KEWIRAUSAHAAN

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUIKASI

UIN SUNAN AMPEL SURABAYA

2013/2014

PRAKATA

Alhamdulilah..puji syukur dipanjatkan kehadirat Allah swt ata segala limpahan rahmat yang telah diberikan, sehingga penulisan buku daras kewirausahaan dapat terselesaikan dengan baik.

Buku daras kewirausahaan ini merupakan buku yang berisikan tentang definisi kewirausahaan, peluang dan karakteristik, peluang usaha, aspek pemasaran, aspek dampak lingkungan, aspek organisasi dan manajemen, aspek keuangan, dan aspek teknik presentasi

Buku daras kewirausahaan ini terselsaikan berkat upaya penulis dan dukungan dari berbagai pihak, terutama pihak IDB yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk menyelesaikan buku ini. Buku daras kewirauahaan ini jauh dari sempurna, untuk itu kritik dan saran atas perbaikan buku daras kewirausahaan ini sangat diharapkan dari semua pihak.

Harapan, semoga buku daras kewirausahaan dapat bermanfaat dan berguna bagi banyak kalangan, tidak hanya mahasiswa. Amin.

Surabaya, 2013

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR IS

Paket 1	Pengertian, Sejarah, dan Metode Penelitian Psikologi Kognitif	1
Paket 2	Sensasi Persepsi dan Atensi	10
Paket 3	Pengenalan Objek	19
Paket 4	Ingatan, Proses, dan Sistem Ingatan	26
Paket 5	Kesadaran	38
Paket 6	Bahasa dan Hubungannya dengan Kognisi Manusia	47
Paket 7	Pembentukan Konsep dan Logika	58
Paket 8	Pemecahan Masalah	64
Paket 9	Pengambilan Keputusan	71
Paket 10	Intelegensi dan kreativitas	79

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

SATUAN ACARA PERKULIAHAN

PSIKOLOGI KOGNITIF

A. DESKRIPSI MATA KULIAH

Mata kuliah ini membekali mahasiswa supaya mampu mengenali, menjelaskan, dan menganalisis cara kerja pikiran dan otak karena psikologi kognitif merupakan ilmu tentang aktivitas mental manusia yang memiliki landasan biologis, pikiran, proses penalaran, bahasa dan memori.

B. STANDAR KOMPETENSI MATAKULIAH

Mampu menguasai teori psikologi dan dampaknya pada proses pembelajaran, serta memperluas wawasan mahasiswa terkait dengan psikologi kognitif

C. MATERI

No	Tema
1	Pengertian psikologi kognitif, sejarah, hubungan psikologi kognitif dengan ilmu lain, dan metode penelitian dalam psikologi kognitif.
2	Sensasi, persepsi, dan atensi.
3	Pengenalan objek.
4	Memori
5	Kesadaran manusia
6	Bahasa dan hubungannya dengan kognisi manusi
7	Pembentukan konsep, dan logika,
8	Pengambilan keputusan,
9	Pemecahan Masalah
10	Kreativitas, dan inteligensi manusia.

D. KEGIATAN PEMBELAJARAN

Direncanakan proses pembelajaran dilakukan dalam bentuk:

1. Setiap mahasiswa diwajibkan membawa buku psikologi kognitif setiap perkuliahan untuk bahan refrensi diskusi kelompok

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Setiap perkuliahan, dilakukan diskusi dalam kelompok kelompok kecil membahas materi kognitif, dan pada Setiap pertemuan tersebut dosen pengampu akan memberikan *feedback* materi sesuai yang terjadwalkan.

E. PENILAIAN

Penilaian di dasarkan pada beberapa butir-butir penilaian yang terdir dari:

1. Kuis

Dilakukan setiap pertemuan. Bahan kuis diambil dari materi yang dibahas mahasiswa. Nilai kuis dan performansi (keaktifan kelas) dijadikan satu penilaian sebesar 15%

2. Tugas Mandiri yaitu

1. Mahasiswa diminta untuk mengamati fenomena ata mencari masalah yang berhubungan dengan materi psikologi kognitif dari materi yang telah dipilih mahasiswa. Tugas mandiri ini diketik menggunakan kertas kuarto/A4, dengan huruf Times New Roman 12, spasi 1.5. Batas pengumpulan tugas mandiri adalah pada saat Ujian Akhir Semester. Nilai tugas mandiri review jurnal sebesar 30 %.
2. Mahasiswa membuat review materi setiap kali pertemuan dengan tulisan tangan dan dikumpulkan setiap pertemuan. Hasil review materi dibuat kliping dan pada akhir semester wajib dikumpulkan. Tugas mandiri review materi sebesar 20%

