harmonis

d. *Threats* (Ancaman)

Faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan satu satuan bisnis, jika tidak diatasi maka menjadi ancaman bagi satuan bisnis. Diantaranya:

- 1) Masuknya pesaing baru di pasar yang sudah dilayani oleh satuan bisnis lain
- 2) Pertumbuhan pasar yang lambat
- 3) Meningkatnya posisi tawar pembeli produk yang dihasilkan
- 4) Memperkuat posisi tawar pemasok bahan mentah atau bahan baku yang diperlukan untuk diproses lebih lanjut untuk menjadi produk tertentu
- 5) Perkembangan dan perubahan teknologi yang belum dikuasai
- 6) Perubahan dalam peraturan perundangan yang sifatnya restriktif

Jika dikaitkan dengan kegiatan Wirausaha uraian dari Analisis SWOT adalah:

a. *Strengths* (kekuatan)

Merupakan kondisi kekuatan yang terdapat dalam organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada. Kekuatan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam usaha (internal), proyek atau konsep bisnis para wirausaha. *Strengths* merupakan segala sesuatu yang menjadi keunggulan

bagi produk seorang wirausaha yang belum tentu dimiliki pesaing barang yang sejenis dan tidak sejenis. Kekuatan ini merupakan poin positif dari perusahaan berada dalam kendali pemilik dan pemimpin usaha.

Contoh kekuatan usaha yang dapat menjadi point positif dan dapat dikendalikan dari perusahaan adalah:

- 1) Proses bisnis yang efektif dan selama ini dilakukan. Hal utama terkait dengan bisnis yang dijalankan, seberapa hebat dan efektif kekuatan proses bisnis yang dilakukan. Menggambarkan ide utama bisnis dan prospek mendapat keuntungan dari bisnis yang dijalankan selama ini.
- 2) Tim kerja efektif yang terlibat dalam usaha termasuk asetnya. Tim kerja adalah semua pihak yang terlibat didalam usaha termasuk pimpinan usaha. Aset pada SDM yang terlibat terkait dengan pendidikan, jaringan, keterampilan, pengalaman dan reputasi dari masing-masing SDM.
- 3) Aset fisik yang dimiliki usaha. Termasuk jumlah pelanggan yang loyal dengan perusahaan, peralatan yang digunakan dalam menjalankan usaha, teknologi baru yang dimiliki perusahaan, pendanaan

yang kuat serta adanya paten produk yang diunggulkan usaha.

- 4) Keunggulan produk dibandingkan dengan pesaing juga menjadi kekuatan yang tidak kalah penting. Apakah kelebihan dari segi harga, kualitas, kemasan atau daya tarik lainnya.

Menurut makna kata, “Kekuatan” adalah karakteristik yang menambah nilai pada sesuatu dan membuatnya lebih istimewa dari yang lain, kekuatan berarti ada sesuatu yang lebih menguntungkan jika dibandingkan dengan sesuatu yang lain. Dalam pengertian ini, kekuatan mengacu pada karakteristik positif, menguntungkan dan kreatif yang dimiliki sebuah perusahaan atau organisasi. Kekuatan di tingkat organisasi melibatkan sifat dan kemampuan yang dengannya organisasi memperoleh keuntungan serta memiliki keunggulan atas organisasi lain dan pesaing. Dengan kata lain, kekuatan organisasi mendefinisikan karakteristik dan situasi di mana suatu organisasi lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan pesaing mereka.

Sebuah organisasi dapat digambarkan dengan kategori kuat, sama atau lemah

dibandingkan dengan pesaing mereka berdasarkan lima kriteria, yaitu:

- Pasar relative
- Situasi dan struktur keuangan relative
- Produksi relatif dengan kapasitas teknis yang efektif
- Penelitian dan potensi pengembangan yang dilakukan
- Kapasitas manusia dan efektivitas pengelolaan usaha yang dilakukannya

Menurut Thompson dan Strickland (1989) Kekuatan dalam organisasi usaha adalah sesuatu hal baik yang dilakukan oleh organisasi atau karakteristik yang dimiliki organisasi yang memberinya kemampuan utama bagi usaha. dalam konteks analisis SWOT “kekuatan adalah sebuah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan relative dari pesaing, kebutuhan pasar yang dimiliki perusahaan sehingga konsumen mengharapkan untuk dilayani. Ini adalah kompetensi khusus yang memberi organisasi keunggulan komparatif di tempat pasar.

Pearce dan Robinson (1991) menyatakan bahwa kekuatan organisasi atau perusahaan dapat berkaitan dengan sumber daya keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli/ pemasok, dan faktor

lainnya. Kekuatan organisasi terdiri dari kompetensi organisasi yang berperan aktif dalam mencapai tujuan organisasi. Sebelum bertindak ketika menghadapi masalah atau peluang, organisasi harus mengetahui potensi yang dimilikinya dan aspek-aspek yang membuatnya lebih menguntungkan daripada yang dimiliki pesaing. Menjadi kuat dan memiliki kekuatan sangat penting bagi sebuah organisasi. Jika tidak, peluang yang diciptakan oleh lingkungan luar tidak dapat digunakan. Selain itu, organisasi harus menjawab terhadap ancaman lingkungan luar dengan menggunakan kekuatannya.

### Kegiatan Belajar 3

Amatilah CONTOH berikut:

Sebuah perusahaan *bakery* (roti dan kue) menyusun *Strenghts* (kekuatan) usahanya. Perusahaan sejenis yang menjadi saingan utama adalah produk yang berbeda merek yang telah lama dipasarkan. Wirausaha harus memiliki sesuatu yang berbeda dari pesaing agar apa yang dibutuhkan konsumen dapat terpenuhi dari produk yang ditawarkan dibandingkan dengan pesaing. Beberapa kekuatan yang disusun kedalam analisis SWOT adalah 1) *Service delivery order* menggunakan aplikasi khusus berbasis internet, sehingga produk yang dijual dapat menjangkau pasar lebih luas, 2) Pengalaman pemilik usaha mengikuti pelatihan *bakery* pada suatu lembaga, 3) Mesin dan peralatan kelas terbaru, 4) Pemasok butter dengan harga terbaik, 5) dan lainnya.

LAKUKANLAH penyusunan analisis kekuatan pada satu perusahaan berbeda. Identifikasi seluruh kekuatan usaha tersebut dalam sudut pandang anda sebagai konsumen. Tuliskan dalam buku catatan aktivitas belajar KEWIRAUSAHAAN. Aktivitas ini meningkatkan kemampuan anda berfikir kritis dalam menganalisis suatu fenomena.

- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

b. *Weakness* (kelemahan)

*Weakness* atau kelemahan adalah faktor yang masih merupakan bagian dari faktor internal perusahaan. Namun berbeda dengan *strenghts*, ini adalah faktor kelemahan yang mengurangi kekuatan usaha. Kelemahan ini perlu dikaji untuk kemudian ditingkatkan agar usaha menjadi lebih mampu bersaing. Secara umum kelemahan usaha yang menjadi nilai negatif usaha diantaranya adalah:

- 1) Kelemahan dari produk yang dihasilkan

- 2) Kelemahan proses bisnis yang selama ini dijalankan
- 3) Kinerja perusahaan karena kinerja karyawan
- 4) Pemborosan dalam proses usaha, terjadinya pembelanjaan hal-hal yang tidak penting.
- 5) Posisi-posisi yang tidak diperlukan dan menyebabkan ketidakefektifan kerja

Kelemahan mengacu pada tidak memiliki bentuk dan kompetensi yang diperlukan untuk sesuatu. Kelemahan berarti ada sesuatu yang tidak menguntungkan jika dibandingkan dengan sesuatu yang lain. Dalam hal ini, kelemahan merupakan sifat yang negatif dan tidak menguntungkan. Kelemahan pada tingkat organisasi mengacu pada situasi di mana keberadaan dan kapasitas dan kemampuan organisasi saat ini, lebih lemah dibandingkan dengan organisasi lain dan organisasi pesaing. Dengan kata lain, kelemahan organisasi berarti aspek atau kegiatan di mana suatu organisasi kurang efektif dan efisien dibandingkan dengan pesaingnya. Aspek-aspek ini secara negatif mempengaruhi kinerja organisasi dan melemahkan organisasi di antara para pesaingnya.

Akibatnya, organisasi tidak dapat merespon terhadap kemungkinan masalah atau peluang, dan tidak dapat beradaptasi dengan perubahan (Gurel, 2017).

Kelemahan adalah sesuatu yang tidak dimiliki atau tidak dilakukan organisasi, kelemahan adalah kondisi yang menempatkannya organisasi pada posisi yang tidak menguntungkan. Dalam konteks analisis SWOT “kelemahan” adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kemampuan yang secara serius menghambat kinerja organisasi sehingga kinerja menjadi tidak efektif. Fasilitas, sumber daya keuangan, kemampuan manajemen, keterampilan pemasaran, dan merek citra dapat menjadi sumber kelemahan jika dalam kondisi yang negatif.

Bagi organisasi, mengetahui kelemahannya sama pentingnya dengan mengetahui kekuatannya. Hal ini beralasan bahwa strategi tidak dapat dibangun di atas kelemahan. Kelemahan organisasi yang berpotensi untuk mengarahkan organisasi terhadap inefisiensi dan ketidakefektifan harus diketahui dan diwaspadai. Memecahkan masalah yang akan menyebabkan kesulitan dan keterbatasan

untuk rencana dan strategi jangka panjang, dan meramalkan potensi masalah adalah wajib bagi satu usaha.

#### Kegiatan Belajar 4

Perhatikanlah analisis kasus berikut ini:

*Weakness* (KELEMAHAN) merupakan segala sesuatu yang menjadi titik lemah usaha yang berasal dari dalam perusahaan (internal). Faktor ini harus dianalisis agar tidak gagal dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha. Beberapa kelemahan mahasiswa dalam berwirausaha adalah pendelegasian tugas usaha karena kondisi para wirausaha yang masih kuliah sehingga kesulitan membagi waktu antara usaha dan tuntutan untuk fokus dalam mengerjakan tugas-tugas kuliah.

Kemukakan menurut anda apa yang harus dilakukan oleh mahasiswa wirausaha dalam mengatasi kelemahan tersebut

- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

c. *Opportunities* (peluang)

Merupakan kondisi peluang berkembang di masa datang yang akan terjadi. Kondisi yang terjadi merupakan peluang dari luar organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri yang dilakukan wirausaha, misalnya kompetitor, kebijakan pemerintah, kondisi lingkungan sekitar. *Opportunity* merupakan kesempatan yang di dapatkan ketika produk yang dipasarkan ke dunia usaha. Kesempatan dapat diperoleh dari permintaan konsumen atas barang yang belum ada di pasaran maupun sedikitnya pesaing yang dapat mengancam eksistensi produk. Peluang ini harus dimaksimalkan sedemikian mungkin agar mendapat celah atau bagian di hati pelanggan, sehingga jika wirausaha ingin meluncurkan produk baru dengan *brand* yang sama, wirausaha tidak perlu sulit ketika halnya masuk ke dunia usaha dengan *brand* yang benar-benar baru dan belum dikenal orang

Untuk mengetahui kelemahan, kekuatan, dan peluang yang dimiliki pesaing, dan peluang yang dapat peroleh seorang wirausaha, menurut Zimmerer (1996:67) ada beberapa keadaan yang dapat menciptakan peluang, yaitu :

- 1) Produk baru harus segera di pasarkan dalam jangka waktu yang relative singkat
- 2) Kerugian teknik harus rendah
- 3) Pesaing yang tidak begitu agresif untuk mengembangkan strategi produknya
- 4) Pesaing tidak memiliki teknologi canggih,
- 5) Pesaing sejak awal tidak memiliki strategi dalam mempertahankan posisi pasarnya
- 6) Perusahaan baru memiliki kemampuan dan sumber-sumber untuk menghasilkan produk barunya.

Contoh dari peluang dari seorang wirausaha adalah:

- 1) Peluang usaha karena adanya kebutuhan yang besar dari usaha yang dilakukan, misal peluang bisnis makanan pokok menjadi besar karena tidak ada rumah tangga yang tidak membeli kebutuhan pokok setiap harinya.
- 2) Peluang bisnis jasa konsultasi penulisan tugas akhir dan penelitian ilmiah menjadi sangat besar karena setiap mahasiswa dalam jenjang pendidikan apapun dalam menyelesaikan pendidikannya pasti membutuhkan jasa konsultasi terkait penelitian yang dilakukannya.

## Kegiatan Belajar 5

Berdasarkan pengalaman yang anda miliki, pikirkan satu peluang bisnis berdasarkan kebutuhan masyarakat yang ada disekitar anda, deskripsikan pada bagian berikut:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

d. *Threats* (ancaman)

Merupakan kondisi yang mengancam dari luar. Ancaman ini dapat mengganggu organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri. *Threat* (Ancaman) merupakan ancaman atas eksistensi/keberadaan produk yang ditawarkan oleh wirausaha. Ancaman biasanya datang dari lingkungan eksternal usaha misalnya sulitnya untuk masuk ke dalam pasar karena modal yang terbatas dan merupakan pendatang yang memiliki



### 3. Analisis SWOT Organisasi Wirausaha Internet

Seperti halnya dalam bisnis konvensional yang dilakukan dengan offline, bisnis yang dilakukan dengan media internet secara online juga harus memperhatikan analisis SWOT. Wirausaha Internet dapat mempelajari sendiri, mengukur kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman terhadap usaha yang dijalankan melalui online. Berikut jabaran analisis SWOT dari Bisnis Online:

#### a. *Strenghts* (kekuatan)

Beberapa kekuatan dari usaha yang dijalankan melalui media internet adalah:

- 1) Adanya pasar yang luas dan tidak terbatas.
- 2) Dapat buka 24 jam
- 3) Dapat menghemat penggunaan Karyawan terutama untuk bagian pemasaran dan promosi
- 4) Tidak harus memiliki persediaan barang yang banyak untuk etalase (pajangan)
- 5) Usaha yang dilakukan minim dengan pengeluaran untuk promosi
- 6) Dapat dilakukan oleh siapapun, dimanapun dan kapanpun
- 7) Kemampuan yang akan digunakan untuk menjalankan bisnis bias dialami sesuai dengan tingkat keseriusan dari pelaku bisnis.

