



Editor: Raden Willa Permatasari, S.E., M.M.Inov., C.Ed.

S M A R T

ENTREPRENEURSHIP

(KREATIF DAN INOVATIF BERWIRAUSAHA)

**Raden Willa Permatasari, Novi Rukhviyanti, Rahmat Tullah
Deny, Lilis Karnita Soleha, Farida Yuliaty
Fitriana, Endang Lifchatullaillah
Rachmat Agus Santoso, Novi Febriyanti
A Sumarlin K, Amilia Tresnawati**

SMART

ENTREPRENEURSHIP
(KREATIF DAN INOVATIF
BERWIRSAUSAHA)

Raden Willa Permatasari

Novi Rukhviyanti

Rahmat Tullah

Deny

Lilis Karnita Soleha

Farida Yuliaty

Fitriana

Endang Lifchatullaillah

Rachmat Agus Santoso

Novi Febriyanti

A Sumarlin K

Amilia Tresnawati



SMART ENTREPRENEURSHIP (KREATIF DAN INOVATIF BERWIRAUSAHA)

Penulis:

**Raden Willa Permatasari, Novi Rukhviyanti
Rahmat Tullah, Deny, Lilis Karnita Soleha
Farida Yuliaty, Fitriana, Endang Lifchatullaillah
Rachmat Agus Santoso, Novi Febriyanti
A Sumarlin K, Amilia Tresnawati**

ISBN 978-623-09-4621-9 Tebal: v + 159 hlm., 21 x 15 cm Juli 2023

Editor: **Raden Willa Permatasari, S.E., M.M.Innov., C.Ed.**

Penata Letak: **Ahmad Elfatih**

Penata Sampul: **Echa Elfazh**

Penerbit

**ECHA PROGRES: LEMBAGA PENGEMBANGAN
PROFESIONALISM SDM**

Jalan Kartika Chandra Kirana

BTN Tossore II Ascha 85 Sengkang

Kabupaten Wajo, Sulawesi Selatan

Email: penerbitcgm@gmail.com

Telp. 0485-2106832

HP/WA 0858 7776 6661

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Dilarang memperbanyak isi buku ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan YME, karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga buku ini selesai disusun dan berhasil diterbitkan. Kehadiran Buku *Smart Entrepreneurship* (Kreatif dan Inovatif Berwirausaha) ini disusun oleh para akademisi dan praktisi dalam bentuk buku kolaborasi. Walaupun masih jauh dari kesempurnaan, tetapi kami mengharapkan buku ini dapat menjadi referensi atau bahan bacaan dalam menambah khasanah keilmuan khususnya mengenai *Smart Entrepreneurship* (Kreatif dan Inovatif Berwirausaha).

Sistematika penulisan buku ini diuraikan dalam dua belas bab yang memuat tentang Konsep Kewirausahaan, Membangun Jiwa Wirausaha, Motivasi dan Percaya Diri Berwirausaha, Strategi Memilih Bidang Usaha, Sikap dan Perilaku Wirausahawan, Ide, Kreativitas, dan Inovasi Berwirausaha, Analisis Kelayakan dan Risiko Usaha, Peluang dan Tantangan Berwirausaha, Mengelola Keuangan dan SDM dalam Bisnis, Mengelola Pemasaran dan Produksi dalam Bisnis, Strategi Jitu Berwirausaha Digital, Eksistensi Perempuan Berwirausaha.

Ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada seluruh pihak yang telah memberikan kontribusi dalam seluruh rangkaian penyusunan sampai penerbitan buku ini. Secara khusus, terima kasih kepada Echa Progress sebagai inisiator buku kolaborasi ini. Buku ini tentunya masih banyak kekurangan dan keterbatasan, saran dari pembaca sekalian sangat berarti demi perbaikan karya selanjutnya. Akhir kata, semoga buku ini bermanfaat bagi para pembaca.

Bandung, Juni 2023

Editor

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
BAB 1 KONSEP KEWIRAUSAHAAN	1
A Pendahuluan	1
B Memahami Konsep Umum Kewirausahaan	2
C Jiwa dan Sikap Kewirausahaan	4
D Fungsi dan Peran Wirausaha	5
E Perkembangan Disiplin Ilmu Kewirausahaan	6
F Objek Studi Kewirausahaan	7
G Hakikat Kewirausahaan	8
BAB 2 MEMBANGUN JIWA WIRAUSAHA	12
A Pendahuluan	12
B Sikap dan Mentalitas	13
C Kreativitas dan Inovasi	14
D Keterampilan Manajemen	15
E Kemampuan Beradaptasi	16
F Koneksi dan Jaringan	17
G Pembelajaran dan Pengembangan Diri	18
H Motivasi dan Semangat	19
BAB 3 MOTIVASI DAN PERCAYA DIRI BERWIRAUSAHA	25
A Pentingnya Motivasi dan Kepercayaan Diri dalam Berwirausaha	25
B Faktor-faktor yang Mempengaruhi Motivasi dan Kepercayaan Diri	29
C Cara Meningkatkan Motivasi dan Kepercayaan Diri Dalam Berwirausaha	32
D Mengatasi Hambatan dalam Motivasi dan Kepercayaan Diri	35
E Dampak Motivasi dan Kepercayaan Diri Terhadap Kesuksesan Berwirausaha	38

BAB 4 STRATEGI MEMILIH BIDANG USAHA	45
A Pendahuluan	45
B Memahami Diri Sendiri dan Minat	45
C Analisis Pasar	47
D Penilaian Keberlanjutan dan Pertumbuhan	49
E Mengembangkan Rencana Bisnis	50
F Mengimplementasikan dan Mengukur Kesuksesan	52
BAB 5 SIKAP DAN PERILAKU WIRAUSAHAWAN	57
A <i>Mindset</i>	57
B <i>Knowledge</i>	60
C Mentalitas	62
BAB 6 IDE, KREATIVITAS, DAN INOVASI BERWIRAUSAHA	67
A Pendahuluan	67
B Konsep Ide	69
C Kreativitas	70
D Inovasi	72
E Tantangan dan Hambatan	73
BAB 7 ANALISIS KELAYAKAN DAN RISIKO USAHA	79
A Pendahuluan	79
B Analisis Kelayakan Bisnis	80
C Risiko Usaha	82
D Metode-Metode Analisis Kelayakan	83
E Mengidentifikasi, Mengukur dan Mengelola Risiko	85
BAB 8 PELUANG DAN TANTANGAN BERWIRAUSAHA	90
A Pendahuluan	90
B Peluang Berwirausaha	91
C Ide Usaha Menjadi Peluang Usaha	92
D Tantangan Berwirausaha	94
E Keberhasilan dan Kegagalan Berwirausaha	95

BAB 9 MENGELOLA KEUANGAN DAN SDM DALAM BISNIS	100
A Pendahuluan	100
B Pengelolaan Keuangan	101
C Pengaturan Arus Kas dan Pengendalian Pengeluaran	101
D Perencanaan Anggaran yang Tepat	102
E Pemantauan dan Pelaporan Kinerja Keuangan	102
F Implementasi Kebijakan	103
G Membangun Budaya Kerja	104
H Penggunaan Metode dan Alat yang Tepat	104
I Studi Banding Mencari Contoh Inspiratif	105
BAB 10 MENGELOLA PEMASARAN DAN PRODUKSI DALAM BISNIS	111
A Konsep Pemasaran dalam Bisnis	111
B Tujuan Pemasaran dalam Bisnis	114
C Prinsip Pemasaran dalam Bisnis	114
D Manajemen Pemasaran dalam Bisnis	116
E Konsep Produksi dalam Bisnis	117
F Tujuan Produksi dalam Bisnis	120
G Prinsip Produksi dalam Bisnis	122
H Manajemen Produksi dalam Bisnis	125
BAB 11 STRATEGI JITU BERWIRAUSAHA DIGITAL	131
A Menyusun Profil Produk dan Bisnis	131
B Mengeksplorasi Fitur Google Maps	132
C Menggunakan Fitur Iklan di Instagram dan Facebook	132
D Menggunakan <i>Search Engine Optimizer</i> (SEO) untuk Memenangkan Persaingan Ketat	133
E Membangun Blog atau Website	134
F Mengembangkan Bisnis dengan Fitur Digital	135

BAB 12 EKSISTENSI PEREMPUAN BERWIRAUSAHA	140
A Data UMKM di Indonesia	140
B Perempuan Berwirausaha	141
C Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Eksistensi Perempuan Berwirausaha	144
D Strategi Pemberdayaan Perempuan Berwirausaha	147
E Kisah Sukses Perempuan Berwirausaha	149
F Tantangan dan Peluang Masa Depan Bagi Perempuan Berwirausaha	151

BAB 1

KONSEP KEWIRAUSAHAAN

A. Pendahuluan

Dahulu ketika salah satu orang tua mendengar anaknya bercita-cita ingin menjadi seorang wirausaha, mereka menganggap bahwa pekerjaan menjadi wirausaha merupakan pekerjaan yang dipandang sebelah mata. Buat apa mereka membayar mahal untuk biaya pendidikan sekolah anaknya, jika pada akhirnya hanya menjadi seorang wirausaha atau pedagang. Orang tua zaman dulu memiliki anggapan bahwa pekerjaan ideal untuk anaknya adalah ketika anaknya memiliki pekerjaan sebagai pegawai negeri, pengacara, pramugari, pegawai bank, karyawan swasta, pekerja kantoran, dan lainnya.

Namun seiring berjalannya waktu, ketika dunia tengah mengalami ancaman dari serangan virus corona yakni saat pandemi banyak dari mereka yang bekerja sebagai pekerja kantoran di PHK secara massal oleh perusahaan di tempat mereka bekerja, hal ini menyebabkan tingkat pengangguran melonjak secara drastis. Tapi mari kita coba perhatikan secara seksama mereka yang memiliki mata pencaharian sebagai wirausaha, memang pandemi tahun 2019 berdampak pada semua sektor usaha di seluruh penjuru dunia, namun itu semua tidak membuat usaha dan kerja keras para wirausaha terhenti, justru dengan adanya pandemi ini dijadikan sebuah peluang untuk bisa

berinovasi dengan menyesuaikan keadaan yang baru atau istilahnya ‘*new normal*’ di mana pada masa ini semua orang lebih mengandalkan kepada teknologi digital dalam hal melakukan berbagai aktivitas termasuk berbelanja pun lebih disukai secara *online*, maka bagi para wirusaha yang mengikuti perkembangan zaman di era ‘*new normal*’ ini, kemungkinan besar mereka berpeluang untuk sukses, karena sejatinya seorang wirusaha merupakan sosok yang mandiri, kreatif, inovatif, pekerja keras, ulet, dan wirusaha tidak mengenal istilah di PHK atau dipecat karena dia sendiri merupakan *owner* atau bos dari usahanya.

Menjadi seorang wirusaha tidak serta merta menjual produk jualannya begitu saja, tapi semua itu ada konsep dan ilmunya, bahkan di setiap perguruan tinggi kewirausahaan menjadi disiplin ilmu yang wajib diambil oleh mahasiswa. Ilmu kewirausahaan itu penting, karena *output*-nya setelah mempelajari kewirausahaan diharapkan mahasiswa bisa menjadi wirusahawan muda yang unggul, berakhlak, kreatif, dan inovatif.

Sejatinya wirusaha itu memiliki peranan penting dalam pembangunan sebuah negara, karena dengan berwirausaha dapat menciptakan lapangan kerja baru yang bisa mengurangi pengangguran dan kemiskinan sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan rakyat.

B. Memahami Konsep Umum Kewirausahaan

Kami sekarang telah mencapai periode baru dalam sejarah kewirausahaan. Ungkapan yang saat ini sedang tercipta di kalangan masyarakat umum dikenal sebagai *startup* di zaman sekarang ini. Menurut Sanawiri dan Iqbal (2018), mayoritas masyarakat yang tertarik untuk menjadi wirusaha dan membangun usaha wirusaha baru atau *startup* tidak memahami bagaimana menjadi wirusaha, apalagi bagaimana membangun bisnis wirusaha baru atau *startup*. Padahal banyak orang yang tertarik untuk menjadi pengusaha dan mendirikan usaha baru atau memulai usaha.

Masyarakat umumnya berpandangan bahwa usaha wirusaha secara intrinsik terkait dengan pekerjaan langsung dan oleh karena itu

hanya dapat dilakukan oleh beberapa individu terpilih. Pendapat ini tidak benar karena siapa saja yang mampu berpikir kreatif dan berinovasi mampu memiliki jiwa dan pola pikir kewirausahaan. Kewirausahaan bukan hanya tentang aktivitas yang terjadi di lapangan; melainkan tentang bagaimana pengusaha memanfaatkan peluang yang sudah ada dan kemudian menerapkan peluang tersebut dalam bentuk ide orisinal dan inventif yang menjadi fondasi bisnis yang sukses. Kemampuan mengembangkan inovasi sebagai hasil berpikir kreatif dalam rangka berinovasi dan memanfaatkan kemungkinan untuk sukses merupakan salah satu definisi kewirausahaan. Definisi lain dari kewirausahaan adalah kemampuan berpikir kreatif untuk menghasilkan ide-ide baru. Berpikir kreatif dan inovatif biasanya dimulai dengan penciptaan konsep dan konsep untuk menciptakan sesuatu yang baru dan unik. Penelitian dan pengembangan adalah kegiatan yang bertanggung jawab untuk memperoleh proses ini dari sudut pandang organisasi (Alma, 2021).

Kreativitas adalah kemampuan untuk menemukan dan menghubungkan ide-ide baru serta menemukan cara baru dalam melihat suatu masalah atau peluang, sedangkan inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan kreativitas untuk memecahkan masalah atau memanfaatkan peluang untuk menciptakan sesuatu yang baru. Salah satu cara agar wirausahawan dapat mencapai kesuksesan adalah dengan terlibat dalam aktivitas mental kreatif seperti mengembangkan barang baru untuk menggantikan barang yang sudah usang. Melalui kreativitas dan inovasi, seseorang dapat memenuhi salah satu kompetensi inti mereka, yaitu penciptaan nilai tambah produk yang kreatif dan inovatif. (Widjadja & Winarso, 2019).

C. Jiwa dan Sikap Kewirausahaan

Menurut Hani dan Rokhmani (2018), untuk mendirikan perusahaan, seorang wirausahawan perlu memiliki pola pikir kewirausahaan serta mentalitas yang positif. Ciri-ciri kewirausahaan secara luas dapat diamati pada jiwa, watak, sikap, dan perilaku

seseorang. Ini hanyalah beberapa aspek kepribadian seseorang yang dapat menjelaskan sifat-sifat ini. Percaya diri, fokus pada hasil, kemauan mengambil risiko, inovasi, kepemimpinan, dan fokus pada masa depan adalah enam komponen penting yang membentuk sifat seorang wirausaha. Ciri-ciri ini tercermin dalam indikator yang tercantum di bawah ini (Suryana, 2013):

1. Penuh percaya diri, indikator penuh percaya diri, optimis, tegas, disiplin, dan bertanggung jawab.
2. Memiliki inisiatif, penuh energi, bertindak cepat, dan proaktif.
3. Motivasi berprestasi, indikator berorientasi pada hasil, dan visioner.
4. Memiliki jiwa kepemimpinan, indikatornya berani tampil beda, menepati janji, dan ulet dalam melakukan sesuatu.
5. Berani mengambil resiko terencana, sehingga menyukai tantangan.

Agar seorang pengusaha sukses dalam mengejar peluang bisnis, mereka perlu memiliki beberapa karakteristik yang diperlukan. Berikut adalah beberapa contoh karakteristik tersebut (Hani & Rokhmani, 2018):

1. Setia pada pekerjaannya dan bertanggung jawab dalam tindakannya.
2. Berani mengambil kesempatan. Pengusaha harus berani mengambil resiko. Semakin besar itu, semakin besar kemungkinan itu akan menghasilkan keuntungan.
3. Selalu waspada terhadap peluang. Pengusaha dituntut untuk selalu mencari peluang baru, baik yang sudah ada maupun yang mungkin mereka ciptakan sendiri.
4. Sangat kreatif dan imajinatif seorang wirausahawan perlu memiliki daya cipta yang tinggi agar ide-ide segar terus menerus muncul dalam proses pengembangan perusahaannya. Untuk berinovasi, Anda tidak hanya harus mampu menciptakan

peluang kepemilikan bisnis, tetapi juga harus mampu berinovasi dengan ide-ide orisinal yang telah Anda susun.

D. Fungsi dan Peran Wirausaha

Menemukan peluang baru, membuat kemajuan teknologi baru melalui penciptaan produk baru, dan menghasilkan keuntungan bagi masyarakat luas, negara, dan dunia pada umumnya merupakan tanggung jawab utama pengusaha dalam proses pembangunan ekonomi. Buah dari upaya kreatif dan kemajuan teknologi ini akan melahirkan perusahaan-perusahaan baru yang pada gilirannya akan memunculkan sejumlah besar kesempatan kerja baru. Dalam pendekatan ini, akan terjadi peningkatan besar dalam kesejahteraan masyarakat, yang secara tidak langsung akan terjadi. Menurut Chrysnaputra dan Pangestoeti (2021), fungsi utama kewirausahaan dalam pembangunan ekonomi adalah sebagai penggerak perekonomian nasional. Namun, cara pengaruh ini diberikan bervariasi dari satu negara ke negara lain.

Pertumbuhan ekonomi suatu negara sangat dipengaruhi oleh tindakan pemilik bisnis dan pengusaha. Tumbuhnya usaha baru melalui kegiatan usaha yang produktif secara bertahap dengan tujuan mendorong peningkatan output dan memperluas jangkauan barang dan jasa yang diperdagangkan di suatu lokasi tertentu. Dengan kata lain, peran pengusaha adalah mesin yang menggerakkan perekonomian. Oleh karena itu, tingkat perkembangan ekonomi suatu negara berbanding lurus dengan jumlah individu yang memilih untuk memulai bisnisnya sendiri di negara tersebut.

Tantangan utama yang dihadapi pembangunan ekonomi negara-negara berkembang, terutama tingkat pengangguran yang tinggi serta pertumbuhan dan pembangunan ekonomi yang lamban, masih belum dapat diatasi. Masalah yang muncul selama proses pembangunan ekonomi dapat diatasi dengan kehadiran pengusaha. Peningkatan jumlah perusahaan produktif yang diproduksi oleh pengusaha sama dengan peningkatan permintaan tenaga kerja dalam perekonomian.

Secara tidak langsung, perusahaan dapat menyerap energi dan menurunkan tingkat pengangguran. Partisipasi dalam pembangunan ekonomi di pihak pengusaha membutuhkan lebih dari sekedar peningkatan *output* dan pendapatan per kapita. Inovasi dan kewirausahaan adalah dua faktor yang memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu bangsa secara keseluruhan. Masih ada kelangkaan pemahaman tentang pengembangan produk. Ini adalah proses dimana inovasi dihasilkan dan dikomersialkan melalui kegiatan pengusaha, yang pada akhirnya mendorong pertumbuhan ekonomi. (Riswanto, 2016).

E. Perkembangan Disiplin Ilmu Kewirausahaan

Pada awal abad ke-18, konsep kewirausahaan sebagai suatu disiplin ilmu mulai mendapat pengakuan luas. Secara historis, pengusaha adalah pedagang yang membeli barang lokal dengan maksud untuk kemudian dijual kembali dengan harga yang tidak ditentukan sebelumnya. Istilah "kewirausahaan" pertama kali digunakan secara eksklusif dalam konteks bisnis, namun maknanya telah diperluas untuk mencakup konteks lain. Kewirausahaan dapat didefinisikan oleh sejumlah konsep dan sifat yang berbeda, termasuk orisinalitas dan kreativitas, organisasi, kemauan untuk mengambil risiko, fokus pada proses, penciptaan peluang, pemenuhan pribadi, dan kebebasan bertindak. Pengetahuan kewirausahaan dapat digunakan untuk mengeksekusi peluang melalui proses berpikir kreatif, sehingga tercipta inovasi yang bernilai dan daya tarik sebagai suatu produk. Karena kewirausahaan merupakan kompetensi inti dalam proses membawa perubahan, pembaharuan, dan kemajuan di beberapa bidang, maka penerapannya bukan hanya tipuan bisnis jangka pendek. Sebaliknya, penggunaannya dapat dilihat sebagai aset jangka panjang (Sanawiri & Iqbal, 2018).

Perkembangan disiplin ilmu kewirausahaan lebih rinci akan dijelaskan melalui lini masa berikut (Sufyati & Firmansyah, 2021):

- 1775: Richard Cantillon dalam bukunya “*Essai sur la Nature du Commerce en Generale*” menjelaskan bahwa wirausaha adalah seorang yang menanggung risiko.
- 1922: Schumpeter menjelaskan bahwa wirausaha tidak selalu berarti pedagang atau manajer, tetapi juga seorang unik yang memiliki keberanian dalam mengambil risiko dan memperkenalkan produk-produk inovatif, serta teknologi baru dalam dunia perekonomian.
- 1994: Peter. F. Drucker mendefinisikan kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda.
- 1995: Peter Hisrich mengatakan bahwa kewirausahaan adalah proses penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan mencari peluang yang dihadapi orang setiap hari.

F. Objek Studi Kewirausahaan

Nilai dan bakat seseorang yang direpresentasikan dalam bentuk perilaku menjadi objek kajian dalam bidang penelitian kewirausahaan. Kemampuan orang yang menjadi objek wirausaha antara lain seperti dikemukakan Soemahamidjaja dalam Sunarya (2011):

1. Kemampuan untuk menetapkan tujuan hidup atau pekerjaan seseorang. Anda perlu melakukan refleksi diri dan revisi sebelum menentukan tujuan hidup atau bisnis Anda. Setelah itu, Anda harus membaca dan mengamati sampai Anda memiliki gagasan yang jelas tentang apa yang Anda inginkan.
2. Kemampuan untuk memotivasi diri sendiri, sering dikenal dengan kemauan yang kuat.
3. Kemampuan berinisiatif, yaitu mampu melakukan hal-hal yang baik tanpa harus menunggu orang lain memberi perintah, terus melakukannya, dan terbiasa berinisiatif dalam kehidupan sehari-hari.

4. Kapasitas inovasi inilah yang memunculkan kreativitas (*creativity*), dan satu-satunya cara untuk menghasilkan motivasi adalah melalui praktik rutinitas yang sudah mapan. Praktik berinovasi merupakan kebutuhan batin untuk selalu mencari kemungkinan atau kombinasi baru yang cocok digunakan sebagai wahana mempresentasikan produk dan jasa yang cocok digunakan sebagai wahana pameran barang dan jasa yang cocok digunakan sebagai wahana pameran barang dan layanan yang cocok untuk keberhasilan masyarakat.
5. Kemampuan mengakumulasi berbagai bentuk modal, termasuk modal intelektual, modal sosial, dan modal fisik.
6. Kemampuan mengatur waktu secara efektif dan membentuk serta memelihara kebiasaan, sehingga segala tindakan dilakukan tepat waktu dan tidak menyebabkan keterlambatan dalam bekerja.
7. Kemampuan mental belandaskan agama.
8. Kemampuan gigih untuk tumbuh secara intelektual baik dari situasi positif maupun negatif.

G. Hakikat Kewirausahaan

Dari beberapa konsep yang ada, setidaknya terdapat 6 hakekat penting kewirausahaan, di antaranya (Sumarsono & Supardi, 2019):

1. Menurut Achmad Sanusi (1994), kewirausahaan adalah nilai yang diwujudkan dalam perilaku dan berfungsi sebagai landasan bagi sumber daya, dorongan, tujuan, strategi, keterampilan, prosedur, dan hasil usaha komersial lainnya.
2. Menurut Drucker (1959), kewirausahaan adalah kapasitas untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan khas (*ability to create novel and interesting*).
3. Menurut Zimmerer (1996), kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai proses mempekerjakan kreativitas dan penemuan untuk membuka peluang untuk kehidupan yang lebih baik dan untuk mengatasi masalah.

4. Menurut Soeharto Prawiro (1997), kewirausahaan adalah nilai yang diperlukan untuk memulai usaha (tahap awal) dan mengembangkan usaha (tahap pertumbuhan usaha).
5. Proses menciptakan sesuatu untuk pertama kali (kreatif), serta menghasilkan sesuatu yang bermanfaat, berbeda (inovasi), dan memberikan nilai tambah, adalah definisi kewirausahaan.
6. Upaya untuk menghasilkan nilai tambah dengan mengintegrasikan sumber daya dengan cara baru dan beragam untuk mengalahkan persaingan adalah apa yang kita maksud ketika kita berbicara tentang kewirausahaan. Nilai tambah ini dapat dihasilkan melalui pengembangan teknologi baru, perolehan informasi baru, penemuan metode baru untuk produksi barang dan jasa baru yang efisien, peningkatan barang dan jasa yang sudah ada, dan penemuan cara baru untuk memuaskan pelanggan.

Kewirausahaan secara singkat dapat dicirikan sebagai kapasitas kreatif dan inovatif (kemampuan untuk menciptakan hal-hal baru dan berbeda), yang dimanfaatkan sebagai tip, dasar, sumber daya, metode, dan layanan, dan yang dilakukan dengan keberanian. untuk menghadapi risiko. Definisi ini didasarkan pada enam prinsip yang telah dikemukakan di atas.

Oleh karena itu, orang yang menyukai tantangan dan tidak keberatan mengambil peluang cenderung menjadi pengusaha sukses. Ide-ide yang kreatif, inovatif, dan wirausaha seringkali dimulai dengan proses imitasi dan duplikasi, kemudian berlanjut ke proses pengembangan, dan akhirnya diakhiri dengan proses menghasilkan sesuatu yang baru dan unik. Menurut Sunarya, Sudaryono, dan Saefullah (2011), bagian dari proses ini disebut sebagai tahapan kewirausahaan.

Daftar Pustaka

- Alma, B. (2021). *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung : Alfabeta.
- Chrysnaputra, R. D., & Pangestoeti, W. (2021). Peran dan Fungsi Kewirausahaan Islam dalam Pembangunan Ekonomi Indonesia. *Al-Iqtishod Jurnal Ekonomi Syariah*, 3 (1), 28-46.
- Hani, E. A., & Rokhmani, L. (2018). Analisis Pengetahuan Kewirausahaan dan Jiwa Wirausaha pada Siswa SMA Negeri 2 Malang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11 (1), 20-27.
- Riswanto, A. (2016). *The Role of The Entrepreneur in Innovation and in Economic Development*. Amsterdam: Atlantis Press.
- Sanawiri, B., & Iqbal, M. (2018). *Kewirausahaan*. Malang: UB Press.
- Sufyati, H., & Firmansyah, H. d. (2021). *Teori dan Konsep*. Cirebon: Insania.
- Sumarsono, T. G., & Supardi. (2019). *Kewirausahaan Teori dan Praktik*. Malang: MNC Publishing.
- Sunarya, P. A., Sudaryono, & Saefullah, A. (2011). *Kewirausahaan*. Bandung: Andi.
- Suryana. (2013). *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. Jakarta: Salemba Empat.
- Widjadja, Y. R., & Winarso, W. (2019). *Bisnis Kreatif dan Inovasi*. Malang: Yayasan Barcode.

Tentang Penulis

Raden Willa Permatasari, S.E., M.M.Inov., C.Ed., lahir di Jawa



Barat, Kab. Subang, 24 Februari 1991. Jenjang Pendidikan S1 ditempuh di STIE STEMBI Bandung, lulus tahun 2013. Pendidikan S2 Manajemen Inovasi, lulus tahun 2022 di Universitas Teknologi Digital (Digitech University). Saat ini memiliki aktivitas sebagai

dosen di Sekolah Tinggi Teknologi Mandala Bandung, serta aktif menjadi editor di Echa Progress mulai tahun 2023. Selain peneliti, penulis juga aktif menulis *Book Chapter* di Media Sains Indonesia dan sudah terbit diantaranya berjudul Ekosistem Sumber Daya Manusia dalam Tantangan Resesi Global (2023) penulis kedua, Pengantar Manajemen Bisnis (2023) penulis keenam, dan Perdagangan Bisnis Internasional (2023) penulis pertama. Kemudian aktif menulis *Book Chapter* di Echa Progress sudah terbit buku berjudul *E-Commerce* dan *Internet of Things (IoT)* penulis pertama. serta aktif menulis antologi cerpen dan sudah terbit diantaranya berjudul, Ruang Baru (2020), dan Sandal Putus (2022), kemudian penulis juga aktif menulis artikel di Pasundan Ekspres, Kompasiana, Humor Pekan Ini Pikiran Rakyat, dan berbagai jurnal nasional, serta jurnal non bereputasi.

Email Penulis: willasari@gmail.com.

Nomor HP/WA: 0812-2184-8671.

BAB 2

MEMBANGUN JIWA WIRAUSAHA

A. Pendahuluan

Dalam kegelapan yang sunyi, di antara rerimbunan pikiran dan ambisi, terdapat api yang membara. Api itu adalah jiwa wiraswasta yang menyala di dalam setiap individu, menantikan untuk diberdayakan dan memancarkan cahaya yang menyinari dunia. Namun, seringkali api itu terperangkap dalam bayang-bayang ketakutan, keraguan, dan ketidakpastian. Inilah kisah yang akan kita jelajahi bersama dalam bab ini. Sebuah perjalanan yang membawa kita melewati jalan berliku dan tantangan yang tak terhitung jumlahnya, seiring dengan usaha membangun jiwa wirausaha yang kuat dan tahan banting.

Membaca bab ini kita akan diberdayakan dengan pengetahuan dan keterampilan, belajar bagaimana mengasah bakat, mengenali peluang, menghadapi risiko, dan membangun fondasi yang kokoh untuk meraih kesuksesan. Melalui kata-kata yang penuh semangat (Eniola, 2020) dan inspirasi ini, saya berharap dapat menghidupkan kembali api dalam diri. Mari bersiaplah untuk meraih keberanian, belajar dari kegagalan, dan meraih kesuksesan. membangun jiwa

wiraswasta bersama-sama. Membangun jiwa wirausaha, terdapat beberapa faktor yang dapat berperan penting, antara lain bisa di simak dalam sub bab ini.

B. Sikap dan Mentalitas

Sikap yang positif dan mentalitas yang proaktif sangat penting dalam membangun jiwa wirausaha. Ini melibatkan memiliki keyakinan diri, ketekunan, dan kesiapan untuk menghadapi tantangan (Valencia-Arias et al., 2022). Sikap yang adaptif, berani mengambil risiko, dan berorientasi pada solusi juga diperlukan. Sikap dan mentalitas merupakan faktor kunci dalam membangun jiwa wirausaha yang sukses. Sikap dan mentalitas yang tepat akan memberikan pondasi yang kuat untuk menghadapi tantangan, mengambil risiko, dan mengembangkan keterampilan yang diperlukan dalam dunia wirausaha (İlerisoy et al., 2021).

Berikut poin penting tentang sikap dan mentalitas:

- **Keyakinan Diri:** Keyakinan diri yang tinggi akan memberikan dorongan untuk mengatasi rintangan dan mengambil inisiatif dalam mengembangkan ide dan usaha bisnis.
- **Ketekunan:** Kegagalan dan tantangan adalah bagian tak terpisahkan dari perjalanan wirausaha, dan ketekunan memungkinkan seseorang untuk tetap bertahan dan terus berusaha meskipun menghadapi kegagalan dan rintangan.
- **Proaktif Berorientasi pada Solusi:** Seorang wirausahawan harus mampu melihat peluang, mengambil tindakan yang diperlukan, dan tidak menunggu, fokus pada mencari solusi dari pada mempermasalahkan masalah.
- **Adaptabilitas:** Seorang wirausahawan harus terbuka terhadap perubahan, siap mengubah strategi bisnis, dan langkah yang diperlukan untuk tetap relevan dan bersaing.

- **Berani Mengambil Risiko:** Wirausahawan yang sukses tidak takut mengambil risiko yang terukur dan melangkah keluar dari zona nyaman untuk mencapai tujuan dan visi mereka.
- **Resilien:** Resilien adalah kemampuan untuk pulih dengan cepat dari kegagalan atau kesulitan. Seorang wirausahawan harus memiliki ketahanan mental yang kuat.
- **Sikap dan mentalitas yang positif dan kuat** membantu membentuk pola pikir seorang wirausahawan dapat menjadi lebih percaya diri, berani mengambil risiko.

C. Kreativitas dan Inovasi

Kemampuan untuk berpikir kreatif dan inovatif adalah faktor penting dalam membangun jiwa wirausaha. Hal ini melibatkan kemampuan untuk melihat peluang baru, mengembangkan ide-ide baru, dan menemukan solusi yang unik untuk masalah yang ada. Kreativitas dan inovasi merupakan faktor penting dalam membangun jiwa wirausaha yang sukses (Sarri et al., 2010). Kemampuan untuk berpikir kreatif dan menghasilkan ide-ide baru serta mampu menerapkan inovasi dalam bisnis dapat memberikan keunggulan kompetitif dan membedakan wirausahawan dari yang lain (Ballor et al., 2019). Berikut poin penting tentang kreativitas dan inovasi:

- **Berpikir Kreatif:** Seorang wirausahawan yang kreatif mampu melihat peluang baru, mengidentifikasi masalah yang belum terpecahkan, dan mengembangkan solusi yang inovatif.
- **Melihat Peluang:** Kreativitas seorang wirausahawan dapat mengidentifikasi celah pasar, tren baru, atau kebutuhan yang belum terpenuhi, dan kemudian mengembangkan ide bisnis yang relevan dengan peluang tersebut.
- **Berinovasi:** Seorang wirausahawan yang inovatif dapat mengubah ide-ide mengembangkan model bisnis baru atau menciptakan produk atau layanan yang baru di pasar.

- **Diferensiasi:** Kreativitas dan inovasi memungkinkan wirausahawan untuk menciptakan nilai tambah dan membedakan diri mereka dari pesaing dengan menghadirkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Memperkenalkan fitur baru, meningkatkan kualitas, atau menciptakan pengalaman pengguna yang unik.
- **Adaptasi dan Perubahan:** Wirausahawan yang kreatif dan inovatif mampu mengadaptasi model bisnis, mencari peluang dan mengembangkan strategi perubahan pasar.
- **Peningkatan Efisiensi dan Efektivitas:** Kreativitas dan inovasi wirausahawan dapat mengurangi biaya.

D. Keterampilan Manajemen

Keterampilan manajemen yang baik, seperti perencanaan, pengorganisasian, pengambilan keputusan, dan pengendalian, sangat diperlukan untuk membangun jiwa wirausaha (Tindiwensi et al., 2020). Kemampuan untuk mengelola waktu, sumber daya, dan risiko juga menjadi faktor penting dalam meraih kesuksesan. Keterampilan manajemen merupakan faktor kunci dalam membangun jiwa wirausaha yang sukses. Seorang wirausahawan yang baik harus memiliki keterampilan manajemen yang efektif untuk mengelola berbagai aspek bisnis mereka (Karttunen, 2018).