3. Ujian tengah semester dan ujian Akhir Semester

Ujian tengah semester dilakukan pada pertemuan ke 8. Bahan UTS dimulai dari pertemuan ke 1 sampai dengan ke 6. Sementara ujian akhir semester dilakukan pada pertemuan keempat belas atau pertemuan terakhir. Bahan tes diambil dari semua topik bahasan dari pertemuan pertama sampai dengan pertemuan terakhir. Nilai ujian semester sebesar 15%, dan nilai ujian akhir semester sebesar 20%

4. REFERENSI

1. Solso, R.L., dkk. (2008). *Psikologi Kognitif.* Jakarta: Penerbit Erlangga.
2. Matlin, MW. (2009). *Cognition.* 4th Edition. New York : Harcourt Brace College Publisher.
3. Sternberg, R.J. (2008). *Psikologi Kognitif*. Edisi keempat. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
4. Suharnan. (2005). *Psikologi Kognitif*. Surabaya: Srikandi.
5. Micheal W Eysenck, & Mark T Keane (2001). *Cognitive Psychology. A Student's Handbook*.Canada, Taylor dan Francis Group
6. R.Reed Hunt & Henry C.Ellis (2004) *Fundamentals of cognitive psychology,* McGrawHill, Higher Education

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Paket 1

KONSEP KEWIRAUSAHAAN DALAM KONTEKS PILIHAN KARIR

Pendahuluan

Fokus perkuliahan ini adalah tentang konsep kewirausahaan. Kajian dalam paket ini meliputi pengertian kewirausahaan, motivasi kewirausahaan, dan kewirausahaan eksistensial.

Dalam paket 1 ini, mahasiswa akan memahami definisi kewirausahaan, motivasi berwirausaha dan kewirausahaan eksistensial. Sebelum perkuliahan berlangsung, Setiap mahasiswa membuat review materi setiap kali pertemuan sesuai dengan topik. Mahasiswa menuliskannya dalam bentuk tulisan tangan dan saat perkuliahan berlangsung mendiskusikannya bersama . Dengan penguasaan pada paket 1 ini diharapkan dapat menjadi modal penting bagi mahasiswa untuk mempelajari paket selanjutnya.

Sebagai penunjang dalam pembelajaran, perangkat media menjadi penting untuk dihadirkan. Dalam perkuliahan ini dibutuhkan media pembelajaran berupa LCD dan laptop sebagai media penyampai *feedback* dari dosen setelah berdiskusi. Selain itu dibutuhkan sipdol sebagai alat penunjang dalam menjelaskan materi perkuliahan.

Rencana Pelaksanaan Perkuliahan

Kompetensi Dasar

Setelah mengikuti pembelajaran ini, mahasiswa peserta mata kuliah mampu memahami konsep kewirausahaan eksistensial sebagai jalur aktualisasi potensi dirinya.

Indikator

Pada akhir perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat:

1. Menjelaskan pengertian konsep kewirausahaan
2. Menjelaskan konsep kewirausahaan eksistensial
3. Menjelaskan motivasi berwirausaha

Waktu

2x50

Materi Pokok

1. Pengertiam kewirausahaan
2. Definisi konsep kewirausahaan eksistensial
3. Menjelaskan motivasi berwirausaha

Kegiatan Perkuliahan

Kegiatan awal (10 Menit)

1. Branstroming dengan hasil review dari mahasiwa tentang materi yang telah direview
2. Penjelasan pentingnya menpelajari paket

Kegiatan inti (80 Menit)

1. Membagi mahasiswa dalam 5 kelompok
2. Masing-masing kelompok mendiskusikan sub tema:
3. Presentasi hasil diskusi dari masing-masing kelompok
4. Selesai presentasi setiap kelompok , kelompok lain memberikan klarifikasi
5. Penguatan hasil diskusi dari dosen
6. Dosen memberi kesempatan pada mahasiswa untuk menanyakan materi yang belum dipahami atau menyampaikan gagasan lain.