- 8) Dapat membuka lapangan pekerjaan untuk beberapa bisnis terkait. Seperti pihak jasa pengiriman barang, pengepakan barang dan fotografi.
- 9) Berpotensi untuk memperoleh penghasilan yang besar karna potensi pasar yang tanpa batas.

Berdasarkan uraian keuntungan yang dapat menjadi kekuatan bisnis *online* yang dijelaskan di atas maka dapat dikemukakan bahwa setiap wirausaha yang melakukan bisnis *online* dapat menjadikan hal tersebut kekuatan usaha. Selain dari fokus bidang bisnis atau produk yang dihasilkan oleh wirausaha. Menjalankan bisnis dengan fasilitas *online* dapat menjadi suatu peluang besar dalam keberhasilan. Terutama bahwa pengguna dari jaringan internet yang terus bertambah dan meningkat.

b. *Weaknesses* (Kelemahan)

Kelemahan yang perlu dipertimbangkan oleh wirausaha internet terkait dengan bisnis online adalah:

- 1) Produk yang dihasilkan untuk dipasarkan dapat menimbulkan persepsi Ukuran/Size yang tak sama dipandangan pembeli. Hal ini dapat menimbulkan

kesalahfahaman jika tidak diatasi dengan informasi yang benar-benar jelas dan dapat difahami.

- 2) Tidak terdapat fasilitas untuk memegang, mencoba langsung dengan organoleptik pembeli (mencicip, meraba, melihat langsung). Oleh karena itu kejujuran dari pihak penjual adalah indikator bisnis online dapat bertahan. Keterangan yang tidak tepat akan menjerumuskan pada kesalahfahaman dan kekecewaan pelanggan.
- 3) Adanya persepsi konsumen yang cenderung negatif terhadap transaksi melalui bisnis online. Hal ini didapat dari berita yang tidak baik, dan pengalaman buruk yang dialami oleh mereka yang pernah kecewa dengan transaksi melalui online. Kecenderungan ini didapatkan lebih kepada konsumen yang tidak pernah atau belum sama sekali mencoba untuk bertransaksi secara online.
- 4) Pasar yang tercipta pada bisnis online memiliki sasaran lebih kepada rata-rata usia pengguna internet yang memahami teknologi, yakni usia muda.
- 5) Proses transaksi pembayaran yang agak sulit. Untuk melakukan pembayaran terdapat transaksi yang telah disepakati

penjual dan pembeli harus memiliki akses pembayaran melalui bank. Keterbatasan konsumen pada fasilitas pembayaran melalui bank membuat transaksi sering gagal.

c. *Opportunities* (Peluang)

Peluang dapat saja ditemui didalam bisnis apapun. Dalam menganalisis peluang, setiap wirausaha wajib memperhatikan siapa saja yang sekiranya dapat menjadi target pasar dan seberapa besar pengguna produk atau jasa membutuhkan produk pada saat ini dan dimasa yang akan datang. Kemampuan analisis peluang ini memunculkan target pasar untuk memperoleh peluang sukses dalam berbisnis. Beberapa peluang dalam kaitan wirausaha internet adalah:

- 1) Pengguna internet akan terus meningkat seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan teknologi dan informasi
- 2) Penggunaan media internet tidak terbatas usia. Segalanya dapat disediakan dalam berwirausaha melalui internet

Peluang ini dapat menimbulkan fokus-fokus bisnis dalam perniagaan melalui media internet. Wirausaha internet dapat

menyediakan produk dengan keunikan yang menjadi identitas usaha. Hal ini sebagai upaya penciptaan *brand (image)* usaha.

d. *Threats* (ancaman)

Berbagai bisnis apapun pasti memiliki ancaman yang akan dihadapi kedepannya termasuk bisnis online. Ancaman berbisnis online antara lain datang dari orang-orang yang tidak terduga. Ancaman yang umum dihadapi oleh pebisnis online diantaranya dari pemberitaan pihak-pihak tidak bertanggungjawab yang menyebarkan berita tidak benar tentang usaha, atau beberapa orang yang tidak mendapatkan pelayanan maksimal sehingga mengalami kekecewaan terhadap layanan usaha. Layaknya berita baik tentang promosi usaha, berita buruk juga dapat menyebar dengan sangat luas dalam waktu singkat. Pebisnis online harus dapat menjaga etika bisnis untuk tetap bertahan. Adapun ancaman dapat terkait dengan pihak lain seperti jasa pengiriman barang yang tidak profesional ataupun terjadinya kerusakan barang akibat proses pengiriman.

Berdasarkan gagasan serta Ide yang telah terbentuk didalam kelompok, lakukan analisis

SWOT untuk usaha yang akan dilakukan dan dipraktekkan dalam melaksanakan wirausaha internet. Berikut Format Laporan analisis SWOT.

### Format Laporan Analisis SWOT

Kelompok No.

Nama Usaha

Anggota:

1.

2.

3.

#### Strengths (KEKUATAN)

No.	Kekuatan
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	

#### Weaknesses

No.	Kekuatan
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	

### **Opportunities**

<b>No.</b>	<b>Peluang</b>
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	

### **Threats**

<b>No.</b>	<b>Ancaman</b>
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	
9.	

## **C. Rangkuman**

Analisis SWOT dianggap sebagai penelitian kompleks ekonomi, teknis, sosiologis, hukum dan Aktivitas manajerial yang mencirikan perusahaan yang mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, Ancaman dan penyebabnya, tujuan dari pelaksanaan analisis ini adalah untuk membuat rekomendasi,

menghilangkan atau meminimalkan aspek negatif dan melakukan pemulihan yang positif. Analisis SWOT adalah teknik yang digunakan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, Peluang dan ancaman bisnis. dan untuk lebih mengidentifikasi Strategi untuk mencapainya. Analisis SWOT merupakan singkatan dari bagian-bagian menganalisis *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (Peluang) dan *Threats* (ancaman) dalam bisnis

# **BAGIAN V**

## **TANTANGAN WIRAUSAHA ERA TEKNOLOGI INFORMASI**

---

### **A. Tujuan Pembelajaran**

Diera globalisasi saat ini internet sudah menjadi kebutuhan yang tidak dapat disepelekan oleh manusia. Hal ini berarti bahwa informasi sudah menjadi kebutuhan pokok. Milyaran orang disuluruh dunia mengakses internet setiap harinya. Alasan yang muncul kenapa internet digemari adalah karena kemudahan dalam mengakses informasi, kecepatan informasi yang dapat diperoleh, dan internet dapat membantu manusia memecahkan masalah terkait kekurangan informasi untuk menyelesaikan persoalan-persoalan hidupnya terkait informasi. Pada saat ini manusia menggantungkan kebutuhan dalam memperoleh informasi yang ingin didapatkan melalui internet. Hal ini menjadi latar belakang internet berubah menjadi suatu kebutuhan bagi manusia. Dengan perubahan yang terjadi potensi berbisnis juga mengalami perubahan, untuk itu seorang pebisnis juga dituntut untuk memahami pola berbisnis melalui internet. Tujuan pembelajaran

ini adalah memahami tentang peluang bisnis melalui internet, keuntungan dan kerugian menjadi wirausaha internet, penyebab kegagalan bisnis wirausaha internet, saran untuk kesuksesan wirausaha internet, dan model-model bisnis yang dapat dilakukan seorang wirausaha internet.

## **B. Materi Dan Kegiatan Belajar**

### **1. Internet Dan Peluang Bisnis**

Kebutuhan akan internet merambat pada penyediaan informasi untuk memperoleh suatu layanan produk ataupun jasa. Informasi apapun yang dibutuhkan konsumen tentang suatu produk dapat langsung diperoleh melalui internet, bahkan internet menjadi sumber informasi utama yang dipandang penting untuk siapa saja yang akan berbelanja. Kemudahan akses informasi tentang layanan produk ataupun jasa yang akan dibeli dapat diperoleh dari internet.

Tidak dapat dipungkiri, pada saat ini internet menjadi bagian penting untuk bisnis kecil maupun besar. Menggunakan aktivitas melalui web, iklan dimedia sosial dan penjualan barang-barang produksi melalui kegiatan online merupakan primadona perdagangan pada saat ini. Wirausaha Internet adalah seseorang yang melibatkan kekuatan besar internet untuk

memulai dan mengembangkan bisnisnya, baik dengan kegiatan penjualan barang-barang fisik ataupun pelayanan modern yang inovatif, wirausaha internet yang sukses memperhatikan beberapa *start up* yang melibatkan pencampuran antara perkembangan teknologi dan cara berbisnis tradisional (Taylor, 2017).

Gerald (2007) mengungkapkan bahwa Wirausaha Internet adalah seseorang yang memiliki perusahaan besar maupun kecil yang mengeksplorasi peluang bisnis baru melalui jaringan internet, mereka membuat keputusan bisnis, menciptakan bisnis baru dan mempekerjakan orang lain melalui usahanya yang beroperasi dengan bantuan internet. Wirausaha Internet adalah mereka yang memiliki jiwa inovatif, memiliki ide kreatif, membuat gagasan usaha dengan strategi yang kompetitif dalam mencapai tujuan, visi dan misi bisnisnya dengan menggunakan internet sebagai fasilitas di era ekonomi internet pada saat sekarang ini.

Wirausaha Internet adalah mereka mengeksplorasi bisnis, menciptakan bisnis, membuat keputusan bisnis, bertransaksi atau beroperasi dalam bisnisnya dengan menggunakan fasilitas internet (Dewi dan Mulyani, 2020). Wirausaha internet hiperkompetitif dalam menghadapi persaingan bisnis sehingga selalu menumbuhkembangkan

jiwa inovatif, dengan gagasan dan ide kreatif, serta melaksanakan strategi-strategi usaha yang kompetitif dalam mencapai tujuan, visi dan misi bisnisnya dengan menggunakan internet sebagai fasilitas di era ekonomi internet.

Persoalan kemampuan wirausaha Indonesia dalam menguasai perkembangan teknologi komunikasi khususnya internet mengakibatkan wirausaha di Indonesia hanya mampu bersaing pada tingkat lokal dan daerah. Hal ini tidak seimbang dengan gelombang perkembangan arus digitalisasi yang terjadi di dunia yang mengakibatkan perubahan perilaku berbisnis menyeluruh di era internet. Kasali (2017:58) menyatakan bahwa “semenjak tahun 2016 terjadi gelombang inovasi kehidupan yakni *era internet of things*, dimana saatnya internet dapat digunakan oleh pelaku bisnis secara mandiri, pada saat ini perdagangan pada dunia maya menjadi semakin *intens* yang membuat pendatang baru menantang korporasi-korporasi lama”.

Perkembangan teknologi internet membuka peluang bagi para pelaku usaha untuk mengembangkan kegiatan bisnis melalui media elektronik (*electronic business/e-business*) yang diprediksi akan menjadi model bisnis besar dimasa yang akan datang. Salah satu bentuk *e-business* yang paling dikenal di publik adalah

kegiatan perdagangan secara elektronik atau yang lazim dikenal dengan istilah *electronic commerce* atau *e-commerce*, yang terkadang disebut juga dengan bisnis *online*.

Kehadiran internet telah menciptakan segmen pasar baru yang sangat besar tanpa adanya batas teritorial, sehingga menjadi peluang bisnis yang patut dipertimbangkan untuk dipelajari dalam proses pembelajaran kewirausahaan pada era globalisasi ini. Oleh karena itu seorang wirausaha harus memiliki kemampuan profesional, sosial, emosional, psikologis dan spiritual, yang dapat diperoleh melalui proses pendidikan dalam pembelajaran Kewirausahaan.

Data *Statistika* 2019 menunjukkan pengguna internet di Indonesia pada 2018 sebanyak 95,2 juta, tumbuh 13,3% dari 2017 yang sebanyak 84 juta pengguna. Pada tahun selanjutnya pengguna internet di Indonesia diprediksi akan semakin meningkat dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 10,2% pada periode 2018-2023. Pada 2019 jumlah pengguna internet di Indonesia tumbuh 12,6% dibandingkan 2018, yaitu menjadi 107,2 juta pengguna.

Jaringan telekomunikasi global dapat membantu setiap individu atau organisasi lebih mudah mengintegrasikan operasional dalam mengakses peluang pasar baru untuk produk

dan layanan jasa. Karena perubahan yang terjadi dalam kehidupan manusia akan mempengaruhi kebiasaan dan perilaku konsumen, maka dengan mengamati perubahan perilaku calon konsumen pada era globalisasi melalui jaringan internet saat ini. Oleh karena itu wirausaha harus memiliki kemampuan dalam membidik pasar yang potensial ketika kebiasaan berbelanja di internet telah masuk dalam pikiran dan perilaku para calon konsumen.

Hal ini mengisyaratkan bahwa untuk dapat menguasai persaingan pada era globalisasi melalui proses kewirausahaan maka pemanfaatan media internet adalah kunci dalam menguasai pasar. Dengan logika bahwa internet merupakan kebutuhan bagi konsumen dan pengguna internet merupakan pasar yang potensial dalam berwirausaha. Seorang mahasiswa wirausaha sebagai SDM potensial harus mampu membidik pasar melalui internet untuk dapat melaksanakan kegiatan *e commerce*.