Berikut poin penting tentang keterampilan manajemen:

- **Perencanaan Pengorganisasian Keterampilan:** Seorang wirausahawan harus mampu merumuskan visi, tujuan, dan strategi bisnis. Merencanakan, mengelola tugas, dan tanggung jawab secara terstruktur agar bisnis dapat berjalan lancar.
- **Pengambilan Keputusan:** Seorang wirausahawan harus dapat menganalisis informasi, mengevaluasi opsi yang tersedia, dan membuat keputusan yang tepat untuk kemajuan bisnis. Siap menghadapi tantangan yang muncul, mencari solusi yang kreatif dan mengambil tindakan yang diperlukan.

- **Komunikasi:** Seorang wirausahawan harus dapat mengkomunikasikan visi, tujuan, dan ide-ide mereka dengan jelas dan meyakinkan.
- **Pengembangan Tim:** Seorang wirausahawan harus mampu mengidentifikasi bakat yang tepat, memberikan arahan yang jelas, dan meningkatkan produktivitas dan kinerja tim.
- **Manajemen Keuangan:** Seorang wirausahawan harus dapat mengelola anggaran, menganalisis laporan keuangan, dan membuat keputusan yang cerdas tentang investasi.

E. Kemampuan Beradaptasi

Kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan dan menghadapi tantangan adalah faktor kunci dalam membangun jiwa wirausaha. Lingkungan bisnis selalu berubah, dan wirausahawan harus mampu beradaptasi dengan cepat dan mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk tetap relevan dan bersaing (Wang et al., 2020).

Seorang yang berjiwa wirausaha, kemampuan beradaptasi menjadi sangat penting karena dunia bisnis selalu berubah dengan cepat. Perkembangan teknologi, perubahan tren pasar, dan pergeseran kebutuhan pelanggan dapat mempengaruhi cara berbisnis. Seorang wirausahawan yang mampu beradaptasi dengan baik akan memiliki keunggulan kompetitif karena mereka dapat merespons perubahan tersebut dengan cepat dan efektif (Saadat et al., 2022). Berikut beberapa aspek kemampuan beradaptasi:

- **Fleksibilitas:** Seorang wirausahawan yang fleksibel akan dapat menyesuaikan model bisnis mereka, produk, atau layanan mereka dengan kebutuhan pasar yang berubah.
- **Pembelajaran dan Penyesuaian:** Seorang wirausahawan yang mampu belajar dan beradaptasi dengan cepat akan tetap relevan dalam bisnis yang berubah sesuai perkembangan tren.
- **Antisipasi dan Pengenalan Peluang:** Seorang wirausahawan yang adaptif akan mampu melihat peluang baru yang muncul

dan mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk mengambil keuntungan dari peluang tersebut.

- Resiliensi: Seorang wirausahawan yang adaptif akan mampu pulih dari kegagalan, belajar dari pengalaman tersebut, dan melanjutkan dengan semangat baru.
- Kemampuan beradaptasi memungkinkan seorang wirausahawan untuk bertahan dan berkembang dalam lingkungan bisnis yang dinamis.

F. Koneksi dan Jaringan

Membangun jaringan dan koneksi yang kuat dengan orang-orang dalam industri dan komunitas wirausaha dapat memberikan manfaat yang signifikan. Jaringan ini dapat memberikan peluang bisnis, sumber daya, dukungan, dan pengetahuan yang berharga dalam membangun jiwa wirausaha (Qoriawan et al., 2023). Koneksi dan jaringan dalam konteks jiwa wirausaha merujuk pada hubungan dan jaringan profesional yang dibangun oleh seorang wirausahawan. Ini mencakup koneksi dengan orang-orang dalam industri yang relevan, mitra bisnis potensial, mentor, investor, pelanggan, dan komunitas wirausaha (Javadian et al., 2018).

Berikut Pentingnya koneksi dan jaringan sebagai berikut:

- Akses ke Sumber Daya dan Informasi: Melalui koneksi dan jaringan yang kuat, seorang wirausahawan dapat mengakses sumber daya yang penting untuk bisnis mereka.
- Kesempatan Bisnis: Melalui koneksi dan jaringan, seorang wirausahawan dapat menemukan peluang bisnis baru, mitra potensial, atau klien yang dapat membantu bisnis.
- Dukungan dan Mentoring: Melalui koneksi dan jaringan, seorang wirausahawan dapat mencari dukungan dan bimbingan dari para mentor atau sesama wirausahawan yang telah mengalami perjalanan serupa menghadapi tantangan.

- *Branding* dan Reputasi: Koneksi dan jaringan yang kuat dapat membantu memperkuat branding dan reputasi wirausahawan.
- Mendapatkan Dukungan dan Peluang Pemasaran: Melalui koneksi dan jaringan yang kuat, wirausahawan mendapatkan dukungan dalam hal pemasaran dan promosi bisnis.

G. Pembelajaran dan Pengembangan Diri

Kesediaan untuk terus belajar, mengembangkan keterampilan, dan meningkatkan pengetahuan adalah faktor penting dalam membangun jiwa wirausaha (Hytti et al., 2010). Wirausahawan yang sukses terus mengasah kemampuan mereka melalui pendidikan, pelatihan, membaca bab, menghadiri seminar, atau melibatkan diri dalam program pengembangan diri. Pembelajaran dan pengembangan diri merujuk pada proses yang melibatkan upaya aktif untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, kemampuan, dan sikap pribadi seseorang. Ini melibatkan kesadaran diri, refleksi, pencarian pengetahuan baru, dan penerapan pembelajaran dalam kehidupan sehari-hari (Morris et al., 2021). Berikut yang perlu dipahami tentang pembelajaran dan pengembangan diri adalah:

- Kesadaran Diri: Dengan memahami diri sendiri, seorang wirausahawan dapat mengidentifikasi area di mana mereka perlu meningkatkan dan mengembangkan diri.
- Pencarian Keterampilan dan Kemampuan Pengetahuan Baru: Dengan memperluas pengetahuan, seorang wirausahawan dapat menjadi lebih kompeten dan berpengetahuan luas dalam menjalankan bisnis. Menjadikan lebih efektif dalam mengelola bisnis dan mencapai tujuan yang ditetapkan (Soriano et al., 2007).
- Refleksi dan Evaluasi: Melalui refleksi, seorang wirausahawan dapat mengevaluasi, mengidentifikasi keputusan, tindakan, dan hasil yang telah dicapai untuk membuat rencana tindakan pengembangan selanjutnya. Menerapkan apa yang telah

dipelajari untuk mencapai perubahan nyata dan menghasilkan dampak positif dalam bisnis.

H. Motivasi dan Semangat

Motivasi yang kuat dan semangat yang tinggi akan menjadi pendorong dalam membangun jiwa wirausaha. Wirausahawan harus memiliki tujuan yang jelas, memiliki visi yang kuat, dan mempertahankan semangat meskipun menghadapi tantangan dan kegagalan (Merino, 2022). Motivasi dan semangat dalam konteks membangun jiwa wirausaha merujuk pada dorongan internal yang memotivasi seseorang untuk mencapai tujuan bisnisnya dan menjaga semangatnya dalam menghadapi tantangan dan rintangan yang mungkin terjadi. Motivasi adalah kekuatan yang mendorong seseorang untuk bertindak, sedangkan semangat adalah kegairahan dan keberanian yang membara di dalam diri untuk terus berusaha dan menghadapi hambatan (Smith, 2009). Motivasi dan semangat dalam membangun jiwa wirausaha adalah sebagai berikut:

- **Dorongan untuk Meraih Tujuan:** Motivasi dan semangat wirausahawan tetap fokus pada tujuan bisnisnya, memiliki dorongan yang kuat untuk mencapai kesuksesan dan mengatasi rintangan yang muncul di sepanjang jalan.
- **Ketahanan dalam Menghadapi Rintangan:** Motivasi dan semangat wirausahawan menjaga ketahanan mental dan emosional dalam menghadapi rintangan dan hambatan.
- **Energis dan Bersemangat dalam Bekerja:** Motivasi dan semangat wirausahawan menjadi energis dan bersemangat dalam bekerja. Mereka memiliki daya tahan yang tinggi, gairah yang membara, dan antusiasme yang menular.
- **Ketekunan dalam Mengejar Visi:** Motivasi dan semangat seorang wirausahawan tetap teguh dalam mengejar visi dan misi bisnisnya. Mereka tidak mudah menyerah dan terus bekerja keras untuk mewujudkan impian mereka.

- Daya Tarik dan Inspirasi bagi Orang Lain: Motivasi dan semangat wirausahawan dapat menjadi teladan dan memotivasi orang lain untuk mengikutinya.

Dalam membangun jiwa wirausaha, penting bagi seorang wirausahawan untuk memelihara motivasi dan semangat yang tinggi. Hal ini dapat dilakukan melalui menetapkan tujuan yang jelas, mencari inspirasi dari pengalaman dan kisah sukses orang lain, melibatkan diri dalam kegiatan yang memotivasi, dan secara teratur mengingat dan merayakan pencapaian kecil. Faktor-faktor ini dapat saling berinteraksi dan mendukung satu sama lain dalam membangun jiwa wirausaha. Penting untuk memahami bahwa membangun jiwa wirausaha adalah sebuah perjalanan yang terus berkembang dan memerlukan komitmen, ketekunan, dan upaya yang konsisten.

Dengan demikian, penulis berharap *book chapter* ini dapat memberikan wawasan dan inspirasi bagi para pembaca dalam membangun jiwa wirausaha yang kreatif, inovatif, dan sukses, sebagai perjalanan menuju kesuksesan berwirausaha.

Daftar Pustaka

- Ballor, J. J., & Claar, V. V. (2019). Creativity, innovation, and the historicity of entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 8(4), 513–522. doi: 10.1108/JEPP-03-2019-0016
- Eniola, A. A. (2020). Cultural Identity and Entrepreneurial Performance. *Entrepreneurship as Empowerment: Knowledge Spillovers and Entrepreneurial Ecosystems*, 2002, 23–44. doi: 10.1108/978-1-83982-550-720201004
- Hytti, U., Stenholm, P., Heinonen, J., & Seikkula-leino, J. (2010). Perceived learning outcomes in entrepreneurship education behaviour. 587–606. doi: 10.1108/00400911011088935
- İlerisoy, Z. Y., Aycı, A., Aycı, H., & Kınacı, E. B. (2021). Impacts of architectural education on entrepreneurial intention: a case study of senior architects from six universities in Turkey. *Archnet-IJAR*, 15(3), 719–737. doi: 10.1108/ARCH-11-2020-0269
- Javadian, G., Opie, T. R., & Parise, S. (2018). The influence of emotional carrying capacity and network ethnic diversity on entrepreneurial self-efficacy: The case of black and white entrepreneurs. *New England Journal of Entrepreneurship*, 21(2), 101–122. doi: 10.1108/NEJE-08-2018-0016
- Karttunen, E. (2018). Purchasing and supply management skills revisited: an extensive literature review. *Benchmarking*, 25(9), 3906–3934. doi: 10.1108/BIJ-03-2017-0047
- Merino, F. (2022). Prevalence of the born-global phenomenon in different countries : an integrated perspective. 30(4), 471–498. doi: 10.1108/MBR-09-2021-0120
- Morris, T. H., & Pascal, D. K. (2021). Self-directed experiential learning to meet ever-changing entrepreneurship demands. 63(1), 23–49. doi: 10.1108/ET-09-2019-0209

- Qoriawan, T., & Apriliyanti, I. D. (2023). Exploring connections within the technology-based entrepreneurial ecosystem (EE) in emerging economies: understanding the entrepreneurship struggle in the Indonesian EE. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 15(2), 301–332. doi: 10.1108/JEEE-02-2021-0079
- Saadat, S., Aliakbari, A., Alizadeh Majd, A., & Bell, R. (2022). The effect of entrepreneurship education on graduate students' entrepreneurial alertness and the mediating role of entrepreneurial mindset. *Education and Training*, 64(7), 892–909. doi: 10.1108/ET-06-2021-0231
- Sarri, K. K., Bakouros, I. L., & Petridou, E. (2010). Entrepreneur training for creativity and innovation. *Journal of European Industrial Training*, 34(3), 270–288. doi: 10.1108/03090591011031755
- Smith, R. (2009). Mentoring and perpetuating the entrepreneurial spirit within family business by telling contingent stories. *New England Journal of Entrepreneurship*, 12(2), 27–40. doi: 10.1108/NEJE-12-02-2009-B003
- Soriano, D. R., & Martínez, J. M. C. (2007). Transmitting the entrepreneurial spirit to the work team in SMEs: The importance of leadership. *Management Decision*, 45(7), 1102–1122. doi: 10.1108/00251740710773934
- Tindiwensi, C. K., Munene, J. C., Sserwanga, A., Abaho, E., & Namatovu-Dawa, R. (2020). Farm management skills, entrepreneurial bricolage and market orientation. *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*, 10(5), 717–730. doi: 10.1108/JADEE-08-2019-0111
- Valencia-Arias, A., Arango-Botero, D., & Sánchez-Torres, J. A. (2022). Promoting entrepreneurship based on university students' perceptions of entrepreneurial attitude, university environment, entrepreneurial culture and entrepreneurial

training. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*, 12(2), 328–345. doi: 10.1108/HESWBL-07-2020-0169

Wang, G., Li, X., Zhou, J., & Lan, S. (2020). The influence of entrepreneurial team's cognitive adaptability on its risk decision making. *Industrial Management and Data Systems*, 120(2), 329–349. doi: 10.1108/IMDS-03-2019-0178

Tentang Penulis

Dr. Novi Rukhviyanti, S.T.,M.Si. seorang dosen di STMIK IM



Bandung, kelahiran Rangkasbitung 1976. Tumbuh dan besar di lingkungan keluarga pendidik, mewarnai dan menjadikan penulis bercita-cita untuk mengabdikan diri menjadi seorang pendidik.

Menyelesaikan sekolah S1 hingga S3 di kota Bandung, kota wisata yang banyak menumbuhkan jiwa-jiwa wirausaha, ini salah satu yang menjadikan ketertarikan penulis untuk mempelajari dan mengembangkan wirausaha pada matakuliah yang diampunya, pengetahuan dan pengalaman mengajar itu yang penulis tulis pada bab ini. Semoga menjadi manfaat dan motivasi bagi khalayak banyak.

Email penulis: novi.rukhviyanti@stmik-im.ac.id.

Nomor HP/WA: 0822-1677-9889.

BAB 3

MOTIVASI DAN KEPERCAYAAN DIRI BERWIRAUSAHA

A. Pentingnya Motivasi dan Kepercayaan Diri dalam Berwirausaha

- **Pentingnya memiliki motivasi yang kuat dalam mengembangkan bisnis.**

Motivasi yang kuat merupakan kunci kesuksesan dalam mengembangkan bisnis, terlebih dalam lingkungan yang penuh dengan kecemasan dan ketidakpastian seperti saat ini.¹ Oleh karena itu, penting bagi para wirausaha untuk memiliki tekad yang kuat dan semangat yang pantang mundur dalam menghadapi tantangan bisnis yang ada. Dalam membangun motivasi sukses bisnis, penting bagi para wirausaha untuk memiliki visi yang jelas dan fokus pada tujuan yang ingin dicapai. Selain itu, mengambil inspirasi dari kesuksesan orang lain atau bergabung dengan kelompok bisnis yang sepemikiran juga dapat membantu para wirausaha untuk menjaga motivasi dan semangat yang tinggi. Selain itu, memperluas pengetahuan tentang bisnis dan selalu mencari peluang

baru serta mampu mengatasi tantangan bisnis yang muncul adalah kunci untuk mempertahankan motivasi dan keberhasilan dalam bisnis. Dalam hal ini, juga penting bagi para wirausaha untuk menjaga keseimbangan antara kehidupan kerja dan pribadi. Hal tersebut dapat dilakukan dengan merencanakan waktu secara efektif dan mengambil waktu untuk melakukan aktivitas di luar jam kerja, seperti berolahraga, berkumpul dengan keluarga dan teman-teman, atau bahkan melakukan kegiatan relaksasi seperti meditasi atau yoga. Dalam menghadapi tantangan bisnis, motivasi yang kuat dan semangat yang pantang mundur sangat penting agar seorang wirausaha dapat tetap bertahan di tengah persaingan bisnis yang sengit dan berubah-ubah. Dengan tekad yang kuat dan semangat pantang mundur, para wirausaha dapat menghadapi tantangan bisnis dengan lebih baik dan menemukan peluang baru untuk mengembangkan bisnis mereka.

Tanpa motivasi yang kuat, sulit bagi seorang wirausaha untuk bertahan dalam persaingan bisnis yang semakin ketat dan dinamis. Oleh karena itu, sangat penting bagi seorang wirausaha untuk memiliki motivasi yang kuat dan terus-menerus mengasah kemampuan serta memperbarui pengetahuan dan keterampilan mereka agar dapat selalu beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis yang terus berkembang.² Salah satu cara untuk menjaga motivasi wirausaha tetap tinggi adalah dengan berinteraksi dan belajar dari rekan bisnis atau mentor wirausaha yang telah berhasil dalam bidang usaha mereka. Dengan membangun jaringan bisnis yang kuat, wirausaha dapat berbagi pengalaman dan belajar dari keberhasilan dan kegagalan rekan bisnis atau mentor mereka, serta memberikan motivasi yang kuat untuk terus maju dan mencapai inovasi dalam bidang bisnis mereka. Karena itu, wirausaha harus selalu bersemangat dan tekun dalam menjalani bisnis mereka serta selalu terbuka untuk belajar hal-hal baru dan meningkatkan kemampuan mereka untuk terus bersaing di pasar. Dalam menghadapi tantangan yang muncul, seorang wirausaha harus memiliki mental dan keberanian yang kuat untuk bertahan serta tidak

mudah menyerah pada rintangan dan kegagalan yang mungkin terjadi di dalam perjalanan mereka. Dengan menguatkan motivasi wirausaha dan tetap positif, maka akan lebih mudah bagi seorang wirausaha untuk bangkit dari kegagalan dan mencapai kesuksesan dalam bisnis mereka.

Namun demikian, motivasi tidak hanya datang dari luar. Motivasi juga harus berasal dari dalam diri seorang wirausaha, yang disebut sebagai motivasi intrinsik. Motivasi intrinsik adalah dorongan dari dalam diri seorang wirausaha untuk meraih keberhasilan dan mencapai tujuan mereka yang telah ditetapkan. Motivasi intrinsik dapat timbul dari antusiasme dan dedikasi seorang wirausaha terhadap bisnisnya yang mendorongnya untuk terus berusaha dan berinovasi.³ Hal ini dapat mencakup keinginan untuk memperbaiki produk atau layanan, memperluas pangsa pasar, meningkatkan efisiensi operasional, atau bahkan memberikan manfaat sosial. Motivasi intrinsik adalah bentuk motivasi yang sangat kuat karena berasal dari dalam diri seorang wirausaha dan didorong oleh kepuasan pribadi dari prestasi dan perkembangan bisnisnya. Motivasi ini membawa dampak positif terhadap kinerja dan produktivitas seorang wirausaha, serta memperkuat kemampuannya untuk mengatasi rintangan dan tantangan dalam mengembangkan bisnis. Seiring berjalannya waktu, motivasi intrinsik yang kuat dapat membantu seorang wirausaha mempertahankan semangat dan komitmen dalam mengembangkan bisnisnya, bahkan dalam situasi yang penuh tekanan dan tantangan. Oleh karena itu, sangat penting bagi seorang wirausaha untuk mengembangkan dan mempertahankan motivasi intrinsik yang kuat agar dapat mencapai kesuksesan jangka panjang dalam bisnisnya.

- **Pentingnya memiliki kepercayaan diri yang tinggi dalam menghadapi tantangan bisnis.**

Kepercayaan diri yang tinggi adalah fondasi yang kokoh dalam menghadapi tantangan bisnis yang kompleks dan beragam. Dengan kepercayaan diri yang tinggi, kita akan memiliki keberanian untuk

mengatasi ketakutan dan rasa ragu yang seringkali menghambat pengambilan keputusan yang berani. Dalam situasi yang memerlukan keputusan cepat, orang yang percaya pada kemampuannya akan mampu mengevaluasi opsi dengan lebih objektif dan mengambil tindakan yang tepat. Kepercayaan diri yang tinggi memungkinkan individu untuk mengambil risiko yang terukur.

Selain itu, kepercayaan diri yang tinggi juga membantu memotivasi diri sendiri dan orang lain. Dalam dunia bisnis yang penuh tekanan dan tantangan, memiliki motivasi yang tinggi sangat penting untuk terus bersemangat dan berkomitmen. Kepercayaan diri yang kuat memancarkan aura positif yang menginspirasi orang lain di sekitarnya. Sebagai pemimpin atau anggota tim, kepercayaan diri yang tinggi dapat merangsang semangat kerja dan meningkatkan kinerja keseluruhan dalam menghadapi tantangan yang ada.

Tidak hanya itu, memiliki kepercayaan diri yang tinggi juga membantu individu untuk mengatasi kegagalan. Dalam dunia bisnis yang kompetitif, kegagalan adalah bagian tak terpisahkan dari proses belajar dan tumbuh. Namun, individu dengan kepercayaan diri yang tinggi akan melihat kegagalan sebagai pelajaran berharga dan motivasi untuk terus maju. Mereka tidak mudah putus asa, melainkan mempelajari kesalahan, melakukan perbaikan, dan bangkit kembali dengan lebih kuat.

Berikut adalah beberapa alasan mengapa kepercayaan diri yang tinggi sangat diperlukan⁴:

1. Mengatasi ketakutan dan rasa ragu: Dalam bisnis, Anda akan dihadapkan pada berbagai tantangan dan risiko. Ketika Anda memiliki kepercayaan diri yang tinggi, Anda lebih mampu mengatasi ketakutan dan rasa ragu yang mungkin muncul. Anda akan memiliki keyakinan bahwa Anda mampu menghadapi dan mengatasi hambatan yang ada.
2. Mengambil keputusan yang tepat: Kepercayaan diri yang tinggi membantu Anda dalam mengambil keputusan yang lebih baik.

Anda akan lebih percaya pada intuisi dan pengetahuan Anda, serta memiliki keyakinan untuk mengambil langkah yang diperlukan dalam bisnis Anda. Ini dapat membantu Anda mengambil risiko yang terukur dan mengambil peluang yang mungkin tidak Anda ambil jika kepercayaan diri Anda rendah.

3. Memotivasi diri sendiri dan orang lain: Kepercayaan diri yang tinggi akan memberikan motivasi bagi Anda sendiri maupun tim Anda. Anda akan menjadi contoh inspiratif bagi orang lain, dan keyakinan Anda akan menular kepada mereka. Motivasi ini penting untuk tetap bersemangat dan berkomitmen dalam menghadapi tantangan yang ada.
4. Mengatasi kegagalan: Dalam bisnis, kegagalan mungkin terjadi. Namun, jika Anda memiliki kepercayaan diri yang tinggi, Anda akan lebih mampu mengatasi kegagalan dan bangkit kembali. Anda akan melihat kegagalan sebagai pelajaran dan kesempatan untuk tumbuh, bukan sebagai akhir dari segalanya. Kepercayaan diri yang tinggi akan membantu Anda tetap termotivasi dan bertindak proaktif untuk mencapai kesuksesan.
5. Membangun hubungan dan kredibilitas: Kepercayaan diri yang tinggi akan membantu Anda membangun hubungan yang baik dengan pelanggan, mitra bisnis, dan investor. Ketika Anda yakin dengan apa yang Anda tawarkan, orang lain juga akan merasakan keyakinan tersebut. Ini akan membantu Anda membangun kredibilitas dan kepercayaan dalam bisnis Anda.

B. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Motivasi dan Kepercayaan Diri

- Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi motivasi seseorang dalam berwirausaha seperti impian, tujuan dan keinginan untuk belajar dan berkembang.

Motivasi seseorang dalam berwirausaha dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti impian yang kuat yang akan mendorong

mereka untuk mencapai tujuan yang diinginkan, tujuan yang jelas yang memberikan arah dan fokus dalam usaha mereka, serta keinginan yang tinggi untuk belajar dan berkembang dalam menghadapi tantangan bisnis. Impian, tujuan, dan keinginan untuk belajar dan berkembang merupakan faktor-faktor yang memiliki pengaruh terhadap motivasi seseorang dalam berwirausaha, yang selengkapnya akan dijelaskan sebagai berikut⁵:

1. Impian

Impian atau visi yang kuat tentang apa yang ingin dicapai dalam bisnis dapat menjadi sumber motivasi yang kuat. Impian memberikan tujuan jangka panjang yang menginspirasi seseorang untuk terus berjuang dan melewati tantangan yang muncul. Dengan impian yang jelas dan terkoneksi emosional, seseorang akan memiliki dorongan intrinsik yang tinggi untuk mencapai kesuksesan dalam usahanya.

2. Tujuan

Menetapkan tujuan yang jelas dan terukur adalah faktor penting dalam memotivasi seseorang dalam berwirausaha. Tujuan yang spesifik, terukur, dapat dicapai, relevan, dan berbatasan waktu (*SMART goals*) memberikan arah yang jelas dan fokus dalam upaya bisnis. Setiap kali seseorang mencapai tujuan kecil, mereka merasakan kepuasan dan dorongan untuk terus melangkah menuju tujuan yang lebih besar. Tujuan yang baik membantu seseorang untuk menghadapi tantangan dengan lebih percaya diri dan bergerak maju dengan tekad yang tinggi.

3. Keinginan untuk belajar dan berkembang

Motivasi untuk belajar dan berkembang dalam konteks bisnis sangat penting. Seseorang yang memiliki keinginan yang kuat untuk terus meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka akan memiliki daya saing yang lebih tinggi dan kemampuan yang lebih baik dalam menghadapi tantangan. Kemauan untuk terus belajar, mencari informasi baru,

mengasah keterampilan, dan mengikuti perkembangan industri atau pasar akan memberikan energi positif dan meningkatkan kualitas kinerja seseorang.

- **Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepercayaan diri seseorang dalam berwirausaha seperti pengalaman, keterampilan dan dukungan sosial.**

Pengalaman, keterampilan, dan dukungan sosial adalah faktor-faktor krusial yang dapat mempengaruhi kepercayaan diri seseorang dalam berwirausaha. Pertama, pengalaman berperan penting dalam membangun kepercayaan diri. Melalui pengalaman, seseorang dapat menghadapi berbagai situasi bisnis dan belajar dari keberhasilan maupun kegagalan. Dengan setiap pengalaman yang dihadapi, seseorang akan semakin yakin akan kemampuannya untuk mengatasi tantangan bisnis dan mengambil keputusan yang tepat. Pengalaman juga memberikan bukti konkret bahwa individu telah melewati berbagai rintangan dan berhasil mencapai tujuan, yang secara langsung meningkatkan kepercayaan diri mereka.

Kedua, keterampilan merupakan faktor penting dalam membangun kepercayaan diri seseorang dalam berwirausaha. Ketika seseorang memiliki keterampilan yang kuat dalam bidang bisnis yang mereka tekuni, mereka akan merasa lebih percaya diri dalam menghadapi tantangan yang muncul. Keterampilan yang baik memberikan dasar yang kuat dan pemahaman yang mendalam dalam menjalankan bisnis, sehingga meningkatkan keyakinan individu dalam kemampuannya untuk mengelola situasi yang kompleks dan membuat keputusan yang tepat. Dengan mengasah dan terus mengembangkan keterampilan, seseorang dapat memperkuat kepercayaan diri mereka dalam menghadapi tantangan bisnis.

Selanjutnya, dukungan sosial juga memiliki peran signifikan dalam mempengaruhi kepercayaan diri seseorang dalam berwirausaha. Mendapatkan dukungan dari keluarga, teman, mentor, atau komunitas

bisnis dapat memberikan kepercayaan diri yang ekstra. Dukungan sosial memberikan rasa keyakinan bahwa individu tidak sendirian dalam perjalanan bisnis mereka dan bahwa mereka memiliki jaringan yang mendukung di sekitar mereka. Dengan adanya dukungan sosial, individu merasa didukung, dihargai, dan mampu berbagi pengalaman serta belajar dari orang lain. Semua ini membantu memperkuat kepercayaan diri seseorang dalam menghadapi tantangan dan meraih kesuksesan dalam berwirausaha.

C. Cara Meningkatkan Motivasi dan Kepercayaan Diri dalam Berwirausaha

- **Tips dan trik untuk meningkatkan motivasi, seperti memiliki impian dan tujuan yang jelas, terus belajar, dan mengembangkan keterampilan.**

Berikut adalah beberapa tips dan trik yang dapat membantu meningkatkan motivasi⁶:

- 1) **Tetapkan Tujuan yang Jelas:** Menetapkan tujuan yang spesifik dan terukur dapat memberikan arah yang jelas dan fokus dalam usaha Anda. Pastikan tujuan tersebut realistis dan terbagi menjadi langkah-langkah yang lebih kecil untuk memudahkan pencapaiannya. Dengan memiliki tujuan yang jelas, Anda akan merasa termotivasi secara intrinsik untuk terus melangkah maju.
- 2) **Buat Rencana Tindakan:** Setelah menetapkan tujuan, buatlah rencana tindakan yang detail untuk mencapainya. Pecah tujuan menjadi tugas-tugas yang lebih kecil, tentukan langkah-langkah konkret yang harus diambil, dan tetapkan batas waktu yang realistis untuk setiap tugas. Dengan rencana yang terstruktur, Anda akan merasa lebih termotivasi untuk bekerja menuju pencapaian tujuan Anda.

- 3) Ciptakan Lingkungan yang Mendukung: Penting untuk menciptakan lingkungan yang mendukung dan memotivasi. Pastikan lingkungan sekitar Anda terorganisir, bersih, dan teratur. Juga carilah teman, mentor, atau kelompok pendukung yang dapat memberikan dukungan dan inspirasi. Lingkungan yang positif dan berdaya dorong akan membantu meningkatkan motivasi Anda.
- 4) Ambil Istirahat dan Jaga Keseimbangan: Jangan lupakan pentingnya mengambil istirahat yang cukup dan menjaga keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi. Terlalu banyak bekerja tanpa istirahat dapat menguras motivasi dan energi Anda. Jadi, pastikan Anda memberikan waktu untuk bersantai, menjalani hobi, dan menjaga kesehatan fisik dan mental.
- 5) Temukan Sumber Motivasi: Cari sumber motivasi yang sesuai dengan kepribadian dan minat Anda. Bisa melalui membaca buku inspiratif, mendengarkan podcast motivasi, mengikuti pelatihan atau seminar, atau bergabung dengan kelompok diskusi atau komunitas yang memiliki tujuan serupa. Dengan terus terinspirasi, Anda akan mempertahankan motivasi yang tinggi.
- 6) Hadapi Tantangan dengan Pemikiran Positif: Tantangan dan hambatan adalah bagian tak terpisahkan dari perjalanan menuju kesuksesan. Hadapilah tantangan dengan pemikiran positif dan jadikan setiap kegagalan sebagai pelajaran berharga. Berfokus pada solusi daripada masalah, dan tingkatkan ketahanan mental Anda untuk mengatasi rintangan dengan optimisme dan ketekunan.
- 7) Hadapi Prokrastinasi: Prokrastinasi adalah kecenderungan atau kebiasaan untuk menunda atau menunda-nunda melakukan tugas atau aktivitas yang seharusnya dilakukan pada waktu yang ditentukan. Prokrastinasi dapat merusak motivasi Anda. Identifikasi alasan di balik prokrastinasi dan cari strategi untuk

mengatasinya. Misalnya, gunakan metode manajemen waktu, pecah tugas menjadi bagian-bagian kecil, atau gunakan teknik seperti "Pomodoro *Technique*" untuk meningkatkan produktivitas Anda. Teknik Pomodoro adalah metode manajemen waktu yang mengatur pekerjaan ke dalam periode waktu yang terfokus dan teratur. Teknik ini didasarkan pada konsep menggunakan timer atau penghitung waktu untuk membagi waktu menjadi interval fokus yang disebut "Pomodoro" yang berlangsung selama 25 menit, diikuti oleh istirahat singkat selama 5 menit. Setiap periode Pomodoro ini merupakan blok waktu yang digunakan untuk fokus sepenuhnya pada tugas tertentu tanpa gangguan.

- **Tips dan trik untuk meningkatkan kepercayaan diri, seperti mengakui kelemahan dan kekuatan diri, memperluas jaringan sosial, dan mengambil resiko yang tepat.**

Ada beberapa cara untuk meningkatkan kepercayaan diri, seperti mengakui kelemahan dan kekuatan diri, memperluas jaringan sosial, dan mengambil risiko yang tepat, semuanya akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Mengakui kelemahan dan kekuatan diri adalah langkah penting dalam memperkuat kepercayaan diri. Dengan mengenali kelemahan, Anda dapat mengambil langkah-langkah untuk mengatasi dan memperbaikinya, sementara mengakui kekuatan Anda memberikan landasan yang kuat untuk membangun rasa percaya diri.
2. Memperluas jaringan sosial adalah cara efektif untuk meningkatkan kepercayaan diri. Dengan bergabung dalam kelompok atau komunitas yang relevan, Anda dapat bertemu dengan orang-orang yang memiliki pengalaman dan wawasan yang berharga. Interaksi sosial yang positif dan dukungan dari

orang-orang di sekitar Anda akan membangun kepercayaan diri Anda.

3. Mengambil risiko yang tepat adalah bagian penting dari pengembangan kepercayaan diri. Menghadapi ketakutan dan mengambil langkah-langkah untuk mengatasi rintangan dapat memberikan peluang untuk pertumbuhan dan pencapaian yang lebih besar. Namun, pastikan Anda melakukan evaluasi risiko dengan bijaksana dan mempertimbangkan langkah-langkah yang terukur dan sesuai dengan tujuan Anda.

D. Mengatasi Hambatan dalam Motivasi dan Kepercayaan Diri

- **Strategi untuk mengatasi hambatan dalam kepercayaan diri, seperti kegagalan dan tekanan dari lingkungan sekitar.**

Untuk mengatasi hambatan dalam motivasi, diperlukan kemauan dan tindakan yang terfokus. Penting untuk mengenali faktor-faktor yang menghalangi motivasi, seperti ketakutan, kebosanan, atau kurangnya tujuan yang jelas, serta mengambil langkah-langkah konkret untuk mengatasi mereka. Dengan memperkuat tujuan yang memiliki makna, menciptakan lingkungan yang mendukung, dan mencari inspirasi dari sumber yang relevan, kita dapat mengatasi hambatan dalam motivasi dan mendorong diri kita sendiri untuk mencapai potensi penuh yang kita miliki.

Berikut adalah beberapa cara yang dapat membantu:

1. Identifikasi akar masalah: Identifikasi akar masalah yang menyebabkan kurangnya motivasi. Mungkin itu disebabkan oleh kebosanan, kurangnya tujuan yang jelas, atau perasaan tertekan. Dengan memahami akar masalahnya, Anda dapat mengambil langkah-langkah yang tepat untuk mengatasinya.
2. Tetapkan tujuan yang bermakna: Tetapkan tujuan yang bermakna dan relevan dengan minat dan nilai-nilai Anda. Tujuan yang jelas dan terukur memberikan arah dan tujuan

yang dapat Anda kejar. Pastikan tujuan tersebut menantang tetapi realistis, sehingga Anda merasa termotivasi untuk mencapainya.