Kegiatan Penutup(10 Menit)

1. Memberikan *Feedback* atas materi yang telah dibahas
2. Memberikan saran dan motovasi bagi mahasiswa

Kegiatan Tindak Lanjut

1. Memberi tugas latihan
2. Mempersiapkan perkuliahan selanjutnya

Lembar Kegiatan

Membuat catatan penting

Tujuan

Mahasiswa dapat memahami konsep dasar tentang konsep kewirausahaan dalam bentuk uraian atau catatan penting

Bahan dan Alat

Kertas plano, dan spidol, dan sulasi

Langkah Kegiatan

1. Mahasiswa dalam kelompok memilih pemandu diskusi dan penulis hasil diskusi
2. Mahasiswa mendiskusikan materi yang telah ditentukan dengan anggota kelompok
3. Tuliskan hasil diskusi dalam bentuk catatan-catatan penting di kertas plano dan ditempelkan didinding kelas/papan tulis
4. SEtiap kelompok mempresentasikan hasil catatan yang terdapat di kertas plano
5. Mahasiswa mempresentasikan hasil kerja secara bergiliran, dengan waktu presentasi 7 menit

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6. Mahasiswa kelompok lain dapat memberikan tanggapan atau klarifikasi dari presentasi

Uraian Materi

Defenisi dan Konsep Kewirausahaan

Penggunaan dan pengertian atau terminologi kewirausahaan yang merujuk pada istilah *entrepreneurship* di Indonesia cukup beragam. Olehnya itu, perbedaan ini kadang cukup mengundang perdebatan yang tidak pernah ada habisnya. Jika kita hanyut dalam perbedaan pendefenisian saja tentu hasilnya adalah polemik yang hanya bersifat semantik. Dalam pembelajaran ini kita tidak mengarahkan materi ke arah tersebut, namun dengan penyajian beberapa defenisi dan konsep kewirausahaan yang telah dikemukakan oleh beberapa ahli, minimal dapat memperkaya pemahaman kita mengenai defenisi dan konsep kewirausahaan itu sendiri.

Perkataan kewirausahaan (*entrepreneurship*) berasal dari Bahasa Perancis, yakni *entreprendre* yang berarti melakukan (*to under take*) dalam artian bahwa wirausahawan adalah seorang yang melakukan kegiatan mengorganisir dan mengatur. Istilah ini muncul di saat para pemilik modal dan para pelaku ekonomi di Eropa sedang berjuang keras menemukan berbagai usaha baru, baik sistem produksi baru, pasar baru, maupun sumber daya baru untuk mengatasi kejenuhan berbagai usaha yang telah ada.

Arti kata kewirausahaan berbeda-beda menurut para ahli atau sumber acuan, karena adanya perbedaan penekanan. Richard Cantillon (1725) mendefinisikan kewirausahaan sebagai orang-orang yang menghadapi resiko yang berbeda dengan mereka yang menyediakan modal. Jadi definisi Cantillon lebih menekankan pada bagaimana seseorang menghadapi risiko atau ketidakpastian. Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh Blaudeu (1797) bahwa kewirausahaan adalah orang-orang yang menghadapi resiko, merencanakan, mengawasi, mengorganisir dan memiliki. Demikian halnya Albert Shapero (1975) mendefenisikan sebagai pengambilan inisiatif mengorganisir suatu mekanisme sosial ekonomi dan menghadapi resiko kegagalan.

Mendefenisikan kewirausahaan dengan penekanan pada penciptaan hal-hal baru dikemukakan oleh Joseph Schumpeter (1934) bahwa kewirausahaan adalah melakukan hal-hal baru atau melakukan hal-hal yang sudah dilakukan dengan cara baru, termasuk di dalamnya penciptaan produk baru dengan kualitas baru, metode produksi, pasar, sumber pasokan dan organisasi. Schumpeter mengaitkan wirausaha dengan konsep yang diterapkan dalam konteks bisnis dan mencoba menghubungkan dengan kombinasi berbagai sumberdaya.

Sejalan dengan penekanan pada penciptaan hal-hal baru dan resiko, Hisrich, Peters, dan Sheperd (2008) mendifinisikan sebagai proses penciptaan sesuatu yang baru pada nilai menggunakan waktu dan upaya yang diperlukan, menanggung resiko keuangan, fisik, serta resiko sosial yang mengiringi, menerima imbalan moneter yang dihasilkan, serta kepuasan dan kebebasan pribadi.