## Kegiatan Belajar 1

Amatilah kegiatan bisnis yang ada dilingkungan anda, kemukakan jenis kegiatan bisnis yang menggunakan internet dan konvensional. Tuliskan pada tabel berikut:

Kegiatan bisnis konvensional	Kegiatan bisnis era internet

## 2. Keuntungan Menjadi Wirausaha Internet

Menjadi seorang wirausaha internet pada dasarnya memiliki keuntungan dan kerugian yang hampir sama dengan wirausaha konvensional yang tidak berbisnis melalui internet. Namun terdapat beberapa keuntungan utama yang dirasakan jika menjadi seorang yang berwirausaha melalui internet. Seperti yang dikemukakan pada bagian sebelumnya

wirausaha internet banyak dilirik karena tujuan meminimalisir biaya operasional usaha, dapat lebih banyak menjangkau konsumen yang tidak tersentuh oleh pasar secara offline dan banyak keuntungan lain yang dapat dirasakan oleh wirausaha.

Menurut Sanjaya dan Sanjaya (2009:32) keuntungan yang dapat diperoleh jika menjalankan bisnis melalui internet adalah:

- a. Menunjukkan nilai professional sebagai seorang pengusaha
- b. Perusahaan atau bisnis yang dilakuka dapat beroperasi 24 jam dalam sehari
- c. Biaya awal investasi dan waktu yang minimal
- d. Merupakan alternative yang sangat murah untuk dapat menjangkau dan berhubungan dengan para prospek yang tidak dapat dijangkau dengan metode konvensional
- e. Berbagai kemungkinan tak terbatas baik bagi bisnis yng dilakukan wirausaha secara parsial maupun secara simultan (keseluruhan). Dapat mengotomatisasi penjualan, berupa order dan proses pembayaran, pengelolaan stok, konsumen dan technical support.
- f. Memiliki media pendukung yang yang komunikatif, cepat dan efektif
- g. Menghemat biaya operasional kantor dan transportasi

- h. Bebas untuk bereksperimen, merupakan cara yang cepat dan mudah untuk mengganti penawaran dan pengujian penjualan. Tidak perlu mencetak ribuan brosur dan mengirimkan kepada calon prospek (konsumen)
- i. Dapat bebas dalam melakukan aktivitas lainnya, karena usaha dapat berjalan secara online sehingga wirausaha dapat melakukan aktivitas lainnya
- j. Menghindari prasangka yang kurang baik jika menawarkan barang dengan tatap muka. Karena reaksi dari perilaku konsumen yang tidak dapat dilihat langsung.

Serfiani dkk (2013:19) mengemukakan keuntungan-keuntungan dari melaksanakan bisnis online, yang dapat dirasakan oleh para wirausaha internet yaitu:

1. Bisnis *online* atau *e commerce* dapat memperluas pasar sampai ke tingkat internasional dengan modal kecil karena melalui internet para pengusaha dapat mudah, cepat dan murah bisa mendapatkan lebih banyak konsumen
2. Bisnis *online* atau *e commerce* memungkinkan perusahaan menurunkan jumlah stok atau persediaan barang

sehingga dapat menurunkan biaya pengadaan barang

3. Bisnis *online* atau *e commerce* dapat meningkatkan efisiensi perusahaan dengan meningkatkan tingkat produktifitas pegawai bagian penjualan dan administrasi
4. Bisnis *online* atau *e commerce* dapat menekan biaya komunikasi karena biaya penggunaan internet jauh lebih murah
5. Bisnis *online* atau *e commerce* dapat meningkatkan citra penjualan dengan semakin membaiknya pelayanan konsumen, ditemukannya mitra bisnis baru, proses kerja yang lebih sederhana dan bertambah cepatnya akses berbagai informasi
6. Lebih murah, lebih mudah, dan tidak perlu perizinan berbelit-belit seperti halnya mendirikan perusahaan didunia nyata (*offline*)
7. Manajemen usaha didunia maya lebih dari mudah dibandingkan manajemen usaha didunia nyata
8. Bisnis *online* atau *e commerce* tidak terkendala masalah waktu, jarak dan tempat seperti halnya bisnis di dunia ntara (*offline*)
9. Bisnis *online* atau *e commerce* dapat menggairahkan bisnis penunjang seperti jasa pengiriman barang, jasa pengemasan barang, produksi barang dan lain-lain.

## Kegiatan Belajar 2

Perhatikan kegiatan wirausaha internet salah satu kegiatan bisnis dari aktivitas 1. Tuliskan apa yang menjadi keunggulan usaha mereka:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### 3. Kerugian Menjadi Wirausaha Internet

Berdasarkan kajian yang telah dikemukakan sebelumnya tentang kerugian dari berwirausaha, berikut juga dikemukakan secara spesifik kerugian menjadi wirausaha internet. Karena setiap usaha pasti memiliki resiko, maka berikut kerugian dari melaksanakan bisnis online yang dapat dirasakan oleh seorang wirausaha internet, dikemukakan oleh Serfiani (2013:20):

Secara teknik:

1. Kurang terjaminnya keamanan dan reliabilitas termasuk keamanan dan reliabilitas standar dan protokol-protokol komunikasi

2. Kurang memadainya infrastruktur dan bandwidth telekomunikasi
3. Vendor memerlukan web server dan infrastruktur lain serta server jaringan

Secara hukum:

1. Masih adanya beberapa permasalahan hukum yang belum terpecahkan dalam perdagangan secara elektronik (e commerce) atau bisnis online
2. Keamanan dan privasi dalam perdagangan secara elektronik dapat merugikan pihak konsumen terutama dalam hal akses informasi pribadi konsumen

Tidak sebanyak teori tentang keuntungan dalam melaksanakan bisnis melalui jaringan internet, kerugian dalam melaksanakan bisnis secara *online* tidak banyak dikeluhkan oleh para wirausaha internet, meskipun banyak penelitian yang mengemukakan bahwa 80%-90% kegagalan terjadi pada wirausaha pemula yang melaksanakan bisnis melalui internet. Penulis dapat merangkum beberapa kerugian yang ditemui menjadi seorang wirausaha internet yang berbisnis melalui jaringan internet:

1. Terjadi penipuan dalam bisnis melalui internet menyebabkan sulit mendapatkan kepercayaan calon konsumen.

2. Sulitnya mencari perlindungan hukum dalam bisnis melalui jaringan internet. Karna informasi yang beredar sulit dijadikan barang bukti yang valid dan teruji kebenarannya.
3. Masih ada daerah-daerah yang belum tersentuh jaringan internet. Sehingga pada waktu wirausaha berpindah tempat pada daerah yang memiliki jaringan internet yang lemah atau tanpa jaringan maka aktivitas usaha ikut terhambat.
4. Adanya biaya internet dan fasilitas jaringan yang tergantung dengan provider jaringan dengan kualitas sinyal yang berbeda-beda
5. Keuntungan yang tidak dapat diraih langsung secara instan. Pada dasarnya semua bisnis baik offline dan online akan mengalami hal yang sama namun resiko ini seperti menjadi bagian yang ditakuti untuk para wirausaha. Oleh karena itu butuh kerja keras yang nyata dalam melaksanakan bisnis untuk dapat bertahan menghadapi kegagalan dan resiko.
6. Wirausaha internet tidak disiplin dalam waktu. Hal ini disebabkan karena tidak ada jam khusus untuk melaksanakan usaha.
7. Membutuhkan usaha untuk memahami perkembangan dunia bisnis melalui internet. Kemungkinan gagal dalam melaksanakan bisnis online adalah karena wirausaha tidak



#### 4. Penyebab Kegagalan Wirausaha Internet

Terkait dengan teori sebelumnya tentang kerugian dalam berbisnis melalui internet, dalam hal ini penulis juga mengemukakan perihal mengapa bisa terjadi kegagalan dalam berwirausaha melalui internet. Meskipun kegiatan berwirausaha dekat dengan kegagalan, namun mengenai penyebab kegagalan bisnis adalah cara praktis untukantisipasi agar tidak terjadi kegagalan. Berikut beberapa hal yang menjadi penyebab margin kegagalan wirausaha internet:

1. Tidak adanya infestasi yang nyata dalam berniaga melalui internet yang dilakukan. Seperti bisnis baru lainnya sebuah usaha berbasis internet (*online*) juga membutuhkan modal dan infestasi yang pasti. Walaupun produk yang dijual tidak dalam bentuk fisik yang nyata dihadapan pembeli, namun secara fakta produk harus benar-benar tersedia dan pasti, hal ini membutuhkan infestasi (modal).
2. Tidak adanya arus kas yang jelas. Pada tingkat yang paling dasar, arus kas adalah pergerakan uang masuk dan keluar dari usaha. Wirausaha internet akan menghadapi masalah saat mereka tidak memiliki cukup uang untuk terus beroperasi. Contohnya adalah ketika seorang pengusaha

menginvestasikan semua uangnya untuk persediaan dan tidak ada uang untuk pemasaran.

3. Manajemen Persediaan yang Buruk. Bergantung pada model usaha yang dilakukan, manajemen inventaris dapat menjadi salah satu masalah paling penting yang dihadapi dalam operasional usaha. Membeli terlalu banyak persediaan dapat mengganggu investasi pada kas usaha. Membeli persediaan terlalu sedikit juga beresiko dapat mengecewakan pelanggan, saat pesanan tidak dapat dikirim segera sesuai dengan waktu yang dijanjikan kepada pelanggan.
4. Keterlambatan dalam menyediakan produk untuk pelanggan/pembeli. Pengaturan pemesanan produk seringkali tidak sesederhana yang dipikirkan. Vendor mungkin memiliki *lead time* yang berbeda. Dibutuhkan satu pemasok beberapa hari untuk mendapatkan pemesanan ulang untuk penjual, sementara pemasok lain bisa memakan waktu beberapa minggu, sehingga wirausaha perlu mengatur ulang pada waktu yang sangat berbeda pada tingkat persediaan.
5. Terlalu Banyak Persaingan. Internet adalah peluang bagi bisnis terkecil sekalipun. Tapi

hampir tidak ada *startup online* yang bisa bertahan dalam menghadapi persaingan yang signifikan dan mapan. Hal ini paling sering terjadi ketika toko *online* baru berusaha menjual produk yang sama dengan yang ditawarkan oleh pengecer yang jauh lebih besar. Sebagai contoh, bisa jadi sangat sulit bagi toko *online* baru untuk mencoba menjual Xbox Microsoft, yang sudah tersedia di ratusan pengecer *online*, termasuk Walmart, Amazon, Best Buy, GameSpot, Newegg, Toys "R" Us, dan masih banyak lagi. Oleh karena itu menjual produk unik adalah pilihan bagi wirausaha internet.

6. Situs web yang Buruk. Bahkan rencana bisnis terbaik tidak selalu bisa mengatasi situs web yang buruk. Situs bisnis *online* modern harus aman, fungsional, memiliki pencarian hebat, beradaptasi dengan perangkat *mobile*, dan memuat dengan sangat cepat. Terlebih lagi, ada banyak platform *e-commerce* yang sangat bagus untuk dipilih.
7. Fotografi Produk yang Buruk. Pembeli *online* tidak dapat secara fisik memeriksa produk yang di jual, sehingga mereka memerlukan representasi visual yang kuat dari produk tersebut untuk membantu mereka memahaminya, menginginkannya, dan

membelinya. Dengan demikian, fotografi produk yang buruk adalah salah satu kesalahan utama dalam ritel bisnis *online*.

8. Tidak ada lalu lintas di situs. Beberapa hal dapat membunuh bisnis ritel, atau bahkan grosir adalah jika tidak ada pembeli. Dalam konteks bisnis online, lalu lintas situs web adalah arus pembeli masuk dan keluar dari toko online. Maksimalkan arus lalu lintas web niaga yang dimiliki. Cara yang cepat untuk mendapatkan lalu lintas adalah dengan iklan bayar per klik. Namun cara ini dapat menimbulkan biaya dan harus dilakukan dengan cara yang tepat.

#### **Kegiatan Belajar 4**

Salah satu penyebab kegagalan bisnis wirausaha internet adalah fotografi produk yang buruk. Alamilah salah satu bentuk kasus fotografi produk yang berkualitas buruk yang ada di internet, lakukan analisis solusi perbaikan fotografi produk tersebut:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## 5. Saran untuk Kesuksesan Wirausaha Internet

Terdapat banyak saran yang dapat diberikan kepada seorang pelaku wirausaha internet. Meskipun jika dilihat dari pandangan umum, bisnis melalui internet tidak sulit untuk dilakukan, namun ketekunan dan keseriusan dengan fokus pada usaha yang dilakukan menjadi kunci sukses dalam berwirausaha melalui internet. Untuk itu ada beberapa hal yang dapat dilakukan oleh seorang wirausaha internet untuk membuat usahanya lebih maju.

- a. Memilih tempat usaha yang tepat berbasis online.

Sama seperti toko offline biasanya toko online juga harus mempunyai tempat yang tepat untuk memasarkan produk miliknya. Terdapat tempat (lapak) berjualan online yang berbayar dan gratis. Tempat gratis (*free*) yang dapat digunakan adalah dengan menggunakan *blog* atau *website* untuk membuka toko online baru. Menjalankan toko online, menuntut wirausaha untuk mendesain *website* atau *blog* yang digunakan sebagai lapak. Supaya mampu terlihat beda dari yang lainnya sehingga konsumen akan senang dan kerasan berada di toko online yang dimiliki seorang wirausaha. Sama seperti toko offline jika

tempat atau toko yang mereka gunakan menarik konsumen akan semakin nyaman.

b. Menjadi toko online yang terpercaya.