3. Temukan motivasi intrinsik: Temukan apa yang benar-benar memotivasi Anda dari dalam. Apakah itu gairah, rasa pencapaian, atau keinginan untuk belajar dan tumbuh. Fokus pada alasan intrinsik Anda akan membantu Anda mempertahankan motivasi jangka panjang dan melawan hambatan yang muncul.
4. Ciptakan lingkungan yang mendukung: Ciptakan lingkungan yang mendukung dan membangkitkan motivasi. Jauhkan diri dari lingkungan yang negatif atau orang-orang yang merendahkan semangat Anda. Sebaliknya, temui orang-orang yang positif, ikuti sumber daya yang memberikan inspirasi, dan buat lingkungan kerja atau belajar yang menyenangkan dan produktif.
5. Bagi tugas menjadi langkah-langkah kecil: Bagi tugas yang besar menjadi langkah-langkah kecil yang lebih mudah dicapai. Ini membantu mengurangi rasa terbebani dan meningkatkan rasa pencapaian saat Anda menyelesaikan setiap langkah. Setiap langkah kecil membawa Anda lebih dekat menuju tujuan akhir dan menjaga motivasi tetap tinggi.
6. Cari dukungan dan inspirasi: Dapatkan dukungan dari orang-orang di sekitar Anda, seperti teman, keluarga, atau mentor. Diskusikan tantangan yang Anda hadapi dan mintalah masukan atau nasihat. Juga, cari inspirasi dari cerita sukses orang lain, buku motivasi, atau seminar yang dapat memberikan dorongan dan energi tambahan.
7. Evaluasi dan perbarui tujuan: Lakukan evaluasi rutin terhadap tujuan Anda dan kemajuan yang telah dicapai. Perbarui atau sesuaikan tujuan jika diperlukan untuk menjaga motivasi Anda tetap terjaga. Jangan takut untuk menyesuaikan jalur jika Anda

merasa tidak terhubung atau terjebak dalam rutinitas yang membosankan.

- **Strategi untuk mengatasi hambatan dalam kepercayaan diri, seperti rasa takut dan kurangnya dukungan sosial.**

Mengatasi hambatan dalam kepercayaan diri memiliki peranan penting dalam pengembangan pribadi dan kesuksesan. Dengan menghadapi dan mengatasi hambatan tersebut, seseorang dapat membangun kepercayaan diri yang kuat dan positif. Hal ini memungkinkan individu untuk mengambil risiko yang lebih besar, mengatasi ketakutan, dan mengambil langkah-langkah menuju pencapaian tujuan yang lebih tinggi. Kepercayaan diri yang kokoh memberikan fondasi yang stabil untuk menghadapi tantangan dan mengatasi rintangan, sehingga membuka peluang yang lebih besar dalam berbagai aspek kehidupan.

Berikut adalah beberapa strategi untuk mengatasi hambatan dalam kepercayaan diri:

1. Refleksi diri: Lakukan refleksi diri yang jujur untuk mengidentifikasi akar penyebab hambatan dalam kepercayaan diri Anda. Sadari pola pikir negatif atau pengalaman masa lalu yang mungkin mempengaruhi keyakinan Anda tentang diri sendiri.
2. Menguasai keterampilan dan pengetahuan: Tingkatkan kepercayaan diri dengan mengembangkan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan dalam bidang yang ingin Anda kuasai. Dengan mengasah keterampilan dan meningkatkan pengetahuan, Anda akan merasa lebih percaya diri dalam menghadapi tugas dan tantangan.
3. Menantang zona nyaman: Keluar dari zona nyaman Anda dan hadapi tantangan baru. Menghadapi situasi yang menantang akan membantu Anda mengembangkan kepercayaan diri yang lebih besar. Mulailah dengan langkah-langkah kecil dan

tingkatkan secara bertahap untuk menghindari rasa terlalu terbebani.

4. Menyusun pencapaian: Buat daftar pencapaian Anda, baik yang kecil maupun yang besar. Mengingat dan mengakui kesuksesan Anda di masa lalu akan memperkuat kepercayaan diri Anda dalam menghadapi hambatan yang baru.
5. Dukungan sosial: Cari dukungan dari orang-orang terdekat Anda. Bergaul dengan orang-orang yang mendukung dan memotivasi Anda akan membantu membangun kepercayaan diri. Diskusikan hambatan yang Anda hadapi dan minta masukan atau nasihat dari mereka.
6. Latihan dan persiapan: Persiapkan diri Anda dengan baik dalam menghadapi tugas atau situasi yang menguji kepercayaan diri Anda. Lakukan latihan, riset, dan persiapan yang cukup untuk memastikan Anda merasa lebih percaya diri dan siap menghadapi tantangan.
7. Pikiran positif: Latih pikiran Anda untuk berpikir positif dan menggantikan pikiran negatif dengan afirmasi yang memperkuat kepercayaan diri. Fokus pada kekuatan dan potensi Anda daripada kelemahan Anda.

E. Dampak Motivasi dan Kepercayaan Diri Terhadap Kesuksesan Berwirausaha

Motivasi dan kepercayaan diri memiliki dampak yang signifikan terhadap kesuksesan berwirausaha. Dengan motivasi yang tinggi, seorang wirausaha akan memiliki dorongan dan semangat yang kuat untuk mencapai tujuan bisnisnya. Motivasi yang kuat membantu menjaga fokus, ketekunan, dan ketahanan dalam menghadapi tantangan dan hambatan yang mungkin timbul dalam perjalanan berwirausaha⁷.

Selain itu, kepercayaan diri yang tinggi juga menjadi kunci penting dalam kesuksesan berwirausaha. Ketika seorang wirausaha memiliki

keyakinan dalam kemampuannya sendiri, ia akan lebih berani mengambil risiko dan menghadapi ketidakpastian. Kepercayaan diri yang kuat memungkinkan seorang wirausaha untuk mengatasi rasa takut, keraguan, dan kegagalan yang mungkin terjadi. Hal ini memberikan keberanian untuk mencoba ide-ide baru, berinovasi, dan mengambil langkah-langkah proaktif dalam mengembangkan bisnisnya⁸.

Motivasi dan kepercayaan diri yang tinggi juga mempengaruhi interaksi dengan orang lain. Seorang wirausaha yang termotivasi dan percaya diri mampu membangun hubungan yang baik dengan klien, mitra bisnis, dan tim kerja. Mereka mampu menginspirasi dan memotivasi orang lain untuk bekerja sama mencapai tujuan bersama.

- **Dampak yang positif dari motivasi yang kuat dan kepercayaan diri yang tinggi terhadap kesuksesan berwirausaha.**

Motivasi yang kuat dan kepercayaan diri yang tinggi memiliki dampak yang positif terhadap kesuksesan berwirausaha. Berikut adalah beberapa dampak positifnya:

1. Ketahanan dalam menghadapi hambatan: Motivasi yang kuat dan kepercayaan diri yang tinggi membantu seorang wirausaha untuk tetap gigih dan bertahan dalam menghadapi tantangan dan hambatan yang mungkin muncul dalam perjalanan berwirausaha. Mereka memiliki mentalitas yang positif dan optimis yang memungkinkan mereka melihat hambatan sebagai peluang untuk tumbuh dan belajar.
2. Pengambilan risiko yang terukur: Wirausaha yang termotivasi dan percaya diri cenderung lebih berani mengambil risiko yang terukur dalam bisnis mereka. Mereka memiliki keyakinan dalam kemampuan mereka untuk mengatasi rintangan dan meraih keberhasilan. Dengan mengambil risiko yang tepat, mereka

dapat melihat peluang baru, berinovasi, dan mencapai pertumbuhan yang signifikan.

3. Keterampilan komunikasi yang baik: Motivasi yang kuat dan kepercayaan diri yang tinggi mempengaruhi cara seorang wirausaha berinteraksi dengan orang lain. Mereka cenderung memiliki keterampilan komunikasi yang baik, termasuk kemampuan untuk mempengaruhi, memotivasi, dan membangun hubungan yang kuat dengan klien, mitra bisnis, dan tim kerja. Hal ini dapat membantu dalam membangun jaringan yang luas dan memperluas peluang bisnis.
4. Inovasi dan kreativitas: Motivasi yang kuat dan kepercayaan diri yang tinggi memicu kreativitas dan inovasi dalam bisnis. Wirausaha yang termotivasi dan percaya diri cenderung berpikir di luar kotak, mencari solusi yang baru dan unik, dan mendorong kemajuan dalam industri mereka. Mereka tidak takut untuk menguji ide-ide baru dan mengambil langkah-langkah yang berani untuk membedakan diri dari pesaing.

- **Dampak yang negatif dari motivasi yang rendah dan kepercayaan diri yang rendah terhadap kesuksesan berwirausaha.**

Motivasi yang rendah dan kepercayaan diri yang rendah memiliki dampak negatif yang dapat menghambat kesuksesan berwirausaha⁹. Berikut adalah beberapa dampak negatifnya:

1. Ketidakberanian dalam mengambil risiko: Motivasi yang rendah dan kepercayaan diri yang rendah cenderung membuat seorang wirausaha enggan mengambil risiko yang diperlukan untuk pertumbuhan dan keberhasilan bisnis. Mereka mungkin merasa takut akan kegagalan atau tidak yakin dengan kemampuan mereka sendiri, sehingga membatasi potensi pertumbuhan bisnis mereka¹⁰.

2. Kurangnya motivasi dan semangat: Motivasi yang rendah dapat mengakibatkan kurangnya semangat dan motivasi dalam menjalankan bisnis. Wirausaha mungkin kehilangan dorongan untuk mencapai tujuan mereka, dan kinerja mereka dapat terpengaruh secara negatif. Hal ini dapat menyebabkan penurunan produktivitas, inovasi yang terbatas, dan kurangnya fokus dalam mengembangkan bisnis.
3. Keraguan dan ketidakpercayaan pada diri sendiri: Kepercayaan diri yang rendah dapat menghasilkan keraguan diri dan ketidakpercayaan pada kemampuan sendiri. Wirausaha mungkin meragukan kemampuan mereka untuk menghadapi tantangan atau meraih keberhasilan dalam bisnis. Hal ini dapat menghambat pengambilan keputusan yang tepat dan menghambat langkah maju yang diperlukan untuk mengembangkan bisnis.
4. Interaksi yang terbatas dengan orang lain: Motivasi yang rendah dan kepercayaan diri yang rendah dapat menghambat kemampuan seseorang untuk berinteraksi dengan orang lain secara efektif. Ini dapat mempengaruhi kemampuan dalam membangun hubungan bisnis yang kuat, menjalin kemitraan, dan memperluas jaringan yang penting dalam dunia bisnis.
5. Kurangnya adaptasi terhadap perubahan: Motivasi yang rendah dan kepercayaan diri yang rendah dapat membuat seseorang kurang mampu beradaptasi dengan perubahan dalam lingkungan bisnis yang cepat. Wirausaha mungkin merasa sulit untuk menghadapi perubahan pasar, tren industri, atau teknologi baru, yang dapat menghambat pertumbuhan dan daya saing bisnis mereka.

Dalam berwirausaha membutuhkan dorongan yang kuat untuk sukses dan kemampuan untuk tetap fokus pada tujuan Anda, bahkan ketika Anda menghadapi kemunduran. Selain itu, untuk menjadi pengusaha harus dapat beradaptasi dan bersedia mengambil risiko yang

telah diperhitungkan. Memiliki visi yang jelas, bersemangat dengan ide bisnis, memiliki ketekunan dan ketahanan juga merupakan elemen penting dalam memenuhi aspirasi kewirausahaan. Selain itu, kemampuan untuk belajar dari kegagalan dan kesalahan sangat penting untuk menjadi pengusaha yang sukses. Pada akhirnya, motivasi adalah kekuatan pendorong yang mendorong wirausahawan untuk bekerja tanpa lelah untuk mencapai tujuan mereka meskipun ada hambatan yang mungkin muncul.

Oleh karena itu, penting bagi calon wirausahawan untuk mempertahankan motivasi yang kuat dengan menetapkan target yang dapat dicapai dan meninjau kemajuan mereka secara teratur. Selain itu, berada pada lingkungan dengan orang-orang yang berpikiran sama dan mencari bimbingan dapat membantu menumbuhkan sikap positif terhadap kewirausahaan dan ketika Anda sudah berhasil, memberikan bimbingan dan dukungan yang berharga kepada seorang wirausahawan juga sama pentingnya.

Kesimpulannya, motivasi adalah elemen penting untuk berhasil dalam dunia kewirausahaan. Sebagai calon wirausahawan, penting untuk mengidentifikasi sumber motivasi Anda dan terus berupaya menumbuhkan pola pikir positif yang akan membantu Anda mengatasi tantangan di sepanjang perjalanan wirausaha. Ingat, berwirausaha bukanlah jalan yang mudah tetapi dengan motivasi dan tekad yang cukup, Anda dapat mengubah impian Anda menjadi kenyataan. Tetap termotivasi, tetap fokus dan jangan pernah menyerah dalam perjalanan kewirausahaan Anda.

Daftar Pustaka

- 1 Qaiyim Asy'ari, SE., MM, CHCS, KEWIRAUSAHAAN: Konsep, Motivasi, dan Etika, Literasi Nusantara, 2022.
- 2 Clayton M. Christensen, The Innovator's Dilemma : When New Technologies Cause Great Firms to Fail, Published by Short Cut Edition, 2021
- 3 Carol S Dweck, Mindset: The New Psychology Of Success, Published by Random House, 2019
- 4 Stephen R Covey, The 7 Habits of Highly Effective People, Published by FranklinCovey Co, 2017.
- 5 Darren Hardy, The Entrepreneur Roller Coaster : Why Now Is The Time To #Jointheride, Publisher of Success Magazine, 2017.
- 6 Katty Kay, The Confidence Code For Girls, HarperCollins Publishers, 2018
- 7 Norman Vincent Peale, The Power Of Faith: The Founding Father Of Positive Thinking On How To Lead a Healthful Life, The Condensed Classic Library, 2020
- 8 Rod Jolles, Brian Tracy, Why People Don't Believe You: Building Credibility from the Inside Out, Bellet-Kohler Publishers, 2018
- 9 Robert Greene, Mastery, Published by the Penguin Group, 2012.
- 10 Charles Pépin, Self-Confidence, A Philosophy-Other Press (NY), 2019.

Tentang Penulis

Rahmat Tullah, lahir di Jakarta, 04 Maret 1980. Jenjang Pendidikan S1 ditempuh di Universitas Esa Unggul (d/h Universitas INDONUSA Esa Unggul), Kota Jakarta lulus tahun 2008. Pendidikan S2 Ilmu Komputer, lulus tahun 2013 di STMIK Eresha, Jakarta. Saat ini menjabat sebagai Dekan Fakultas Teknologi Informasi & Komunikasi di Institut Teknologi dan Bisnis Bina Sarana Global, Tangerang. Beberapa buku yang sudah di terbitkan Virtualisasi dengan Docker dan Dasar-dasar Membangun Infrastruktur Cloud Computing Dengan Amazon Web Service (AWS).

Email Penulis: rahmattullah@global.ac.id.

Nomor HP/WA: 0818-739-496.

BAB 4

STRATEGI MEMILIH BIDANG USAHA YANG SUKSES

A. Pendahuluan

Calon pengusaha harus memiliki strategi dalam memilih bidang usaha sukses dalam pencapaiannya. Peter F. Drucker menyebutkan Wirausaha: "*adalah seseorang yang menciptakan nilai dengan mengidentifikasi peluang, mengorganisasi sumber daya, dan mengambil risiko untuk mencapai tujuan yang diinginkan.*"

Memilih bidang usaha yang tepat adalah langkah penting dalam memulai bisnis yang sukses. Keputusan ini dapat berdampak besar pada potensi keuntungan, keberlanjutan, dan kepuasan pribadi sebagai seorang pengusaha. Oleh karena itu, penting untuk mengembangkan strategi yang matang dalam memilih bidang usaha. Tulisan ini akan menguraikan beberapa strategi yang efektif untuk membantu Anda dalam memilih bidang usaha yang sesuai dengan minat, keahlian, dan potensi pasar.

B. Memahami Diri Sendiri dan Minat

Penting untuk memahami minat, hobi, dan keahlian pribadi Anda. Wirausaha yang sukses seringkali memiliki minat yang kuat

dalam bidang usaha yang mereka jalankan. Jika Anda mengejar bidang yang sesuai dengan minat dan keahlian Anda, Anda akan lebih termotivasi untuk bekerja keras dan memperoleh keberhasilan.

Pentingnya untuk memahami minat, hobi, dan keahlian pribadi Anda dalam berwirausaha. Berikut adalah alasan mengapa hal ini penting:

1. Motivasi yang Tinggi

Jika Anda menjalankan bisnis yang sesuai dengan minat dan hobi Anda, Anda akan lebih termotivasi untuk bekerja keras. Minat dan hobi akan memberi Anda dorongan intrinsik untuk terus belajar, berkembang, dan mengatasi tantangan yang mungkin Anda hadapi dalam bisnis Anda.

2. Keahlian dan Pengalaman

Memahami keahlian dan pengalaman pribadi Anda akan membantu Anda membangun bisnis yang solid. Keahlian yang sudah dimiliki akan menjadi modal penting dalam menghadapi tugas-tugas dan tanggung jawab yang terkait dengan bisnis Anda. Dengan memanfaatkan keahlian dan pengalaman yang dimiliki, Anda dapat memberikan nilai tambah kepada pelanggan Anda.

3. Pengambilan Keputusan yang Lebih Baik

Memiliki pemahaman yang jelas tentang minat, hobi, dan keahlian pribadi Anda akan membantu Anda dalam pengambilan keputusan yang lebih baik terkait dengan bisnis Anda. Anda akan lebih mampu mengevaluasi peluang dan tantangan yang muncul seiring dengan pengetahuan dan minat yang Anda miliki.

4. Peningkatan Kreativitas dan Inovasi

Ketika Anda menjalankan bisnis yang sesuai dengan minat dan hobi Anda, Anda cenderung lebih kreatif dan inovatif. Anda akan memiliki pemahaman yang lebih mendalam tentang pasar

dan pelanggan, dan dapat mengembangkan solusi yang unik dan menarik.

5. **Kepuasan Pribadi dan Kebahagiaan**

Menjalankan bisnis yang sesuai dengan minat dan hobi pribadi akan memberikan kepuasan pribadi dan kebahagiaan. Anda akan menikmati pekerjaan Anda dan merasa terpenuhi karena Anda melakukan sesuatu yang Anda sukai dan bermakna bagi Anda.

C. Analisis Pasar

Langkah berikutnya adalah melakukan analisis pasar yang komprehensif. Lakukan penelitian pasar untuk mengidentifikasi tren dan potensi pertumbuhan dalam industri yang diminati. Pelajari juga persaingan yang ada dalam bidang tersebut. Analisis pasar akan membantu Anda memahami peluang dan tantangan yang mungkin Anda hadapi, serta memberikan wawasan tentang target pasar dan konsumen potensial.

Berikut adalah beberapa poin yang perlu dipertimbangkan dalam penilaian keberlanjutan:

1. **Dampak Lingkungan:** Evaluasi dampak lingkungan dari bisnis Anda adalah penting dalam menilai keberlanjutan. Pertimbangkan bagaimana bisnis Anda dapat mengurangi jejak lingkungan, menggunakan sumber daya secara efisien, dan menerapkan praktik ramah lingkungan.
2. **Tanggung Jawab Sosial:** Memperhatikan tanggung jawab sosial bisnis adalah aspek penting dalam keberlanjutan. Pertimbangkan cara untuk berkontribusi pada masyarakat lokal, berpartisipasi dalam kegiatan sosial, dan memastikan bahwa bisnis Anda beroperasi secara etis.
3. **Kepuasan Pelanggan:** Keberlanjutan juga terkait dengan kepuasan pelanggan. Penting untuk mempertimbangkan cara mempertahankan pelanggan, memberikan nilai tambah, dan menjaga reputasi bisnis yang positif.

4. **Keseimbangan Keuangan:** Bisnis yang berkelanjutan perlu menjaga keseimbangan antara pertumbuhan dan kestabilan keuangan. Pertimbangkan aspek-aspek keuangan, seperti keberlanjutan pendapatan, pengelolaan utang, dan likuiditas bisnis.

Hal yang perlu dipertimbangkan dalam pertumbuhan bisnis:

1. **Identifikasi Peluang Pertumbuhan**
Penting untuk mengidentifikasi peluang pertumbuhan yang mungkin ada dalam bisnis Anda. Pertimbangkan ekspansi pasar, diversifikasi produk atau layanan, atau pengembangan saluran distribusi baru.
2. **Inovasi**
Inovasi adalah kunci untuk pertumbuhan bisnis jangka panjang. Cari cara untuk terus mengembangkan produk, layanan, atau proses yang dapat memberikan nilai tambah kepada pelanggan dan menjaga bisnis Anda tetap relevan di pasar.
3. **Pengembangan Tim dan Keterampilan**
Pertumbuhan bisnis sering kali melibatkan pengembangan tim dan keterampilan. Pastikan Anda memiliki tim yang kuat dan terampil, dan berinvestasi dalam pengembangan keterampilan dan pengetahuan mereka.
4. **Skala Operasional**
Pertimbangkan bagaimana Anda dapat meningkatkan skala operasional bisnis Anda. Pemikirannya meliputi efisiensi operasional, otomatisasi, dan penerapan teknologi yang tepat.
5. **Pemantauan dan Evaluasi**
Selalu pantau dan evaluasi kinerja bisnis Anda secara teratur untuk mengukur pertumbuhan yang dicapai. Gunakan data dan metrik yang relevan untuk mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan membuat keputusan strategis yang tepat.

D. Penilaian Keberlanjutan dan Pertumbuhan

Selain keuntungan finansial, pertimbangkan juga faktor-faktor lingkungan dan sosial dalam memilih bidang usaha. Tinjau keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang dan potensi pertumbuhan di masa depan. Peluang yang berkelanjutan dan sesuai dengan perkembangan sosial serta lingkungan dapat memberikan keuntungan jangka panjang yang lebih besar.

Pentingnya penilaian keberlanjutan dan pertumbuhan adalah faktor penting dalam berwirausaha. Berikut adalah beberapa poin yang perlu dipertimbangkan dalam penilaian keberlanjutan:

1. **Dampak Lingkungan:** Evaluasi dampak lingkungan dari bisnis Anda adalah penting dalam menilai keberlanjutan. Pertimbangkan bagaimana bisnis Anda dapat mengurangi jejak lingkungan, menggunakan sumber daya secara efisien, dan menerapkan praktik ramah lingkungan.
2. **Tanggung Jawab Sosial:** Memperhatikan tanggung jawab sosial bisnis adalah aspek penting dalam keberlanjutan. Pertimbangkan cara untuk berkontribusi pada masyarakat lokal, berpartisipasi dalam kegiatan sosial, dan memastikan bahwa bisnis Anda beroperasi secara etis.
3. **Kepuasan Pelanggan:** Keberlanjutan juga terkait dengan kepuasan pelanggan. Penting untuk mempertimbangkan cara mempertahankan pelanggan, memberikan nilai tambah, dan menjaga reputasi bisnis yang positif.
4. **Keseimbangan Keuangan:** Bisnis yang berkelanjutan perlu menjaga keseimbangan antara pertumbuhan dan kestabilan keuangan. Pertimbangkan aspek-aspek keuangan, seperti keberlanjutan pendapatan, pengelolaan utang, dan likuiditas bisnis.

Setelah mengetahui penilaian keberlanjutan, Anda perlu mengetahui pertumbuhan bisnis:

1. **Identifikasi Peluang Pertumbuhan:** Penting untuk mengidentifikasi peluang pertumbuhan yang mungkin ada

dalam bisnis Anda. Pertimbangkan ekspansi pasar, diversifikasi produk atau layanan, atau pengembangan saluran distribusi baru.

2. **Inovasi:** Inovasi adalah kunci untuk pertumbuhan bisnis jangka panjang. Cari cara untuk terus mengembangkan produk, layanan, atau proses yang dapat memberikan nilai tambah kepada pelanggan dan menjaga bisnis Anda tetap relevan di pasar.
3. **Pengembangan Tim dan Keterampilan:** Pertumbuhan bisnis sering kali melibatkan pengembangan tim dan keterampilan. Pastikan Anda memiliki tim yang kuat dan terampil, dan berinvestasi dalam pengembangan keterampilan dan pengetahuan mereka.
4. **Skala Operasional:** Pertimbangkan bagaimana Anda dapat meningkatkan skala operasional bisnis Anda. Pemikirannya meliputi efisiensi operasional, otomatisasi, dan penerapan teknologi yang tepat.
5. **Pemantauan dan Evaluasi:** Selalu pantau dan evaluasi kinerja bisnis Anda secara teratur untuk mengukur pertumbuhan yang dicapai. Gunakan data dan metrik yang relevan untuk mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan membuat keputusan strategis yang tepat.

E. Mengembangkan Rencana Bisnis

Berdasarkan hasil analisis dan penilaian sebelumnya, saatnya mengembangkan rencana bisnis yang komprehensif. Tetapkan visi dan misi bisnis Anda dengan jelas. Susun strategi pemasaran yang efektif untuk mencapai target pasar yang telah diidentifikasi sebelumnya. Merencanakan operasional bisnis termasuk produksi, pengadaan bahan baku, sumber daya manusia, dan sistem pengelolaan yang diperlukan.

Pentingnya mengetahui mengembangkan rencana bisnis yang komprehensif adalah langkah penting dalam berwirausaha. Berikut

adalah beberapa poin yang perlu diperhatikan dalam mengembangkan rencana bisnis:

1. **Eksekutif Ringkasan:** Tuliskan ringkasan eksekutif yang singkat tetapi kuat yang menjelaskan visi, misi, dan tujuan bisnis Anda. Jelaskan produk atau layanan yang Anda tawarkan, pasar target, dan keunggulan kompetitif yang membedakan bisnis Anda.
2. **Analisis Pasar:** Lakukan analisis pasar menyeluruh untuk memahami tren, ukuran pasar, dan kebutuhan pelanggan. Identifikasi pesaing, segmen target, dan strategi pemasaran yang akan Anda gunakan.
3. **Produk atau Layanan:** Jelaskan secara rinci produk atau layanan yang Anda tawarkan. Gambarkan fitur, manfaat, dan keunikan yang akan membuat produk atau layanan Anda menonjol di pasar. Jelaskan juga rencana pengembangan produk atau diversifikasi masa depan.
4. **Struktur Organisasi:** Jelaskan struktur organisasi bisnis Anda. Identifikasi peran dan tanggung jawab setiap anggota tim kunci. Jelaskan juga keterampilan dan pengalaman yang relevan yang dimiliki oleh tim Anda.
5. **Strategi Pemasaran:** Rinci strategi pemasaran Anda, termasuk segmen target, posisi merek, dan saluran distribusi. Jelaskan juga rencana pemasaran yang akan Anda gunakan untuk mencapai dan mempertahankan pangsa pasar.
6. **Rencana Keuangan:** Buat proyeksi keuangan yang realistis untuk bisnis Anda. Sertakan perkiraan pendapatan, biaya, dan laba bersih dalam jangka waktu yang relevan. Buatlah juga rencana pengelolaan kas dan analisis titik impas.
7. **Rencana Operasional:** Gambarkan bagaimana bisnis Anda akan beroperasi sehari-hari. Sertakan informasi tentang infrastruktur fisik, kebutuhan sumber daya manusia, dan proses operasional yang akan Anda gunakan.
8. **Evaluasi Risiko:** Identifikasi risiko yang mungkin dihadapi bisnis Anda dan rencanakan strategi mitigasi yang sesuai. Tinjau faktor

eksternal yang dapat mempengaruhi bisnis Anda, seperti perubahan regulasi atau persaingan baru.

9. **Roadmap dan Milestone:** Tetapkan tujuan jangka pendek dan jangka panjang untuk bisnis Anda. Buat rencana tindakan yang rinci dan tentukan milestone yang spesifik untuk melacak kemajuan Anda.
10. **Monitoring dan Pengukuran:** Tetapkan metrik kinerja dan sistem pemantauan yang akan Anda gunakan untuk mengukur keberhasilan bisnis Anda. Tetapkan jadwal untuk meninjau dan mengevaluasi kinerja bisnis secara berkala.

F. Mengimplementasikan dan Mengukur Kesuksesan

Setelah rencana bisnis dikembangkan, lakukan tahap implementasi dengan hati-hati. Pilih tim kerja yang berkualitas dan memiliki keahlian yang sesuai dengan kebutuhan bisnis. Jalankan rencana bisnis yang telah disusun dengan konsistensi dan komitmen. Selain itu, tentukan indikator keberhasilan yang dapat diukur secara objektif. Evaluasi secara teratur dan koreksi jika diperlukan untuk memastikan kesuksesan bisnis dalam jangka panjang. Implementasi dan pengukuran kesuksesan merupakan tahapan penting dalam berwirausaha. Berikut adalah beberapa poin yang perlu diperhatikan:

Implementasi:

1. **Rencana Tindakan:** Implementasikan rencana bisnis Anda dengan membuat rencana tindakan yang jelas dan terperinci. Identifikasi langkah-langkah spesifik yang perlu diambil untuk mencapai tujuan bisnis Anda.
2. **Tim dan Sumber Daya:** Pastikan Anda memiliki tim yang kompeten dan sumber daya yang cukup untuk menjalankan rencana bisnis. Bagikan tugas dan tanggung jawab dengan jelas kepada anggota tim Anda dan pastikan mereka memiliki alat dan dukungan yang diperlukan.

3. **Pelaksanaan Pemasaran:** Implementasikan strategi pemasaran Anda dengan meluncurkan kampanye pemasaran yang tepat. Gunakan saluran pemasaran yang relevan, seperti media sosial, iklan online, atau pemasaran langsung, sesuai dengan target audiens Anda.
4. **Operasional:** Jalankan operasional bisnis Anda sesuai dengan rencana operasional yang telah ditetapkan. Pastikan bahwa proses-proses internal berjalan dengan efisien dan sesuai dengan standar yang ditetapkan.
5. **Pengembangan Produk atau Layanan:** Jika Anda merencanakan pengembangan produk atau layanan baru, pastikan untuk mengimplementasikan rencana pengembangan dengan langkah-langkah yang sistematis. Monitor dan evaluasi setiap tahap pengembangan dengan cermat.

Pengukuran Kesuksesan:

1. **Indikator Kinerja Utama (*Key Performance Indicators/KPIs*):** Tentukan KPIs yang relevan untuk mengukur keberhasilan bisnis Anda. Misalnya, penjualan, pangsa pasar, laba bersih, pelanggan baru, atau tingkat kepuasan pelanggan. Pantau dan evaluasi secara berkala untuk melihat perkembangan dan pencapaian KPIs tersebut.
2. **Analisis Keuangan:** Lakukan analisis keuangan secara teratur untuk melacak kinerja keuangan bisnis Anda. Tinjau pendapatan, biaya, laba kotor, dan laba bersih. Bandingkan data aktual dengan proyeksi yang ada dalam rencana bisnis Anda.
3. **Umpan Balik Pelanggan:** Dapatkan umpan balik dari pelanggan secara teratur untuk mengevaluasi kepuasan mereka dengan produk atau layanan Anda. Gunakan umpan balik tersebut untuk melakukan perbaikan atau penyesuaian yang diperlukan.
4. **Evaluasi Tren Pasar:** Tetap *up-to-date* dengan tren dan perubahan di pasar yang relevan untuk bisnis Anda. Pantau persaingan dan

perubahan dalam perilaku konsumen. Gunakan pengetahuan ini untuk mengidentifikasi peluang baru atau perluasan pasar.

5. **Evaluasi Internal:** Lakukan evaluasi internal secara teratur untuk mengukur kinerja tim, proses operasional, dan pencapaian tujuan. Identifikasi area yang perlu ditingkatkan dan buat perubahan yang diperlukan.

Kesimpulan

Memilih bidang usaha yang tepat merupakan langkah penting dalam memulai bisnis yang sukses dengan memahami diri sendiri, melakukan analisis pasar, mengidentifikasi potensi keuntungan dan risiko, serta mempertimbangkan faktor keberlanjutan dan pertumbuhan. Dengan mengembangkan rencana bisnis yang matang dan mengimplementasikannya dengan baik, Anda dapat meningkatkan peluang keberhasilan bisnis Anda menjadi sukses. Pesan Saya, Kerjakan... Kerjakan... Kerjakan...

Daftar Pustaka

- Bill Aulet. *Disciplined Entrepreneurship: 24 Steps to a Successful Startup*. Wiley. 2013
- Guy Kawasaki. *The Art of the Start 2.0: The Time-Tested, Battle-Hardened Guide for Anyone Starting Anything*. Tantor Audio. 2015
- Jim Collins. *Good to Great: Why Some Companies Make the Leap... and Others Don't*. HarperAudio. 2010
- Peter F. Drucker. *Innovation and Entrepreneurship*. HarperCollins Publishers (Australia) Pty. Ltd. 2002
- Richard N. Bolles. *What Color Is Your Parachute?: A Practical Manual for Job-Hunters and Career-Changers*. Ten Speed Press. 2022
- Steve Blank dan Bob Dorf. *The Startup Owner's Manual: The Step-by-Step Guide for Building a Great Company*. Gildan Media. 2020
- W. Chan Kim dan Renée Mauborgne. *Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant*. Harvard Business Review Press. 2015

Tentang Penulis

Deny, lahir di Muntok, Kab Bangka Barat, Prov. Bangka Belitung 03



Februari 1979. Jenjang Pendidikan S1 Jurusan Teknik Informatika ditempuh di STT Mandala Bandung, lulus tahun 2003. Saat ini menjabat sebagai Direktur Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) Citra Telematika di Kabupaten Majalengka Provinsi Jawa Barat. Setelah

merasakan menjadi seorang pekerja di beberapa perusahaan akhirnya fokus berwirausaha di bidang Pelatihan Komputerisasi dan Digital Marketing.

Nomor HP/WA: 0852-1666-7297.

BAB 5

SIKAP DAN PERILAKU WIRAUSAHAWAN

A. *Mindset*

Sehebat apapun ilmu, dan strategi yang Anda miliki, juga sebesar apapun modal yang Anda punya tidak menjamin keberhasilan tanpa satu hal ini. Sikap, pikiran dan emosi yang bersumber dari *mindset*-lah yang membedakan antara keberhasilan dan kegagalan.

Contoh sederhana saja, banyak orang yang tahu bahwa terlalu banyak mengonsumsi gula itu berbahaya untuk tubuh, salah satunya diabetes atau kencing manis, tapi lihat saja faktanya konsumsi minuman-minuman kemasan dengan kadar gula tinggi masih menjadi konsumsi tertinggi di negara ini, bisa dilihat dari data bahwa Indonesia menjadi konsumen minuman berpemanis tertinggi ke 3 di Asia Tenggara yang mana tiap tahun selalu naik.

Bukan soal tahu atau tidak, tetapi soal apa yang ada di dalam pikiran kita yang membuat kita bersikap lebih baik, membuat kita menggunakan berbagai pengetahuan teknis dengan lebih bijaksana, sebagus apapun Anda membuat strategi hal inilah penentunya.