Wennekers dan Thurik (1999) melengkapi pendefenisian kewirausahaan dengan mensintesiskan peran fungsional wirausahawan sebagai: "...kemampuan dan kemauan nyata seorang individu, yang berasal dari diri mereka sendiri, dalam tim di dalam maupun luar organisasi yang ada, untuk menemukan dan menciptakan peluang ekonomi baru yang meliputi produk, metode produksi, skema organisasi dan kombinasi barang-pasar serta untuk memperkenalkan ide-ide mereka kepada pasar, dalam menghadapi ketidakpastian dan rintangan lain, dengan membuat keputusan mengenai lokasi, bentuk dan kegunaan dari sumberdaya dan instusi". Selain menekankan pada penciptaan hal-hal baru dan resiko, defenisi yang dikemukakan oleh Wennekers dan Thurik juga menekankan pada kemauan dan kemampuan individu. Hal ini sejalan dengan defenisi yang tertuang dalam Inpres No.4 Tahun 1995 yang mendefenisikan kewirausahaan sebagai semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan/atau memperoleh keuntungan yang lebih besar.

Dari berbagai defenisi yang telah dikemukakan, tanpa mengecilkan berbagai pendapat tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa kewirausahaan merupakan kemauan dan kemampuan seseorang dalam menghadapi berbagai resiko dengan mengambil inisiatif untuk menciptakan dan melakukan hal-hal baru melalui pemanfaatan kombinasi berbagai sumberdaya dengan tujuan untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada seluruh pemangku kepentingan (*stakeholders*) dan memperoleh keuntungan sebagai konsekuensinya.

Wirausahawan Dilahirkan atau Diciptakan?

Pertanyaan ini sudah sering dan sejak lama menjadi fokus perdebatan. Apakah wirausahawan itu dilahirkan (*is borned*) yang menyebabkan seseoarng mempunyai bakat lahiriah untuk menjadi wirausahawan atau sebaliknya wirausahawan itu dibentuk atau dicetak (*is made*) pada dasarnya berkaitan dengan perkembangan cara pendekatan, yakni

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pendekatan *klasikal* dan *event studies*. Pendekatan bersifat *klasikal* menjelaskan bahwa wirausaha dan ciri-ciri pembawaan atau karakter seseorang yang merupakan pembawaan sejak lahir (*innate*) dan untuk menjadi wirausahawan tidak dapat dipelajari. Sedangkan pendekatan *event studies* menjelaskan bahwa faktor-faktor lingkungan yang menghasilkan wirausaha atau dengan kata lain wirausaha dapat diciptakan.

Sifat wirausahawan merupakan bawaan lahir sebagaimana pendapat pakar yang menggunakan pendekatan *klasikal* sebenarnya sudah lazim diterima sejak lama. Namun, saat ini pengakuan tentang kewirausahaan sebagai suatu disiplin telah mendobrak mitos tersebut dan membenarkan pendapat yang menggunakan pendekatan *event studies*. Seperti juga disiplin-disiplin lainnya, kewirausahaan memiliki suatu pola dan proses.

Terlepas dari kedua pendapat dengan pendekatan yang berbeda tersebut, pendapat yang lebih moderat adalah tidak mempertentangkannya. Menjadi wirausahawan sebenarnya tidaklah cukup hanya karena bakat (dilahirkan) ataupun hanya karena dibentuk. Wirausahawan yang akan berhasil adalah wirausahawan yang memiliki bakat yang selanjutnya dibentuk melalui suatu pendidikan, pelatihan atau bergaul dalam komunitas dunia usaha. Tidak semua orang yang memiliki bakat berwirausaha mampu untuk menjadi wirausahawan tanpa adanya tempaan melalui suatu pendidikan/pelatihan. Kompleksnya permasalahan-permasalahan dunia usaha saat ini, menuntut seseorang yang ingin menjadi wirausahawan tidak cukup bermodalkan bakat saja. Ada orang yang belum menyadari bahwa dia memiliki bakat sebagai wirausahawan, setelah mengikuti pendidikan, pelatihan ataupun bergaul dengan di lingkungan wirausaha pada akhirnya akan menyadari dan mencoba memanfaatkan bakat yang dimilikinya. Olehnya itu, tidak salah jika ada yang berpendapat bahwa bila ingin belajar berwirausaha tidak perlu mengandalkan bakat, namun yang terpenting adalah memiliki kemauan dan motivasi yang kuat untuk mulai belajar berwirausaha.