Menjaga kepercayaan pelanggan dan calon pelanggan yang tidak dapat bertatap muka dengan pelanggan dapat dilakukan dengan cara memberikan fasilitas chatting atau BBM, WhatsApp atau bahkan melalui telepon. Kasus penipuan yang banyak terjadi akhir akhir ini membuat konsumen tidak mudah percaya dengan toko online saat ini. Toko online yang dapat dipercaya biasanya mencantumkan alamat email, no handpone, dan alamat yang dapat dihubungi oleh konsumen. Meskipun tidak bertatap muka namun kredibilitas usaha dapat dibentuk melalui kepastian transaksi yang memberikan tingkat kepercayaan yang tinggi

c. Prosedur mengirimkan produk melalui online.

Pengiriman produk adalah salah satu hal yang perlu anda perhatikan selanjutnya saat menjalankan bisnis online. Mulai dari pengemasan yang menarik sampai keamanan produk yang dikirimkan supaya produk dapat sampai ke tangan konsusmen dengan benar dan tidak cacat. Pastikan juga

ekspedisi yang yang gunakan terpercaya dan mampu mengirim barang lebih cepat dan tarifnya murah. Sehingga konsumen tidak harus berlama-lama menunggu dan penjual juga bisa memberikan kepastian kapan barang tersebut sampai di rumah konsumen.

- d. Kesabaran dan Kerahaman dalam pelayanan.

Wirausaha harus selalu sabar dan juga ramah dengan konsumen supaya konsumen merasa puas dan akan setia, dan jangan sesekali membuat konsumen merasa kecewa karena konsumen tersebut akan beralih dari toko online anda nantinya.

- e. Menjaga reputasi dan nama baik melalui pelayanan.

Pelayanan yang telah diberikan adalah promosi yang hebat bagi usaha. Pelanggan akan merekomendasikan toko online yang dimiliki wirausaha, jika telah terbukti dapat memberikan pelayanan yang memuaskan. Demikian sebaliknya pencorengan nama baik dapat dengan mudah dilakukan oleh pelanggan jika terbukti wirausaha tidak memenuhi janji sesuai kesepakatan dan melakukan penipuan terhadap konsumen.



## 6. Peluang Bisnis Wirausaha Internet

Pengenalan teknologi informasi dan komunikasi membawa harapan baru untuk para wirausaha. Dengan meningkatnya popularitas Internet dan teknologi komunikasi, konsumen semakin banyak menyelidiki dan pembelian produk melalui jaringan Internet. Salah satu fitur yang menonjol dari Internet adalah pengenalan Web 2.0 yang memungkinkan pengguna untuk membentuk dan memperluas jaringan mereka secara online (O'Reilly 2009). Fitur ini telah terbukti mampu mendukung badan usaha, khususnya di kegiatan yang berhubungan dengan marketing.

Wirayuda (2016) menyatakan bahwa Internet telah membuat interaksi bisnis menjadi multi-aspek. Sekarang orang bisa melakukan bisnis, seperti membeli sesuatu, bertransaksi, dan menjalankan fungsi-fungsi bisnis melalui internet. Konsumen dan pemilik/pengelola bisnis dapat mendapatkan dan melakukan apa yang mereka inginkan tanpa harus meninggalkan beranjak dari tempat duduk, selama terhubung dengan internet.

Krisianto (2014:2) menyatakan bahwa intrnet menawarkan kecepatan informasi yang tidak terbayangkan sebelumnya. Dalam hitungan detik kita dapat bertukar informasi dengan seseorang dibelahan dunia yang lain. Selama terhubung

dengan internet, kita bias mendapatkan informasi kapanpun dan dimanapun, dengan internet kita tidak perlu pergi kemanapun jika ingin mendapatkan informasi. Saat mengakses internet, kita dipastikan akan berhubungan dengan website, dan setiap informasi yang ada diinternet akan ditampilkan dihalaman website. Analoginya webside seperti sebuah malaman pada majalah, buku atau Koran. Setiap website memiliki alamatnya masing-masing, contoh: [www.unp.ac.id](http://www.unp.ac.id), [www.cnn.com](http://www.cnn.com) dan sebagainya.

Internet merupakan dunia tanpa batas yang dapat dimanfaatkan untuk berbisnis, seperti yang dikemukakan oleh Mangkulo (2009) bahwa internet pada zaman sekarang ini sudah merupakan hal yang umum dan menjadi gaya hidup atau life style bagi banyak orang. Setiap tahun pengguna internet didunia dan di Indonesia khususnya terus meningkat. Internet telah mengubah cara manusia dalam berfikir dan berkomunikasi dan dapat dimanfaatkan untuk belakukan kegiatan bisnis.

Sulianta (2014) mengemukakan bahwa internet yang menciptakan dunia virtual ternyata mampu membangun bisnis nyata dengan keuntungan yang nyata bahkan mampu menjadi sumber penghasilan utama. Kekuatan online membuat bisnis ini bisa dijalankan dengan instan. Mampu mempercepat berbagai elemen-

elemen transaksi bisnis tradisional segalanya berjalan dengan sekejap, salah satu yang terpenting dalam fitur online yaitu kemampuan dalam menghubungkan penjual dengan pembelinya dengan waktu yang cepat.

Sanjaya dan Sanjaya (2009) menyatakan bahwa Sangat mudah bagi seseorang masuk dalam dunia internet, namun sangat sulit dan dibutuhkan alasan yang kuat untuk tetap bersikeras bertahan dalam bisnis online di internet serta menggunakan media baru tersebut secara efektif. Diperlukan sebuah komitmen yang kuat, tidak peduli seberapa kecilnya unuk menjalankan usaha internet.

Berdasarkan teori-teori yang telah dikemukakan tersebut maka dapat dinyatakan bahwa terdapat peluang yang besar dalam meraup keuntungan dari adanya perkembangan perdagangan elektronik menggunakan jaringan internet yang semakin hari semakin besar. Banyak kajian mencatat bahwa perdagangan online saat ini menjanjikan peluang bisnis yang dapat dilakukan oleh siapa saja. Namun terdapat hal-hal yang harus menjadi perhatian para pelaku bisnis sehingga peluang dalam melaksanakan bisnis dalam jaringan ini dapat dilaksanakan dengan baik dan menguntungkan pelakunya. Melaksanakan bisnis dalam jaringan internet bukanlah hal yang mudah, para pelaku

bisnis harus memiliki kompetensi-kompetensi khusus yang mendukung suksesnya pelaku bisnis.

Menurut Serfiani (2013: 23) pada prinsipnya terdapat ruang lingkup model bisnis online atau e commerce, yang terbagi menjadi 3 jenis berdasarkan interaksi bisnis para pelakunya, yaitu:

a. *Bisnis ke Bisnis atau Business to Business (B to B)*

Dalam bisnis online Model B to B hubungan bisnis yang terjadi dilakukan antara perusahaan dengan perusahaan atau antara sesama pengusaha dengan pelaku bisnis online. Bisnis online B to B memiliki karakteristik sebagai berikut:

- 1) Rekanan bisnis sudah diketahui dan umumnya memiliki hubungan bisnis yang cukup lama. Informasi hanya dipertukarkan dengan rekanan bisnis tersebut. Karena sudah mengenal lawan komunikasi maka jenis informasi yang dipertukarkan sesuai dengan kebutuhan dan kepercayaan.
- 2) Pertukaran data (data exchange) berlangsung berulang-ulang dan secara berkala, misalnya setiap hari dengan format data yang sudah disepakati bersama

- 3) Salah satu pelaku dapat melakukan inisiatif untuk mengirimkan data
- 4) Model yang umum digunakan adalah peer to peer dan processing intelligence yang dapat didistribusikan di kedua pelaku bisnis
- 5) Topik yang mungkin termasuk di dalam B to B adalah E-Procurement dan Enterprise Resource Planning (ERP)

b. *Bisnis ke Konsumen atau Business to Consumer (B to C)*

Pada Model B to C hubungan bisnis dilakukan antara perusahaan online (pengusaha/pelaku bisnis online) dengan para konsumen. Bisnis online B to C memiliki karakteristik sebagai berikut:

- 1) Terbuka untuk umum, atau informasi disebarkan kepada masyarakat umum
- 2) Servis yang diberikan bersifat umum dengan mekanisme yang dapat digunakan oleh khalayak ramai (berbasis web)
- 3) Service dilakukan berdasarkan permohonan/permintaan (on demand) dimana konsumen melakukan inisiatif dan produsen harus siap memberikan respon sesuai dengan permohonan konsumen

4) Pendekatan client/server sering digunakandimana diambil asumsi klien (konsumen) menggunakan system yang minimal (berbasis web) dan penyedia barang/jasa (business procedure) berada pada pihak server

c. *Konsumen ke Konsumen atau consumer to consumer (C to C)*

Model C to C hubungan bisnis dilakukan antara pihak konsumen dengan sesama konsumen bisnis online. Karakteristik Bisnis online berbentuk C to C adalah:

- 1) Transaksi dilakukan antar sesama konsumen bisnis online untuk memenuhi suatu kebutuhan tertentu dan pada saat tertentu
- 2) Bersifat lebih khusus karena transaksi dilakukan oleh konsumen ke konsumen yang memerlukan transaksi tertentu
- 3) Biasanya dilakukan dalam sebuah komunitas para pengguna atau penggemar produk tertentu yang dipasarkan melalui bisnis online
- 4) Ketidakpuasan consume terhadap suatu produk bisnis online dapat tersebar luas dalam waktu singkat melalui komunitas prara pengguna produk.

- 5) Pada model C to C ini penjual dan pembeli sama-sama individu/perorangan. Pada model ini hampir tidak ada biaya yang harus dikeluarkan oleh penjual karena penjual hanya memanfaatkan jaringan sosial dengan dukungan layanan internet seperti facebook, Twitter, Instagram, BlackBerry Messenger, WhatsApp dan lain-lain.

### Kegiatan Belajar 6

Berikan contoh masing-masing 3 model bisnis wirausaha internet sesuai materi yang didkemukakan diatas:

1. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

### C. Kesimpulan

Milyaran orang disuluruh dunia mengakses internet setiap harinya. Alasan yang muncul kenapa internet digemari adalah karena kemudahan dalam mengakses informasi,

kecepatan informasi yang dapat diperoleh, dan internet dapat membantu manusia memecahkan masalah terkait kekurangan informasi untuk menyelesaikan persoalan-persoalan hidupnya terkait informasi. Data *Statistika* 2019 menunjukkan pengguna internet di Indonesia pada 2018 sebanyak 95,2 juta, tumbuh 13,3% dari 2017 yang sebanyak 84 juta pengguna. Pada tahun selanjutnya pengguna internet di Indonesia diprediksi akan semakin meningkat dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 10,2% pada periode 2018-2023. Pada 2019 jumlah pengguna internet di Indonesia tumbuh 12,6% dibandingkan 2018, yaitu menjadi 107,2 juta pengguna. Wirausaha internet banyak dilirik karena tujuan meminimalisir biaya operasional usaha, dapat lebih banyak menjangkau konsumen yang tidak tersentuh oleh pasar secara offline dan banyak keuntungan lain yang dapat dirasakan oleh wirausaha. Kerugian dalam melaksanakan bisnis secara *online* tidak banyak dikeluhkan oleh para wirausaha internet, meskipun banyak penelitian yang mengemukakan bahwa 80%-90% kegagalan terjadi pada wirausaha pemula yang melaksanakan bisnis melalui internet. Terdapat peluang yang besar dalam meraup keuntungan dari adanya perkembangan perdagangan

elektronik menggunakan jaringan internet yang semakin hari semakin besar.

#### **D. Latihan**

Kerjakanlah latihan berikut sesuai dengan materi-materi yang telah anda pelajari dan pahami.

1. Jelaskan pendapat anda tentang peluang wirausaha dapat lebih berkembang melalui keberadaan internet. Ungkapkan dengan data statistik

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

2. Jelaskan keuntungan memanfaatkan internet sebagai media berbisnis:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

3. Jelaskan kerugian apa yang dapat dirasakan wirausaha internet jika gagal menata bisnis dengan baik:

---

---

---

---

---

---

---

---

4. Jelaskan saran sukses yang dapat diberikan kepada seorang wirausaha internet:

---

---

---

---

---

---

---

---

5. Tuliskan 3 model bisnis melalui internet dan berikan contoh:

---

---

---

---

---

---

---

---

# **BAB VI**

## **PERENCANAAN USAHA**

### ***(BUSINESS PLAN)***

---

#### **A. Tujuan Pembelajaran**

Rencana Usaha atau yang lebih dikenal dengan *Business Plan*, merupakan dokumen tertulis yang memberikan keterangan berkenaan tentang perniagaan atau proyek yang dijalankan secara menyeluruh dan terperinci oleh suatu unit usaha. Rencana Usaha terdiri dari narasi dan beberapa lembar laporan keuangan dan rincian data tentang perusahaan. Isi dari Rencana Usaha dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak-pihak yang berkepentingan memberikan penilaian tentang usaha yang dilakukan secara sistematis.



**Gambar 6.** *Business Plan*  
(Sumber: [www.istockphoto.com](http://www.istockphoto.com), 2017)

Dengan adanya Rencana Usaha membuat seorang wirausaha memikirkan segala sesuatu tentang usahanya secara menyeluruh, untuk menghindari adanya kesalahan dalam langkah-langkah yang akan dilakukan dimasa yang akan datang. Rencana Usaha adalah perencanaan usaha yang layak dan cocok dilakukan oleh setiap wirausaha yang akan memulai atau mengembangkan usahanya.