Tanpa *mindset* yang tepat, sikap dan perilaku wirausahawan tidak akan berjalan lancar, *mindset* merupakan fondasi utama semisal sebuah rem tangan pada mobil Anda, sedalam apapun Anda menginjak gas, mobil tidak bisa melaju jika rem tangan belum Anda lepaskan, atau bisa saja maju namun lama kelamaan rem akan jebol dan mobil Anda tidak bisa berhenti lalu menghantam pohon atau kendaraan lain yang bisa menghancurkan diri Anda sendiri bahkan merugikan orang lain.

Jika diibaratkan komputer, organ tubuh kita merupakan *hardware* dan *mindset* sebagai *operating system* dalam tubuh, *window*-nya diri Anda, berbagai *skill* dan strategi bisnis yang Anda rencanakan adalah *software* nya.

Strategi *marketing works* 3 tahun lalu belum tentu masih relevan untuk saat ini, dengan berbagai pertumbuhan digital dan teknologi membuat berbagai hal berubah dengan cepat, tatkala Anda hanya menghafal strategi dan jurus tanpa *mindset* yang tepat, Anda akan kesulitan manakala banyaknya perubahan yang terjadi pada lanskap bisnis.

Sikap dan perilaku Anda dalam berwirausaha tergantung *mindset* yang Anda miliki, ibarat Anda memiliki mobil *super car* 7000 CC tapi tatkala anda punya *mindset* “ngebut itu bahaya’ Anda tidak akan ngebut meski Anda mengendarai mobil paling cepat di dunia.

Meskipun Anda sudah mengikuti berbagai pelatihan *Marketing* dan *Selling* paling mutakhir sekalipun hasilnya tidak akan efektif jika *mindset* Anda masih menghambat seperti “menjual itu jahat”, “cari uang itu serakah”, “saya tidak bakat jualan” itu semualah kira-kira gambaran mengapa *mindset* sangatlah penting sebagai landasan utama sikap dan perilaku wirausahawan, di mana sikap adalah suatu proses penilaian yang dilakukan oleh seorang individu terhadap suatu objek, proses penilaian seseorang terhadap suatu objek dapat berupa penilaian positif atau negatif, yang kemudian memunculkan perilaku individu terhadap objek tersebut dengan cara-cara tertentu.

Mindset bukanlah otak, tahukah Anda IQ rata-rata manusia di angka antara 105-130 jadi perbedaan kecerdasan secara logika antar manusia hanya berada di *range* 10-20% tapi menariknya dengan perbedaan 10-20% mengapa ada orang-orang yang jumlah kekayaannya 100 bahkan 1000 kali lipat dibandingkan orang lain, ada wirausaha yang bisa memajukan perusahaannya puluhan kali lebih cepat dibandingkan 99% orang lain ?

Selain itu, kita malah sering mendengar orang-orang yang cerdas dan berbakat yang hidupnya malah sengsara, dari fakta ini kita tersadar bahwa jelas sekali ini bukan soal kecerdasan ini soal pikiran. Ini bukan soal *hardware* ini soal *software*, *mindset*-lah yang menjadikan Anda *the best* 1% di bandingkan 99% orang yang lain.

Jika ingin menjadi yang terbaik, jangan berpikir dan bertindak seperti mayoritas orang, kalo kita melihat sejarah *the best* 1%, bisa mencapai hasil yang tidak di dapatkan 99% karena mereka tidak berpikir dan bertindak sama dengan orang lain, mereka memiliki sikap dan perilaku kebalikan dari yang mayoritas orang umumnya kerjakan.

- Mayoritas orang berpikir uang itu sumber kejahatan, Anda berpikir uang sumber kebaikan.
- Mayoritas orang berpikir sukses itu bakat, Anda berpikir semua bisa di asah dan di pelajari.
- Mayoritas orang tidak suka baca buku, Anda baca buku minimal 4 buah per bulan.
- Mayoritas orang senang mencela, Anda senang mengapresiasi.
- Mayoritas orang ketika sukses sombong, Anda selalu respek dengan orang apapun posisinya.

Bab ini tidak cukup untuk kami mengubah *mindset* seseorang secara menyeluruh, bisa jadi 300 halaman sendiri untuk hal ini, Anda bisa terus pelajari dan cari secara mandiri, apa saja *mindset-mindset* yang harus Anda miliki untuk membangun pondasi sikap dan perilaku wirausahawan yang terbaik.

B. Knowledge

Tidak dipungkiri terjun dalam dunia wirausaha merupakan suatu motivasi diri untuk memperbaiki strata kehidupan secara *financial*, mencetuskan suatu gagasan dan bisa juga implementasi kepemimpinan diri untuk menjalankan organisasi.

Dalam kehidupan ini manusia terbagi atas 4 bagian, atau disebut *Cashflow Kuadran*. Ada di kuadran manakah Anda saat ini? Apakah Anda masih seorang *employee* (karyawan)? Sepertinya buku ini cocok untuk Anda menentukan sikap untuk akan memulai menjadi wirausaha, fase karyawan merupakan fase pertama dalam kehidupan di mana Anda bekerja untuk mendapatkan uang, dan tatkala Anda tidak bekerja maka Anda tidak punya uang, dalam fase ini anda masih bisa dibilang bekerja untuk uang.

Jika Anda memiliki motivasi yang lebih, maka Anda akan masuk ke tahap berikutnya yaitu *self employee* di mana Anda bekerja untuk diri Anda sendiri, memulai bisnis dari kecil dengan Anda terjun langsung menjalankan operasionalnya sendiri, dalam fase ini usaha masih bergantung 100% pada diri Anda, Anda menjual makanan dengan Anda yang memasak dan menjualnya sendiri, atau Anda menjual jasa keahlian Anda dan masih Anda sendiri yang mengoperasionalkannya, tatkala Anda berlibur maka usaha Anda pun akan libur, karena belum ada sistem di usaha Anda, belum ada standar operasional dan Anda belum memiliki tim untuk menjalankan standar oprasional tersebut, jika Anda berada di fase ini maka tentukan sikap untuk Anda terus belajar belajar dan belajar meningkatkan *knowledge* Anda agar bisa naik ke fase berikutnya.

Yaitu fase *business owner*, yakni menjadi pemilik bisnis dari usaha yang Anda dirikan. Anda membangun tim dan sistem agar operasional usaha agar tetap selalu berjalan dengan ada atau tanpa adanya Anda, boleh jadi di fase sebelumnya Anda sudah menemukan ide inovasi jenis produk yang Anda kembangkan contoh kuliner atau produk kosmetik, maka di fase ini Anda membangun *branding* dan *marketing*-nya, Anda

merekrut tim-tim yang ahli di bidangnya masing-masing, Anda menciptakan transformasi pertumbuhan bisnis dengan meningkatkan *sales* dan profit.

Anda juga transformasikan menjadi sistem yang sungguh-sungguh berjalan di bisnis Anda, dengan *super team* yang terus Anda bangun, SOP yang berjalan sehingga bisnis Anda bisa *auto pilot*, di mana seluruh team anda yang bekerja untuk Anda, *manager* Anda, supervisor Anda, dan seluruh staf-staf Anda yang menjalankan SOP yang Anda ciptakan.

Dalam posisi ini Anda tidak boleh berpuas diri, Anda harus terus mengembangkan inovasi produk dengan Anda membangun *team RnD* (*Riset and Development*) di mana Anda terus melahirkan terobosan-terobosan baru sehingga produk atau *brand* Anda selalu melahirkan hal baru dan menjadi *Top of Mind Customer*, disinilah sikap dan perilaku Anda sebagai wirausahawan menjadi panutan, kepemimpinan Anda, kreatifitas Anda, dan kepiawaian Anda memimpin tim Anda menjadi *figure* yang diikuti.

Fase ke 4 yang juga terakhir ialah investor, fase ini di mana usaha Anda sendiri sudah berjalan dengan sistem dan Anda sudah memiliki *financial* yang baik, dan Anda mulai menginvestasikan *financial* Anda untuk membeli usaha orang lain, atau bisa juga anda mengakui sisi usaha orang lain dan digabungkan menjadi usaha Anda, ataupun Anda menyuntikkan dana Anda ke bidang-bidang investasi lainnya, yang mana dalam fase ini bukan lagi Anda bekerja untuk uang tapi uang bekerja untuk Anda, kita ambil contoh, Anda menginvestasikan dana Anda untuk membeli sebagian persen saham jalan tol, selama jalan tol itu dilalui oleh pengendara apapun kondisi Anda entah sedang tidur, berlibur dengan keluarga atau sedang menjalankan hobi Anda, uang mengalir ke rekening Anda dan menambah pundi- pundi *financial* Anda.

Jadi mulailah bersikap dan berperilaku dengan *knowledge* yang benar sebagai wirausahawan. Sikap dan perilaku wirausahawan haruslah pribadi-pribadi yang terus menuntut ilmu, pribadi yang terus belajar, pribadi yang terus mengasah *skill* untuk terus menaikkan level

pengembangan diri dan bertumbuh agar seorang wirausahawan bisa men-*scale up* usaha dan kepemimpinan Anda.

C. Mentalitas

Poin yang terakhir dalam sikap dan perilaku wirausahawan ialah mentalitas, di mana setelah Anda memiliki *mindset* yang baik juga *knowledge* yang terus meningkat di sinilah mentalitas Anda harus hebat pula, karena menjadi wirausahawan tidak semudah dan seringnya yang dibayangkan, penuh dengan ujian dan kompleksitas, di lapangan kita bisa *head to head* dengan kompetitor yang bisa saja merebut pasar kita, atau bahkan mereka membuat terobosan yang lebih hebat dari kita, bisa jadi ada perang harga dari barang-barang impor, atau ada saja orang yang tidak jujur di tim inti Anda, atau ada perubahan teknologi yang begitu cepat sehingga menggoyang zona nyaman Anda atau seperti kejadian beberapa tahun lalu dimana terjadi pandemi satu dunia yang membuat ekonomi dunia runtuh, disinilah mentalitas menentukan sikap dan perilaku Anda sebagai wirausaha berperan penting.

Sikap mental yang pertama harus dimiliki wirausahawan ialah kecerdasan emosional, Anda dituntut untuk tidak hanya pandai secara intelektual dan pengetahuan (*knowledge*) Anda yang luas saja, akan tetapi Anda mampu mengelola dan menyadari emosi Anda dengan baik, sebagai seorang wirausahawan Anda bisa lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan, dan bisa menempatkan diri serta bersikap dengan tepat, peka terhadap kondisi emosi orang lain, mampu merespon emosi dengan baik ketika bernegosiasi dengan orang lain serta mampu menggunakan emosi sebagai alat untuk memotivasi diri Anda sendiri.

Berikutnya percaya diri, wirausahawan yang memiliki tingkat kepercayaan diri tinggi dianggap lebih dapat meraih kesuksesan, karena Anda memiliki mental yang kuat dan percaya bahwa rezeki telah ada yang mengatur.

Keyakinan, selain yakin akan kemampuan diri, sikap mental wirausahawan lainnya adalah yakin. Yakin pada bisnis yang dijalankan, yakin pada produk usaha, yakin pada seluruh tim dan yang terutama ialah yakin pada Allah SWT yang akan memberkahi perjalanan bisnisnya.

Sikap dan perilaku wirausahawan juga tidak anti perubahan, Anda tidak boleh takut akan perubahan, karena perubahan itu nyata adanya dan pasti akan terjadi. Sikap mental wirausaha yang baik adalah mampu beradaptasi dan mengaplikasikannya pada perusahaan yang dijalankan.

Wirausahawan juga tidak boleh takut gagal, jika Anda takut gagal berarti Anda takut untuk bertumbuh, seorang wirausahawan yang bermental kuat tidak akan gentar akan hal ini, Anda dapat mempelajari banyak hal dari kegagalan yang dialami, kemudian menjadikan lebih sukses dari sebelumnya.

Perilaku wirausahawan tidak suka membandingkan dirinya dengan orang lain, tatkala mental anda kuat Anda percaya bahwa setiap orang memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing, begitupun bisnis yang dijalankan maka Anda berusaha untuk naik tanpa menjatuhkan orang lain.

Perilaku wirausahawan sukses biasanya memiliki waktu atau meluangkan waktunya untuk berolah raga, bahwasannya tubuh dan kesehatan merupakan aset bisnis yang perlu dijaga.

Sejalan dengan kecerdasan emosional tadi, sikap mental wirausahawan berikutnya yaitu senantiasa berpikir, melihat dan bertindak dari sisi positif, wirausahawan akan berpikir bahwa bisnis ini bukan hanya untuk kesuksesan dirinya, melainkan untuk membawa nilai manfaat yang seluas-luasnya untuk orang banyak, *khoirunnas anfaubum linnaas*.

Sikap mental yang sejalan dengan poin sebelumnya ialah memperkaya ilmu, wirausahawan yang sukses senantiasa menambah dan memperkaya keilmuannya, karena seiring berjalanya waktu, akan banyak hal-hal baru yang harus terus dipelajari dan akan berguna pada usaha yang sedang dijalani.

Mentalitas sikap dan perilaku wirausahawan pastinya Anda harus menjadi pribadi yang jujur dan bertanggung jawab penuh atas apa yang dialami, serta mentalitas tekun dan ulet, serta konsisten juga pantang menyerah, sikap ini harus Anda miliki untuk membawa Anda pada hasil yang diinginkan, Anda akan terus mencoba dan menjalankan bisnis dengan sepenuh hati serta tidak akan mudah menyerah pada keadaan.

Yang terakhir mentalitas sikap dan perilaku wirausahawan adalah mampu berpikir dan mengambil tindakan yang kreatif, artinya ide-ide yang anda miliki harus *fresh*, serta mampu memotivasi tim Anda, dan memiliki pemikiran yang berbeda yang kemudian akan membawa anda pada kesuksesan.

Daftar Pustaka

- Yohanes G. Pauly. 2023. Business is FUN. Gratyo.com
- Alfan Robbani. 2023. Keluar zona UMKM. Scale Up. Aksoro
- Riswanto, A. (2016). The Role of The Entrepreneur in Innovation and in Economic Development. Amsterdam: Atlantis Press.
- Robert. T. Kiyosaki. 2021. Cashflow Quadrant. Gramedia.
- Sumarsono, T. G., & Supardi. (2019). Kewirausahaan Teori dan Praktik. Malang: MNC Publishing.
- Sunarya, P. A., Sudaryono, & Saefullah, A. (2011). Kewirausahaan. Bandung: Andi.
- Suryana. (2013). Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang. Jakarta: Salemba Empat.

Tentang Penulis

Lilis Karnita Soleha lahir di Bandung, 15 Mei 1970. Lulus Sekolah



Dasar tahun 1983 di Kota Bandung, tahun 1986 lulus dari SMPN 9 Bandung dan lulus SMEA Negeri 1 Bandung tahun 1989. Kemudian melanjutkan studi di IKIP Bandung, Prodi Pendidikan Akuntansi lulus tahun 1993. Pada tahun 2005 menyelesaikan studi jenjang S2 pada Prodi Ilmu Ekonomi/Manajemen Pascasarjana Universitas Padjadjaran dan pada tahun 2011 menyelesaikan S3 pada Prodi Ilmu Ekonomi di universitas yang sama. Penulis menikah dengan Prof. Dr. Dadang Sadeli, M.Si. dan dikaruniai satu orang putra yaitu Eggy Aryabhazda S. Saat ini sebagai staf pengajar LLDikti Wil. IV dpk Universitas Teknologi Digital.

Email penulis: dr.liliskarnita@gmail.com.

Nomor HP/WA: 0821-2789-9918.

BAB 6

IDE, KREATIVITAS, DAN INOVASI BERWIRAUSAHA

A. Pendahuluan

Bab ini akan membahas tentang peran penting ide, kreativitas, dan inovasi dalam berwirausaha. Memulai bisnis yang sukses membutuhkan lebih dari sekadar keinginan atau kemampuan bisnis. Pada era yang terus berubah dan kompetitif seperti sekarang, wirausahawan perlu memiliki kemampuan untuk memunculkan ide yang inovatif, berpikir kreatif, dan melahirkan solusi yang unik untuk memenangkan persaingan pasar (Ballor & Claar, 2019).

Pertama-tama, kita akan menjelajahi konsep ide dan bagaimana ide-ide tersebut menjadi fondasi awal bagi sebuah bisnis. Ide merupakan inti dari setiap usaha, dan bab ini akan membantu pembaca memahami cara menghasilkan ide yang bernilai, memahami pasar, dan menjawab kebutuhan konsumen. Ide yang kuat akan menjadi dasar untuk membangun strategi bisnis yang solid.

Selanjutnya, kita akan membahas pentingnya kreativitas dalam konteks berwirausaha. Kreativitas merupakan kekuatan yang

memungkinkan kita berpikir di luar kotak, melihat peluang di tengah tantangan, dan menciptakan solusi baru. Dalam bab ini, kita akan menjelajahi teknik-teknik kreativitas yang dapat membantu meningkatkan daya kreasi kita, seperti *brainstorming*, *mind mapping*, dan pendekatan berpikir lateral.

Tidak hanya itu, inovasi juga menjadi faktor penting dalam kesuksesan bisnis. Bab ini akan membahas bagaimana menerapkan inovasi dalam berwirausaha, mulai dari inovasi produk, proses, hingga model bisnis. Kita akan melihat bagaimana wirausahawan sukses dapat mengidentifikasi peluang inovatif, menguji konsep baru, dan mengimplementasikan perubahan yang diperlukan untuk tetap relevan dan bersaing di pasar yang terus berubah.

Selain itu, kita juga akan membahas tantangan dan hambatan yang sering dihadapi dalam mengembangkan ide, kreativitas, dan inovasi dalam konteks berwirausaha. Dalam bab ini, kita akan membahas cara mengatasi ketakutan, membangun lingkungan yang mendukung kreativitas, serta menghadapi risiko dan kegagalan yang mungkin terjadi dalam perjalanan berwirausaha.

Terakhir, bab ini akan menyajikan contoh-contoh inspiratif dari para wirausahawan sukses yang telah menerapkan ide, kreativitas, dan inovasi dalam bisnis mereka. Kita akan melihat bagaimana ide sederhana dapat berkembang menjadi produk revolusioner, bagaimana kreativitas membedakan bisnis dari pesaingnya, dan bagaimana inovasi merubah industri secara keseluruhan.

Dengan memahami pentingnya ide, kreativitas, dan inovasi dalam berwirausaha, pembaca akan dilengkapi dengan pengetahuan dan wawasan yang dibutuhkan untuk menghasilkan ide yang brilian, berpikir kreatif, dan menghadirkan inovasi yang membawa bisnis mereka ke tingkat yang lebih tinggi. Sekarang mari kita bahas satu persatu.

B. Konsep Ide

Ide merupakan titik awal dari segala hal dalam dunia wirausaha. Tanpa ide yang kuat, sulit bagi seorang wirausahawan untuk memulai dan mengembangkan bisnisnya. Konsep ide berkaitan dengan cara kita memperoleh gagasan baru, baik melalui pengamatan, pengalaman, atau melalui proses pemikiran kreatif. Ide-ide ini bisa muncul dari berbagai sumber, seperti melihat peluang pasar yang belum terpenuhi, mengidentifikasi masalah yang perlu dipecahkan, atau menciptakan produk atau layanan yang lebih baik daripada yang ada saat ini (Molaei, Reza Zali, Hasan Mobaraki, & Yadollahi Farsi, 2014).

Ide-ide tersebut kemudian menjadi fondasi awal bagi sebuah bisnis. Ide yang kuat memberikan dasar yang kokoh untuk membangun strategi bisnis yang sukses. Ide tersebut dapat menjadi landasan untuk mengembangkan produk atau layanan yang unik, membedakan bisnis dari pesaing, dan memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar.

Selain itu, ide juga berperan penting dalam merancang model bisnis yang efektif. Ide yang kuat dapat membantu dalam menentukan segmen pasar yang tepat, menciptakan proposisi nilai yang menarik, dan merancang strategi pemasaran yang efektif (Sobakinova, Zhou, & Durrani, 2020).

Membahas tentang konsep ide sebagai fondasi awal bagi sebuah bisnis, terdapat beberapa poin yang perlu diperhatikan, antara lain:

- **Pengamatan dan Analisis:** Melibatkan kemampuan untuk mengamati dengan teliti lingkungan sekitar, pasar, tren, dan kebutuhan konsumen. Analisis yang cermat akan membantu mengidentifikasi peluang-peluang baru.
- **Kreativitas:** Kemampuan untuk berpikir kreatif dan menghasilkan gagasan-gagasan baru yang unik. Kreativitas memungkinkan kita untuk berpikir di luar batasan yang ada dan melahirkan solusi-solusi inovatif.
- **Riset Pasar:** Dilakukan untuk memahami pasar dan konsumen secara mendalam. Riset pasar membantu dalam

mengidentifikasi kebutuhan, preferensi, dan tren yang dapat menjadi landasan untuk mengembangkan ide bisnis yang relevan.

- **Identifikasi Masalah atau Peluang:** Dalam konsep ide, penting untuk dapat mengidentifikasi masalah atau peluang yang dapat dipecahkan atau dimanfaatkan oleh bisnis kita. Mengenali masalah atau peluang ini menjadi titik awal dalam mengembangkan ide bisnis yang bernilai.
- **Validasi Ide:** Setelah ide-ide muncul, penting untuk memvalidasi apakah ide tersebut memang memiliki potensi dan dapat diterima oleh pasar. Validasi ide melibatkan penelitian lebih lanjut, diskusi dengan target pasar, atau bahkan melakukan uji coba kecil sebelum mengembangkan ide lebih lanjut.
- **Pengembangan Konsep Bisnis:** Setelah ide-ide dikumpulkan dan divalidasi, langkah selanjutnya adalah mengembangkan konsep bisnis yang lebih lengkap. Hal ini meliputi merumuskan proposisi nilai yang unik, menyusun model bisnis, dan merancang strategi pemasaran yang efektif.

Dengan memperhatikan poin-poin tersebut, kita dapat membangun konsep ide yang kuat dan menggunakannya sebagai fondasi awal untuk mengembangkan bisnis yang sukses.

C. Kreativitas

Dalam konteks berwirausaha, kreativitas memainkan peran yang sangat penting. Kreativitas merupakan kekuatan yang mendorong inovasi, membedakan bisnis dari pesaing, dan menciptakan peluang baru (Cunha, Ferreira, Araújo, & Nunes, 2022). Tanpa kreativitas, sulit bagi seorang wirausahawan untuk membangun bisnis yang unik, menarik perhatian pasar, dan bertahan dalam persaingan yang ketat (Nguyen & Do, 2021).

Pentingnya kreativitas dalam berwirausaha dapat dilihat dari beberapa aspek berikut:

- **Ide Bisnis yang Inovatif:** Kreativitas memungkinkan wirausahawan untuk menghasilkan ide bisnis yang inovatif. Dengan berpikir di luar batasan yang ada, mereka dapat menemukan solusi-solusi baru untuk masalah yang ada atau menciptakan produk dan layanan yang belum pernah ada sebelumnya. Ide yang inovatif menjadi dasar bagi bisnis yang unik dan menarik minat konsumen.
- **Diferensiasi dari Pesaing:** Kreativitas membantu wirausahawan untuk membedakan bisnis mereka dari pesaing. Dengan berpikir kreatif, mereka dapat menemukan cara-cara baru untuk menyajikan produk atau layanan, menciptakan pengalaman pelanggan yang unik, atau mengembangkan fitur-fitur yang membedakan dari yang lain. Hal ini memungkinkan bisnis untuk menonjol dalam pasar yang padat dengan pesaing.
- **Mengatasi Tantangan dan Perubahan:** Wirausahawan perlu memiliki kreativitas untuk mengatasi tantangan dan perubahan yang terjadi di lingkungan bisnis. Dalam menghadapi hambatan atau situasi yang tidak terduga, kreativitas membantu mereka untuk mencari solusi alternatif, mengadaptasi strategi, dan menemukan peluang baru.
- **Identifikasi Peluang Bisnis Baru:** Kreativitas memungkinkan wirausahawan untuk melihat peluang bisnis yang belum terpenuhi. Mereka dapat mengidentifikasi celah di pasar, menemukan kebutuhan yang belum terpenuhi, atau melihat tren yang sedang berkembang.

Dalam konteks berwirausaha, kreativitas bukanlah sekadar kemampuan untuk menghasilkan gagasan baru, tetapi juga merupakan sikap dan mentalitas untuk berpikir di luar kotak, mencoba pendekatan baru, dan terus mencari cara untuk meningkatkan bisnis. Dengan

adanya kreativitas, seorang wirausahawan dapat membangun bisnis yang inovatif, adaptif, dan kompetitif dalam pasar yang dinamis (Rodrigues, Jorge, Pires, & António, 2019).

D. Inovasi

Inovasi memainkan peran yang sangat penting dalam kesuksesan bisnis. Dalam lingkungan bisnis yang terus berkembang dan berubah dengan cepat, inovasi menjadi kunci untuk tetap relevan, bersaing, dan menciptakan nilai tambah bagi pelanggan (Ge & Li, 2023). Tanpa inovasi, bisnis cenderung stagnan, ketinggalan zaman, dan sulit untuk bertahan dalam persaingan yang ketat (Falaras & Moschidis, 2023).

Berikut adalah beberapa alasan mengapa inovasi menjadi faktor penting dalam kesuksesan bisnis:

- **Membuka Peluang Baru:** Inovasi membuka peluang baru bagi bisnis untuk memasuki pasar yang belum dieksplorasi atau mengembangkan segmen pasar yang belum terpenuhi.
- **Diferensiasi dari Pesaing:** Inovasi memungkinkan bisnis untuk membedakan diri dari pesaing. Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, memiliki produk atau layanan yang unik, fitur-fitur baru, atau pengalaman pelanggan yang menarik dapat memberikan keunggulan kompetitif.
- **Peningkatan Efisiensi dan Produktivitas:** Inovasi tidak hanya berfokus pada pengembangan produk baru, tetapi juga melibatkan peningkatan efisiensi dan produktivitas bisnis.
- **Responsif terhadap Perubahan:** Bisnis yang inovatif memiliki kemampuan untuk merespons perubahan pasar, tren konsumen, dan teknologi yang terus berkembang.
- **Menciptakan Keunggulan Kompetitif Jangka Panjang:** Bisnis yang mampu terus berinovasi memiliki keunggulan kompetitif jangka panjang.
- **Dalam rangka mencapai kesuksesan bisnis, inovasi menjadi faktor yang tidak dapat diabaikan. Bisnis yang berinovasi**

memiliki peluang yang lebih besar untuk tumbuh, berkembang, dan mencapai keunggulan kompetitif.

E. Tantangan dan Hambatan

Dalam mengembangkan ide, kreativitas, dan inovasi dalam konteks berwirausaha, terdapat sejumlah tantangan (Aldawod, 2022) dan hambatan yang sering dihadapi (Li, Yang, Liu, & Lee, 2023). Beberapa di antaranya adalah:

- **Keterbatasan Sumber daya:** Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan sumber daya, baik itu finansial, tenaga kerja, infrastruktur, atau akses ke teknologi. Keterbatasan ini dapat membatasi kemampuan untuk mengembangkan ide dan menerapkan inovasi secara efektif.
- **Ketidakpastian dan Risiko:** Mengembangkan ide, kreativitas, dan inovasi melibatkan ketidakpastian dan risiko. Tidak ada jaminan bahwa setiap ide atau inovasi akan sukses.
- **Tantangan Pasar:** Pasar yang kompetitif dan terus berubah dapat menjadi tantangan dalam mengembangkan ide, kreativitas, dan inovasi. Munculnya pesaing baru, perubahan tren konsumen, atau perubahan regulasi dapat mempengaruhi potensi keberhasilan ide dan inovasi.
- **Ketidakmampuan Menerima Kegagalan:** Proses mengembangkan ide, kreativitas, dan inovasi tidak selalu mulus dan dapat melibatkan kegagalan. Ketidakmampuan untuk menerima kegagalan dan belajar dari kesalahan dapat menjadi hambatan dalam mengembangkan ide yang sukses.
- **Perubahan Budaya dan Mentalitas:** Mengubah budaya dan mentalitas yang lebih terbuka terhadap ide, kreativitas, dan inovasi juga merupakan tantangan. Terkadang, budaya yang konservatif atau sikap yang menghargai rutinitas dan keamanan dapat menghambat pengembangan ide yang baru dan inovatif.

- Kurangnya Dukungan dan Jaringan: Kurangnya dukungan dan akses ke jaringan yang mendukung dapat menjadi hambatan dalam mengembangkan ide dan inovasi. Dukungan finansial, *mentorship*, atau kolaborasi dengan pihak lain dapat sangat berharga dalam mendorong perkembangan ide.
- Meskipun tantangan dan hambatan ini ada, dengan sikap yang tepat, kreativitas yang kuat, dan ketekunan, wirausahawan dapat mengatasi hal-hal tersebut dan menciptakan ide, kreativitas, dan inovasi yang luar biasa dalam membangun bisnis yang sukses.

Kita telah menjelajahi pentingnya ide, kreativitas, dan inovasi dalam konteks berwirausaha. Kita memahami bahwa ide yang kuat dapat menjadi fondasi awal bagi sebuah bisnis yang sukses. Kreativitas dan inovasi memainkan peran penting dalam menciptakan nilai tambah, memecahkan masalah, dan menciptakan peluang baru. Sikap dan mentalitas yang positif, keterampilan manajemen yang baik, kemampuan beradaptasi, koneksi dan jaringan yang kuat, serta motivasi dan semangat yang tinggi dapat mendukung perkembangan ide, kreativitas, dan inovasi dalam berwirausaha. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa dalam perjalanan mengembangkan ide, kreativitas, dan inovasi, kita akan dihadapkan pada tantangan dan hambatan. Keterbatasan sumber daya, risiko, perubahan pasar, kegagalan, perubahan budaya, dan kurangnya dukungan adalah beberapa dari tantangan yang dapat kita hadapi. Namun, dengan sikap yang tepat, ketekunan, dan keberanian untuk menghadapinya, kita dapat melewati hambatan tersebut dan mencapai kesuksesan.

Melalui contoh-contoh inspiratif dari wirausahawan sukses, kita melihat bagaimana ide, kreativitas, dan inovasi dapat mengubah industri dan menciptakan bisnis yang sukses. Mereka telah membuktikan bahwa dengan imajinasi yang tak terbatas, kerja keras, dan keberanian untuk berinovasi, kita dapat mencapai hasil yang luar biasa. Dunia yang terus berubah dan kompetitif, keberadaan ide,

kreativitas, dan inovasi menjadi semakin penting. Dengan memahami pentingnya faktor-faktor ini dan mengatasi tantangan yang muncul, kita dapat menciptakan peluang baru, meningkatkan daya saing, dan mencapai kesuksesan dalam berwirausaha (Al-Weshah, Kakeesh, & Alhammad, 2020).

Daftar Pustaka

- Al-Weshah, G., Kakeesh, D., & Alhammad, F. (2020). Entrepreneurial marketing in Jordanian SMEs: Initiatives and challenges. *Spear's Surgery of the Breast: Principles and Art*, 67–91. <https://doi.org/10.1108/978-1-80071-517-220221005>
- Aldawod, A. (2022). Identifying the entrepreneurial environmental challenges in developing countries context: a study of public universities in Kurdistan Region – Iraq. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*. <https://doi.org/10.1108/JEEE-06-2021-0255>
- Ballor, J. J., & Claar, V. V. (2019). Creativity, innovation, and the historicity of entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 8(4), 513–522. <https://doi.org/10.1108/JEPP-03-2019-0016>
- Cunha, J., Ferreira, C., Araújo, M., & Nunes, M. L. (2022). The mediating role of entrepreneurial intention between creativity and social innovation tendency. *Social Enterprise Journal*, 18(2), 383–405. <https://doi.org/10.1108/SEJ-04-2021-0022>
- Falaras, A., & Moschidis, O. (2023). The effect of entrepreneurial culture on innovation in a negative business environment: the case of Greece. *EuroMed Journal of Business*. <https://doi.org/10.1108/EMJB-03-2022-0064>
- Ge, J., & Li, L. (2023). Dual innovation of the business model: the regulatory role of entrepreneurial orientation in family firms. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 7(February), 1587–1599. <https://doi.org/10.1108/JBIM-03-2022-0157>
- Li, C. R., Yang, Y., Liu, J., & Lee, A. (2023). Wimp out or take off? Temporal dynamics in new venture effort after exposure to entrepreneurial obstacles. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 29(4), 941–964. <https://doi.org/10.1108/IJEER-10-2021-0873>

- Molaei, R., Reza Zali, M., Hasan Mobaraki, M., & Yadollahi Farsi, J. (2014). The impact of entrepreneurial ideas and cognitive style on students entrepreneurial intention. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 6(2), 140–162. <https://doi.org/10.1108/JEEE-09-2013-0021>
- Nguyen, T. T., & Do, D. N. (2021). Teaching for creativity and entrepreneurial intentions: an empirical study. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*. <https://doi.org/10.1108/JEEE-05-2021-0185>
- Rodrigues, A. P., Jorge, F. E., Pires, C. A., & António, P. (2019). The contribution of emotional intelligence and spirituality in understanding creativity and entrepreneurial intention of higher education students. *Education and Training*, 61(7–8), 870–894. <https://doi.org/10.1108/ET-01-2018-0026>
- Sobakinova, D., Zhou, Y., & Durrani, D. K. (2020). The role of human capital outcomes in generating business ideas. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 50(1), 163–183. <https://doi.org/10.1108/VJIKMS-03-2019-0033>

Tentang Penulis

Farida Yuliaty, lahir di Bandung. Menyelesaikan pendidikan Sekolah



Dasar di Karang Pawulang Bandung, Sekolah Menengah Pertama Negeri 13 Bandung dan Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Tasikmalaya. Selanjutnya penulis menyelesaikan studi S1 pada Perguruan Tinggi Swasta di kota Bandung, jurusan Hukum dan Ekonomi Akuntansi. Pada Tahun 1995 penulis melanjutkan pendidikan Strata 2, Magister Manajemen (MM) di Universitas Padjadjaran, dengan mengambil konsentrasi Manajemen Sumber Daya Manusia. Tiga belas tahun kemudian, tepatnya tahun 2008, penulis melanjutkan studi Strata 3 (Doktor) di Universitas Padjadjaran pada bidang keilmuan yang sama (linier) dengan studi S2, yaitu Doktor Ilmu Manajemen bidang Manajemen Sumber Daya Manusia. Sejak tahun 1993 hingga sekarang bekerja di bidang pendidikan, dan saat ini menjadi Dosen Tetap di Pascasarjana Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.

Ketertarikan penulis turut menyusun *Book Chapter SMART ENTREPRENEURSHIP*, dengan harapan dapat menambah khasanah literatur dalam membentuk karakter *entrepreneurship* yang kreatif dan inovatif, mampu memiliki karakter dan sikap pantang menyerah dalam melakukan “*create new and different*” nya penciptaan suatu produk atau proses.

Semoga *book chapter* ini bermanfaat bagi masyarakat, khususnya para peneliti dosen dan mahasiswa.

Email penulis: fys.2207@gmail.com.

Nomor HP/WA: 0812-2025-3003.