Wirausaha patut menyesuaikan rancangan Rencana Usaha dengan memodifikasi isi yang dikemukakan menyesuaikan kebutuhan usaha. Kajian ini penting dipelajari untuk menuangkan gagasan dan ide yang akan dilaksanakan. Rencana Usaha dapat digunakan oleh para wirausaha baru (*start up*) yang mencari modal (pembiayaan) dari pihak luar untuk memulai usaha mereka, dibutuhkan pula untuk wirausaha yang telah berjalan dan ingin mengembangkan usahanya yang membutuhkan modal (pembiayaan) untuk mengembangkan usaha. Tujuan dari mempelajari bab ini adalah untuk memberikan pemahaman pada kajian-kajian yaitu:

1. Definisi Rencana Usaha atau *Business Plan*
2. Tujuan membuat rencana Usaha
3. Bagian-bagian dari sebuah Rencana Usaha
4. Membuat Proposal Rencana Usaha

## B. Materi dan Kegiatan Belajar

### 1. Definisi Rencana Usaha (*Business Plan*)

Pada dasarnya membuat rancangan usaha atau *business plan* memiliki maksud untuk memberikan jembatan antara ide dan kenyataan, serta memberikan gambaran yang jelas dari apa yang hendak dilakukan oleh pewirausaha kerkait dengan usahanya dimasa yang akan datang. Wirausaha biasanya membutuhkan *business plan* untuk meyakinkan para calon investor dalam rangka mendapatkan bantuan dana untuk suatu proyek atau opeasional usaha. Dan biasanya *business plan* ini cukup populer dikalangan mahasiswa untuk mengikut lomba-lomba kewirausahaan. Oleh karena itu mengenal dengan baik rancangan usaha yang benar sangat dibutuhkan untuk mereka yang akan mewujudkan usahanya dalam bentuk nyata.

Sebelum membahas lebih lanjut mengenai bagaimana cara menyusun Rencana Usaha ada baiknya terlebih dahulu mahasiswa mengenal definisi dari Rencana Usaha atau *Business Plan*. Menurut pada pakar ada beberapa pengertian dari *Business Plan*, yaitu:

- a. *Hisrich, Peter*, (2004) menyatakan bahwa  
“*The business plan is a written document prepared by the entrepreneur that describe all the relevant external and internal elements involved in starting a new venture. It is often*

*an integration of functional plans such as marketing, finance, manufacturing and human resources.”. Business plan adalah dokumen tertulis yang disiapkan oleh wirausaha yang menggambarkan semua unsur-unsur yang relevan baik internal, maupun eksterhal mengenai perusahaan untuk memulai sewaktu usaha. Isinya Bering merupakan perencanaan terpadu menyangkut pemasaran, permodalan, manufaktur dan sumber daya manusia.*

- b. Max Coulthard, Andrea Howell, and Geoff. Clarke (1999:3) *“Business plan is a detailed study of the organization’s activities, which highlights where the organization has been, where it is owe and where it might get to in the future, and incorporates an action program to achieve these results.”. Perencanaan Usaha adalah rincian kegiatan organisasi, yang menyoroti kondisi keuangan, analisis peluang usaha dimasa yang akan datang dan program yang dilakukan untuk mencapai hasil yang direncanakan.*
- c. Megginson (2000) *It is a written statement setting forth the business's mission and objectives, its operational and financial details, its ownership and management structure and how it hopes to achieve its*

*objectives*. Perencanaan Usaha adalah suatu rencana tertulis yang memuat misi dan tujuan bisnis, cara kerja dan rincian keuangan/permodalan susunan para pemilik dan manajemen dan bagaimana cara mencapai tujuan bisnisnya.

- d. Bygrave (1994:114) menyatakan bahwa *A business plan is a document that convincingly demonstrates the ability of your business to sell enough of its product or service to make a satisfactory profit and be attractive to potential backers. A better definition: A business plan is a selling document that conveys the excitement and promise of your business to any potential backers or stakeholders.* Perencanaan Usaha 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. Definisi yang lebih baik menyatakan bahwa Business Plan adalah sebuah selling document yang mengungkapkan daya tarik dan harapan sebuah bisnis kepada penyandang dana potensial.

Pengertian yang dikemukakan para pakar di atas menyiratkan makna tentang Rencana

Usaha (*Business Plan*) adalah dokumen yang disediakan oleh seseorang Wirausaha yang memuat narasi yang rinci tentang masa lalu, kondisi saat ini dan kecenderungan masa depan dari sebuah usaha. Isinya mencakup analisis tentang manajerial, keadaan fisik bangunan, karyawan, produk, sumber permodalan, informasi tentang jalannya perusahaan selama ini dan posisi pasar dari perusahaan.

Rencana Usaha juga berisi tentang rincian profit, neraca perusahaan, proyeksi aliran kas untuk dua tahun yang akan datang. Juga memuat pandangan dan ide dari anggota tim manajemen. Hal ini menyangkut strategi tujuan perusahaan yang hendak dicapai. Business plan dibuat dalam bentuk jangka pendek ataupun jangka panjang yang pertama kali diikuti untuk tiga tahun berjalan. Business plan merupakan rencana perjalanan atau *road map* yang akan diikuti oleh wirausaha. Setiap wirausaha yang akan menjalankan usahanya dengan maksud mendapatkan modal usaha dari pendana membutuhkan *business plan* sebagai bahan pertimbangan yang realistis dan terukur untuk meyakinkan pendana.

## **2. Tujuan Membuat Rencana Usaha**

Membuat *business plan* tentu saja memiliki tujuan. Meskipun telah dikemukakan di atas apa

dasar yang menjadi tujuan seorang wirausaha membuat *business plan*, lebih lengkap berikut dijelaskan tujuan seorang wirausaha membuat *business plan*:

- a. Sebagai panduan bagi wirausaha dalam melaksanakan usahanya. *Business plan* dapat menjadi panduan bagi wirausaha dalam mengoperasikan usahanya.
- b. Sebagai bahan penilaian tertulis dalam menilai keberhasilan usaha yang telah dilaksanakan selama ini.
- c. Sebagai bahan mengevaluasi kelemahan pencapaian target usaha yang telah terjadi. Hal ini untuk memantapkan langkah selanjutnya berdasarkan pengalaman dan kesalahan-kesalahan yang mungkin telah terjadi pada bisnis dimasa lalu
- d. Sebagai pedoman bagi pihak luar (eksternal) dalam menilai kondisi Usaha. Rancangan usaha yang baik dapat memberikan keyakinan pada pihak calon penanam modal, kreditor atau investor untuk menanamkan modal kepada wirausaha.
- e. Sebagai dasar dalam memaksimalkan sumber daya yang telah diuraikan, juga untuk memberikan dokumentasi kepada perusahaan sendiri tentang kondisi investasi usaha yang dimiliki.

Perencanaan usaha 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. Perencanaan usaha akan membuat seorang wirausaha dapat melihat dengan jelas apakah usaha yang akan dijalankan nanti akan memiliki prospek keberhasilan yang tinggi dan juga harus bisa menyakinkan orang lain tidak akan merugi bila melakukan kerjasama. Perencanaan usaha mengungkapkan seberapa besar peluang produk atau jasa yang akan diproduksi memiliki kekuatan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. sehingga perencanaan usaha harus berbasis pada permintaan pasar.

Untuk dapat difahami oleh mereka yang berkepentingan dengan perencanaan usaha, maka terdapat sifat atau cirri dari sebuah perencanaan bisnis yang baik, berikut dikemukakan:

- a. Perencanaan usaha yang dibuat fokus berdasarkan visi, misi dan tujuan dari kegiatan usaha yang dilakukan
- b. Perencanaan usaha memiliki rasionalitas dan factual, yang bermakna bahwa perencanaan usaha yang dibuat harus masuk akal, realistis (dapat dilakukan) dengan berorientasi pada masa depan serta

didukung oleh data dan fakta yang ada. Misal kemungkinan peluang usaha berdasarkan jumlah mahasiswa yang terdaftar pada suatu perguruan tinggi dapat dinyatakan dengan data jumlah mahasiswa pada tahun-tahun terakhir. Jumlah penduduk dinyatakan dengan statistic dan laporan dari Badan Statistik Nasional, dan data lain yang berbentuk factual.

- c. Perencanaan Bisnis yang dibuat dipersiapkan untuk tindakan yang berkelanjutan serta mempertimbangkan kondisi dan prediksi pada keadaan dimasa yang akan datang, dengan memiliki wawasan berfikir yang berkesinambungan maka perencanaan usaha dapat bersifat kompetitif.
- d. Perencanaan bisnis merupakan pedoman dalam melaksanakan tindakan usaha dimasa yang akan datang sehingga harus bersifat sebagai persiapan dan flesibel dapat digunakan dimasa perencanaan (dimasa yang akan datang)
- e. Perencanaan bisnis bersifat operasional yang berarti sederhana, terperinci dan dapat dioperasionalkan (dilaksanakan)

Seorang wirausaha tentu saja harus mengetahui apa alasan membuat sebuah

rencana bisnis. Rencana Usaha merupakan salah satu sarana sistematis dalam mempertajam ide bisnis. Dengan bantuan rencana bisnis maka ide-ide bisnis akan lebih terencana dan sistematis. Melalui pendekatan-pendekatan standar *business plan*, akan diketahui siapa saja pasar atau konsumen potensial, bagaimana proses pemasarannya, serta bagaimana proses operasional dari bisnis yang sedang dijalani.

Yushita (2015) mengemukakan beberapa alasan penting mengapa pengelola usaha harus menyusun perencanaan usaha, antara lain:

- a. Rencana usaha yang dibuat dapat menjadi alat pengawasan dan pengendalian kegiatan sehari-hari bagi seorang wirausaha. Dengan rencana usaha yang disusun dengan baik maka wirausaha lebih mudah mengetahui apakah usaha yang dilakukan sesuai dengan rencana atau memiliki penyimpangan dari yang telah ditetapkan dalam rencana usaha. Penetapan kegiatan usaha juga dapat dikendalikan dengan adanya rencana usaha ini, dapat diseleksi mana kegiatan yang dapat diterima untuk dilaksanakan atau tidak. Rencana usaha dapat menjadi aturan atau tata tertib dari pelaksana usaha (wirausaha)
- b. Rencana bisnis di buat untuk mendapatkan pembiayaan dari Lembaga Pemberi

Pinjaman (*To obtain the institution financing*). Dengan adanya perencanaan usaha yang jelas akan memudahkan kita untuk mencari bantuan kerjasama dari berbagai pihak karena didalam perencanaan usaha menunjukkan aspek keuangan,dan aspek pemasaran yang mana hal tersebut akan memudahkan pengelola usaha mendapat dukungan berupa pinjaman melalui lembaga pemberi pinjaman.

- c. Untuk mendapatkan dana investasi (*To obtain investment funds*). Perencanaan usaha yang jelas juga memungkinkan kita untuk mendapatkan pinjaman melalui pihak-pihak lain yang potensial yang akan mendukung pemenuhan investasi usaha kita.
- d. Untuk mengatur dengan siapa harus bekerjasama (*To arrange strategic alliances*) Mengatur dan membentuk kerjasama dengan perusahaan-perusahaan lain yang sudah ada dan saling menguntungkan misalnya dari para produsen yang dapat diharapkan memasok barang buat perusahaan anda.
- e. Untuk mendapatkan atau memenangkan suatu kontrak besar (*To large contracts*) Perencanaan yang baik menarik minat perusahaan-perusahaan yang lebih besar

memberi pekerjaan atau kontrak yang dapat dikerjakan oleh perusahaan anda

- f. Untuk menarik tenaga kerja inti (*To attract key employes*). Perencanaan yang baik mengundang orang-orang tertentu yang potensial atau mempunyai keahlian untuk bergabung bekerja sama dengan anda. Mungkin saja anda memerlukan orang-orang yang mempunyai kemampuan untuk menduduki posisi kunci dalam perusahaan anda namun anda harus berhati-hati menerima orang-orang tertentu yang dapat pula menjerumuskan perusahaan anda yang baru berdiri.
- g. Untuk memotivasi dan fokus (*To motivate and focus your management team*) Perencanaan yang baik menjamin adanya perhatian yang fokus pada tujuan dari berbagai personil yang ada dalam perusahaan. Sebab sebuah perusahaan akan bertumbuh makin lama makin kompleks sehingga perencanaan usaha akan menjadi komponen yang sangat penting bagi setiap orang untuk tetap berpijak pada arah yang benar.

Terdapat tiga fungsi Rencana Usaha bagi seorang Wirausaha yakni sebagai rencana aksi usaha yang akan dilaksanakan (Action Plan),

sebagai Peta Jalan Usha (Road Map) dan sebagai alat penjualan (sales tools). Berikut dikemukakan lebih jelas mengenai ketiga fungsi tersebut:

**a. Sebagai Rencana Aksi (*Action Plan*)**

Sebuah perencanaan usaha akan membantu untuk bergerak dan mengambil tindakan bisnis. Kita mungkin sudah lama memikirkan untuk memulai sebuah usaha, tetapi prosesnya mungkin tampak seperti sesuatu yang „menakutkan” dan terlalu kompleks. Sebuah rencana usaha akan membantu untuk memilah-milah proses dimaksud menjadi bagian-bagian kecil yang lebih jelas. Dengan demikian sebuah masalah bisnis yang besar dapat dilihat sebagai sebuah urutan masalah-masalah kecil. Dan dengan memecahkan masalah masalah kecil dimaksud, otomatis masalah besar tersebut juga akan dapat terpecahkan. Jadi menulis sebuah perencanaan usaha akan membantu dalam mengambil tindakan bisnis dengan membagi masalah besar ke dalam masalah-masalah kecil yang tidak terlalu rumit.

**b. Sebagai Peta Jalan (*Road Map*)** Seketika memulai sebuah usaha, perencanaan usaha akan menjadi alat yang sangat berguna agar usaha tetap pada arah yang diinginkan.

Dalam kegiatan bisnis sehari-hari yang hiruk-pikuk, sangat mudah bagi seseorang untuk kehilangan arah usaha untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Sebuah rencana bisnis membantu untuk tetap fokus dalam arah yang diinginkan untuk mencapai tujuan yang telah dicanangkan. Juga perencanaan usaha akan membantu pihak lain untuk memahami visi usaha yang akan dijalankan, termasuk supplier, pekerja, mitra bisnis, teman dan keluarga.

**c. Sebagai Alat Penjualan (*Sales Tool*)**

Mungkin yang paling penting adalah bahwa sebuah perencanaan usaha merupakan sebuah alat bantu penjualan (*Sales Tool*), sehingga sebuah perencanaan usaha merupakan alat yang bisa dipergunakan untuk meyakinkan investor untuk menempatkan investasinya di usaha tersebut.

**3. Bagian-Bagian Dari Rencana Usaha**

Susunan dari bagian-bagian sebuah Rencana Usaha pada dasarnya tidak bersifat baku. Format business plan biasanya bergantung pada siapa yang akan membaca *business plan*. Mungkin ada pihak yang mengharuskan bagian *exit strategy*, mungkin ada

juga yang menginginkan bagian tambahan seperti analisis regulasi. Penyusunan *business plan* sangat bergantung pada mengapa *business plan* dibuat dan siapa yang akan menggunakannya. Misalnya, *business plan* yang bersifat non-profit bisa saja fokus membahas misi organisasi. *Business plan* dengan tujuan mendapatkan pendanaan bank mungkin lebih melihat seperti apa rencana keuangan bisnis, apakah dapat melunasi hutang, dan berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk melunasi hutang. Jika *business plan* ditujukan untuk investor, isinya bisa saja lebih berfokus pada penawaran investasi, target pasar, dan *exit strategy*.

Sebuah Rencana Usaha yang baik memiliki ciri sebagai berikut:

- a. Singkat dan padat
- b. Terorganisir rapi dengan penampilan menarik
- c. Rencana yang menjanjikan
- d. Hindari melebih-lebihkan proyeksi
- e. Kemukakan risiko-risiko bisnis yang signifikan
- f. Tim terpercaya dan efektif
- g. Fokus
- h. Target pasar
- i. Realistis
- j. Spesifik

Menurut Sudarma (2014) terdapat 7 Komponen Rencana Usaha yang terseusun dengan sistematis, yaitu:

a. Ringkasan Eksekutif berisikan

- Konsep bisnis
- Misi perusahaan
- Produk/jasa
- Persaingan
- Target dan ukuran pasar
- Strategi pemasaran
- Tim manajemen
- Keuangan

b. Deskripsi Bisnis

- Identitas perusahaan: nama, lokasi, badan hukum
- Visi dan misi perusahaan
- Gambaran sekilas tentang produk/jasa
- Perkembangan sampai saat ini
- Status hukum dan kepemilikan

c. Strategi Pemasaran

- Tren dan pertumbuhan industri
- Gambaran pasar
- Ukuran dan tren pasar
- Peluang strategis
- Target pasar
- Karakteristik pasar

- d. Analisis Persaingan
  - Pesaing
  - Posisi dalam persaingan
  - Distribusi pangsa pasar
  - Kelebihan dibanding pesaing
  
- e. Rencana Desain dan Pengembangan
  - Tujuan usaha jangka panjang
  - Strategi
  - Sasaran-sasaran dan jadwal pencapaian (milestones)
  - Evaluasi risiko
  - Exit Plan
  
- f. Rencana Operasi dan Manajemen
  - Fasilitas
  - Proses produksi
  - Pengendalian persediaan
  - Pasokan dan Distribusi
  - R&D/Pengembangan produk
  - Kontrol keuangan
  - Tim manajemen
  - Konsultan
  - Lain-lain
  
- g. Analisis Rencana Keuangan
  - Proyeksi pendapatan
  - Proyeksi aliran kas

- Neraca
- Sumber modal & penggunaan
- Asumsi yang digunakan
- Analisis Break-Even, Payback Period, IRR, NPV

Yushita (2015) mengemukakan bagian-bagian dari sebuah Rencana Usaha adalah sebagai berikut:

- 1) **Pembukaan.** Pembukaan pada plan / rencana bisnis. Jelaskan siapa yang menulis, kapan dan untuk tujuan apa.
- 2) **Rangkuman.** Berikan kisi-kisi dari rencana / plan bisnis Anda. Tuliskan bagian ini terakhir setelah semua bagian dibuat.
- 3) **Strategic Overview** Tuliskan apa yang menjadi tujuan utama, dan kegiatan utama dari rencana bisnisnya. Apa tujuan jangka panjang, strategi kunci dan tujuan akhir.
- 4) **Status Saat Ini** Rangkum apa yang sudah dicapai, performa keuangan, penjualan dan teknis sampai saat ini. Perkenalkan siapa saja yang terlibat dalam bisnis ini.
- 5) **Penawaran Produk atau Jasa** Jelaskan secara singkat apa yang membuat produk Anda beda dengan yang lain. Apa yang membuatnya spesial?
- 6) **Target Pasar** Tunjukkan siapa saja target pasar yang akan disasar. Berikan profil

pelanggan, segmen, trend dan juga kompetisi dibisnis ini.

- 7) **Strategi Marketing dan Penjualan** Bagaimana Anda akan menjual produk ini? Bagaimana akan bersaing dengan pesaing dibidang yang sama? Berapa biaya marketingnya? dan sebagainya.
- 8) **Teknologi** Berikan segala hal yang berkaitan dengan teknologi dan penelitian di usaha Anda.
- 9) **Operasional** Bagaimana operasional akan di handel, bagaimana menjalankannya, berapa biaya dan sumber daya yang dibutuhkan.
- 10) **Proyeksi Keuangan** Berikan tabel sederhana tentang proyeksi keuangannya.
- 11) **Kebutuhan Pendanaan** Berapa tambahan pendanaan yang Anda butuhkan.
- 12) **Implemetasi** Berikan timeline pengerjaan, dan aksi yang dibutuhkan agar rencana berjalan.
- 13) **Kesimpulan** Berikan alasan mengapa bisnis ini akan sukses, dan mengapa perlu didukung.

Terdapat beberapa hal yang patut diperhatikan pada saat menyajikan rencana usaha kepada para investor maupun para kreditor, hal-hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan/pengusaha adalah sebagai berikut :

- a. Usahakan rencana bisnis yang disusun tidak terlalu tebal tetapi lengkap, artinya mencakup berbagai informasi yang dibutuhkan oleh evaluator baik dari pihak investor maupun kreditor untuk melakukan pengambilan keputusan. Uraian lebih rinci sebaiknya dibuat dalam bentuk lampiran. Kuratko dan Hodgetts (2004) menyarankan agar tebal rencana bisnis tidak lebih dari 50 halaman.
- b. Penampilan rencana bisnis harus dibuat menarik karena investor dan kreditor akan memperoleh kesan pertama terhadap perusahaan yang sedang mencari pendanaan dari penampilan rencana bisnis yang diajukan kepada mereka.
- c. Sampul depan rencana bisnis harus memuat nama perusahaan, alamat, nomor telpon perusahaan, dan bulan serta tahun rencana bisnis dikeluarkan. Hal tersebut untuk memudahkan calon investor atau kreditor melakukan komunikasi dengan perusahaan atau pada saat mereka memberikan jawaban balasan terhadap rencana bisnis yang disampaikan perusahaan. Pada bagian dalam dari sampul, harus dituliskan jumlah salinan/copy bisnis yang diedarkan. Hal ini akan memberi kesan kepada calon investor maupun kreditor bahwa mereka adalah pihak

yang diprioritaskan oleh perusahaan dalam memperoleh penawaran rencana bisnis.

- d. Rencana bisnis yang baik harus mencantumkan ringkasan eksekutif (*executive summary*) yang dapat disampaikan dalam 2-3 halaman yang memuat penjelasan mengenai keadaan usaha saat ini. Ringkasan tersebut dapat berisi produk dan jasa yang dihasilkan, manfaat produk bagi pelanggan, ramalan keuangan, tujuan perusahaan dalam jangka panjang (lebih dari lima tahun), jumlah dana yang dibutuhkan, serta manfaat yang akan diterima oleh investor.
- e. Penyusunan rencana bisnis harus diorganisasikan dengan baik.
- f. Rencana usaha yang baik akan mencantumkan risiko utama dari suatu bisnis yang akan dijalankan. (Gunadharna University, 2016)

#### **4. Membuat Rencana Usaha**

Sesuai dengan kajian yang telah dikemukakan di atas, terdapat bagian-bagian yang sistematis dalam membuat rencana bisnis. Untuk dapat mencoba membuat rencana bisnis yang baik bagi seorang pemula berikut disajikan cara penyusunan (*template*) yang dapat

membantu seorang wirausaha khususnya pemula dalam membuat perencanaan usaha.

**FORMAT PROPOSAL RENCANA USAHA  
(BUSINESS PLAN)  
BAGI WIRAUSAHA PEMULA**

**1. Cover Depan**

Dengan ketentuan:

- a. Gunakan Gambar dan Design cover yang menarik. Gambar dan design cover depan proposal harus dapat mewakili jenis dan karakter dari usaha yang tercerminkan dari design dan warna yang sesuai.
- b. Gunakan logo/lambang saha yang menjadi Identitas dan simbol usaha. Digunakan untuk mempermudah dan membedakan usaha kita di mata konsumen dalam mengingatkan usaha kita dibandingkan dengan pesaing dan nama usaha yang sama.
- c. Informatifkan data inti perusahaan (nama, alamat, contact no). Berisi informasi nama usaha, domisili/alamat tempat usaha serta nomor telepon yang dapat dihubungi apabila calon investor ataupun konsumen ingin menghubungi.

## **2. Daftar Isi Lengkap dengan BAB dan Sub BAB yang ada didalam Rencana Usaha**

### **3. Ringkasan Eksekutif Usaha**

- Nama Perusahaan
- Bidang Usaha
- Jenis Produk atau Jasa
- Nilai Penjualan yang dapat dicapai dalam satu tahun
- Nilai Kekayaan perusahaan terkini
- Prospek pengembangan usaha
- Rencana Pengembangan Usaha
- Proyeksi nilai penjualan
- Kebutuhan dana
- Rencana penggunaan dana
- Jangka waktu pengembalian
- Agunan

### **4. Pendahuluan**

Bagian ini dapat memuat Latar Belakang Perusahaan dan Bio Data Perusahaan

- a. Sejarah Berdirinya Usaha.** Sejarah berdirinya usaha menggambarkan kepada calon investor dasar atau landasan usaha ini berdiri apakah cukup kuat secara pengalaman dan keutuhan individu yang terlibat didalamnya.

**b. Visi & Misi Usaha**

**Visi** merupakan cita-cita yang ingin dicapai usaha dalam jangka panjang (What to Be?)

**Misi** merupakan cara-cara yang digunakan usaha dalam mencapai visi usaha (How to Be ?). Misi dapat berupa pernyataan kalimat atau kata yang mengingatkan pelaku usaha untuk bekerja sesuai Misi dalam mencapai Visi.

**c. Data Perusahaan**

**Data perusahaan terdiri dari:**

Nama Perusahaan :  
Bidang Usaha :  
Jenis Produk/Jasa :  
Alamat Perusahaan :  
Nomor Telepon/Fax :  
Perbankan Usaha :  
Bentuk Badan Hukum :  
Nomor Akte Pendirian :  
NPWP :

**d. Data Pemilik dan Pengurus Usaha**

Nama :  
Jabatan :  
Tempat & Tanggal Lahir :  
Alamat Rumah :  
Nomor Telepon :  
Alamat E-mail :

Nomor Fax :  
Pendidikan Terakhir :  
Pengalaman Kerja :

**e. Struktur Organisasi usaha**

Kemukakan dengan sesuai dengan struktur organisasi yang digunakan oleh usaha.

**5. Analisis Pasar Dan Peluang Pasar**

**a. Gambaran Umum Pasar ( STP )**

- **Segmen Pasar** merupakan gambaran umum dari konsumen usaha
- **Target Pasar** merupakan sasaran khusus bagi konsumen potensial dari usaha
- **Positioning** adalah bagaimana kita menempatkan usaha kita diantara pesaing usaha yang sejenis.

**b. Permintaan**

- Perkiraan / prediksi jumlah permintaan konsumen terhadap produk.
- Proyeksikan permintaan konsumen dalam beberapa periode/tahun mendatang seperti kenaikan x % per tahun sesuai kenaikan jumlah penduduk

Tahun	Perkiraan Permintaan ( dalam Unit )

**c. Penawaran**

- Penawaran dari produk pesaing sejenis di pasar

Nama Perusahaan Pesaing	Kapasitas Produksi / Tahun ( dalam Unit )

- Proyeksi penawaran dalam beberapa periode / tahun mendatang. Proyeksi penawaran disesuaikan dengan permintaan seperti kenaikan  $x\%$  per tahun sesuai pertumbuhan ekonomi.