BAB 7

ANALISIS KELAYAKAN DAN RISIKO USAHA

A. Pendahuluan

Bab Analisis Kelayakan dan Risiko Usaha adalah topik yang penting dalam mempersiapkan diri dalam dunia wirausaha. Sebelum memulai usaha, sangat penting untuk melakukan analisis yang cermat terkait kelayakan bisnis yang akan dijalankan, serta mengidentifikasi risiko-risiko yang mungkin muncul selama perjalanan bisnis tersebut. Bab ini, kita akan menjelajahi berbagai aspek yang terkait dengan analisis kelayakan dan risiko usaha. Kita akan mempelajari metode-metode analisis kelayakan, seperti analisis pasar, analisis keuangan, analisis kompetitor, dan analisis risiko.

Analisis kelayakan usaha akan membantu kita memahami apakah ide bisnis yang kita miliki memiliki potensi untuk sukses, apakah terdapat pangsa pasar yang cukup besar, apakah terdapat kebutuhan yang belum terpenuhi, dan apakah kita memiliki keunggulan kompetitif yang dapat membedakan bisnis kita dari pesaing (Arvanitis et al., 2018). Namun, selain melihat potensi keberhasilan, kita juga perlu mempertimbangkan risiko-risiko yang mungkin muncul dalam menjalankan bisnis. Risiko-risiko seperti perubahan kebijakan

pemerintah, fluktuasi pasar, persaingan yang ketat, masalah keuangan, dan perubahan tren konsumen dapat berdampak signifikan pada bisnis kita (Yoon, 2012). Oleh karena itu, dalam *book chapter* ini kita akan membahas bagaimana mengidentifikasi, mengukur, dan mengelola risiko-risiko tersebut agar bisnis kita tetap berjalan dengan baik.

Melalui pemahaman yang mendalam tentang analisis kelayakan dan risiko usaha, kita dapat membuat keputusan yang lebih baik dan mengoptimalkan peluang keberhasilan bisnis. Kita akan belajar bagaimana membuat proyeksi keuangan yang realistis, mengidentifikasi kelemahan dan kekuatan bisnis, serta mengembangkan strategi mitigasi risiko yang efektif. Analisis Kelayakan dan Risiko Usaha memberikan panduan yang sangat berharga bagi calon wirausahawan maupun bagi mereka yang telah menjalankan bisnis. Dengan melakukan analisis yang cermat dan memahami risiko yang mungkin dihadapi, kita dapat menghindari kesalahan yang fatal dan meningkatkan kesempatan untuk mencapai kesuksesan dalam dunia wirausaha.

Penulis berharap bab ini memberikan wawasan yang bermanfaat dan praktis bagi para pembaca, serta mendorong mereka untuk melakukan analisis kelayakan dan risiko usaha secara sistematis dan teliti sebelum memulai bisnis mereka. Dengan mempersiapkan diri dengan baik, kita dapat meningkatkan peluang keberhasilan dan mengurangi risiko dalam perjalanan berwirausaha.

B. Analisis Kelayakan Bisnis

Analisis yang cermat terkait kelayakan bisnis merupakan langkah penting yang harus dilakukan sebelum memulai sebuah usaha. Dalam proses ini, kita melakukan penilaian menyeluruh terhadap berbagai aspek yang relevan dengan kesuksesan bisnis tersebut (Berry et al., 2020).

Pertama-tama, kita perlu melakukan analisis pasar yang mendalam. Ini melibatkan pemahaman yang baik tentang target pasar, ukuran pasar, tren konsumen, dan permintaan yang ada. Dengan

memahami pasar dengan baik, kita dapat menilai apakah produk atau layanan yang akan kita tawarkan memiliki potensi pasar yang cukup besar dan apakah ada peluang untuk tumbuh dan berkembang.

Kedua, analisis keuangan menjadi langkah penting dalam mengevaluasi kelayakan bisnis. Kita perlu melakukan proyeksi pendapatan, biaya, dan laba yang realistis untuk jangka waktu tertentu. Dalam analisis ini, kita harus mempertimbangkan investasi awal yang diperlukan, pengeluaran rutin, dan juga perhitungan margin keuntungan yang diharapkan. Dengan melihat angka-angka ini secara seksama, kita dapat menentukan apakah bisnis tersebut berpotensi menghasilkan keuntungan yang cukup untuk menjaga keberlanjutannya.

Ketiga, analisis kompetitor juga penting dilakukan. Kita perlu memahami siapa pesaing utama dalam industri yang kita tuju, produk atau layanan apa yang mereka tawarkan, dan keunggulan apa yang mereka miliki. Dengan mengetahui kekuatan dan kelemahan pesaing, kita dapat mengembangkan strategi yang tepat untuk membedakan bisnis kita dan menciptakan nilai tambah bagi konsumen.

Keempat, kita tidak boleh melupakan aspek hukum dan regulasi yang berkaitan dengan bisnis yang akan kita jalankan. Analisis ini mencakup memahami persyaratan lisensi, perizinan, peraturan perlindungan konsumen, dan segala hal lainnya yang berkaitan dengan operasional bisnis. Dengan mematuhi semua ketentuan hukum yang berlaku, kita dapat menjaga bisnis kita agar tetap berjalan secara legal dan terhindar dari masalah hukum di masa depan.

Kelima, penting untuk melakukan analisis risiko. Ini melibatkan identifikasi dan penilaian terhadap berbagai risiko yang mungkin dihadapi dalam menjalankan bisnis, seperti risiko keuangan, risiko operasional, risiko persaingan, risiko pasar, dan lain sebagainya. Dengan memahami risiko-risiko ini, kita dapat mengembangkan strategi mitigasi yang efektif untuk mengurangi dampak negatif yang mungkin terjadi.

Secara keseluruhan analisis kelayakan bisnis, tujuan utamanya adalah untuk memperoleh gambaran yang jelas dan objektif tentang potensi keberhasilan bisnis yang akan kita jalankan. Dengan melakukan analisis yang cermat dan mempertimbangkan semua aspek yang relevan, kita dapat membuat keputusan yang lebih baik dan lebih terinformasi sebelum memulai usaha (Herman et al., 2020).

C. Risiko Usaha

Mengidentifikasi risiko-risiko merupakan tahap penting dalam analisis kelayakan bisnis. Proses ini, kita secara sistematis mengidentifikasi dan mengevaluasi berbagai faktor yang dapat menghambat keberhasilan dan pertumbuhan bisnis (Lau et al., 2022). Pentingnya memahami risiko-risiko potensial, kita dapat mengambil langkah-langkah proaktif untuk mengelolanya dengan baik.

Pertama-tama, kita perlu mengidentifikasi risiko keuangan. Ini melibatkan penilaian terhadap kemungkinan terjadinya ketidakstabilan keuangan yang dapat mempengaruhi arus kas, keuntungan, atau kemampuan untuk memenuhi kewajiban keuangan. Contohnya, fluktuasi pasar, penurunan penjualan, atau beban utang yang tinggi adalah beberapa risiko keuangan yang perlu dipertimbangkan. Dengan memahami dan mengantisipasi risiko ini, kita dapat merancang strategi keuangan yang tepat untuk mengelola dan mengurangi dampaknya.

Kedua, risiko operasional perlu diidentifikasi. Ini meliputi segala kemungkinan masalah dalam operasional bisnis yang dapat mengganggu efisiensi dan kinerja keseluruhan. Contohnya, risiko ketergantungan pada satu pemasok atau risiko kegagalan sistem teknologi adalah beberapa risiko operasional yang umum. Dalam menghadapi risiko ini, penting untuk memiliki rencana darurat, kebijakan pengendalian kualitas, dan sumber daya cadangan yang memadai untuk meminimalkan dampaknya.

Ketiga, risiko persaingan juga perlu diidentifikasi. Dalam dunia bisnis yang kompetitif, ada kemungkinan pesaing dapat mencuri pangsa

pasar atau menghadirkan inovasi yang lebih menarik bagi konsumen. Oleh karena itu, kita perlu memahami lanskap pesaing, strategi mereka, dan bagaimana kita dapat membedakan diri. Dengan mengidentifikasi risiko persaingan, kita dapat mengembangkan strategi pemasaran dan keunggulan kompetitif yang kuat untuk menjaga posisi bisnis kita.

Keempat, risiko pasar perlu diperhatikan. Ini melibatkan penilaian terhadap perubahan tren pasar, perubahan preferensi konsumen, atau kemungkinan pergeseran kebijakan yang dapat mempengaruhi permintaan atau penjualan produk atau layanan kita. Dalam menghadapi risiko pasar, kita perlu terus memantau perubahan pasar, melakukan riset pasar secara teratur, dan mengembangkan strategi fleksibel untuk mengantisipasi perubahan tersebut.

Kelima, risiko hukum dan peraturan juga penting untuk diidentifikasi. Setiap bisnis harus mematuhi peraturan dan hukum yang berlaku di wilayah operasionalnya. Risiko pelanggaran peraturan atau tuntutan hukum dapat memiliki konsekuensi serius bagi bisnis. Oleh karena itu, penting untuk memahami dan mematuhi semua peraturan yang relevan, menggandeng ahli hukum, dan mengadopsi praktik bisnis yang etis.

Dalam mengidentifikasi risiko-risiko ini, penting untuk memiliki pendekatan yang komprehensif dan melibatkan pihak-pihak yang terlibat dalam bisnis, seperti manajemen, tim keuangan, dan ahli lainnya. Dengan pemahaman yang baik tentang risiko-risiko potensial, kita dapat mengembangkan strategi pengelolaan risiko yang efektif dan menjaga kelangsungan bisnis dengan lebih baik (Nayak, 2018).

D. Metode-Metode Analisis Kelayakan

Dalam melakukan analisis kelayakan bisnis, terdapat beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengevaluasi potensi keberhasilan dan mengidentifikasi risiko yang terkait (Moorhead et al., 2022). Berikut adalah beberapa metode analisis kelayakan yang umum digunakan:

1. Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*):
Metode ini membantu mengidentifikasi kekuatan, kelemahan,

peluang, dan ancaman yang terkait dengan bisnis. Dengan menganalisis faktor-faktor ini, kita dapat menentukan keunggulan kompetitif, potensi pertumbuhan, dan risiko yang mungkin dihadapi.

2. Analisis Finansial: Metode ini melibatkan penilaian terhadap aspek keuangan bisnis, seperti proyeksi pendapatan, biaya operasional, arus kas, dan pengembalian investasi. Dengan melakukan analisis finansial yang komprehensif, kita dapat mengevaluasi kelayakan keuangan bisnis dan memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang potensi keuntungan dan risiko keuangan.
3. Analisis Pasar: Metode ini melibatkan penilaian pasar potensial untuk produk atau layanan yang ditawarkan oleh bisnis. Dalam melakukan analisis pasar, kita perlu mempertimbangkan ukuran pasar, tren konsumen, pesaing, dan segmen target. Dengan memahami pasar dengan baik, kita dapat menentukan peluang pasar yang layak dan mengembangkan strategi pemasaran yang tepat.
4. Analisis Teknis: Metode ini melibatkan penilaian terhadap aspek teknis yang terkait dengan bisnis, seperti kebutuhan infrastruktur, teknologi yang digunakan, dan sumber daya manusia yang diperlukan. Dengan melakukan analisis teknis yang komprehensif, kita dapat menentukan apakah bisnis memiliki keahlian dan kapabilitas yang cukup untuk menjalankan operasional dengan efisien.
5. Analisis Ekonomi: Metode ini melibatkan penilaian terhadap faktor-faktor ekonomi yang dapat mempengaruhi bisnis, seperti inflasi, suku bunga, kebijakan pemerintah, dan stabilitas ekonomi. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor ekonomi ini, kita dapat memprediksi dampaknya terhadap bisnis dan mengidentifikasi risiko yang terkait.

Dalam melakukan analisis kelayakan bisnis, penting untuk menggunakan kombinasi metode-metode ini dan menggali informasi yang komprehensif untuk mendapatkan pemahaman yang akurat tentang potensi bisnis dan risiko yang terkait (Kyum Kim, 2017).

E. Mengidentifikasi, Mengukur dan Mengelola Risiko

Mengidentifikasi, mengukur, dan mengelola risiko-risiko dalam bisnis (Dittfeld et al., 2020), berikut adalah beberapa langkah yang dapat diambil:

1. **Identifikasi Risiko:** Pertama-tama, lakukan identifikasi risiko dengan mengidentifikasi semua kemungkinan risiko yang dapat mempengaruhi bisnis Anda. Ini dapat dilakukan melalui analisis SWOT, analisis pasar, dan kajian faktor-faktor eksternal yang dapat memengaruhi bisnis.
2. **Penilaian Risiko:** Setelah mengidentifikasi risiko, lakukan penilaian risiko dengan mengukur tingkat keparahan dan kemungkinan terjadinya risiko tersebut. Gunakan metode dan alat yang sesuai, seperti analisis kuantitatif dan kualitatif, untuk mengukur dampak dan probabilitas terjadinya risiko.
3. **Prioritaskan Risiko:** Setelah menilai risiko, prioritas risiko berdasarkan tingkat keparahan dan kemungkinan terjadinya. Fokuskan pada risiko-risiko yang memiliki dampak terbesar dan kemungkinan terjadinya yang tinggi.
4. **Pengembangan Strategi Pengelolaan Risiko:** Setelah mengidentifikasi dan memprioritaskan risiko, buat strategi pengelolaan risiko yang efektif. Ini dapat melibatkan pengurangan risiko, transfer risiko melalui asuransi, mitigasi risiko melalui perencanaan kontinjensi, atau penerimaan risiko dengan mempertimbangkan potensi keuntungan yang dihasilkan.
5. **Implementasi dan Monitorisasi:** Implementasikan strategi pengelolaan risiko yang telah ditetapkan dan tetap monitorisasi risiko secara berkala. Pastikan bahwa tindakan yang diambil

- konsisten dengan strategi yang telah ditentukan, dan perbarui strategi jika diperlukan sesuai dengan perubahan kondisi bisnis.
6. Pembelajaran dan Peningkatan: Selalu terbuka untuk pembelajaran dan peningkatan dalam pengelolaan risiko. Evaluasi secara berkala efektivitas strategi pengelolaan risiko Anda, dan ambil langkah-langkah untuk meningkatkan pendekatan yang digunakan.

Dengan mengidentifikasi, mengukur, dan mengelola risiko-risiko dengan hati-hati, bisnis Anda akan memiliki landasan yang lebih kuat untuk menghadapi tantangan dan meningkatkan kemungkinan kesuksesan jangka panjang (Mishra et al., 2019). Penting untuk melibatkan tim yang terlibat dalam proses pengelolaan risiko dan memiliki komunikasi yang terbuka dan transparan mengenai risiko-risiko yang ada dan langkah-langkah yang diambil untuk mengatasinya.

Daftar Pustaka

- Arvanitis, S., & Estevez, L. (2018). Feasibility analysis and study. *The Emerald Handbook of Entrepreneurship in Tourism, Travel and Hospitality: Skills for Successful Ventures*, 109–129. doi: 10.1108/978-1-78743-529-220181019
- Berry, G., & Shabana, K. M. (2020). Adding a strategic lens to feasibility analysis. *New England Journal of Entrepreneurship*, 23(2), 67–78. doi: 10.1108/NEJE-08-2019-0036
- Dittfeld, H., Scholten, K., & Van Donk, D. P. (2020). Proactively and reactively managing risks through sales & operations planning. *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management*, 51(6), 566–584. doi: 10.1108/IJPDLM-07-2019-0215
- Herman, M. I., & Thai, M. T. (2020). Striving for sustainable value chain establishment: a multiple feasibility analysis approach. *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*, 11(4), 379–395. doi: 10.1108/JADEE-01-2020-0002
- Kyum Kim, S. (2017). The effects of applying alternative discounting methods on the economic feasibility test of Free Trade Zone development project: Based on the Korean preliminary feasibility study cases. *Journal of Korea Trade*, 21(1), 69–82. doi: 10.1108/JKT-12-2016-0043
- Lau, C. K., & Chen, H. (2022). Stakeholder perceptions on the risk factors, challenges and benefits of business sustainability practices in the Singapore construction industry. *Property Management*, 40(2), 149–168. doi: 10.1108/PM-02-2021-0014
- Mishra, B. K., Rolland, E., Satpathy, A., & Moore, M. (2019). A framework for enterprise risk identification and management: the resource-based view. *Managerial Auditing Journal*, 34(2), 162–188. doi: 10.1108/MAJ-12-2017-1751

- Moorhead, M., Armitage, L., & Skitmore, M. (2022). Risk management processes used in determining project feasibility in the property development process early stages by Australia/New Zealand property developers. *Journal of Property Investment and Finance*, 40(6), 628–642. doi: 10.1108/JPIF-08-2021-0071
- Nayak, B. S. (2018). Eurocentric conceptualisation of risk in international business. *Society and Business Review*, 13(2), 165–169. doi: 10.1108/sbr-10-2017-0083
- Yoon, D. (2012). policy feasibility analysis model.

Tentang Penulis

Dr.Fitriana,SE.,MSi.,Ak.,CA., lahir di Bandung 16 Februari 1964.



Penulis merupakan Dosen Akuntansi Pada Program Studi Akuntansi Universitas Sangga Buana YPKP Bandung sejak tahun 1990. Sebagai seorang yang sepenuhnya mengabdikan dirinya sebagai dosen, selain pendidikan formal yang telah ditempuhnya penulis juga mengikuti pelatihan untuk meningkatkan kinerja dosen, khususnya di bidang pengajaran, penelitian dan pengabdian masyarakat. Beberapa buku yang ditulis berkaitan dengan hasil penelitian Tematik yaitu: Pengawasan Keuangan Partai Politik 2015 dan Aksi Korporasi dan Pengaruhnya Terhadap perdagangan Saham di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2018.

Email Penulis : fitriana@usbykp.ac.id
Nomor HP/WA : 0811-2338-893

BAB 8

PELUANG DAN TANTANGAN BERWIRAUSAHA

A. Pendahuluan

Pada era revolusi industri 4.0 yang sedang dihadapi masyarakat seluruh dunia saat ini memberikan kesempatan kepada setiap orang yang mau dan mampu memanfaatkan teknologi yang semakin berkembang pesat. Revolusi Industri ditandai dengan adanya beberapa teknologi canggih sehingga kita merasakan adanya bidang baru yang merupakan bidang ilmu independen yakni fisika, digital dan biologi (Tjandrawinata, 2016).

Keberadaan teknologi digital pada saat ini, menandai bahwa pertumbuhan ekonomi telah memiliki peranan yang sangat penting terutama pada bidang kewirausahaan. Baik secara teori maupun praktek di bidang kewirausahaan harus menerima dan mau berevolusi untuk mengikuti perkembangan bisnis yang mengarah pada digitalisasi.

Kemampuan dalam menjalankan berbagai transaksi melalui digitalisasi akan berdampak pada kemajuan usahanya karena dapat mempermudah hubungan antara konsumen dengan produsen di manapun berada. Bagaikan tiada jarak yang membatasi dalam

berhubungan di segala bidang, terutama di bidang usaha penjualan barang dan jasa.

Dengan kondisi yang ada saat ini memberikan kesempatan kepada siapa saja yang berwirausaha tidak lagi memerlukan tempat usaha yang luas dan besar, namun usaha dijalankan asalkan dapat menjangkau konsumen sesuai target pasar dan mudah dalam berkomunikasi.

B. Peluang Berwirausaha

Dalam beberapa tahun ini, dunia mulai membuka mata seluruh manusia dengan kehadiran teknologi yang luar biasa dan mampu merubah pola kehidupan manusia, aktivitas yang dilakukan setiap harinya semakin sering mengkonsumsi konten-konten yang berbentuk digital. Sebut saja dengan menggunakan telepon atau *handphone*, komputer atau laptop dan alat lainnya yang serasa tidak bisa dijauhkan dari aktivitasnya.

Apabila generasi muda mau mendalami perkembangan teknologi yang semakin canggih di era digitalisasi ini, akan mampu merubah pola pikir mereka tentang budaya untuk mencari kerja namun akan memunculkan budaya untuk “menciptakan lapangan kerja”. Sebagaimana menurut Gusziq, (2020) dengan *spirit entrepreneur* yang ada dalam diri generasi milenial disebutkan bahwa sangat penting bagi generasi muda calon pemimpin bangsa seharusnya memiliki sumber daya yang berkualitas dan rasa tanggung jawab sosial tinggi. Misalnya dengan membangun karakter *entrepreneurship* melalui:

1. Menumbuhkan karakter wirausaha
2. Menumbuh kembangkan wirausaha baru kreatif dan inovatif yang berbasis teknologi
3. Membantu menentukan keunikan bisnis berbasis teknologi dalam meningkatkan peluang keberhasilan bisnis.

Dapat dikatakan bahwa dalam berwirausaha dibutuhkan cara-cara untuk menciptakan sesuatu atau menambah nilai barang yang

dapat lebih bermanfaat atau lazim disebut inovasi. Dengan berinovasi seorang wirausahawan akan mampu menciptakan ide-ide baru yang luar biasa, sehingga dapat mengangkat nilai suatu barang. Menurut Zimmerer, (Mardia,dkk, 2021) bahwa ide-ide baru atau inovasi yang ada akan bisa membuat sesuatu sebagai peluang dalam berwirausaha atau juga dapat menciptakan sistem produksi, dan melakukan promosi serta pemasaran yang potensial.

Terdapat ide yang dapat menciptakan peluang berwirausaha dengan berbagai cara, sebagaimana menurut Zimmerer :

1. Dapat mentransfer ide melalui internal secara berkelanjutan dalam upaya melayani pelanggannya.
2. Adanya kreativitas yang mendorong produksi, berupa produk dan layanan baru secara kompetitif.
3. Ide diperoleh dari modifikasi cara kerja.

Jadi sumber peluang berwirausaha dapat diperoleh melalui pemikiran pada produk baru dan berbeda, peluang perlu diamati, produk dan proses dianalisis secara mendalam, serta kemungkinan resiko yang ada perlu pertimbangan.

C. Ide Usaha menjadi Peluang Usaha

Adanya ide dalam pemikiran secara umum disebut dengan hasil upaya dalam berpikir, atau gagasan yang secara tiba-tiba muncul serta menemukan solusi ketika terdapat suatu masalah.

Menurut Wibowo (2011), bahwa ide adalah gabungan dari beberapa komponen yang nyata, yang diam dan bergerak ataupun adanya persamaan serta perbedaan.

Dalam dunia usaha, terkadang muncul suatu ide usaha yang bersumber dari beberapa faktor. Misalkan faktor internal dan faktor eksternal. Sebagai contoh dari faktor internal adalah ilmu dan wawasan seseorang, memiliki pengalaman pribadi, membuat pertanyaan pada diri sendiri yang berkaitan dengan hal-hal tertentu, memperhatikan

orang yang mampu mengatasi masalahnya, serta timbulnya intuisi akibat situasi dan kondisi yang sedang dihadapi.

Sedangkan contoh faktor eksternal, adalah karena permasalahan lingkungan atau situasi dan kondisi lingkungan sekitarnya, terdapat keluhan dari masyarakat atau konsumen, kebutuhan masyarakat yang masih belum selesai, dengan sengaja membuat hal-hal baru yang membutuhkan aktivitas fisik, sudah memiliki produsen, adanya penyaluran produk yang tersistem dan adanya kebijakan dari pemerintah.

Dalam memutuskan sebuah ide dalam usaha dapat berupa pilihan peluang usaha, misalnya ide yang sudah ada telah sesuai dengan klasifikasi yang cukup menarik, kemungkinan masih belum ada produk yang sama, produk tersebut masih jarang atau belum ada di pasaran, produk tersebut dibutuhkan oleh masyarakat, dan sumber bahan utama masih tersedia dengan jumlah banyak. Harga produk masih terjangkau dan mampu memberi layanan kepada konsumen untuk memenuhi barang yang dibutuhkan.

Sebaiknya ide usaha tidak berhenti ketika ada peluang usaha, mengingat kebutuhan pasar sangat berubah-ubah dan selalu membutuhkan inovasi baru agar usaha tetap eksis dan mengikuti perkembangan pasar.

Dalam mewujudkan ide usaha menurut Idah Kusuma Dewi,dkk, (2021) terdapat beberapa inspirasi sebagai berikut :

1. Tidak berpikir dan melakukan sendirian. Karena dapat berdiskusi dengan orang yang dipercaya.
2. Dapat berkolaborasi secara efektif dan efisien.
3. Menjalankan usaha secara bertahap dengan manajemen yang baik.
4. Mampu menguasai teknologi untuk menerapkan ide usaha yang dimilikinya.
5. Membuat *networking* baru, dapat melakukan keluar dari zona nyaman.
6. Melihat potensi dan kemampuan diri.

7. Selalu melihat tren atau perkembangan pasar.
8. Mencoba hal-hal yang baru untuk ide usahanya.
9. Mengikuti kegiatan yang berkaitan dengan usaha, misalkan mengikuti *workshop* bisnis.
10. Memiliki pedoman Amati, Tiru dan Modifikasi.

D. Tantangan Berwirausaha

Di dalam berwirausaha sebagaimana pada umumnya tentu mengalami beberapa tantangan dan hambatan. Menurut Mardia,dkk, (2021) bahwa terdapat beberapa kendala dan tantangan yang dihadapi ketika berwirausaha, yaitu:

1. Kurang pengetahuan.
Seorang yang berwirausaha sebaiknya memiliki pengetahuan tentang kewirausahaan, dalam kebutuhan pengetahuan ini yang dimaksudkan adalah melalui pendidikan formal yang secara tidak langsung dapat mempengaruhi pengetahuan wirausaha tersebut. Tetapi untuk mengatasi keterbatasan pengetahuan tersebut dapat dilakukan dengan mengikuti pelatihan-pelatihan yang sering dilakukan oleh lembaga ataupun institusi tertentu.
2. Batasan budaya di masyarakat.
Masyarakat masih beranggapan bahwa para wanita masih berperan dalam keluarga saja untuk mengurus keluarganya. Pandangan di masyarakat ini secara tidak langsung dapat membatasi gerak para wanita untuk berusaha dalam upaya membantu keluarganya.
3. Kurang pelayanan pinjaman untuk modal.
Perusahaan yang masih baru sangat membutuhkan modal dalam meningkatkan usahanya. Karena tanpa adanya modal, tentu saja perusahaan tidak bisa beroperasi. Pengusaha akan merasa ruang geraknya terbatas, dan untuk pengembalian pinjaman.

4. Biaya bahan baku masih mahal.
Seperti biasanya pewaralaba melakukan pemasokan bahan baku kepada pengusaha untuk menghasilkan produknya.
Jadi produk barang ini ketika dimintai oleh pembeli, mereka akan mengatakan “mahal”.
5. Pengaturan lokasi yang buruk.
Terdapat waralaba yang mempertimbangkan strategi lokasi dengan mengirimkan waralaba dengan jarak tertentu.
6. Kreativitas masih terbatas.
Secara umum seorang pengusaha membuat semua asesoris yang digunakan sama, maksudnya adalah supaya tidak kreativitas usaha.

E. Keberhasilan dan Kegagalan Berwirausaha

Suatu kegagalan dalam usaha bukan sebagai hambatan untuk maju, tetapi dari kegagalan itulah yang dapat digunakan sebagai pembelajaran untuk memperbaiki agar menjadi lebih tertata dengan baik.

Sebagai seorang wirausaha telah memiliki kepercayaan diri untuk mampu menghadapi segala tantangan dan berani menghadapi risiko.

Beberapa faktor seorang wirausaha mengalami kegagalan dalam usahanya, (Zimmerer, 2002):

1. Tidak kompeten dalam manajerial
Salah satu faktor penyebab utama kegagalan dalam usaha adalah tidak memiliki kemampuan, kompetensi dan pengetahuan dalam hal pengelolaan suatu usaha.
2. Masih kurang berpengalaman
Pengalaman di bidang usaha yang masih minim dan kurangnya kemampuan untuk memvisualisasikan usahanya dan keterampilan mengelola sumber daya manusia.
3. Tidak mampu mengendalikan keuangan
Faktor yang paling utama dalam keuangan adalah mampu mengelola dan mengatur aliran kas yang terdiri dari pengaturan

penerimaan dan pengeluaran uang kas. Kekeliruan dalam pengelolaan keuangan dapat menghambat operasional usaha dan mengalami kegagalan.

4. **Gagal dalam perencanaan**
Jika terjadi gagal dalam perencanaan berakibat pada kesulitan dalam melaksanakan usaha, karena perencanaan merupakan titik awal dari suatu kegiatan.
5. **Lokasi kurang strategis**
Lokasi usaha juga mempengaruhi perkembangan usahanya, apabila tidak strategis akan sulit untuk beroperasi sehingga kurang efektif serta efisien.
6. **Pengawasan kurang optimal**
Pengawasan yang kurang optimal dapat berakibat pada kurang efektif dan efisien.
7. **Sikap kurang bersungguh-sungguh**
Usaha akan mengalami kegagalan apabila niatnya tidak bersungguh-sungguh.
8. **Berani berubah**
Harus siap untuk melakukan perubahan setiap saat apabila ingin berhasil. Jika tidak berani berubah maka usaha akan mengalami kegagalan.

Sebagai seorang wirausaha diperlukan memiliki dukungan dari berbagai pihak terutama yang berkaitan dengan bisnis yang dikelola. Dalam perjalanannya harus siap menghadapi tantangan dan risiko yang muncul baik secara langsung maupun tidak langsung. Sebagaimana pendapat ahli yang bernama Steinhoff John F. Burgess dalam (Suryana, 2019) bahwa secara umum berwirausaha dapat berhasil jika memiliki sifat-sifat kepribadian seperti kepercayaan diri, kemampuan dalam berorganisasi, kreativitas dan menyukai tantangan.

Para ahli lainnya juga berpendapat, Murphy dan Peck (Alma, 2013) tentang delapan anak tangga seorang wirausahawan mengembangkan profesinya:

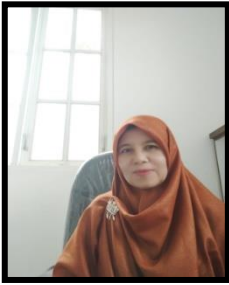
1. Kerja keras (*Capacity for hard work*); sebagai pengusaha harus bersedia untuk bekerja keras dalam menjalankan usahanya.
2. Kerjasama dengan orang lain; kerjasama dengan orang lain dapat dilakukan di lingkungan pergaulan sehari-hari.
3. Penampilan yang baik
Penampilan yang dimaksudkan bukanlah penampilan fisik, tetapi memiliki sikap yang jujur dan disiplin.
4. Memiliki rasa percaya diri
Memiliki keyakinan untuk maju yang dilandasi dengan kesabaran dan ketekunan.
5. Mampu membuat keputusan
Seorang pengusaha harus dapat membuat keputusan, apabila dalam kondisi yang sulit.
6. Bersedia menambah ilmu pengetahuan
Mau menambah ilmu pengetahuan terutama yang berhubungan secara fisik.
7. Ambisi untuk maju
Memiliki ambisi yang kuat dalam upaya mencapai keberhasilan.
8. Pandai berkomunikasi
Seorang wirausaha harus pandai berkomunikasi agar dapat menarik orang lain.

Daftar Pustaka

- Buchari Alma, (2016). *Kewirausahaan Edisi Revisi*, Bandung: Alfabeta
- Dewi.I. et al.(2021). *Kewirausahaan*, Medan : Yayasan Kita Menulis
- Maida. et al.(2021). *Kewirausahaan*. Medan :Yayasan Kita Menulis.
- Purnomo,A. et al.(2020). *Dasar-dasar Kewirausahaan: Untuk Perguruan Tinggi dan Dunia Bsnis*. Medan: Yayasan Kita Menulis
- Rusdiana. (2018).*Kewirausahaan Teori dan Praktik*.Bandung:CV Pustaka Setia.
- Sari. A.P. et al (2020). *Kewirausahaan dan Bisnis Online*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Setyadi Antonius, (2020). *Kewirausahaan Perencanaan Bisnis di Era Digital*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Suryana. (2019). *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat
- Tjandrawinata,R.R. (2016). *Industri 4.0: Revolusi Industri abad ini dan pengaruhnya pada bidang kesehatan dan bioteknologi*. *Jurnal Medicinus*, 29(1), hal. 31-39
- Wibowo, A.(2011). *Pendidikan Kewirausahaan (Konsep dan Strategi)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Wijatno, Serian. (2011). *Pengantar Entrepreneurship*. Jakarta: Grasindo
- Valentine,S. et al (2021).*Pengantar Kewitrausahaan*. Medan: Yayasan Kita Menulis
- Zimmerrer, T.et al (2008). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba Empat.

Tentang Penulis

Hj. Endang Lifchatullaillah,SE,MM, lahir di kota Jember pada tahun 1968, pernah menempuh pendidikan di SD Pagah III Jember dan



SMP Negeri 1 Jember, Sekolah Menengah Ekonomi Atas lulus tahun 1986 kemudian menempuh pendidikan Strata 1 STIE Jurusan Manajemen Keuangan di Jember dan Pasca Sarjana STIE di Surabaya konsentrasi Magister Manajemen Keuangan lulus tahun 2015.

Profesi saat ini adalah dosen dengan tugas tambahan sebagai **Dekan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas dr Soebandi Jember** serta aktif dalam organisasi di Koperasi Wanita “Mawar” Jember.

Mengikuti Literasi aktif sejak akhir tahun 2019, telah menulis buku-buku non fiksi yang bergabung dalam Penulis Literasi Nusantara dan Komunitas Dosen Penulis dan Peneliti Indonesia (KODEPENAI) serta bergabung dalam literasi beberapa Buku Referensi atau BC.

Email Penulis : endang@uds.ac.id

No HP/WA : 0813-3649-7874

BAB 9

MENGELOLA KEUANGAN DAN SDM DALAM BISNIS

A. Pendahuluan

Selamat datang dalam bab yang berfokus pada mengelola keuangan dan sumber daya manusia (SDM) dalam bisnis. Dunia yang semakin dinamis ini, pengelolaan keuangan yang cerdas dan pengelolaan SDM yang efektif menjadi kunci keberhasilan sebuah perusahaan, mengelola keuangan dengan baik adalah fondasi yang kuat bagi bisnis yang sukses. Bab ini, kita akan menjelajahi berbagai aspek penting dalam pengelolaan keuangan, mulai dari pengaturan arus kas, pengendalian pengeluaran, hingga perencanaan anggaran yang cermat.

Pentingnya memantau dan melaporkan kinerja keuangan secara teratur, serta mengambil keputusan berdasarkan informasi yang akurat dan terkini. Tak kalah pentingnya, pengelolaan SDM yang efektif juga merupakan faktor krusial dalam mencapai keberhasilan bisnis. Kita akan membahas berbagai strategi dan praktik terbaik dalam hal rekrutmen dan seleksi karyawan yang tepat, pelatihan dan pengembangan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan, serta manajemen kinerja yang memberikan umpan balik yang konstruktif dan mendorong pertumbuhan individu. Tantangan yang

mungkin timbul dalam mengelola keuangan dan SDM, termasuk risiko keuangan yang perlu diidentifikasi dan diatasi, serta dinamika hubungan kerja yang kompleks. Penulis juga akan menyampaikan sedikit wawasan yang berguna tentang berbagai metode dan alat yang dapat membantu Kita mengelola keuangan dan SDM secara lebih efisien dan efektif.