Tahun	Perkiraan Penawaran ( dalam Unit )

**d. Rencana Penjualan dan Pangsa Pasar**

**Rencana Penjualan** adalah rencana produk yang akan dijual dalam waktu 1

tahun disesuaikan dengan kondisi permintaan dan penawaran.

**Pangsa Pasar** adalah bagian dari penjualan produk kita dibandingkan dengan penjualan total produk sejenis dalam industri

#### e. **Strategi Pemasaran Perusahaan dan Pesaing**

**Strategi Pemasaran Perusahaan** dilakukan berdasarkan analisa 7 P dengan alat analisis SWOT menurut Kottler yang terdiri atas :

##### **1) Product**

Strategi mengenai bagaimana produk usaha kita dapat menarik hati konsumen untuk membelinya. Produk usaha kita dapat dibedakan berdasarkan mutu / kualitas, ukuran, desain, kemasan, dan kegunaan lebih dibandingkan pesaing.

##### **2) Price**

Strategi mengenai bagaimana produk kita lebih menarik konsumen dari segi harga dibandingkan pesaing. Umumnya konsumen lebih tertarik kepada produk dengan harga yang lebih murah. Selainnya itu dari segi

harga, kita dapat membedakan produk kita berdasarkan harga satuan dan harga grosir, syarat pembayaran, diskon/potongan harga,

### **3) Promotion**

Strategi mengenai bagaimana produk kita dapat dikenal oleh konsumen melalui beberapa cara :

#### **a. Advertising (Iklan)**

Beriklan dapat dilakukan melalui media Media Cetak berupa Brosur, spanduk, poster, iklan majalah/koran dan Media TV dan Radio berupa Iklan TV, Jingle Iklan Radio

#### **b. Placement**

Merupakan cara untuk mendistribusikan produk kita untuk sampai ke tangan konsumen. Sistem distribusi yang dilakukan dapat secara langsung ke konsumen atau melalui pedagang perantara seperti *wholesaler* (pedagang besar) atau *retailer* (pedagang kecil).

### **c. People**

Merupakan kriteria sumber daya manusia secara umum yang dapat meningkatkan penjualan produk ke konsumen secara langsung ataupun tidak langsung.

### **d. Process**

Proses yang ditampilkan kepada konsumen agar konsumen tertarik untuk membeli. Proses yang dapat ditampilkan seperti proses produksi yang baik ataupun proses pelayanan terhadap konsumen.

## **6. Aspek Produksi**

### **a. Produk**

Perencanaan yang perlu dilakukan menyangkut produk (output), terutama pada usaha manufaktur dan industri pengolahan adalah:

- 1) **Dimensi Produk.** Dimensi produk berkenaan dengan sifat dan ciri-ciri produk yang meliputi bentuk, ukuran, warna serta fungsinya.
- 2) **Nilai/Manfaat Produk.** Manfaat yang dapat ditawarkan oleh produk

dapat dibagi dalam 5 tingkatan, yaitu:

- Manfaat inti (*core benefit*): adalah manfaat yang diberikan untuk pemenuhan terhadap kebutuhan utama konsumen, misalnya kebutuhan berbicara jarak jauh.
- Manfaat dasar (*basic benefit*): adalah manfaat dasar yang diberikan untuk memecahkan masalah kebutuhan utama, misalnya telepon.
- Manfaat yang diharapkan (*expected benefit*): adalah manfaat yang diharapkan lebih dari sekedar pemenuhan kebutuhan dasar, misalnya telepon yang dapat dibawa-bawa (HP).
- Manfaat di atas harapan (*augmented benefit*): adalah manfaat yang dapat diberikan lebih dari yang diharapkan oleh konsumen, misalnya HP yang dapat digunakan untuk SMS.
- Manfaat potensial (*potential benefit*): adalah semua manfaat

yang mungkin dapat diberikan lebih dari sekedar augmented benefit, misalnya HP yang dapat digunakan sebagai lampu senter, kamera, *video recorder*, *video calling*, fax, internet, dsb.

### 3) Kegunaan/Fungsi Produk

- Produk konsumsi, yaitu produk yang dibeli dan digunakan oleh konsumen akhir (pemakai akhir); meliputi:
  - *Convenience goods*, yaitu produk yang dibutuhkan sehari-hari dan mudah didapat, misalnya beras, gula, teh, permen, dll.
  - *Shopping goods*, yaitu produk-produk yang dibedakan oleh konsumen berdasarkan kualitas, harga, tren, dan gaya. Contohnya adalah baju, telepon seluler, mobil, dsb.
  - *Specialty goods*, yaitu produk yang mempunyai karakteristik unik dan mempunyai merek yang

sudah terkenal; misalnya mobil mewah, jam tangan mewah, dsb.

- *Unsought goods*, adalah produk yang kurang dikenal atau dike-tahui umum tetapi kurang diminati, misalnya asuransi
- Produk industri, yaitu produk yang biasa dibeli oleh pelaku usaha produksi lainnya. Biasa dikenal dalam B to B (*business to business*). Dapat dibagi dalam 3 golongan, yaitu:
  - Bahan baku dan suku cadang: merupakan bahan mentah yang akan diproses lebih lanjut.
  - Barang modal: yaitu barang-barang yang berumur lebih dari 1 tahun dan tidak untuk dijual belikan.
  - Perlengkapan dan jasa bisnis, yaitu produk tidak tahan lama yang membantu operasional perusahaan.

## **b. Proses Produksi**

Perencanaan proses produksi pada dasarnya menjelaskan tahapan-tahapan proses yang diperlukan untuk menghasilkan produk atau output yang dimaksud. Bentuk proses biasa digambarkan dalam lembaran skema atau diagram alur yang disertai dengan keterangan deskriptif.

## **c. Kapasitas Produksi**

Perencanaan kapasitas produksi dilakukan untuk semua mesin, peralatan, dan faktor produksi lainnya sesuai dengan rencana jumlah produk akhir yang akan dihasilkan. Dengan sendirinya, kapasitas produksi sampai dengan tingkatan yang rinci semuanya akan mengacu pada hasil dari perhitungan peluang pasar atas produk yang bersangkutan. Kapasitas produksi biasa dinyatakan dalam unit per periode waktu tertentu (tahun, bulan, minggu, hari, atau jam). Untuk perencanaan strategis, proyeksi kapasitas dilakukan dalam jangka minimal 3 tahun ke depan, sesuai dengan rencana produksinya.

1) Tanah dan Bangunan

Perencanaan tanah dan bangunan berkaitan dengan lokasi untuk kan-tor, tempat usaha, pabrik, gudang, tempat parkir, dll. Untuk keperluan perhitungan kelayakan finansial usaha, maka perlu diperhitungkan ukuran, harga beli atau sewanya.

2) Pemasangan Sarana Penunjang

Instalasi sarana penunjang berkaitan dengan tata letak (*lay-out*) yang termasuk dalam anggaran investasi. Pemasangan sarana penunjang ini meliputi listrik, air, telepon, internet, dan lain-lain.

Jenis Biaya	Jumlah Biaya
1. Pemasangan instalasi listrik	
2. Pemasangan instalasi air (PAM)	
3. Pemasangan instalasi telepon	
4. Pemasangan instalasi internet	
5. Dan lain-lain	
Total Biaya Pemasangan Sarana Penunjang:	

### 3) Mesin dan Peralatan

Baik untuk skenario pembelian ataupun sewa, daftar mesin dan peralatan juga harus dirinci sedetail mungkin proyeksinya. Perencanaan ini tetap selalu berkaitan dengan kapasitas dan kompetensi teknis wirausahawan.

Nama Mesin/Peralatan	Merk	Jumlah Unit	Harga	Jumlah Harga
1.				
2.				
Total Pembelian Mesin/Peralatan				

### 4) Tenaga Produksi (Tenaga Kerja Langsung)

Perencanaan tenaga kerja langsung (TKL), juga perlu memperhatikan hal-hal mengenai kualifikasi, tarif upah, jumlah tenaga yang dibutuhkan, dan persyaratan kerja.

### 5) Biaya Umum Usaha/Pabrik

Sebagai komponen biaya modal kerja yang terakhir, perlu juga

diren-canakan biaya-biaya penunjang (sarana dan prasarana), misalnya seba-gai berikut:

## **7. Aspek Keuangan**

### **a. Strategi Sumber Pendanaan Usaha**

Salah satu komponen yang mendukung pembangunan nasional adalah tersedianya lembaga intermediasi yang mempunyai fungsi meng-impun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali ke masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya. Lembaga inter- ediasi yang ada dibedakan dalam 3 kategori yakni :

- 1) Berbentuk Bank tunduk pada Undang- Undang Pokok Perbankan
- 2) Berbentuk Koperasi Simpan Pinjam tunduk pada Undang-Undang Koperasi
- 3) Lembaga Keuangan Mikro lainnya yang belum diatur undang-undang

Kemukakan pada bagian ini strategi sumber pendanaan yang diperoleh oleh wirausaha. Dari mana saja dana dapat diperoleh dan bagaimana cara memperoleh dana tersebut.

b. Proyeksi Keuangan

Aspek finansial dari proposal bisnis harus dapat memperlihatkan potensi dana yang dimiliki, kebutuhan dana eksternal, perhitungan kelayakan usaha, termasuk di dalamnya 3 perfoema laporan keuangan: neraca, rugi-laba, dan *cash flow*. Secara ringkas, dapat diberikan format sederhana perhitungan kelayakan usaha secara finansial sebagai berikut:

Kebutuhan Pembiayaan/Modal Investasi

Uraian	Banyaknya	Harga /Unit	Jumlah
	(1)	(2)	(3 = 1 x 2)
a. Tanah			
b. Bangunan			
c. Mesin/Peralatan			
d. Peralatan Kantor			
e. Alat angkut			
f. Infrastruktur			
g. Biaya pra operasi			
Jumlah			

### Kebutuhan Pembiayaan/Modal Kerja

Uraian	Banyaknya a (1)	Harga /Unit (2)	Jumlah  (3 = 1 x 2)
a. Bahan Baku			
b. Persediaan Bahan			
c. Produk dalam proses			
d. Piutang			
e. Uang Kas			
Jumlah			

### Analisa Biaya Tetap

Uraian	Banyaknya a (1)	Harga /Unit (3)	Jumlah  (3 = 1 x 2)
a. Gaji			
b. Penyusutan			
c. Bunga Pinjaman			
d. Biaya Pemasaran			
e. Biaya Lainnya			
Jumlah			

### Analisa Biaya Tidak Tetap

Uraian	Banyaknya (1)	Harga /Unit (2)	Jumlah  (3 = 1 x 2)
a. Upah			
b. Biaya Bahan			
Jumlah			

c. Analisa Kelayakan Usaha

Analisis investasi digunakan untuk mengukur nilai uang atau tingkat pengembalian dari investasi yang ditanamkan dalam suatu usaha pada masa yang akan datang. Hal ini sangat penting dilakukan sebelum implementasi investasi yang sering mempertaruhkan dana yang sangat besar. Dengan melakukan berbagai macam simulasi tersebut, akan diketahui besarnya faktor-faktor resiko yang akan dihadapi, dan yang mempengaruhi layak atau tidaknya suatu rencana investasi.

**C. Rangkuman**

Rencana Usaha (*Business Plan*) adalah dokumen yang disediakan oleh seseorang Wirausaha yang memuat narasi yang rinci tentang masa lalu, kondisi saat ini dan kecenderungan masa depan dari sebuah usaha. Isinya mencakup analisis tentang manajerial, keadaan fisik bangunan, karyawan, produk, sumber permodalan, informasi tentang jalannya perusahaan selama ini dan posisi pasar dari perusahaan. Perencanaan usaha merupakan suatu dokumen yang menyatakan keyakinan akan kemampuan sebuah bisnis untuk menjual barang atau jasa dengan menghasilkan keuntungan yang memuaskan dan menarik bagi

penyanggah dana. Perencanaan usaha akan membuat seorang wirausaha dapat melihat dengan jelas apakah usaha yang akan dijalankan nanti akan memiliki prospek keberhasilan yang tinggi dan juga harus bisa meyakinkan orang lain tidak akan rugi bila melakukan kerjasama. Susunan dari bagian-bagian sebuah Rencana Usaha pada dasarnya tidak bersifat baku. Format business plan biasanya bergantung pada siapa yang akan membaca *business plan*. Mungkin ada pihak yang mengharuskan bagian *exit strategy*, mungkin ada juga yang menginginkan bagian tambahan seperti analisis regulasi. Penyusunan *business plan* sangat bergantung pada mengapa *business plan* dibuat dan siapa yang akan menggunakannya

# DAFTAR REFERENSI

---

ABS. 2010. *Venture Capital and Later Stage Private Equity, Australia*, Cat. No: 5678.0, Canberra, Australian Bureau of Statistics AGPS.

Ahmad Reza Ommani. 2011. Strengths, weaknesses, opportunities and threats (SWOT) analysis for farming system businesses management: Case of wheat farmers of Shadervan District, Shoushtar Township, Iran. Journal online. <http://www.academicjournals.org/journal/AJB/M/article-full-text-pdf/21F95E420498>

Alma, Buchari. 2004. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.

Aprilianty, Eka. 2012. Pengaruh Kepribadian Wirausaha, pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Terhadap Minat Berwirausaha siswa SMK. *Jurnal. Jurnal PEndidikan Vokas Vol.2 Nomor 2*, November 2012.

Benny, Lo. 2014. *Who Wants To Be an Entrepreneurs Pegawai Juga Bisa Jadi Pengusaha*. Jakarta. PT. ELex Media Komputindo. Kompas Gramedia.