Penulis berkeyakinan bahwa dengan mempelajari dan menerapkan prinsip-prinsip dan praktik terbaik yang akan dibahas dalam bab ini, Kita akan memiliki pondasi yang kuat untuk mengelola keuangan dan SDM dalam bisnis. Semoga bab ini menjadi panduan yang bermanfaat bagi Kita dalam mencapai keberhasilan jangka panjang dan pertumbuhan yang berkelanjutan dalam berbisnis.

B. Pengelolaan Keuangan

Pentingnya pengelolaan keuangan yang cerdas dan efisien dalam menjaga stabilitas finansial bisnis tidak bisa diabaikan, hal ini menjadi landasan yang kuat bagi kesuksesan jangka panjang perusahaan. Dunia bisnis yang kompetitif, setiap keputusan keuangan harus didasarkan pada analisis yang cermat dan strategi yang matang (Ojera, 2018).

Pengelolaan keuangan yang cerdas melibatkan pengaturan arus kas yang baik, cerdas dan efisien memiliki dampak yang signifikan pada stabilitas finansial bisnis. Pengendalian pengeluaran yang efektif, dan perencanaan anggaran yang akurat, menjadi dasar bagi pengelolaan keuangan yang efisien. Konteks global yang terus berubah, pengelolaan keuangan yang cerdas juga membantu bisnis dalam menghadapi tantangan dan risiko yang mungkin muncul. Secara keseluruhan, pengelolaan keuangan yang cerdas dan efisien merupakan kunci untuk menjaga stabilitas finansial bisnis (Bapat, 2020).

C. Pengaturan Arus Kas dan Pengendalian Pengeluaran

Strategi pengaturan arus kas dan pengendalian pengeluaran yang efektif adalah langkah penting dalam mengoptimalkan keuangan perusahaan. Mengimplementasikan strategi-strategi ini, perusahaan dapat menjaga keseimbangan antara pemasukan dan pengeluaran,

menghindari masalah likuiditas, serta meningkatkan efisiensi penggunaan sumber daya (Seifzadeh et al., 2021).

Pertama, dalam pengaturan arus kas, perusahaan perlu memahami dengan jelas pola arus kasnya, selain itu, perusahaan juga perlu melakukan pengendalian pengeluaran yang efektif, perusahaan juga dapat mengoptimalkan keuangan dengan melibatkan seluruh tim manajemen dalam pengambilan keputusan keuangan. Penerapan teknologi dan sistem informasi yang tepat juga dapat membantu dalam pengaturan arus kas dan pengendalian pengeluaran. Mengimplementasikan strategi pengaturan arus kas dan pengendalian pengeluaran yang efektif, perusahaan dapat mengoptimalkan keuangan serta akan membuka peluang untuk pertumbuhan dan pengembangan bisnis.

D. Perencanaan Anggaran yang Tepat

Perencanaan anggaran yang tepat merupakan aspek penting dalam mengelola keuangan perusahaan. Dengan melakukan perencanaan anggaran yang cermat, perusahaan dapat mengalokasikan sumber daya dengan efektif, menghindari pemborosan, serta menjaga stabilitas keuangan jangka panjang. Perusahaan juga dapat mengoptimalkan penggunaan sumber daya, mengidentifikasi peluang penghematan, serta membuat keputusan yang tepat untuk pertumbuhan dan kesuksesan bisnis (Yang et al., 2022).

E. Pemantauan dan Pelaporan Kinerja Keuangan

Pemantauan dan pelaporan kinerja keuangan secara berkala merupakan hal yang sangat penting dalam mengelola keuangan perusahaan. Pemilik bisnis dan manajemen dapat memperoleh gambaran yang jelas tentang kondisi keuangan perusahaan serta kinerja bisnis secara keseluruhan. Pemantauan melibatkan pengumpulan dan analisis data keuangan yang relevan, seperti laporan keuangan, neraca, dan laporan laba rugi. Perusahaan dapat mengevaluasi kinerja keuangan

mereka, melacak perkembangan pendapatan, biaya, dan laba, serta mengidentifikasi tren dan pola yang mungkin mempengaruhi bisnis. Hal ini membantu pemilik bisnis dan manajemen dalam membuat keputusan yang lebih baik dan mengambil tindakan yang tepat untuk mengoptimalkan kinerja keuangan (Rudiawarni et al., 2022).

Melalui pemantauan yang cermat dan pelaporan yang akurat, pemilik bisnis dan manajemen dapat memperoleh gambaran yang akurat tentang kondisi keuangan perusahaan, mengidentifikasi masalah dan risiko, serta membuat keputusan yang lebih baik. Selain itu, pelaporan kinerja keuangan juga membantu dalam memberikan informasi kepada pemangku kepentingan perusahaan dan memastikan transparansi dalam operasi bisnis. Pemantauan dan pelaporan yang baik, perusahaan dapat mengelola keuangan mereka dengan lebih efektif dan mencapai kesuksesan dalam jangka panjang (Chakroun et al., 2022).

F. Implementasi Kebijakan

Implementasi kebijakan dan praktik terbaik dalam manajemen sumber daya manusia (SDM) memainkan peran yang krusial dalam keberhasilan sebuah bisnis. Memiliki tim yang berkualitas, terampil, dan termotivasi merupakan aset berharga yang dapat membantu perusahaan mencapai tujuan strategisnya.

Pertama-tama, dalam implementasi kebijakan dan praktik terbaik, rekrutmen dan seleksi karyawan yang tepat menjadi langkah awal yang penting. Selanjutnya, pelatihan dan pengembangan keterampilan menjadi faktor penting dalam meningkatkan kualitas dan produktivitas tim. Manajemen kinerja yang efektif juga merupakan bagian integral dalam implementasi kebijakan dan praktik terbaik dalam manajemen SDM. Menerapkan kebijakan dan praktik terbaik dalam manajemen SDM, perusahaan juga perlu memperhatikan aspek lain seperti kompensasi yang adil, program kesejahteraan karyawan, dan lingkungan kerja yang positif (Mahrani et al., 2018).

Mengimplementasikan kebijakan dan praktik terbaik dalam manajemen SDM, termasuk rekrutmen dan seleksi karyawan yang tepat, pelatihan dan pengembangan keterampilan, dapat mengoptimalkan potensi karyawan, meningkatkan kualitas kerja, dan mencapai keunggulan kompetitif (Bourne et al., 2009).

G. Membangun Budaya Kerja

Pentingnya membangun budaya kerja yang inklusif, kolaboratif, dan produktif tidak bisa diabaikan dalam konteks manajemen SDM yang efektif. Budaya kerja yang positif memberikan landasan yang kuat bagi kinerja individu dan tim, serta menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan dan keberhasilan bersama.

Pertama-tama, membangun budaya kerja yang inklusif berarti menghargai keragaman dan mendorong partisipasi aktif dari semua anggota tim. Selanjutnya, menggalang kolaborasi antar individu dan tim akan mendorong kreativitas, inovasi, dan sinergi yang dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas kerja. Terakhir, produktif mendorong penggunaan waktu, sumber daya, dan energi dengan efektif. Anggota tim merasa didorong untuk mengelola waktu dengan baik, bekerja dengan fokus, dan menghasilkan kinerja yang tinggi secara konsisten.

Membangun budaya kerja yang inklusif, kolaboratif, dan produktif merupakan faktor kunci dalam manajemen SDM yang berhasil, menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan, keterlibatan, dan kinerja yang optimal, perusahaan dapat mengoptimalkan potensi karyawan, meningkatkan kepuasan kerja, serta mencapai hasil bisnis yang sukses dan berkelanjutan (Talonpoika et al., 2016).

H. Penggunaan Metode dan Alat yang Tepat

Penggunaan metode dan alat yang tepat dapat membantu meningkatkan efisiensi dan efektivitas pengelolaan keuangan dan SDM.

Salah satu metode yang dapat digunakan adalah penerapan sistem manajemen keuangan yang terintegrasi. Sistem ini memungkinkan pengelolaan yang lebih terstruktur dan akurat terkait aspek keuangan, seperti pengelolaan arus kas, pelacakan transaksi, pengendalian anggaran, dan pelaporan keuangan. Dengan menggunakan sistem manajemen keuangan yang baik, perusahaan dapat mengoptimalkan proses keuangan, mengurangi kesalahan atau ketidaksesuaian, serta meningkatkan efisiensi operasional (Hayden et al., 2022).

Selain itu, penggunaan perangkat lunak HRM (*Human Resource Management*) juga penting dalam pengelolaan SDM. Perangkat lunak HRM dapat membantu dalam administrasi karyawan, manajemen kinerja, penggajian, rekrutmen, dan pelatihan karyawan. Dengan adopsi perangkat lunak HRM yang tepat, perusahaan dapat mengotomatisasi tugas-tugas administratif, meningkatkan akurasi dan kecepatan pengelolaan data karyawan, serta mempermudah akses dan analisis informasi terkait SDM. Hal ini dapat membantu meningkatkan efisiensi dan efektivitas pengelolaan SDM, sehingga waktu dan sumber daya dapat dialokasikan dengan lebih baik untuk kegiatan strategis dalam bisnis.

Penggunaan teknologi dan alat-alat yang tepat menjadi semakin penting dalam mengelola keuangan dan SDM. Dengan memanfaatkan sistem manajemen keuangan dan perangkat lunak HRM yang canggih, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi, mengurangi risiko kesalahan, dan mengoptimalkan pengelolaan keuangan dan SDM. Dengan mengadopsi teknologi yang sesuai dengan kebutuhan bisnis, perusahaan dapat melangkah lebih maju dalam persaingan pasar dan mencapai kesuksesan jangka panjang (Chen et al., 2022).

I. Studi Banding Mencari Contoh Inspiratif

Salah satu contoh inspiratif dari perusahaan yang berhasil mengelola keuangan dan SDM dengan baik adalah perusahaan teknologi terkemuka, Google. Google dikenal sebagai perusahaan yang memiliki budaya kerja yang inovatif dan karyawan yang sangat

berkualitas. Mereka telah menerapkan beberapa strategi yang efektif dalam mengelola keuangan dan SDM mereka.

Pengelolaan keuangan, Google memiliki pendekatan yang cermat dan efisien. Mereka fokus pada alokasi sumber daya yang cerdas, dengan memprioritaskan investasi pada proyek dan inisiatif yang memiliki potensi tinggi untuk menghasilkan keuntungan. Google juga menggunakan alat analisis keuangan yang canggih untuk memonitor dan mengelola kinerja keuangan mereka secara *real-time*. SDM Google dikenal dengan kebijakan dan praktik terbaik yang mereka terapkan. Mereka memiliki proses rekrutmen yang ketat dan selektif untuk memastikan bahwa mereka mendapatkan karyawan terbaik di bidangnya. Google juga menawarkan peluang pelatihan dan pengembangan karyawan yang luas, termasuk program *mentoring* dan pelatihan keterampilan yang relevan. Selain itu, mereka memiliki sistem manajemen kinerja yang efektif, yang mendorong karyawan untuk berprestasi dan memberikan kontribusi maksimal (Younger et al., 2011).

Studi kasus lainnya adalah perusahaan ritel terkemuka, Amazon. Amazon memiliki pendekatan yang kuat dalam mengelola keuangan dan SDM mereka. Keuangan mereka menggunakan analisis data yang mendalam dan alat keuangan yang canggih untuk memastikan pengelolaan yang efisien dan pengambilan keputusan yang tepat. Amazon juga terkenal dengan investasi strategis mereka dalam inovasi dan pengembangan produk baru, yang membantu mereka menciptakan nilai tambah dan memperkuat posisi mereka di pasar. SDM Amazon memiliki proses rekrutmen yang ketat dan selektif untuk mendapatkan karyawan berbakat. Mereka juga memberikan pelatihan yang luas kepada karyawan mereka untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka. Amazon memiliki sistem manajemen kinerja yang transparan dan berorientasi pada hasil, yang membantu karyawan untuk mengukur dan meningkatkan kinerja mereka secara terus-menerus.

Kesuksesan Google dan Amazon dalam mengelola keuangan dan SDM menjadi inspirasi bagi perusahaan lain. Mereka membuktikan bahwa dengan strategi yang tepat, fokus pada inovasi, penggunaan teknologi yang canggih, serta pembinaan budaya kerja yang inklusif dan produktif, perusahaan dapat mencapai kinerja yang luar biasa dan keberhasilan jangka panjang dalam bisnis.

Mengelola keuangan dan SDM dalam bisnis, terdapat banyak aspek yang perlu dipertimbangkan dan dikelola dengan cermat. Keuangan yang cerdas dan efisien serta pengelolaan SDM yang baik menjadi landasan yang kuat untuk kesuksesan perusahaan. Dalam bab ini, kita telah menjelajahi pentingnya pengelolaan keuangan yang cerdas, strategi pengaturan arus kas, perencanaan anggaran yang tepat, pemantauan kinerja keuangan, implementasi kebijakan dan praktik terbaik dalam manajemen SDM, dan pentingnya membangun budaya kerja yang inklusif dan kolaboratif. Penting untuk memiliki pemahaman yang mendalam tentang keuangan perusahaan, melakukan pengaturan arus kas yang bijaksana, mengelola pengeluaran dengan hati-hati, dan melaksanakan perencanaan anggaran yang tepat. Pemantauan kinerja keuangan secara berkala juga diperlukan untuk mendapatkan gambaran yang akurat tentang kondisi bisnis.

Penutup bab ini, kita memahami bahwa mengelola keuangan dan SDM dalam bisnis adalah proses yang terus-menerus dan membutuhkan perhatian yang baik. Dengan menerapkan prinsip-prinsip yang telah kita bahas, kita dapat menciptakan fondasi yang kuat untuk kesuksesan jangka panjang bisnis kita. Dengan pengelolaan keuangan yang cerdas dan pengelolaan SDM yang baik, kita dapat mencapai stabilitas finansial, meningkatkan kinerja, dan membangun organisasi yang sukses

Daftar Pustaka

- Bapat, D. M. (2020). Segmenting young adults based on financial management behavior in India. *International Journal of Bank Marketing*, 38(2), 548–560. doi: 10.1108/IJBM-01-2019-0016
- Bourne, A., & Haddon, D. (2009). An evidence-based approach to developing HR strategy: transformation in Royal Mail. *Strategic HR Review*, 9(1), 10–16. doi: 10.1108/14754391011007070
- Chakroun, S., Ben Amar, A., & Ben Amar, A. (2022). Earnings management, financial performance and the moderating effect of corporate social responsibility: evidence from France. *Management Research Review*, 45(3), 331–362. doi: 10.1108/MRR-02-2021-0126
- Chen, Y., Hao, S., & Li, A. (2022). Do governmental, technological and organizational factors influence the performance of financial management systems? *Kybernetes*, 51(3), 1127–1150. doi: 10.1108/K-11-2020-0808
- Hayden, M. T., Mattimoe, R., & Jack, L. (2022). Sensemaking and financial management in the decision-making process of farmers. *Journal of Accounting and Organizational Change*, 18(4), 529–552. doi: 10.1108/JAOC-11-2020-0186
- Mahrani, M., & Soewarno, N. (2018). The effect of good corporate governance mechanism and corporate social responsibility on financial performance with earnings management as mediating variable. *Asian Journal of Accounting Research*, 3(1), 41–60. doi: 10.1108/AJAR-06-2018-0008
- Ojera, P. (2018). Indigenous financial management practices in Africa: A guide for educators and practitioners. *Advanced Series in Management*, 20, 71–96. doi: 10.1108/S1877-636120180000020005
- Rudiawarni, F. A., & Budianto, I. S. (2022). Opportunistic Behavior and Financial Distress: The Case of Earnings Management. In

- Modeling Economic Growth in Contemporary Indonesia. doi: 10.1108/978-1-80262-431-120221010
- Seifzadeh, M., Salehi, M., Abedini, B., & Ranjbar, M. H. (2021). The relationship between management characteristics and financial statement readability. *EuroMed Journal of Business*, 16(1), 108–126. doi: 10.1108/EMJB-12-2019-0146
- Talonpoika, A. M., Kärri, T., Pirttilä, M., & Monto, S. (2016). Defined strategies for financial working capital management. *International Journal of Managerial Finance*, 12(3), 277–294. doi: 10.1108/IJMF-11-2014-0178
- Yang, W., Zhou, Y., Xu, W., & Tang, K. (2022). Evaluate the sustainable reuse strategy of the corporate financial management based on the big data model. *Journal of Enterprise Information Management*, 35(4–5), 1185–1201. doi: 10.1108/JEIM-04-2021-0169
- Younger, J., Younger, A., & Thompson, N. (2011). Developing the skills of HR business partnership: consulting and change management. *Strategic HR Review*, 10(1), 6–14. doi: 10.1108/14754391111091751

Tentang Penulis

Rachmat Agus Santoso, Seorang dosen kelahiran kota Tangerang, saat ini penulis melanjutkan studi S3 Pendidikan Doktor Ilmu Akuntansi di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang Banten. Penulis sangat tertarik dalam memperluas pengetahuan dan berbagi pengalaman dengan orang lain serta memberikan kontribusi positif terhadap dunia akademik.



Kesempatan dapat turut serta dalam menyusun tulisan pada bagian ini merupakan suatu hal yang membahagiakan bagi penulis, karena dapat berbagi wawasan pengetahuan dalam “Mengelola Keuangan dan SDM dalam Bisnis”. Semoga kontribusi yang kecil ini dapat bermanfaat bagi banyak orang.

Email Penulis : rachmatagussantoso@gmail.com

Nomor Hp/WA : 0813-2208-6269

BAB 10

MENGELOLA PEMASARAN DAN PRODUKSI DALAM BISNIS

A. Konsep Pemasaran dalam Bisnis

Pemasaran bagi seluruh pelaku bisnis adalah suatu kegiatan yang sangat penting karena berpengaruh bagi kelangsungan hidup, laba dan pertumbuhan. Berikut ini adalah pendapat ahli mengenai pengertian pemasaran: (Masruroh, 2022)

a. Charles & Delbert

Pemasaran adalah segala kegiatan untuk menyampaikan barang-barang ke tangan konsumen rumah tangga dan ke konsumen industri.

b. Maynard & Beckman

Pemasaran adalah segala usaha yang meliputi penyaluran barang dan jasa dari sektor produksi ke sektor konsumsi.

c. Converse & Jones

Dunia bisnis itu dibagi dua yaitu produksi dan pemasaran produksi diartikan sebagai menciptakan barang, sedangkan pemasaran adalah pekerjaan memindahkan barang-barang ke tangan konsumen.

d. Kotler & Amstrong

Pemasaran adalah sebagai proses di mana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalan.

e. Stanton

Pemasaran adalah suatu sistem dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk yang dapat memuaskan keinginan dalam mencapai tujuan perusahaan.

f. Melydrum

Pemasaran adalah proses bisnis yang berusaha menyelaraskan antara sumber daya manusia finansial dan fisik organisasi dengan kebutuhan dan keinginan para pelanggan dalam konteks strategi kompetitif.

g. Kotler & Keller

Pemasaran adalah bahwa pemasaran menegaskan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan adalah perusahaan tersebut harus menjadi lebih efektif dibandingkan para pesaing dalam menciptakan, menyerahkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan kepada pasar sasaran yang terpilih.

h. Tjiptono

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial di mana individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran segala sesuatu yang bernilai dengan orang atau kelompok lainnya.

i. H.T Gitosudarmo

Pemasaran merupakan proses agar pengusaha dapat memenuhi, mempengaruhi konsumen agar mereka tertarik,

senang dan kemudian membeli dan akhirnya puas dengan produk yang di belinya.

j. Wiliam J. Stanton

Pemasaran adalah sistem secara keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis atau usaha yakni yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga barang atau jasa yang sesuai, mempromosikan barang dan jasa, dan mendistribusikan barang dan jasa kepada konsumen dan bisa memuaskan konsumen.

k. Philip Kotler

Pemasaran adalah suatu kegiatan manusia yang ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan melalui proses pertukaran.

l. Philip & Duncan

Pemasaran adalah proses identifikasi membuat dan juga menginformasikan nilai, serta menjaga hubungan yang memuaskan konsumen untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan.

m. Hasan

Pemasaran adalah proses identifikasi, membuat dan juga menginformasikan nilai, serta menjaga hubungan yang memuaskan konsumen untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan.

n. Swastha & Irwan

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh pengusaha yang mana dalam usahanya itu untuk mempertahankan kehidupannya, untuk berkembang dan juga mendapatkan untung yang besar.

o. Hair & Mc. Daniel

Pemasaran merupakan proses perencanaan serta pelaksanaan konsepsi, penetapan harga promosi dan juga distribusi ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan organisasi.

B. Tujuan Pemasaran dalam Bisnis

Sebuah perusahaan yang didirikan mempunyai tujuan utama, yaitu mencapai tingkat keuntungan tertentu, pertumbuhan perusahaan atau peningkatan pangsa pasar. Di dalam pandangan konsep pemasaran, tujuan perusahaan ini dicapai melalui keputusan konsumen. Keputusan konsumen diperoleh setelah kebutuhan dan keinginan konsumen dipenuhi melalui kegiatan pemasaran yang terpadu. Tujuan pemasaran adalah mengubah orientasi falsafah manajemen pemasaran lain yang ternyata telah terbukti tidak berhasil mengatasi berbagai persoalan, karena adanya perubahan dalam ciri-ciri pasar dewasa ini yang cenderung berkembang. Perubahan tersebut terjadi antara lain karena pertambahan jumlah penduduk, pertambahan daya beli, peningkatan dan meluasnya hubungan atau komunikasi, perkembangan teknologi, dan perubahan faktor lingkungan pasar lainnya. (Kusuma, 2023) Kotler mengemukakan bahwa pemasaran mempunyai tujuan membangun hubungan jangka panjang yang saling memuaskan dengan pihak-pihak yang memiliki kepentingan utama pelanggan, pemasok, distributor dalam rangka mendapatkan serta mempertahankan referensi dan kelangsungan bisnis jangka panjang mereka.

C. Prinsip Pemasaran dalam Bisnis

a) Product

Strategi bauran pemasaran pada aspek *product* merupakan segala sesuatu yang dipersiapkan untuk menyediakan produk yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Aspek *product* mencakup bahan baku yang digunakan dalam pembuatan produk, kualitas produk, merek, kemasan, label, hingga jenis-jenis produk yang ditawarkan kepada konsumen.

b) Price

Harga yaitu sejumlah uang yang diberikan sebagai nilai produk yang ditawarkan kepada konsumen. Dalam menentukan suatu harga produk, perlu adanya pertimbangan seperti daya beli

konsumen. Strategi bauran pemasaran pada aspek *price* berhubungan dengan pemberian harga produk dan kemudahan dalam pembayaran yang dilakukan oleh konsumen.

c) *Place*

Strategi bauran pemasaran pada aspek *place* mencakup lokasi usaha dan pendistribusian produk kepada konsumen. Bagi konsumen lokasi usaha yang baik adalah lokasi yang letaknya strategis dan efisien. Hal ini perlu diperhatikan karena lokasi usaha yang strategis memudahkan jangkauan konsumen yang akan membeli produk dan bagi perusahaan dapat memperluas sasaran penjualan.

d) *Promotion*

Kegiatan promosi perlu dilakukan oleh setiap industri untuk menginformasikan barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen agar produk dikenal, diketahui, dibutuhkan dan diminta oleh konsumen. Kegiatan promosi dapat berupa iklan, promosi penjualan, yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung melalui media cetak, elektronik maupun media *online*. Dalam melakukan kegiatan promosi, perlu adanya dana khusus untuk mengembangkan media promosi penjualan agar menghasilkan media promosi yang menarik dan mampu mempersuasi konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

e) *People*

Strategi bauran pemasaran aspek *people* berhubungan dengan perencanaan sumber daya manusia (SDM), *job specification*, *job classification*, rekrutmen, seleksi karyawan, pelatihan karyawan, dan motivasi kerja.

f) *Process*

Strategi bauran pemasaran aspek *process* mempunyai dampak jangka panjang pada efisiensi, fleksibilitas, biaya yang dikeluarkan, serta kualitas produk yang dikembangkan. Strategi bauran pemasaran aspek *process* berhubungan dengan tata letak

ruang, alur produksi, dan alur penjualan produk. Tata letak yang baik menentukan tingkat efisiensi segala aspek dalam sebuah kegiatan produksi yang bermanfaat bagi citra perusahaan.

g) *Physical Evidence*

Strategi bauran pemasaran aspek *physical evidence* / lingkungan fisik berhubungan dengan suasana, lokasi usaha dan lingkungan sekitar industri. sebuah usaha yang memiliki lingkungan fisik yang baik mencerminkan bagaimana sebuah industri menjaga dan memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi konsumen. Lingkungan fisik yang diberikan kepada konsumen sudah cukup baik.

D. Manajemen Pemasaran dalam Bisnis

Untuk membangun manajemen pemasaran yang baik, perlu dipahami elemen-elemen penting yang membangun kerangka kerja manajemen pemasaran berikut (Alma, 2006):

a) *Planning*

Merupakan kegiatan yang berkaitan dengan pemilihan alternatif-alternatif, kebijaksanaan-kebijaksanaan, prosedur-prosedur, dan program-program sebagai bentuk usaha untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Empat tingkat kemampuan dasar dalam kegiatan perencanaan: - *Insight*: kemampuan untuk menghimpun fakta dengan jalan mengadakan penyelidikan terhadap hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang direncanakan. - *Forsight*: kemampuan untuk memproyeksikan atau menggambarkan jalan atau cara-cara yang akan ditempuh, memperkirakan keadaan-keadaan yang mungkin timbul sebagai akibat dari kegiatan yang dilakukan. - Studi eksploratif: kemampuan untuk melihat segala sesuatu secara keseluruhan, sehingga diperoleh gambaran secara integral dari kondisi yang ada. - *Doorsight*: kemampuan untuk mengetahui segala cara yang dapat menyamarkan pandangan, sehingga memungkinkan

untuk dapat mengambil keputusan. *Planning* jangka panjang memiliki 2 karakteristik utama, yaitu: - Tujuan dan sasaran: merupakan dasar bagi strategi perusahaan. - Peramalan (*forecasting*) jangka panjang: langkah awal sebelum membuat perencanaan.

b) *Organizing*

Merupakan suatu tindakan atau kegiatan menggabungkan seluruh potensi yang ada dari seluruh bagian dalam suatu kelompok orang atau badan atau organisasi atau perusahaan untuk bekerja secara bersama-sama guna mencapai tujuan yang telah ditentukan bersama, baik untuk tujuan pribadi atau tujuan kelompok dan organisasi atau perusahaan. Dalam pengorganisasian dikenal istilah KISS (koordinasi, integrasi, simplifikasi, dan sinkronisasi) dalam rangka menciptakan keharmonisan dalam kegiatan organisasi maupun kegiatan perusahaan.

c) *Actuating*

Merupakan implementasi dari perencanaan dan pengorganisasian, di mana seluruh komponen yang berada dalam satu sistem dan satu organisasi tersebut bekerja secara bersama-sama sesuai dengan bidang masing-masing untuk dapat mewujudkan tujuan dari organisasi maupun perusahaan.

d) *Controlling*

Merupakan pengendalian semua kegiatan dari proses perencanaan, pengorganisasian dan pelaksanaan, apakah semua kegiatan tersebut memberikan hasil yang efektif dan efisien serta bernilai guna dan berhasil guna dengan sesuai tujuan organisasi atau perusahaan.

E. Konsep Produksi dalam Bisnis

Suatu aktivitas yang dilakukan pada masa kini ataupun masa depan yang dapat melahirkan suatu manfaat baik yang biasa disebut dengan istilah produksi, seluruh macam *input* yang ada di dalam proses

produksi bisa melahirkan *output* yang biasa disebut dengan sebutan faktor produksi, hal ini terjadi karena proses peralihan dari *input* menjadi *output*. Di dalam Al-Quran disebutkan bahwa Allah SWT menyediakan berbagai macam fasilitas yang banyak untuk melaksanakan kegiatan produksi. Karena dalam ajaran islam memberikan gambaran kegiatan produksi merupakan sesuatu yang indah (Ahyani, 2021). Secara singkat produksi berarti suatu aktivitas yang bertujuan untuk memaksimalkan nilai dari suatu barang maupun jasa. Para ahli berpendapat bahwa produksi merupakan suatu upaya untuk mewujudkan kekayaan dengan memanfaatkan sumber alam yang diolah oleh manusia.

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa produksi merupakan suatu upaya untuk mewujudkan serta mengusahakan sesuatu demi keberlangsungan hidup manusia di dunia. Tujuan idiologi umat muslim adalah mangambil manfaat pada setiap komponen yang berasal dari alam semesta. Pernyataan tersebut menaruh siratan bahwa manusia diberikan kesempatan untuk memanfaatkan alam. Tentunya dalam memanfaatkan alam ini haruslah memperhatikan etika, norma serta aturan syariah yang berlaku. Pengertian secara sederhana, produksi bukanlah sesuatu yang dipelopori oleh golongan kapitalis (Azhar, 2017). Produksi merupakan sesuatu yang telah ada sedari dulu semenjak manusia ada di bumi.

Para ahli Ekonomi Islam memberikan pendapat yang berbedabeda mengenai definisi produksi meskipun maknanya tetap sama. Definisi menurut para ahli tersebut ialah sebagai berikut (Mubayyanah, 2019):

1. Menurut Kahf (1992), aktivitas produksi berdasarkan pandangan islam adalah suatu upaya yang dilakukan manusia untuk membenahi sesuatu yakni keadaan fisik materialnya dan juga termasuk moralitasnya. Hal ini bertujuan untuk mencapai

- kebahagiaan dunia maupun akhirat sesuai dengan yang telah diteguhkan dalam ajaran agama islam.
2. Menurut Mannan (1992), perlu bersikap hati-hati mengenai prinsip pareto *optimality* serta *given demand hypothesis* yang banyak dipilih sebagai prinsip dasar dalam ekonomi konvensional karena menekankan pentingnya motif *altruism* bagi produsen islami.
 3. Menurut Rahman (1995), menegaskan keadilan serta pemerataan produksi yang bersifat krusial atau sangat penting.
 4. Menurut Al Haq (1996), produksi memiliki tujuan memenuhi kebutuhan serta jasa yang hukumnya fardhu kifayah yakni kebutuhan yang ditujukan untuk banyak orang dan bersifat wajib.
 5. Menurut Siddiqi (1992), aktivitas produksi merupakan proses menghasilkan barang maupun jasa dengan memperhatikan manfaat, kebajikan serta nilai keadilan untuk masyarakat. Produsen sudah dikatakan bertindak islami jika sudah berlaku adil serta melakukan kebajikan.

M.A. Mannan berpendapat bahwa hal-hal yang harus diperhatikan dalam perilaku produksi yakni keadaan permintaan pasar serta mempertimbangkan kemaslahatan. M.M. Metwally mendukung pendapat tersebut, beliau mengatakan bahwa peran kepuasan selain dipengaruhi oleh variabel tingkat keuntungan juga dipengaruhi oleh variabel pengeluaran yang memiliki sifat *charity* serta *good deeds*, dengan demikian peran utilitas pengusaha muslim ialah: $U_{max} = U(F, G)$ dengan ketentuan F merupakan tingkat margin atau keuntungan serta G merupakan tingkat pengeluaran *charity* atau *good deeds*. Metwally berpendapat bahwa pengeluaran dan permintaan perusahaan saling berhubungan, dikatakan demikian bahwa jika pengeluaran perusahaan terhadap *charity* atau *good deeds* meningkat maka permintaan terhadap produk juga akan meningkat. Hal ini dikarenakan G menciptakan dampak angak *multiplier effect* atau pengganda terhadap eskalasi

kemampuan daya beli penduduk. Tentunya kenaikan yang terjadi tersebut akan berpengaruh terhadap eskalasi permintaan pada produk (Metwally, 1995).

F. Tujuan Produksi dalam Bisnis

Menurut perspektif *fiqih* ekonomi khalifah Umar bin Khatab produksi memiliki beberapa tujuan yakni (Mochtar, 2020):

1. Mengaktualkan laba semaksimal mungkin, berarti bahwa dalam melakukan aktivitas produksi selain hanya menciptakan produk juga harus memperhatikan pengaktualan dalam laba, kendati begitu hal ini tentunya berbeda dengan pemahaman kapitalis yang berpendapat bahwa produksi harus mendapatkan laba yang sebesar-besarnya.
2. Mengaktualkan kelengkapan ataupun kecukupan anggota keluarga serta perorangan muslim yang diharuskan menjalankan kegiatan yang bisa mengaktualkan kecukupannya serta kelengkapan kecukupan yang menjadi tanggungannya.
3. Tidak meminta-minta atau bergantung kepada orang lain sesuai dengan apa yang telah diajarkan Umar r.a bahwasannya islam melarang seseorang untuk meminta-minta atau mengemis serta bergantung kepada orang lain sedangkan orang tersebut masih mampu untuk bekerja.
4. Menjaga harta serta mengembangkannya, karena harta memiliki fungsi yang besar dalam islam yakni dapat menegakkan dunia serta agama. Menurut *fiqih* ekonomi Umar r.a. banyak menyebutkan pentingnya harta serta fungsi harta dalam menyelesaikan masalah dunia dan menegakkan agama. Harta dapat melindungi agama seseorang karena di dunia harta merupakan kehormatan serta kemuliaan. Oleh karena itu Umar r.a memerintah agar manusia senantiasa menjaga harta serta mengembangkannya ke dalam berbagai aktivitas produksi yang

- dapat menyambung silaturahmi dengan orang lain serta menyebarkan kebaikan.
5. Menjelajahi sumber-sumber ekonomi serta merancanginya agar dapat memanfaatkan segala rezeki ciptaan-Nya. Hal tersebut seperti menjaga sesuatu yang telah dititipkan Allah di alam semesta ini sehingga dapat dijadikan sumber kesenangan dan dapat memenuhi kebutuhan.
 6. Mengaktualkan kemandirian ekonomi dengan cara membebaskan dari ikatan ketergantungan pada ekonomi produksi. Bangsa yang mandiri serta terbebas dari ikatan ketergantungan pada ekonomi bangsa lain merupakan bangsa yang memproduksi kebutuhannya sendiri.
 7. Mendekatkan diri kepada Allah SWT, yakni melakukan aktivitas produksi dengan mengharap ridho Allah SWT serta memiliki tujuan yang baik.

Memaksimalkan masalah secara keseluruhan lalu mencapai *falah* adalah tujuan akhir pada kegiatan ekonomi serta tujuan manusia. Hal tersebut merupakan seluruh tujuan produksi dalam Islam, yang mana arti dari *falah* merupakan kesejahteraan hidup baik di dunia maupun di akhirat yang dapat memberikan kebahagiaan pada setiap insan. Aktivitas produksi menurut ajaran Islam memperhatikan manusia serta eksistensinya dalam menjalankan kegiatan ekonomi sehingga dalam melakukan setiap kegiatan ekonomi selalu memperhatikan derajat hidup manusia dengan memperhatikan kemuliaan dan harkat martabatnya (Febriyanti, 2018).

Ada beberapa prinsip produksi ekonomi Islam yang berhubungan dengan *maqashid syariah* serta memiliki tujuan kebahagiaan di dunia maupun di akhirat yakni:

1. Segala aktivitas produksi diwajibkan sesuai dengan *maqashid syariah* serta berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah. Seperti contohnya menjauhi dan tidak memproduksi hal-hal yang

- bertentangan dengan ajaran serta penjagaan agama, akal, jiwa, harta serta keturunan.
2. Preferensi produksi harus sinkron dengan tiga prioritas kebutuhan diantaranya ialah:
 - a. Kebutuhan *dharuriyyat* atau kebutuhan primer adalah keperluan yang wajib serta harus terlaksana karena berkaitan dengan keselamatan manusia. Kebutuhan *dharuriyyat* terdiri dari lima yakni; keselamatan keturunan, harta, jiwa, akal serta agama.
 - b. Kebutuhan *hajjiyyat* atau kebutuhan sekunder adalah keperluan yang dibutuhkan manusia namun tidak terlalu bersifat darurat atau dapat mengancam sampai merusak keberadaan manusia, dampaknya hanya mendatangkan kepelikan serta kendala.
 - c. Kebutuhan *tahsiniiyyat* atau kebutuhan tersier adalah keperluan manusia yang membantu memberikan keringan serta kenyamanan bagi kehidupan manusia.
 3. Aktivitas produksi diwajibkan memperhatikan aspek sosial, keadilan serta *ziswaq* (zakat, infak, sedekah serta wakaf).
 4. Mengoptimalkan pengelolaan sumber daya alam seperti tidak merusak lingkungan, tidak berlebihan dan tidak boros.
 5. Adanya perputaran keuntungan atau laba dengan adil antara pengelola, manajemen dan buruh serta pemilik.

G. Prinsip Produksi dalam Bisnis

Menurut perspektif islam berproduksi umumnya diartikan dengan menambah nilai terhadap suatu produk dan produk yang diciptakan tersebut diwajibkan memberi manfaat atau menguntungkan serta halal. Pada hakikatnya produksi bukanlah hanya sebatas menciptakan barang tetapi juga harus memperhatikan kegunaan serta fungsi dari barang tersebut. Barang yang memiliki daya jual yang tinggi

merupakan barang yang diproduksi sesuai dengan kebutuhan masyarakat (Turmudi, 2017).

Pada dasarnya prinsip-prinsip produksi antara sistem konvensional dengan ekonomi islam sama saja, yang membedakan hanya ada penambahan nilai-nilai pada ekonomi islam yang sesuai dengan ajaran islam yang berpedoman pada Al-Qur'an dan Hadist. Adapun petunjuk mengenai prinsip-prinsip tersebut ialah (Yudha, 2020):

1. Manusia memiliki peran sebagai pemimpin atau khalifah yang memiliki tugas mensejahterakan bumi melalui ilmu serta perbuatannya.
2. Agama islam senantiasa mendorong perkembangan pada bidang produksi, Yusuf Qordhawi berpendapat bahwa islam sangat menerima penggunaan metode ilmiah yang bertujuan untuk eksperimen, perhitungan maupun penelitian. Akan tetapi islam menolak terhadap penyimpangan yang terjadi seperti melepaskan diri dari Al-Qur'an dan Hadist dengan menuhankan hasil karya ilmu pengetahuan.
3. Teknik dalam memproduksi seluruhnya dipasrahkan kepada kemauan serta kesanggupan manusia. Hal ini sinkron dengan sabda Nabi yakni: "kalian lebih mengetahui urusan dunia kalian".
4. Pada prinsipnya agama islam dalam melakukan eksperimen serta berinovasi, mencintai kemudahan, mengoptimalkan kegunaan serta menjauhi kemudharatan. Setelah melakukan segala upaya serta memenuhi seluruh persyaratan dengan optimal maka hasil akhir dari usaha tersebut merupakan kehendak Allah SWT. Oleh karena itu sebagai manusia diahruskan bersikap tawakal dan sabar.

Upaya atau kerja yang dilakukan karyawan secara kuantitatif maupun kualitatif merupakan sesuatu yang sangat berpengaruh

terhadap proses produksi. Adapun prinsip dalam melaksanakan kegiatan produksi yakni (Fauzia, 2018):

1. Prinsip Tauhid, merupakan ekonomi islam yang berarsaskan pada ketuhanan. Pada prinsip ini mengajarkan umat muslim agar tidak memakan harta orang lain serta tidak mengambil barang milik orang lain. Prinsip tauhid menerangkan bahwa seluruh kegiatan produsen merupakan suatu bentuk ketaatannya beribadah kepada Allah SWT. Pada prinsip ini Allah telah menetapkan aturan apa saja yang boleh dilakukan maupun tidak boleh dilakukan serta menegaskan mengenai kewajiban kepada Allah SWT, sesama manusia maupun alam semesta.
2. Prinsip Kemanusiaan, merupakan hak semua manusia dalam melakukan produksi demi memaksimalkan kapasitas kesejahteraannya. Manusia memiliki keperluan distingtif, sebagai pengelola serta memanfaatkan sumber daya ekonomi yang ada.
3. Prinsip Keadilan, adalah suatu penerapan hubungan sesama manusia berdasarkan takwa kepada Allah SWT. Seperti yang tercantum pada QS. Al-Maidah ayat 8 yang menegaskan agar manusia bersikap adil kerana dengan begitu dapat meningkatkan kualitas hidup manusia serta meningkatkan kapasitas produksi.
4. Prinsip Kebijakan, merupakan prinsip yang memilik hubungan vertikal dan horizontal. Hubungan vertikal pada prinsip ini ialah Allah SWT serta setiap kebaikan yang dilakukan akan ada balasannya. Adapun hubungan horizontal pada prinsip ini ialah kebaikan yang dilaksanakan kepada sesama manusia serta kepada alam.
5. Prinsip Kebebasan dan Tanggung Jawab, pada prinsip ini aktivitas produksi memiliki kebebasan mengambil manfaat dengan mengelola sumber daya ekonomi serta adanya larangan

merusak dan diberikan tanggung jawab untuk menjaganya. Hal ini menunjukkan bahwasannya prinsip kebebasan serta tanggung jawab memiliki arti menjadikan manusia sebagai makhluk yang berkualitas dengan melaksanakan tanggung jawab kepada diri sendiri, sesama manusia maupun kepada Tuhan. Islam sangat menghargai adanya kebebasan manusia karena manusia diciptakan dengan tujuan yang jelas. Hal ini sesuai dengan yang tercantum pada surat Ali Imran ayat 190-191. Karena di dalam QS Luqman dijelaskan bahwasannya tujuan penciptaan manusia ialah tidak tunduk pada apapun selain Allah SWT.

H. Manajemen Produksi dalam Bisnis

Manajemen produksi memiliki 3 kategori diantaranya yakni (Febriyanti, 2022):

1. Proses produksi pada kegiatan yang menghasilkan barang maupun jasa memiliki proses yang berbeda. Jika proses yang terjadi pada kegiatan produksi yang menghasilkan barang ialah: pembelian bahan baku -> proses -> produk jadi -> pengemasan -> pelabelan. Adapun untuk proses pada kegiatan jasa ialah: penyiapan sarana -> pemesanan jasa -> pelayanan.
2. Adanya SOP atau standar Operasional Prosedur, yang berfungsi sebagai referensi dalam melaksanakan pekerjaan serta sebagai sarana untuk menilai kemampuan karyawan. Setiap perusahaan akan menghasilkan produk yang sama meskipun dilakukan oleh manusia yang berbeda.
3. Adanya HPP atau Harga Pokok Produksi yang berfungsi untuk mengetahui besaran pengeluaran maupun biaya dalam melakukan kegiatan produksi. Dengan demikian dapat ditentukan besaran harga dari produk atau jasa yang dijual. Keuntungan atau laba yang didapat bisa dilihat dari selisih HPP dengan harga jual produk.

4. Pemilihan tempat atau lokasi haruslah dipiilih secara tepat, seperti memilih lokasi yang tidak mengganggu lingkungan sekitar, strategis, di tempat yang ramai dan dekat dengan berbagai fasilitas, teknologi maupun sumber bahan baku yang lengkap.
5. Bangunan pada kantor atau tempat usaha harus memenuhi standar persyaratan seperti aman, nyaman, memenuhi keselamatan kerja, luas bangunan yang proporsional, strategis serta jauh dari hewan hama atau hewan yang dapat mencemari lingkungan.
6. Adanya fasilitas sanitasi yakni adanya fasilitas toilet, fasilitas pembersihan, fasilitas ketersediaan air bersih, pembuangan limbah serta fasilitas kebersihan untuk para karyawan.
7. Adanya peralatan serta mesin yang memadai seperti mesin yang dapat dimaksimalkan dalam penggunaannya, tidak terlalu besar dan juga tidak terlalu kecil. Peralatan pada alat produksi juga harus diperhatikan kelayakannya, seperti contoh jika mesin sudah tidak layak dipakai maka sebaiknya diganti dengan mesin baru yang lebih layak.
8. Bahan baku yang dipakai harus sesuai dengan standar mutu jual, yakni seperti masih segar, tidak membahayakan kesehatan serta tidak busuk.
9. Harus memperhatikan kualitas produk dengan melindungi dan menjaganya dengan menggunakan kemasan produk yang baik sesuai dengan aturan yang ada. Kemasan produk terbuat dari beragam macam bahan yakni seperti plastik, logam, kayu, kertas, kain dan lainnya.
10. Adanya label pada kemasan yang memiliki fungsi memberikan informasi kepada konsumen. Karena pada label terdapat informasi mengenai tanggal produksi, kandungan gizi, kadaluarsa, petunjuk pemakaian, merek produk, *barcode* serta berat bersih.

11. Usaha atau bisnis sudah memiliki legalitas usaha, legalitas usaha ini merupakan persyaratan dalam mengurus perizinan usaha sebagai sarana untuk diakui oleh warga serta sudah sah menurut undang-undang yang berlaku. Adapun untuk jenis legalitas usaha yang berlaku di Indonesia diantaranya yakni Izin Usaha Industri atau IUI, Nomor Induk Perusahaan atau NIB, CV ataupun PT, SKDU atau Surat Keterangan Domsili Usaha serta IUMK atau Izin Usaha Mikro Kecil.
12. Adanya izin edar dokumen, dokumen ini diberikan dari suatu instansi yang memiliki kewenangan dibidangnya. Seperti contohnya pada produk makanan maupun obat-obatan haruslah mempunyai izin edar yang diberikan oleh BPOM atau Badan Pengawas Obat dan Makanan.

Daftar Pustaka

- Ahyani, H., & Slamet, M. (2021). Building the Values of Rahmatan Lil'Alamin for Indonesian Economic Development at 4.0 Era from the Perspective of Philosophy and Islamic Economic Law. *AL-IHKAM: Jurnal Hukum & Pranata Sosial*, 16(1), 111–136. <https://doi.org/10.19105/al-lhkam.v16i1.4550>
- Alma, B. *Manajemen Pemasaran Produk dan Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Azhar, A. (2017). Antara Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional. *Islamika: Jurnal Ilmullmu Keislaman*, 17(2), 1–16. <https://doi.org/10.32939/islamika.v17i2.204>
- Dodo Murtado, dkk. (2019). *Manajemen dalam Perspektif Al-Qur'an dan Hadis*, ed. Muhammad Habibie dan Yadi Mulyadi. Bandung: Yrama Widya.
- Fauzia, Ika Yunia. (2018). *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Prenada Media.
- Febriyanti, N., Luthfiana, N., Rohmah, N., Solehah, S., Burhannudin, R., Bilqis, N. S., Prakoso, A., Nagari, D. C., Arrasyid, M. S., Febriyanti, A. I., & Budi, S. (2023). OPTIMALISASI DIGITAL MARKETING PASCA PANDEMI COVID-19 PADA PELAKU UMKM KAWASAN WISATA UNIT BANJARAN YOGYAKARTA. *As-Sidanah : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 188-201. <https://doi.org/10.35316/assidanah.v5i1.188-201>
- Febriyanti, N. (2020). The Review of Islamic Law on the Distribution of Zakat Directly by Muzaki to Mustahik in the Sunan Ampel Religious Tourism Area in Surabaya. *IQTISHADUNA*, 11(2), 55–69. <https://doi.org/10.20414/iqtishaduna.v11i2.2845>
- Febriyanti, N. (2020). Implementasi Early Warnings System (EWS) dalam Menekan Tingkat Non Performing Financing (NPF) di Perbankan Syariah. *ASY SYAR'ITYAH: JURNAL ILMU SYARI'AH DAN PERBANKAN ISLAM*, 5(2), 124-154. <https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1445>
- Febriyanti, N., Syam, N., & Arifin, S. (2022). Patterns of Sharia-Based SMEs' Mentoring and Development in K-UKM Clinic East Java.

- Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy, 1(2), 318–331. Retrieved from <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings/article/view/250>
- Kahf, Monzer. (1995). *Ekonomi Islam*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Kusuma, J. W., et al. *Matematika Ekonomi dan Bisnis*. Batam: Cendekia Mulia Mandiri, 2023.
- Malayu S.P. Hasibuan. (2016). *Manajemen: Dasar, Pengertian, Dan Masalah*. Edisi Revisi, Cet. 12. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Masruroh, N., et al. *Ekonomi Sirkular dan Pembangunan Berkelanjutan*. Bantul: Jejak Pustaka, 2022
- Metwally, M.M. (1995). *Teori dan Model Ekonomi Islam*. Jakarta : PT. Bangkit Daya Insana
- Mubayyinah, F. (2019). *Ekonomi Islam Dalam Perspektif Maqasid Asy-Syariah*. *Journal of Sharia Economics*, 1(1), 14–29. <https://doi.org/10.35896/jse.v1i1.55>
- Qardhawi, Y. (2018). *Norma Dan Etika Ekonomi Islam (Z. Arifin & D. Husin, Eds.; 3rd ed.)*. Yogyakarta: Gema Insani Press
- Sudin Mochtar, S. (2020). *Studi Komparasi Pemikiran Keynes dan Qardhawi tentang Produksi*. *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(2), 274–288. <http://dx.doi.org/10.31332/lifalah.v4i2.1522>
- Turmudi, M. (2017). *Produksi Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam*, 37–56. <http://jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/ISLAMADINA/article/view/1528>
- Yudha, Ana Toni Roby Candra and Pauzi, Nasif Sidquee and Azli, Rafidah binti Mohd (2020) *The synergy model for strengthening the productivity of Indonesian halal industry*. *Al-Uqud: Journal of Islamic Economics*, 4 (2). pp. 186-199. ISSN 2548-3544; 2549-0850

Tentang Penulis

Novi Febriyanti, ME, lahir di Lamongan pada tanggal 16 Februari



1997. Memperoleh gelar Sarjana (S1) di UIN Sunan Ampel Surabaya jurusan Ekonomi Syariah. Pendidikan Magister (S2) di UIN Sunan Ampel Surabaya jurusan Ekonomi Syariah. Dan saat ini sedang melaksanakan Pendidikan Doktor (S3) di UIN Sunan Ampel Surabaya jurusan Ekonomi Syariah juga. Bidang keilmuannya adalah ekonomi Islam, perbankan syariah, keuangan sosial dan

manajemen bisnis. Saat ini menjadi dosen tetap di Universitas Alma Ata Yogyakarta. Ia juga sering mengisi berbagai acara/kegiatan sebagai fasilitator seperti pembicara, trainer dan konsultan. Karyanya telah dipublikasikan di beberapa jurnal nasional dan internasional.

Email Penulis : novifebriyanti@almaata.ac.id.

Nomor Hp/WA : 0896-7703-0677

BAB 11

STRATEGI JITU BERWIRAUSAHA DIGITAL

Tahap penting dalam pengembangan bisnis adalah pemasaran. Untuk melakukan promosi, ada banyak *platform* yang tersedia di internet. Jika kita menggunakan pemasaran *online*, hal-hal berikut dapat kita perhatikan dan gunakan, yang akan dibahas pada sub bab ini.

A. Menyusun Profil Produk dan Bisnis

Sebelum menggunakan *online* marketing, kita harus menyiapkan profil bisnis dan produk kita. Informasi seperti nama perusahaan, logo (jika ada), foto lokasi bisnis, nomor telepon dan nomor kontak, daftar produk dan layanan, dan foto produk lainnya adalah bagian dari profil bisnis yang harus diketahui publik. Pastikan Anda mengambil *picture product* dan tempat usaha sebaik mungkin. Gambar harus memiliki pencahayaan yang cukup, sudut pandang yang baik, dan perangkat kamera yang tepat. Ketika Anda membuat daftar barang dan jasa, pastikan bahwa daftar yang diunggah ke internet dapat dibaca dengan mudah oleh pembaca. Daftar produk dan layanan ini sangat penting agar calon konsumen memiliki informasi yang cukup sebelum mengunjungi bisnis. Ini pasti akan memudahkan kerja, karena kita tidak perlu menjelaskan hal-hal umum seperti produk apa yang kita jual, daftar menu yang kita sajikan, atau jenis layanan yang tersedia.

B. Mengeksplorasi Fitur Google Maps

Google Maps adalah *platform* peta *online* yang sangat populer saat ini, digunakan oleh semua aplikasi transportasi *online*, ponsel pintar, dan perangkat GPS. Google Maps memiliki keunggulan dalam hal informasi tentang lokasi dan lalu lintas publik yang sangat lengkap karena data Google Maps terus diperbarui melalui berbagai sumber, seperti pencitraan satelit, penggunaan sensor ponsel pintar, dan kontribusi pengguna melalui *platform* pemandu lokal Google. Kita dapat menampilkan informasi penting tentang bisnis kami dengan fitur Google Maps. Informasi ini termasuk jenis bisnis, nama bisnis, titik koordinat lokasi di peta, foto bisnis, foto produk dan layanan, rekomendasi dan *review* Google tentang bisnis tersebut, alamat, *website*, nomor kontak, jam layanan, penilaian dan skor bisnis berdasarkan *review* pelanggan, dan testimoni pelanggan. Mampu menunjukkan tingkat kepadatan lokasi secara langsung dan *real-time* adalah fitur unggulan lain dari *platform* ini.

C. Menggunakan Fitur Iklan di Instagram dan Facebook

Apakah Anda tahu bahwa Facebook mengetahui hampir semua data penggunanya? Semua informasi yang sering kita bagikan di media sosial, termasuk nama, jenis kelamin, umur, tempat lahir, tempat tinggal, status hubungan, sekolah, tempat bekerja, hobi, pandangan politik, dan barang yang ingin kita beli, dilacak oleh Facebook. Tidak hanya data ini disimpan di Facebook, tetapi juga digunakan untuk membangun strategi pengiklanan baru. Saat ini, Facebook menawarkan strategi pemasaran yang lebih efektif daripada masa lalu, ketika iklan dilakukan secara umum di televisi, radio, surat kabar, atau papan besar via pinggir jalan, karena hal tersebut dapat menyesuaikan target pengiklanan berdasarkan data yang dimiliki Facebook. Misalkan usaha *laundry* kita berada di dekat kampus Universitas Gadjah Mada (UGM). Dengan demikian, target pengiklanan dapat disesuaikan dengan

kategori atau kata kunci mahasiswa UGM yang tinggal sekitar 3 km dari lokasi bisnis kita. Sebagai contoh, anggap saja kita sedang membangun toko olahraga dan kita ingin mempromosikan jersey terbaru tim sepak bola Eropa. Kita dapat menyesuaikan pengiklanan untuk memenuhi permintaan penggemar tim sepak bola Eropa.

Salah satu keuntungan tambahan dari pengiklanan Facebook adalah kita dapat memilih berbagai jenis iklan, mulai dari yang menargetkan popularitas bisnis, mempertahankan pelanggan, mengajak pelanggan untuk memberikan *review*, dan banyak lagi. Instagram dapat memanfaatkan iklan di Facebook juga. Selain itu, fakta bahwa pengiklanan di Facebook dapat dilakukan dengan biaya yang terjangkau adalah aspek yang menarik. Seberapa spesifik target pengiklanan dan hasil jangkauan akan sangat mempengaruhi biayanya. Secara umum, setiap tayang Facebook dapat dikenakan biaya antara Rp 50 dan Rp 500 untuk pengiklanan. Sebelum menggunakan fitur ini, pastikan bahwa ini hanya dapat digunakan melalui laman *fanpage*, bukan akun pribadi.

D. Menggunakan *Search Engine Optimizer* (SEO) untuk Memenangkan Persaingan Ketat

Dalam kasus ini, Google adalah mesin pencari yang menawarkan fitur *Search Engine Optimizer* (SEO) untuk menempatkan situs *web* atau perusahaan di bagian teratas pencarian. SEO sangat bermanfaat bagi bisnis yang ingin memperoleh pelanggan baru. Dengan menggunakan teknik SEO ini, Anda dapat menarik pelanggan baru yang sebelumnya tidak memiliki preferensi apa pun. Misalnya, orang yang bepergian ke Lombok dari luar daerah biasanya tidak tahu tentang hotel terbaik, agen travel, atau penyewaan mobil di lokasi liburan mereka, jadi mereka akan menggunakan kata pencarian yang umum, seperti agen travel di Lombok, hotel terbaik di Lombok, atau penyewaan mobil di Lombok. Sebuah situs *web* atau situs *web* yang menggunakan pengoptimalan mesin telusur otomatis akan muncul di bagian teratas hasil pencarian, meningkatkan peluang untuk dipilih oleh calon pelanggan. Untuk menggunakan SEO ini, situs *online* atau bisnis harus memiliki *website*

atau minimum blog. Penggunaan SEO akan mirip dengan pengiklanan Facebook akan dikenakan biaya yang agak murah. Jika Anda ingin tampil di urutan teratas pencarian tanpa SEO, opsi lain adalah situs *web* harus menjadi yang terpopuler di Google Maps dengan banyak ulasan dan skor penilaian pengguna yang tinggi. Oleh karena itu, sangat disarankan untuk mendorong pelanggan Anda untuk mengisi *review online* di Google.

E. Membangun Blog atau *Website*

Bisnis skala kecil, menengah, dan besar membutuhkan situs *web* atau blog. Salah satu contohnya adalah situs *web* yang dapat menampilkan profil bisnis, kontak, produk, testimoni, portofolio, dan informasi lainnya yang dapat diakses oleh calon pelanggan. Keunggulan dari situs *web* adalah keleluasaan untuk menyampaikan informasi. Berbeda dengan media sosial, yang lebih digunakan untuk pengiklanan dan menjalin hubungan dengan pelanggan. Bisnis yang memiliki situs *online* sendiri pasti akan meningkatkan reputasi dan kredibilitas mereka. Karena hanya bisnis yang memiliki manajemen yang baik yang dapat mengelola *website* dengan baik. Pembuatan blog relatif mudah dan gratis. Namun, sebagian besar orang yang membuat *website* harus membayar *domain*, *web hosting*, dan desainer. Terlepas dari itu, ada beberapa program pemerintah yang menawarkan layanan *online* gratis, seperti program Kominfo yang bertujuan untuk mendorong penggunaan domain E.idF. Pada dasarnya, pertimbangkan dengan hati-hati apakah *website* diperlukan untuk bisnis yang kita jalani atau tidak. Kita harus mengoptimalkan *branding* dan portofolio kita di media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter sebaik mungkin jika kemudian kita memilih untuk tidak menggunakan *website*.

F. Mengembangkan Bisnis dengan Fitur Digital

1. E-Commerce

Saat ini, Indonesia mengalami pertumbuhan *e-commerce* tengah yang sangat pesat. *E-Commerce* memungkinkan proses *end-to-end* jual beli barang dan jasa melalui sistem *online*. Beberapa *platform e-commerce* di Indonesia adalah Bukalapak, Lazada, Tokopedia, blibli, Olx, Shopee, elevania, dan JD.id. Setiap *platform* memiliki kelebihan dan fitur unik. Beberapa *platform* menawarkan jaminan keaslian produk, potongan harga, ongkos kirim gratis, atau voucher belanja. Sangat tidak salah jika kita mencoba peluang *e-commerce* ini jika bisnis yang kita kembangkan adalah produk yang dapat dibeli secara *online*.

2. Online dan Mobile Banking

Fitur Internet atau *Mobile Banking* memungkinkan kita untuk melakukan berbagai transaksi yang biasanya dilakukan di bank atau ATM dengan hanya bermodal *smartphone* dan rekening bank. Tidak diragukan lagi, fitur ini sangat membantu bisnis yang sering melakukan transaksi non-tunai karena memungkinkan segala kebutuhan transaksi dilakukan secara praktis dan aman. Hampir semua bank saat ini memiliki fitur ini, setidaknya yang berjejaring nasional atau internasional. Kita dapat menghubungi layanan nasabah melalui akun bank yang kita miliki agar dapat menggunakan Internet atau *Mobile Banking*. Karena persyaratan dan prosedur.

3. Komunikasi Online

Salah satu hal yang sangat penting bagi seorang wirausaha adalah menjalin jalur komunikasi yang mudah dan dapat diandalkan. Sebelum berkembangnya internet secara masif, komunikasi dan layanan pelanggan lebih sering dilakukan secara tatap muka atau melalui telepon. Saat ini, ada banyak *platform* untuk berbicara secara *online*. *WhatsApp*, *WhatsApp Business* (BETA), LINE, Telegram, dan lainnya adalah beberapa *platform chat online* yang dapat digunakan. Beberapa keunggulan

online chatting termasuk (1) aplikasi yang digunakan gratis; (2) biaya data yang jauh lebih murah daripada telepon atau SMS untuk setiap percakapan teks maupun panggilan; dan (3) beberapa *platform* memiliki fitur untuk membalas pesan secara otomatis. untuk menghindari kekecewaan pelanggan ketika pesan tidak dijawab dengan cepat; (4) Dapat menyertakan dokumen, gambar, video, lokasi, dan tautan lainnya.

4. Geometri Awan

Istilah *cloud* komputasi awan *cloud*; mengacu pada sistem komputasi yang beroperasi melalui jaringan internet. Komputasi awan biasanya memiliki banyak fitur. Namun, fitur penyimpanan awan adalah salah satu yang dapat sangat membantu dalam bisnis. Fitur ini memungkinkan kami menyimpan dokumen dan file ke awan atau internet. Google Drive, One Drive, Drop Box, iCloud, dan Amazon Cloud adalah beberapa contoh *platform* penyedia layanan penyimpanan awan. Dengan menggunakan penyimpanan awan ini, kita dapat mengakses file yang sama dari berbagai perangkat. Misalkan kita menyimpan perjanjian kontrak di situs *OneDrive* yang terpasang di komputer. Dengan menggunakan akun *OneDrive* yang sama di ponsel pintar, kita juga dapat mengakses file tersebut secara instan. Selain itu, dengan menggunakan penyimpanan awan ini, kita dapat memastikan bahwa dokumen atau file kita aman bahkan jika terjadi sesuatu yang tidak diinginkan dengan perangkat kita. Jika perangkat kita hilang atau rusak, kita masih dapat memulihkan data kita karena file tersebut tersimpan di sistem internet dan di perangkat juga. Dalam kebanyakan kasus, penyimpanan awan ini *free* namun, beberapa *platform* memiliki batas kapasitas file antara 2 dan 15 GB, yang berarti kita perlu *meng-upgrade* untuk mendapatkan kapasitas yang lebih besar.

Daftar Pustaka

- Dalam penelitian yang dilakukan oleh Lembaga Penelitian Universitas Jambi pada tahun 2012, Ade, Octavia, dan Erida membahas model orientasi pemasaran ekspor batik.
- 2013: Ade Octavia, Erida, dan Ade Titi Nifita. Analisis Persepsi Konsumen terhadap Posisi Kompetisi Batik Jambi dan Batik Jawa, Lembaga Penelitian Universitas Jambi
- Eddy Jusuf, 2022, Strategi Pengembangan Technopreneur, Cipta Media Nusantara Publishing, Surabaya
- James F. Engel, Perilaku Konsumen, Binarupa Aksara, Jakarta, 1999.
- Pada tahun 2012, Farida Yulianti, Lamsah, dan Periyandi menulis buku berjudul Manajemen Pemasaran di CV. Budi Utama di Yogyakarta.
- Philip Kotler, 2005, Management Marketing, Prentice Hall.
- Buku Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktek) ditulis oleh Lupiyoadi Rambat di Salemba Empat, Jakarta.
- Tahun 2022, Marissa Grace Haque-Fawzi, Ahmad Syarief Iskandar, Heri Erlangga, Nurjaya, dan Denok Sunarsi menerbitkan buku Strategi Pemasaran (Konsep, Teori, dan Implementasi) di Jakarta oleh Pascal Books.
- Strategi Kewirausahaan Digital: Sebuah Panduan untuk UMKM, Startup, dan E-Commerce, Rizky Amelia dkk. [Dilihat pada 2 Mei 2023]
- Pada tahun 2010, Sabar Napitupulu, Nirwana Tapiomas, dan Riduan Tobink menulis buku berjudul "Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis dengan Teori Para Ahli" di PT. Atalya Rileni Sudeco di Jakarta.
- Leon G. Schiffman dan Leslie menulis buku ini di Kanuk pada tahun 2004. Perilaku Konsumen, diterbitkan oleh PT. Indeks Gramedia di Jakarta.

Tentang Penulis

A Sumarlin K. lahir di Jeneponto pada tahun 1987 dan lulus dari Universitas Patompo Makassar dalam bidang manajemen. Dari tahun



2000 hingga 2006, penulis menempuh pendidikan formal di Sekolah Dasar (SD) di tanah kelahirannya. Selanjutnya, dia melanjutkan pendidikan dari SMP hingga SMA di Pondok Pesantren Darul Arqam Gombara di Makassar. Penulis menyelesaikan

pendidikan Strata Satu (S1) dengan Jurusan Ilmu Pemerintahan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar dari tahun 2006 hingga 2010. Saat itu, dia aktif di Senat Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar. Pada tahun 2012 hingga 2013, saya menyelesaikan pendidikan Strata Dua (S2) di Magister Manajemen di Universitas Muslim Indonesia.

Penulis mengajar Manajemen dan Pekerjaan di Fakultas Ekonomi Universitas Patompo Makassar. Penulis ini telah menulis di berbagai jurnal ilmiah tentang ekonomi, keuangan, dan perbankan, dan telah menerbitkan beberapa jurnal nasional dan internasional, salah satunya adalah “*Study of Marketing Education Communication in Increasing the Capability of Mismes to Survive in the Time of Covid 19 Pandemic: Digital Literature Perspective*” dan “*Analysis of the Financial Performance of Cooperative Teachers and Employees in Makassar City.*” adalah judul dari penelitian IJESLi. Multicultural Education: “*The effect of*

innovation strategy dimensions on the financial performance of enterprises in Indonesia” dll.

Selain itu, penulis aktif menulis buku seperti Manajemen Strategik, Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Manajemen Keuangan Lanjutan, Matematika Ekonomi, Perpajakan, Komunikasi Pemasaran, dan Strategi Pemasaran. Selain itu, penulis saat ini dalam proses menyelesaikan Program Doktor Ilmu Manajemen di Universitas Muslim Indonesia.

Email Penulis: sumarlin.manajemen@gmail.com.

Nomor HP/WA: 0853-9977-1155

BAB 12

EKSISTENSI PEREMPUAN BERWIRAUSAHA

A. Data UMKM di Indonesia

Dari tahun ke tahun, jumlah UMKM di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan. Jumlah UMKM di Tanah Air sebanyak 52,8 juta perusahaan pada 2010. Lima tahun kemudian, jumlah tersebut bertambah menjadi 59,3 juta. Pada 2019 jumlah UMKM di Indonesia sebanyak 65,5 juta, dengan jumlah tersebut UMKM menyumbang 60,5 persen dari total produk domestik bruto (PDB) Indonesia. Selain itu, UMKM menyumbang 97 persen dari total angkatan kerja dan 99 persen dari total lapangan kerja. Menurut Kementerian Koperasi dan UKM RI, terdapat 65.465.497 unit UMKM pada tahun 2019. Sementara itu, hanya ada sekitar 5.637 unit usaha besar (KemenKopUKM, Perkembangan Data UMKM dan UB Tahun 2018-2019, 2022).

Usaha mikro, kecil dan menengah, yang saat ini didominasi oleh perempuan, menyumbang 61 persen dari PDB nasional. Tercatat sekitar 37 juta dari 64,5 juta UMKM di Indonesia dimiliki oleh perempuan. Namun, perempuan pelaku usaha masih terus dihadapkan dengan tantangan berbasis stigma gender (minimnya edukasi serta kurangnya peluang yang sama dengan pelaku UMKM laki-laki),

keterbatasan akses ke modal, keterbatasan akses ke pasar, dan keterbatasan akses ke teknologi. Untuk memastikan wirausaha perempuan pelaku UMKM untuk terus maju dan scale up, dapat beradaptasi serta mengambil langkah inovasi untuk mengambil peluang pasar yang ada secara nasional maupun global sehingga dapat kontribusinya terhadap pertumbuhan perekonomian nasional secara maksimal, diperlukan dorongan dan keterlibatan dari berbagai pihak.

Kolaborasi dan sinergi Pentahelix antara universitas, pemerintah, perbankan, industri, dan komunitas UMKM menjadi kunci untuk mengembangkan UMKM yang berdaya saing di pasar global. Melalui kolaborasi tersebut diharapkan bisa menyelesaikan berbagai permasalahan yang dihadapi UMKM baik berupa pengarusutamaan hak perempuan dalam kebijakan dan program terkait UMKM agar memiliki akses dan kesempatan yang sama untuk naik kelas, peningkatan kapasitas SDM, akses pembiayaan, akses pemasaran, pengembangan kapasitas dan kualitas produk, standardisasi dan sertifikasi, perizinan, perlindungan hak kekayaan intelektual dan penguatan jaringan dan teknologi.

B. Perempuan Berwirausaha

Peran perempuan dalam perekonomian Indonesia. Saat ini, peran perempuan telah menjadi syarat penting untuk merevitalisasi perekonomian. Beberapa peran tersebut merupakan bagian dari upaya mewujudkan pembangunan yang adil dan berkelanjutan di tahun 2030 mendatang. Peran dan kepemimpinan perempuan saat ini sangat penting karena merupakan bagian dari keberagaman, kesetaraan dan pencapaian kondisi ekonomi yang berkelanjutan (komitmen aksi global SDGs pada tahun 2030). Menciptakan keseimbangan merupakan tantangan besar di Indonesia dengan adanya konstruksi budaya yang bias gender. Indikator kinerja utama (KPI) yang ditetapkan dalam G20 Empower mengukur indikator distribusi peran yang setara bagi laki-laki dan perempuan dalam kehidupan kerja di semua tingkatan; persentase

perempuan yang dipromosikan di posisi tertentu; kesenjangan upah umum atau kesenjangan upah (kesenjangan upah *gender*). Indikator tersebut ditargetkan mencapai 100% pada tahun 2025 di semua negara G20 (Qothrunnada, 2022).