- Biksea Veronika, Baiba Rivzab, Inga Riemerec 2014. The Social Entrepreneur as a Promoter of Social Advancement. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 185 (2015) 469 – 478.
- Budiarti, M. 2012, Analisis Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Niat Kewirausahaan Mahasiswa Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Ekstensi Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, *Skripsi Sarjana Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia*, Salemba.
- Christopher S. Hayter. 2015. Constraining entrepreneurial development: A knowledge-based view of social networks among academic entrepreneurs. *Research Policy* 45 (2016) 475–490
- Cromie, S. 2000, “Assessing entrepreneurial inclinations: some approaches empirical evidence”, *European Journal of Work and Organizational Psychology*, Vol. 9 No. 1, pp. 7-30
- Dawson. 1996. Analysing Planning in an Organization, a *Journal of Management*, university of London, Macmillan Press, Lagos.

- Depdiknas. 2004. Pola pengembangan pembinaan penyelenggaraan program kewirausahaan Sekolah Menengah Kejuruan tahun. Jakarta: Depdiknas.
- Dewi, Muharika. 2016. Review. Karakteristik Profil Wirausaha Sukses. Jurnal Ilmiah Ekotrans. Vol. 16 No.5. Januari 2016. ISSN 1411 – 4615.
- Dewi, Muharika & Sri Rizky Mualyani. 2019. Wirausaha Internet. CV. Muharika Rumah Ilmiah: Padang.
- Dewi, Muharika, et.al. 2020. Psikologi Kewirausahaan. CV. Muharika Rumah Ilmiah: Padang.
- Dewi, Muharika, et.al. 2020. Karakter Unggul Wirausaha. CV. Muharika Rumah Ilmiah: Padang.
- Dewi, Muharika, et.al. 2020 Wirausaha Tertantang Teknologi. CV. Muharika Rumah Ilmiah: Padang.
- Ditjen Dikti. 2013. Modul Kewirausahaan. Direktorat Jenderal Pembelajaran dan Kemahasiswaan Ditjen Pendidikan Tinggi, Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan.

- Dixon G. (1979) Planning and Management Organization, Sweden business School Publication Wiley and sons Press limited, New York.
- Djatmiko, Yayat Hayati. 2011. *Perilaku Organisasi*. Bandung. CV. Alfabeta
- Entrialgo, M., Fernandez, E. and Vazquez, C. 2000. "Characteristics of managers as determinants of entrepreneurial orientation: some Spanish evidence", *Enterprise and Innovation Management Studies*, Vol. 1 No. 2, pp. 187-205
- Eva Kyndt, Herman Baert. 2015. Entrepreneurial competences: Assessment and predictive value for entrepreneurship. *Journal of Vocational Behavior*, PII: S0001-791(15)00076-7
- Financial Education Curriculum. 2010. Financial Management For a Small Business. Participant Guide.
- Flippo, Edwin. 1995. *Manajemen Personalia, Edisi Keenam*. Jakarta. Erlangga.
- Follet, Mary Parker. 2002. *Management 7<sup>th</sup> Edition*. Prentice Hall International New Jersey.

Griffin, Ricky W. 2004. *Manajemen Jilid 1 Edisi 7*. Jakarta. Erlangga.

Hansemark, O.C. 1998. "The effects of an entrepreneurship programme on need for achievement and locus of control of reinforcement", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 4 No. 1, pp. 28-50.

Hartuti, Primajati Candra, Thoyib Armanu, Troena Eka Afwan, Setawan Margono. 2015. *The Minang Entrepreneur Characteristic. Procedia. Social and Behavioral Sciences* 211 (2015) 819-826.

Hasibuan. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Cetakan 9. PT. Bumi Aksara

Hikmatul, Bariroh. 2014. *Psikologi Kewirausahaan, Diakses melalui <http://hikmahpsikologku.blogspot.co.id/2014/01/psikologi-kewirausahaan>*. Pada tanggal 10 Maret 2017

Hisrich, D.R., & Peter, P.M. 1989. *Entrepreneurship*. Fifth Edition, North America: Mc Graw-Hill.

<https://kominform.go.id/content/detail/3980/kemkominfo-pengguna-internet-di-indonesia>.

- Huang Kun-Huang, Chih-Wen Wua. 2014. Global entrepreneurship and innovation in management. *Journal of Business Research*, JBR-08218; No of Pages 5.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). 2012. <http://www.artikata.com/.2012>. Didownload pada tanggal 20 Februari 2017
- Kartasapoetra, A.G., 1990. *Teknologi Budidaya Tanaman Pangan di Daerah Tropik*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Kasmir. 2011. Bank dan Lembaga Keuangan lainnya. Edisi Revisi 11. Jakarta: Rajawali Press.
- Kimanzi Constable. 2017. The 5 Basics for Building an Online Business That Actually Makes Money  
<https://www.entrepreneur.com/article/246596>
- Knight, F. 1921, *Risk, Uncertainty and Profit*. Boston: Houghton Mifflin.
- Koontz, H. O'Donnell, C and Weibrich, H. 1980. Management in broader perspective, Management of Multidisciplinary study, Tokyo Macgraw Hill Publication limited.
- Krisianto, Andy. 2014. Internet untuk Pemula: Panduan Menggunakan Internet secara

Produktif. Jakarta. PT. Elex Media Komputindo.

Kuratko, D.F. 2003. Entrepreneurship Education: Emerging Trends and Challenges for the 21st Century, Coleman Foundation White paper Series, <http://usasbe.org/pdf/CWP-2003-kuratko.pdf>.

Kuratko., Donald., & Hodgetts, R. 2004. *Entrepreneurship: Theory, process and practice (6th ed.)*. Canada: Thomson South-Western.

Lambing., Paggy, A., & Kuehl. 2000. *Entrepreneurship*. New Jersey: Prentice Hall Inc.

Leone, C. and Burns, J. 2000. "The measurement of locus of control: assessing more than meets the eye?", *The Journal of Psychology*, Vol. 134 No. 1, pp. 63-76.

Littunen, H. 2000, "Entrepreneurship and the characteristics of the entrepreneurial personality", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 6 No. 6, pp. 295-309.

Longenecker, Justin G. Moore dan Carlos W. Petty, J. William. 2001. *Kewirausahaan Manajemen*

Usaha Kecil. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Luciana Cristiana STAN, Anisor Nedelcu. 2015. Entrepreneurial Skills, Swot Analysis And Diagnosis In Business Activities. *Review of the Air Force Academy No 1 (28) 2015*.

Masykur Wiratmo. 1994. *Kewirausahaan: Seri diktat kuliah, Gunadarma*. Jakarta.

Mazzarol Tim, Sophie Reboud b and Delwyn Clark. 2015. The financial management practices of small to medium enterprises. Small Enterprise Association of Australia and New Zealand 28th Annual SEAANZ Conference Proceedings.

Mc Chelland, D. 1987. *Pengantar Kewirausahaan*. Jakarta: Intermedia.

Meredith, Geoffrey G., Nelson, Robert E., & Neck, Phillip A. 2002. *Kewirausahaan. Teori dan Praktek (The Practice of Entrepreneurship)*. Jakarta: Penerbit PPM.

Minitti, M., Bygrave, W. and Autio, E. 2006. *Global Entrepreneurship Monitor 2005 Executive Report*, [www. Gemconsortium.org](http://www.Gemconsortium.org).

Morris, S. 2011. "Entrepreneurial Marketing: A Strategy for the Twenty-first Century?".

- Muharika D dan Mulyani, Sitti Rizki. 2019. Wirausaha Internet Buku Ajar Alternatif. Padang. CV. Muharika Rumah Ilmiah.
- Ngangi, Evi. 2010. *Lekuk Liku Bisnis Pendidikan*. Jakarta. PT. ELex Media Komputindo. Kompas Gramedia.
- Olusanya, Samuel Olumuyiwa, 2Awotungase, Suleiman Adelaja, 3Ohadebere Emmanuel Chukwuemeka.2012. Effective Planning and Organisational Productivity. (A Case Study Of Sterling Bank Nigeria Plc). *IOSR Journal Of Humanities And Social Science (JHSS)* ISSN: 2279-0837, ISBN: 2279-0845. Volume 5, Issue 5 (Nov. - Dec. 2012), PP 31-39 [www.iosrjournals.Org](http://www.iosrjournals.Org).
- Panggabean S, Mutiara. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bogor. Ghalia Indonesia.
- Peter F. Drucker. 1985. *Innovation and Entrepreneurship Practice and Principles*, New York
- Prawirokusumo, Soeharto. 2010. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*,. Yogyakarta, BPFE.
- Ritonga. 2016. *Hubungan Pengetahuan Kewirausahaan dan Hasil Belajar Konstruksi*

Kayu dengan Minat Kewirausahaan Siswa Kelas XI Program Keahlian Teknik Kontruksi Kayu SMK Negeri 1 Lubuk Pakam. *Jurnal Education Building*. Volume 2 Nomor 1 Juni 2016. ISSN 2477-4898.

Sanjaya Wisnu dan Sanjaya Ridwan. 2009. *Membangun Kerajaan Bisnis Online. Tuntunan Praktis Menjadi Pebisnis Online Ulung*. Jakarta. Gramedia Pustaka.

Schermerhorn, J. (1999) *Management in focus*, 6th edition pg 44-57, Wiley and sons Inc USA Publication limited.

Schumpeter, J. 1911. *The Theory of Economic Development*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.

Sensis (2014) *Sensis Business Index, December 2014: A survey of confidence and behaviour of Australian small and medium enterprises*, Sensis Pty Ltd. [available online] [www.sensis.com.au](http://www.sensis.com.au).

Serfiani, Cita, dkk. 2013. *Buku Pintar Bisnis Online dan Transaksi Elektronik*. Jakarta. Gramedia Pustaka.

Siagian, Sondang P. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta. Bumi Aksara.

- Siagian, Sondang P. 2004. *Manajemen Straatejik*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Slameto. 2012. *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Solihin, Ismail. 2006. *Pengantar Bisnis*.Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Stewart, W.H., Watson, W.E., Carland, J.C. and Carland, J.W. 1998. "A proclivity for entrepreneurship: a comparison of entrepreneurs, small business owners, and corporate managers", *Journal of Business Venturing*, Vol. 14, pp. 189-214.
- Suryana. 2010. *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat, dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Taylor, Tavor. 2017. 10 Tips for the Beginning Internet Entrepreneur. <http://www.htmlgoodies.com/html5/slideshows/10-tips-for-the-beginning-internet-entrepreneur.html#fbid=YGdmTOoEeAU>.
- Terry, George R & Rue, Leslie W. Rue. 2010. *Dasar-dasar Manajemen*. (Terjemahan:G.A. Ticoalu). Jakarta. Bumi Aksara.
- Terry, George R. 2003. *Prinsip- prinsip Manajemen*. Jakarta. PT. Bumi Aksara.

- Volkman, Christine. 2011. *Entrepreneurial Marketing* Bergische Universität Wuppertal.
- Wijayanti, Irine Diana Sari. 2008. *Manajemen*. Editor: Ari Setiawan. Yogyakarta. Mitra Cendikia.
- Winardi. 2003. *Motivasi & Pemotivasian dalam Manajemen*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Zimmerer, T. W., Scarborough, N.M., & Wilson, D. 2008. *Essentials of entrepreneurship and small business management (4th ed.)*. New Jersey: Pearson Education, Inc.

# PENULIS

---



**Dr. Nuraeni Dahri, S. Kom., M. Kom., MCE.** Lahir di Makassar, 27 Februari 1974 dan menetap di Padang sejak tahun 1996. Penulis menyelesaikan Studi S1 di STMIK Jayanusa Padang tahun 2007, Magister Ilmu Komputer di UPI YPTK Padang Konsentrasi Sistem

Informasi tahun 2012, dan menyelesaikan studi doktoral di program studi Pendidikan Teknologi Kejuruan Universitas Negeri Padang tahun 2020. Gelar *Microsoft Certified Educator (MCE)* diperoleh pada Januari 2022 sebagai *Technology Literacy for Educators-21st Century Learning*. Penulis aktif mengajar sebagai dosen tetap Yayasan, prodi Manajemen Informatika, Universitas Ekasakti. Penulis memiliki passion menulis dan riset, yang mengintegrasikan teknologi informasi dengan pendidikan, khususnya model pembelajaran, teknologi database, *decision support system*, dan *technopreneurship*. Penulis menginternalisasi unsur filsafat dan edukasi karakter dalam berkarya (riset/tulisan).

Alamat kontak penulis

Phone : 082169841480

Email : drasakinura@gmail.com

# PENULIS

---



**Dr. Muharika Dewi, SST, M.Pd.T.**, perempuan, lahir tanggal 31 Desember 1978. Pendidikan D4 Pendidikan Tata Rias dan Kecantikan, S2 dan S3 program studi Pendidikan Teknologi dan Kejuruan Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang.

Mengajar di Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang. Memiliki kepakaran dalam bidang pendidikan Kewirausahaan Teknologi. Telah melakukan pengembangan dan penelitian bidang pendidikan teknologi dan kejuruan terutama pada model-model pembelajaran dan pelatihan Kewirausahaan, menulis buku-buku pendidikan pada kajian Kewirausahaan dan Metodologi Penelitian. Saat ini aktif menjadi witerpreneur mengelola CV. Muharika Rumah Ilmiah sebagai pimpinan publisher, konsultan buku pendidikan, penulis dan penjual buku pendidikan. Motto: Tulisanmu adalah warisanmu.

Alamat kontak penulis

Phone : 082284557747  
Email : muharikadewi@fpp.unp.ac.id  
Homepage : <https://muharikarumahilmiah.com/>  
Blog : <https://muharikadewi.blogspot.com/>