Sangat penting untuk memastikan kesempatan yang sama bagi perempuan untuk berpartisipasi dalam kegiatan ekonomi. Ketika perempuan dan laki-laki memiliki kesempatan yang sama, ekonomi global mendapat manfaat dari produktivitas yang lebih tinggi dan kualitas yang lebih baik. Jika semua negara memberikan kesempatan yang sama kepada perempuan untuk berpartisipasi dalam ekonomi, produktivitas negara akan meningkat nilainya hingga mencapai 28 triliun atau 26% dari produk domestik bruto dunia.

Peran perempuan dalam dunia wirausaha. Dapat dikatakan bahwa kewirausahaan perempuan merupakan agen perubahan, karena berperan penting dalam pembangunan sosial ekonomi dan pengentasan kemiskinan. Dalam skala yang lebih kecil, partisipasi perempuan di sektor ini dapat meningkatkan kesejahteraan rumah tangga, menurunkan tingkat kemiskinan, hingga mendapatkan posisi terhormat di masyarakat (Biru, 2021). Dalam ekosistem kewirausahaan perempuan dianggap sebagai mesin pertumbuhan baru dari pembangunan sosial ekonomi, sebagai alat penting dalam memungkinkan pemberdayaan perempuan dan emansipasi, dengan membangun kepercayaan diri dan menciptakan kesadaran pada perempuan lain untuk mempromosikan kemandirian. Melalui pemberdayaan, perempuan dapat mengembangkan diri untuk menemukan solusi atas masalah yang mereka hadapi dan mengubah kehidupan mereka, keluarga dan masyarakat. Saat pengusaha perempuan tumbuh dan sukses, mereka lebih cenderung menjadi inspirasi dan panutan bagi generasi berikutnya (Munandar, 2021). Kewirausahaan perempuan telah membuka jalan bagi perempuan lain dengan memberi mereka kesempatan kerja dan meningkatkan taraf hidup mereka.

Statistik Perempuan berwirausaha di Indonesia. Menurut riset Sasakawa *Peace Foundation* dan Dalberg, persentase wirausaha perempuan di Indonesia cukup tinggi, yakni 21 persen (Adminkoperasi, 2021). Selain itu, menurut data tahun 2021 dari Badan Pusat Statistik (BPS), sebanyak 64,5 persen dari seluruh UMKM dikelola oleh perempuan (Utoyo, Untari, & Hasyati, 2021). Menurut survei yang dilakukan Google bersama Kantar, 49% perempuan di Indonesia telah berwirausaha dan jumlah ini tertinggi dari 12 negara dalam survei. Rasio pengusaha perempuan di Indonesia masuk terbanyak di dunia (Bayu, 2020). Menurut *Global Entrepreneurship Monitor 2014*, sebesar 26 persen dari 85 juta jiwa populasi merupakan perempuan usia produktif di Indonesia adalah wirausaha aktif. Laporan tersebut juga menyebutkan bahwa sebanyak 36 persen dari seluruh perempuan usia kerja di Indonesia memilih menjadi wirausaha (databoks, 2018).

Tantangan yang dihadapi perempuan dalam berwirausaha. Para pengusaha perempuan ini masih dihadapkan pada sejumlah tantangan yang membuat bisnis mereka sulit berkembang. Berbagai hambatan dalam kewirausahaan yang dihadapi perempuan saling berkaitan dengan erat dan tidak terpisahkan, saling bertumpukan hingga menimbulkan dampak yang merugikan (UNICEF dan UNDP, 2021). Perempuan yang memiliki naluri keinginan bertahan hidup untuk keluarganya yang mendorong mereka untuk menjadi pengusaha, tetapi perempuan pelaku usaha masih terus dihadapkan dengan tantangan berbasis stigma *gender* (minimnya edukasi serta kurangnya peluang yang sama dengan pelaku UMKM laki-laki), keterbatasan akses ke modal, keterbatasan akses ke pasar, dan keterbatasan akses ke teknologi.

Diskriminasi *gender* dalam dunia wirausaha. Data Sakernas Februari 2023 menunjukkan bahwa tingkat partisipasi angkatan kerja (TPAK) perempuan masih lebih rendah (54,42%) dibandingkan angkatan kerja laki-laki, yaitu lebih tinggi (83,98%) dibandingkan tingkat partisipasi angkatan kerja perempuan baik laki-laki maupun

perempuan. tingkat partisipasi di pasar tenaga kerja sekitar 29 persen (DW, 2023). Data tersebut juga menunjukkan salah satu masalah klasik diskriminasi terhadap perempuan dalam dunia kerja, yaitu gaji rata-rata dan jaminan sosial perempuan selalu lebih rendah dibandingkan laki-laki. Upah yang lebih rendah ditemukan di hampir semua tingkat pendidikan, jenis pekerjaan dan sektor kehidupan kerja. Pada saat yang sama, persentase perempuan yang bekerja paruh waktu relatif lebih tinggi dibandingkan laki-laki.

Dalam dunia wirausaha, diskriminasi *gender* dapat terjadi dalam berbagai bentuk. Beberapa bentuk diskriminasi *gender* yang umum terjadi adalah (Mualimah & Yusuf, 2022). Marginalisasi: upaya peminggiran atau pemisahan akibat perbedaan jenis kelamin yang mengakibatkan kemiskinan. Stereotip *gender*: pandangan umum atau persepsi yang salah tentang peran dan karakteristik gender tertentu; Diskriminasi gaji: perbedaan gaji yang tidak adil antara laki-laki dan perempuan yang melakukan pekerjaan yang sama; Diskriminasi dalam promosi: kesulitan untuk naik jabatan karena jenis kelamin; Diskriminasi dalam rekrutmen: kesulitan untuk mendapatkan pekerjaan karena jenis kelamin.

C. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Eksistensi Perempuan Berwirausaha

Faktor-faktor yang mempengaruhi eksistensi perempuan berwirausaha meliputi faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi kepercayaan diri, kompetensi dan motivasi diri. Sedangkan faktor eksternal meliputi lingkungan keluarga, lingkungan sosial, dan toleransi risiko (Primadhita, Budiningsih, & Primatami, 2018).

Faktor Internal. Faktor internal yang mempengaruhi eksistensi perempuan berwirausaha meliputi keyakinan diri (*self efficacy*), keahlian, dan motivasi diri.

Motivasi berwirausaha bagi perempuan dapat didasarkan pada kebutuhan akan aktualisasi diri sendiri yang ingin memaksimalkan

potensi diri, pengembangan diri semaksimal mungkin, kreativitas, ekspresi diri, dan melakukan apa yang paling cocok bagi dirinya. Motivasi diri adalah salah satu faktor internal yang mempengaruhi eksistensi perempuan berwirausaha. Motivasi diri meliputi keinginan untuk mandiri, keinginan untuk berkuasa, gigih dan mampu melewati tantangan, ingin menciptakan lapangan kerja, dan keinginan untuk memperoleh penghasilan yang lebih tinggi serta ingin berada dekat dengan keluarga (Isnaini & Putra, 2020). Sementara itu, menurut penelitian lainnya (Heriyani, Hasanah, & Fatiyah, 2022), ada beberapa faktor yang mempengaruhi motivasi dan pilihan usaha perempuan di masa pandemi Covid-19. Faktor-faktor tersebut meliputi *passion*, bakat, modal, *trend*, dan *maintenance*.

Keterampilan dan pengetahuan. Perempuan wirausaha sering mengalami hambatan dalam mengembangkan usaha mereka, termasuk beban pekerjaan rumah tangga dan perawatan yang tidak dibayar, serta terbatasnya kesempatan untuk bergabung di jaringan bisnis, dan akses pengembangan keterampilan. Dalam prakteknya, beberapa keterampilan yang dibutuhkan oleh perempuan untuk berwirausaha (Skola, 2020) meliputi: Keterampilan manajemen waktu; keterampilan komunikasi; keterampilan pemasaran; keterampilan keuangan; keterampilan teknologi; keterampilan interpersonal; keterampilan kepemimpinan; pengetahuan tentang hukum bisnis dan perpajakan.

Sikap dan perilaku, terdiri dari kepercayaan diri dan kemampuan mengambil resiko. Kepercayaan diri. Percaya diri merupakan salah satu karakter yang memiliki peran penting dalam kesuksesan berbisnis. Kepercayaan diri merupakan sikap yakin akan kemampuan diri sendiri terhadap pencapaian, keinginan, dan harapan. Pentingnya kepercayaan diri menjadi posisi pertama sebagai karakter yang harus dimiliki oleh seorang pengusaha, khususnya pengusaha perempuan (Fathan, 2022). Beberapa cara untuk meningkatkan kepercayaan diri antara lain: Meningkatkan pengetahuan dan

keterampilan; Membangun jaringan sosial; Mencari mentor atau pelatih; Mengambil risiko dan belajar dari kegagalan.

Kemampuan mengambil risiko. Kemampuan mengambil risiko merupakan salah satu sifat yang penting dimiliki oleh seorang pengusaha. Dalam hal ini, pengusaha perempuan juga harus memiliki kemampuan tersebut. Menurut studi *Advancing Women in Entrepreneurship* yang dilakukan oleh Google, masih ada kesenjangan ketidakpercayaan diri yang lebar (10 persen) antara calon wirausaha perempuan dan laki-laki di Indonesia (Mediana, 2022). Mereka umumnya takut gagal dan tidak yakin bagaimana berbisnis dengan teknologi digital. Oleh karena itu, penting bagi pengusaha perempuan untuk meningkatkan kepercayaan diri dan kemampuan mengambil risiko. Kemampuan mengambil risiko dapat ditingkatkan dengan cara: Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan; Membangun jaringan sosial; Mencari mentor atau pelatih; Mengambil risiko dan belajar dari kegagalan.

Faktor Eksternal. Faktor eksternal yang mempengaruhi eksistensi perempuan berwirausaha meliputi lingkungan keluarga, lingkungan sosial, dan risiko. Lingkungan keluarga dapat mempengaruhi keputusan perempuan untuk berwirausaha karena faktor seperti dukungan keluarga dan pengalaman keluarga dalam berwirausaha dapat mempengaruhi keputusan tersebut. Lingkungan sosial juga dapat mempengaruhi keputusan perempuan untuk berwirausaha karena faktor seperti dukungan sosial dan pengalaman sosial dalam berwirausaha dapat mempengaruhi keputusan tersebut. Risiko juga dapat mempengaruhi keputusan perempuan untuk berwirausaha karena faktor seperti ketidakpastian dan ketidakpastian dalam bisnis dapat mempengaruhi keputusan tersebut.

Dukungan keluarga dan lingkungan sosial. Dukungan keluarga dan lingkungan sosial terhadap perempuan wirausaha dapat membantu mengurangi beban perempuan wirausaha dalam bekerja dan dapat menunjukkan performa terbaiknya (Rachmaputri & Haryanti, 2015). Dukungan dari keluarga memiliki pengaruh positif pada niat

berwirausaha seseorang. Dukungan keluarga dan lingkungan sosial terhadap perempuan wirausaha dapat berupa dukungan moril seperti kesempatan, kepercayaan, pemberian ide atau dukungan materiil dengan memberikan modal, penyediaan alat atau perlengkapan usaha dan lokasi usaha, selain itu terdapat dukungan keluarga dan lingkungan sosial lainnya, yaitu: Dukungan dari pasangan hidup; dukungan dari keluarga dekat; dukungan dari teman dan rekan kerja; dukungan dari masyarakat sekitar.

Akses ke sumber daya. Perempuan berwirausaha di Indonesia membutuhkan berbagai jenis sumber daya untuk memulai dan mengembangkan bisnis mereka. Beberapa jenis sumber daya yang dibutuhkan antara lain: Modal usaha; keterampilan dan pengetahuan bisnis; akses ke pasar dan jaringan bisnis; akses ke teknologi dan infrastruktur; dukungan keluarga dan masyarakat. Sumber daya-sumber daya tersebut dapat membantu perempuan berwirausaha untuk mengatasi tantangan dalam memulai dan mengembangkan bisnis mereka. Selain itu, pemerintah Indonesia juga telah memberikan berbagai program dan dukungan untuk membantu perempuan berwirausaha di Indonesia (Sirclo, 2021).

D. Strategi Pemberdayaan Perempuan Berwirausaha

Peran perempuan sebagai wirausaha harus diberdayakan, pengusaha perempuan menghadapi berbagai tantangan seperti kurangnya literasi keuangan, akses ke kredit dan investasi (Kurmala, 2022). Strategi Pemberdayaan Perempuan Berwirausaha meliputi:

- Pendidikan dan Pelatihan Kewirausahaan
- Akses Keuangan
- Akses Pasar

Pendidikan dan Pelatihan Kewirausahaan bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan wirausaha perempuan dalam mengelola usaha. Sedangkan Akses Keuangan bertujuan untuk memudahkan wirausaha perempuan dalam memperoleh modal usaha

dari jenis-jenis modal usaha dan pasar yang tersedia bagi perempuan berwirausaha di Indonesia, seperti: pinjaman modal usaha dari bank atau lembaga keuangan lainnya; pendanaan dari investor atau *venture capital*; memanfaatkan program pemerintah untuk pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang tersedia bagi perempuan berwirausaha di Indonesia. Terakhir, Akses Pasar bertujuan untuk memperluas jaringan pemasaran produk wirausaha perempuan.

Solusi untuk mengatasi tantangan yang dihadapi perempuan dalam akses terhadap modal usaha dan pasar antara lain adalah dengan memberikan dukungan yang lebih besar bagi perempuan untuk mengakses pelatihan dan pendidikan kewirausahaan (Kurniawan, 2020). Selain itu, layanan perbankan seperti solusi *manage* dapat membantu pengusaha perempuan mengatur keuangan pribadi dan bisnis dengan mudah, aman, nyaman, serta fleksibel.

Upaya Pemerintah dalam Pemberdayaan Perempuan Berwirausaha. Merujuk pada Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 2 Tahun 2022 tentang Pengembangan Kewirausahaan Nasional Tahun 2021-2024 dalam mewujudkan target rasio kewirausahaan 3,95 persen, hingga akhir 2022, sudah tercipta 392.847 wirausaha lewat berbagai strategi yang dirancang oleh KemenKopUKM, mulai dari program inkubasi usaha, digitalisasi KUMKM, konsultasi bisnis dan pendampingan, kegiatan pengembangan kewirausahaan di Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT).

Peran Kementerian Koperasi dan UKM sangat strategis dalam mendorong upaya pengarusutamaan hak perempuan dalam kebijakan dan program terkait UMKM agar memiliki akses dan kesempatan yang sama untuk naik kelas dan tidak kalah saing dengan usaha kelas industri dengan menginisiasi program *Female Founders Accelerator 2023*. Terkait diskriminasi *gender*, terdapat aspek perlindungan hukum perempuan wirausaha tertuang dalam aturan untuk mewujudkan kenyamanan bekerja tanpa diskriminasi secara jelas terdapat dalam pasal 5 dan 6 UU Nomor 13 Tahun 2003. Mengatur tentang ketenagakerjaan, mengatur tentang perlindungan bagi seluruh tenaga kerja, baik laki-laki maupun

perempuan, memberikan kesempatan dan perlakuan yang sama dalam bekerja.

Permasalahan pembiayaan UMKM menjadi dasar dukungan pemerintah terhadap akses fasilitas keuangan lainnya, antara lain Mekar PNM, Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL), Bank Wakaf Mikro, Pembiayaan Ultra Mikro (UMi) dan Kredit Usaha Rakyat (KUR) (Limanseto, 2022). Selain itu terdapat Program-program pemerintah untuk pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang tersedia bagi perempuan berwirausaha di Indonesia, pemerintah mempunyai banyak program bantuan untuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang terdampak pandemi COVID-19, Pada rencananya ada sekitar 12,8 juta pelaku UMKM yang menjadi target sasaran program bantuan ini (SMEsta, 2023).

E. Kisah Sukses Perempuan Berwirausaha

Kisah Sukses Dian Pelangi, desainer busana muslim yang terkenal dengan karya-karya yang memadukan tradisi dan modernitas. Dian Pelangi adalah seorang desainer busana muslim yang terkenal dengan karya-karya yang memadukan tradisi dan modernitas. Ia memulai bisnisnya pada tahun 2010 dengan membuka butik kecil di kota kelahirannya, Kota Semarang. Dian Pelangi memiliki strategi pemasaran yang berbeda dari *brand fashion* lainnya. Dian Pelangi mendapat tantangan dalam menghadapi *brand fashion* dunia ketika memulai menjual hijab. Dalam menghadapi persaingan yang ketat, Dian Pelangi memiliki tiga strategi. Pertama, fokus pada kualitas produk dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Kedua, memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produknya. Ketiga, memanfaatkan *influencer* dan selebriti untuk mempromosikan produknya. Dalam waktu singkat, bisnisnya berkembang pesat dan ia berhasil membuka butik di beberapa kota besar di Indonesia. Selain itu, ia juga telah memperluas bisnisnya ke luar negeri seperti Malaysia, Singapura, dan Arab Saudi.

Dian Pelangi dia telah memenangkan banyak penghargaan atas prestasinya di industri *fashion*, yang telah menginspirasi banyak anak muda untuk berkreasi. Beberapa penghargaan yang diraihinya adalah:

- Penghargaan dari Partai Golongan Karya pada tahun 2014 atas prestasinya di bidang *fashion*.
- Penghargaan dari Majalah Forbes Asia sebagai 30 *Under 30* Asia pada tahun 2016.
- Penghargaan dari Majalah Forbes Indonesia sebagai 30 *Under 30* Indonesia pada tahun 2016 s.d 2020.
- Penghargaan dari Majalah Forbes Indonesia sebagai Wanita Inspiratif pada tahun 2020 dan 2021.
- Penghargaan dari Majalah Forbes Asia sebagai *Asia's Power Businesswomen* pada tahun 2021.

Kisah sukses Nurhayati Subakat, sebagai pendiri PT Paragon Technology and Innovation. Nurhayati Subakat adalah pendiri dari PT Paragon Technology and Innovation, perusahaan yang mengeluarkan kosmetik halal seperti Wardah. Dia lahir pada 27 Juli 1950 di Padang Panjang, Sumatera Barat dan merupakan anak kedua dari delapan bersaudara. Nurhayati Subakat adalah seorang lulusan farmasi ITB yang awalnya bekerja sebagai apoteker honorer dengan gaji hanya sebesar Rp20 ribu per bulannya. Setelah beberapa waktu bekerja di sebuah perusahaan kosmetik terkenal di Jakarta, Nurhayati memutuskan untuk membuka usahanya sendiri dengan membuat produk kosmetik yang diberi nama Putri. Produk ini mendapat respons baik dari pelanggan dan terus berkembang hingga ia mendapatkan saran untuk membuat produk Islami, dan terciptalah merek Wardah yang dalam bahasa Arab artinya bunga mawar. Namun perjalanan Nurhayati Subakat tidak selalu mulus. Lima tahun setelah bisnisnya berjalan, pabrik kosmetik miliknya hangus terbakar. Namun ia tidak menyerah dan mencoba bangkit kembali. PT Paragon Technology and Innovation mengutamakan konsep halal dalam strategi pemasarannya sehingga mendapat *positioning*

tersendiri dimata pelanggan agar menjadikan wardah sebagai alat kosmetik utamanya. Pola pikir ini menjadi strategi kuat wardah saat menghadapi kompetitor. Selain itu, PT Paragon Technology and Innovation juga sedang merencanakan perkembangan industrinya melalui pemanfaatan teknologi terkini (seperti *AI*, *IoT*, dan *Big Data*) guna mengefisiensi proses bisnis dan meningkatkan kualitas produk (Fachrizal, 2020). Nurhayati Subakat memiliki 5 karakter yang kuat yaitu keberanian, kejujuran, kerja keras, kreativitas dan kepedulian. Kendala yang dihadapi oleh Nurhayati Subakat dalam berwirausaha salah satu tantangan terbesar dalam membangun bisnis adalah membangun tim yang solid dan memiliki visi yang sama. Kesuksesan PT Paragon Technology and Innovation menjadi salah satu perusahaan kosmetik terbesar di Indonesia tak lepas dari tangan dingin Nurhayati Subakat, kunci kesuksesan bisnisnya adalah kepedulian pada kualitas produk dan kepedulian pada masyarakat. Pada Juni 2022, Nurhayati Subakat dinobatkan sebagai salah satu dari "20 Wanita Paling Berpengaruh" oleh Fortune Indonesia bersama antara lain Presiden ke-5 RI Megawati Soekarno Putri, Menteri Keuangan Sri Mulyani, dan Direktur Utama PT Pertamina Nicke Widyawati. Selain itu, Nurhayati Subakat juga dikenal sebagai pendiri beasiswa Paragon yang menyediakan bantuan dana kuliah, tugas akhir, peningkatan skill, hingga kesempatan berkarier di Paragon Technology and Innovation (Wulandari, 2021).

F. Tantangan dan Peluang Masa Depan Bagi Perempuan Berwirausaha

Tantangan dan peluang masa depan bagi perempuan berwirausaha sangatlah banyak. Pertumbuhan bisnis milik perempuan wirausaha tidak hanya akan berkontribusi pada pemulihan ekonomi selama pandemi Covid-19, tetapi juga akan memberi Indonesia kesempatan untuk menutup kesenjangan gender dalam pekerjaan dan masyarakat serta membantu mengurangi kemiskinan. Banyak tantangan

yang dihadapi perempuan di masa pandemi seperti kesulitan dalam memperoleh modal usaha, kurangnya akses ke pasar, dan kurangnya keterampilan digital. Namun, kewirausahaan perempuan akan menjadi peluang bersama untuk dapat keluar dari krisis ekonomi yang terjadi di masa pandemi.

Tantangan masa depan bagi perempuan berwirausaha di Indonesia. Pengusaha perempuan terus menghadapi berbagai kendala dalam menjalankan usahanya, yang membuat mereka enggan mengembangkan usahanya. Mereka ingin menjaga bisnis mereka tetap kecil dan informal. Tantangan yang dihadapi perempuan dalam berwirausaha di masa pandemi antara lain kesulitan dalam memperoleh modal usaha, kurangnya akses ke pasar, dan kurangnya keterampilan digital.

Dampak pandemi COVID-19 terhadap perempuan berwirausaha di Indonesia. Pandemi COVID-19 memiliki dampak beragam pada kondisi pekerja perempuan. Tekanan yang disebabkan oleh pandemi telah memengaruhi sebagian besar industri tempat perempuan bekerja, keamanan ekonomi, pekerjaan, representasi politik, kondisi kesehatan, dan pendidikan. Dalam berwirausaha, pandemi COVID-19 juga membuat banyak perempuan mendadak harus menjadi kepala keluarga karena kehilangan suami akibat Covid-19. Tantangan yang dihadapi perempuan dalam berwirausaha di masa pandemi antara lain kesulitan dalam memperoleh modal usaha, kurangnya akses ke pasar, dan kurangnya keterampilan digital.

Tantangan dalam menghadapi persaingan global. Tantangan yang dihadapi oleh wanita wirausaha dalam menghadapi persaingan global antara lain adalah kurangnya akses ke pasar global, kurangnya modal usaha, dan kurangnya keterampilan digital. Namun, wanita wirausaha juga memiliki keunggulan dalam menghadapi persaingan global seperti kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan dan kemampuan untuk membangun jaringan yang kuat.

Peluang masa depan bagi perempuan berwirausaha di Indonesia. Peluang masa depan bagi perempuan berwirausaha di Indonesia sangat besar. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM, lebih dari 60% UMKM di Indonesia dikelola oleh perempuan. Pemerintah Indonesia juga memperhatikan peran wirausaha perempuan di Indonesia melalui inklusi bisnis. Namun, tantangan yang dihadapi oleh perempuan dalam berwirausaha antara lain kesulitan dalam memperoleh modal usaha, kurangnya akses ke pasar, dan kurangnya keterampilan digital.

Peluang bisnis di era digital. Peluang bisnis di era digital sangat besar. Teknologi digital memberikan keuntungan dalam efisiensi dan produktivitas dengan mempercepat proses kerja dan menyederhanakan kegiatan operasional. Bisnis online dan sosial media juga menjadi peluang bisnis yang menjanjikan. Namun, ada beberapa tantangan yang dihadapi dalam membangun bisnis di era digital seperti persaingan yang ketat dan perubahan teknologi yang cepat.

Daftar Pustaka

- Adminkoperasi. (2021, 12 29). Menteri Teten: Jumlah Kewirausahaan Perempuan Perlu Ditingkatkan. Diambil kembali dari Dinas Koperasi UKM Kab. Kulon Progo: <https://koperasi.kulonprogokab.go.id/detil/1030/menteri-teten-jumlah-kewirausahaan-perempuan-perlu-ditingkatkan>
- Bayu, D. J. (2020, 11 30). Survei Google: 49% Perempuan Indonesia Telah Berwirausaha. Diambil kembali dari databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/30/survei-google-49-perempuan-indonesia-telah-berwirausaha>
- Biru, R. C. (2021, 2 1). Pengusaha Perempuan sebagai APengusaha Perempuan sebagai Agen Perubahan: Studi Komparasi Peran Perempuan sebagai Wirausaha Sosial di Negara Berkembang. *Noken*, 2(1), 11-22. doi:10.31957/noken.v2i1.1691
- databoks. (2018, 11 30). 36% Perempuan Indonesia Memilih Menjadi Pengusaha. Diambil kembali dari databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/11/30/36-perempuan-indonesia-memilih-menjadi-pengusaha>
- DW. (2023, 5 26). Menaker Minta Perusahaan Tak Diskriminasi soal Gender. Diambil kembali dari DW: <https://www.dw.com/id/menaker-minta-perusahaan-tak-diskriminasi-soal-gender/a-65744985>
- Fathan, M. A. (2022, September 10). Meningkatkan Kepercayaan Diri, Kemampuan Negosiasi, dan Kepemimpinan Bagi Pengusaha Perempuan. Diambil kembali dari ukmindonesia.id: <https://www.ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/meningkatkan-kepercayaan-diri-kemampuan-negosiasi-dan-kepemimpinan-bagi-pengusaha-perempuan/>
- Heriyani, Hasanah, K., & Fatiyah, H. (2022). ENTREPRENEUR WANITA: FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MOTIVASI DAN PILIHAN USAHA DI MASA PANDEMI COVID – 19. *Manajemen Kewirausahaan*, 19(1), 61-72.

- Isnaini, & Putra, Y. Y. (2020). Dinamika Motivasi Entrepreneur pada Perempuan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 4(3), 2469-2473.
- KemenKopUKM. (2022). Perkembangan Data UMKM dan UB Tahun 2018-2019. Diambil kembali dari PUBLIKASI DATA UMKM:
https://kemenkopukm.go.id/uploads/laporan/1650868533_SANDINGAN_DATA_UMKM_2018-2019%20=.pdf
- Kurmala, A. (2022, April 16). Pemberdayaan perempuan wirausaha melalui bisnis inklusif. Diambil kembali dari ANTARA:
<https://www.antaraneews.com/berita/2825125/pemberdayaan-perempuan-wirausaha-melalui-bisnis-inklusif>
- Kurniawan, A. (2020, 12 16). Wajib Tahu, Tantangan dan Solusi Pengusaha Perempuan dalam Mengembangkan Bisnis. Diambil kembali dari Dukungan untuk Pengusaha Perempuan Indonesia:
<https://money.kompas.com/read/2020/12/16/164300926/wajib-tahu-tantangan-dan-solusi-pengusaha-perempuan-dalam-mengembangkan-bisnis>
- Mediana. (2022, April 26). Perempuan Wirausaha. Diambil kembali dari EKONOMI DIGITAL:
<https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2022/04/24/menutup-kesenjangan-gender-teknologi-wirausaha-perempuan>
- Mualimah, & Yusuf. (2022). Diskriminasi gender : dalam promosi jabatan. Pasaman Barat: Azka Pustaka.
- Munandar, F. A. (2021, November 29). Peran Perempuan Wirausaha Terhadap Kehidupan Sosial. Diambil kembali dari idntimes.com:
<https://www.idntimes.com/opinion/social/febrinda-annisa-munandar/opini-peran-perempuan-wirausaha-terhadap-kehidupan-sosial-c1c2>
- Primadhita, Y., Budiningsih, S., & Primatami, A. (2018). PENGARUH FAKTOR INTERNAL DAN FAKTOR EKSTERNAL

TERHADAP KEPUTUSAN PEREMPUAN
BERWIRUSAHA. JURNAL PENGEMBANGAN
WIRASWASTA, 20(3), 161 - 170.

- Qothrunnada, K. (2022, April 03). Begini Peran Penting Perempuan Dalam Pemulihan Ekonomi. Diambil kembali dari detikFinance: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6014268/begini-peran-penting-perempuan-dalam-pemulihan-ekonomi>
- Rachmaputri, R., & Haryanti, K. (2015). HUBUNGAN DUKUNGAN SOSIAL KELUARGA DAN KEPUASAN KERJA DENGAN WORK-FAMILY CONFLICT PADA ANGGOTA IKATAN WANITA PENGUSAHA INDONESIA (TWAPI) JAWA TENGAH. *PSIKODIMENSIA*, 55-73.
- Sirclo. (2021, April 23). Pertumbuhan Wirausaha Wanita di Indonesia dan Kontribusinya Bagi Ekonomi. Diambil kembali dari Solusi E-Commerce: <https://www.sirclo.com/blog/pertumbuhan-wirausaha-wanita-di-indonesia-dan-kontribusinya-bagi-ekonomi/>
- Skola. (2020, 08 10). Jenis Kemampuan yang Diperlukan dalam Kewirausahaan. Diambil kembali dari kompas.com: <https://www.kompas.com/skola/read/2020/08/10/154500569/jenis-kemampuan-yang-diperlukan-dalam-kewirausahaan>
- SMEsta. (2023, Nov 09). Bantuan untuk UMKM dari Pemerintah. Diambil kembali dari SMEsta: <https://smesta.kemenkopukm.go.id/bantuan-untuk-umkm-dari-pemerintah/>
- UNICEF dan UNDP. (2021, April). Mengatasi hambatan gender dalam kewirausahaan dan kepemimpinan bagi anak perempuan & perempuan muda. Diambil kembali dari unicef : <https://www.unicef.org/indonesia/id/laporan/mengatasi-hambatan-gender-dalam-kewirausahaan-dan-kepemimpinan-bagi-anak-perempuan>

Utoyo, S., Untari, R., & Hasyati, A. N. (2021). STATISTIK KARAKTERISTIK USAHA 2021. Jakarta: BPS RI.

Wulandari, T. (2021, 10 31). Sosok Nurhayati Subakat, Perempuan di Balik Wardah dan Beasiswa Paragon. Diambil kembali dari detikedu: <https://www.detik.com/edu/edutainment/d-5790449/sosok-nurhayati-subakat-perempuan-di-balik-wardah-dan-beasiswa-paragon>

Tentang Penulis

Amilia Tresnawati, S.Sos., M.M., lahir di Kota Bandung, Jawa Barat.



Jenjang Pendidikan S1 Administrasi Niaga ditempuh di Universitas Padjadjaran, lulus tahun 2004. Pendidikan S2 Manajemen, Iulus tahun 2014 di IKOPIN. Saat ini mengajar sebagai Dosen di Universitas Teknologi Digital (Digitech University), dan Tutor/Tuton di Fakultas Hukum Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FHISIP) Universitas Terbuka (UT).

Penulis juga merupakan Ahli Manajemen, menyusun kurikulum pelatihan Manajemen Bisnis Digital sesuai dengan standar kurikulum yang di tetapkan oleh Kementerian Tenaga Kerja, Kementerian Desa dan Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP) terkait di CV. Smedrise Bisnis Kreasindo. Ahli Ekonomi Sosial Pemantauan dan Evaluasi (Mantev) Metropolitan di Pulau Jawa dan Luar Pulau Jawa di BPIW Kementerian PUPR (2018). Ahli Sosial-Ekonomi yang dibentuk oleh LP2IT UPI untuk pengerjaan proyek Kajian Wisata Militer, Kajian Wisata Budaya Cireundeu, Wisata Budaya Kampung Buyut Cipageuran (KABUCI) Kota Cimahi pada Dinas Koperasi UMKM, Perindustrian, Perdagangan, dan Pertanian Kota Cimahi (2016-2017).

Ahli Sosial-Ekonomi yang dibentuk oleh Badan Pengembangan Infrastruktur Wilayah (BPIW) Kementerian PUPR Republik Indonesia untuk pengerjaan proyek Penyusunan Rencana Induk Infrastruktur Pembangunan Kawasan Strategis Tanjung Lesung-Sukabumi-Pangandaran-Cilacap (2015). Ahli Sosial-Ekonomi yang dibentuk oleh PT. Bank Jabar-Banten untuk pengerjaan Tugas Konsultan Pendamping CSR Bank BJB di Provinsi Jawa Barat dan Banten (2014). Ahli Sosial-Ekonomi pada proyek Inventarisasi Daerah Rawan Bencana Provinsi Jawa Barat yang diselenggarakan oleh BPBD

Pemprov Jawa Barat (2013). Ahli Sosial-Ekonomi Pertanian pada proyek Kajian Analisa Bidang Usaha BUMD Kota Tangerang Selatan yang diselenggarakan oleh KPMD Pemkot Tangerang Selatan (2013).

Untuk diketahui, saat ini peran perempuan menjadi syarat penting untuk merevitalisasi perekonomian, juga merupakan bagian dari upaya mewujudkan pembangunan yang adil dan berkelanjutan. Kesempatan yang sama bagi perempuan untuk berpartisipasi dalam kegiatan ekonomi. Perempuan berwirausaha harus memiliki jiwa zaman, memiliki kepedulian pada kualitas produk dan peduli pada masyarakat.

Dibutuhkan dukungan moral seperti kesempatan, kepercayaan, pemberian ide dan atau dukungan materil seperti pemberian modal, penyediaan alat atau perlengkapan usaha dan lokasi usaha. Selain itu, mendapat dukungan keluarga dan lingkungan sosial lainnya. Semoga kesuksesan menyertai kita semua Perempuan Hebat!

Alamat Email Penulis: amiliatresnawati@digitechtechuniversity.ac.id.
Nomor HP/WA : 0812-2188-960

S M A R T

ENTREPRENEURSHIP

(KREATIF DAN INOVATIF BERWIRAUSAHA)

Dahulu banyak orang menganggap pekerjaan sebagai wirausaha hanyalah pekerjaan yang dipandang sebelah mata, jika dibandingkan bekerja di kantor. Namun di zaman serba digital ini malah kebalikannya, banyak orang ramai ingin berwirausaha. Karena memang berwirausaha sejatinya menjanjikan mendapat cuan lebih banyak, sampai para selebritis pun buang gengsi hanya untuk berwirausaha. Menjadi seorang entrepreneur di era digital 4.0 ini sangatlah mudah karena dibekali oleh kecanggihan teknologi. Tetapi alangkah baiknya kita memanfaatkan kemudahan akan teknologi tersebut sebaik mungkin dengan menjadi seorang entrepreneur yang bijak dan cerdas, yang nantinya dapat membawa dampak positif bagi bangsa dan negara. Book Chapter ini dapat menjadi pilihan yang tepat untuk Anda mempelajari tentang Smart Entrepreneurship.