Motivasi Berwirausaha

Salah satu kunci sukses untuk berhasil menjadi wirausahawan adalah adanya motivasi yang kuat untuk berwirausaha. Motivasi untuk menjadi seseorang yang berguna bagi diri sendiri, keluarga dan masyarakatnya melalui pencapaian prestasi kerja sebagai seorang wirausahawan. Apabila seseorang memiliki keyakinan bahwa bisnis yang (akan) digelutinya itu sangat bermakna bagi hidupnya, maka dia akan berjuang lebih keras untuk sukses.

Beberapa manfaat yang dapat diperoleh melalui berwirausaha yang mungkin saja sulit atau bahkan tidak dapat diperoleh jika memilih berkarir atau bekerja pada lembaga/instansi milik orang lain atau pemerintah. Manfaat tersebut terdiri dari manfaat bagi diri sendiri dan bagi masyarakat, sebagaimana yang diuraikan berikut ini:

a. *Memiliki kebebasan untuk mengaktualisasikan potensi diri yang dimiliki*

Banyak wirausahawan yang berhasil mengelola usahanya karena menjadikan keterampilan/hobbynya menjadi pekerjaannya. Dengan demikian dalam melaksanakan aktifitas pekerjaannya dengan suka cita tanpa terbebani. Berwirausaha menjadikan diri kita memiliki kebebasan untuk menentukan nasib sendiri dengan menentukan dan mengontrol sendiri keuntungan yang ingin dicapai dengan tanpa batas. Dengan adanya penentuan keuntungan yang akan dicapai, kita juga memiliki kebebasan untuk mengambil tindakan dalam melakukan perubahan-perubahan yang menurut kita penting untuk dapat mencapainya.

b. *Memiliki peluang untuk berperan bagi masyarakat*

Dengan berwirausaha, kita memiliki kesempatan untuk berperan bagi masyarakat. Wirausahawan menciptakan produk (barang dan/atau jasa) yang dibutuhkan oleh masyarakat. Pemberian pelayanan kepada seluruh masyarakat terutama konsumen yang dilandasi dengan tanggung jawab sosial melalui penciptaan produk yang berkualitas akan berdampak pada adanya pengakuan dan kepercayaan pada masyarakat yang dilayani.

Adanya manfaat bagi diri sendiri dan masyarakat dalam berwirausaha dapat menjadi motivasi tersendiri bagi kita tergerak untuk mulai berwirausaha. Perlu disadari bahwa pada dasarnya kita bertindak sebagian besar dipengaruhi oleh motivasi, bukan karena terpaksa. Kesuksesan atau ketidaksuksesan seseorang dalam karirnya sangat tergantung dari motivasinya untuk menjalankan karirnya tersebut. Seandainya kita dapat memulai menanamkan dalam hati kita bahwa dengan berwirausaha akan memberikan manfaat bagi diri kita dan masyarakat, serta manfaat-manfaat lain yang akan diperoleh, mungkin kita akan termotivasi untuk memulai berwirausaha. Memperbanyak alasan untuk tidak memulai sebenarnya adalah penghambat bagi kita untuk termotivasi.

Terkait dengan motivasi untuk berwirausaha, setidaknya terdapat enam "tingkat" motivasi berwirausaha dan tentunya masing-masing memiliki indikator kesuksesan yang berbeda-beda, yaitu:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. *Motivasi material*, mencari nafkah untuk memperoleh pendapatan atau kekayaan.

b. *Motivasi rasional-intelektual*, mengenali peluang dan potensialitas pasar, menggagas produk atau jasa untuk meresponnya.
c. *Motivasi emosional-ekosistemik*, menciptakan nilai tambah serta memelihara kelestarian sumberdaya lingkungan.
d. *Motivasi emosional-sosial*, menjalin hubungan dengan atau melayani kebutuhan sesama manusia.
e. *Motivasi emosional-intrapersonal (psiko-personal*), aktualisasi jatidiri dan/atau potensi-potensi diri dalam wujud suatu produk atau jasa yang layak pasar.
f. *Motivasi spiritual*, mewujudkan dan menyebarkan nilai-nilai transendental, memaknainya sebagai modus beribadah kepada Tuhan.

Umumnya seseorang yang memulai berwirausaha termotivasi untuk mencari nafkah melalui perolehan pendapatan dan untuk memperoleh kekayaan. Motivasi ini tidak salah, namun jika fokus kita berwirausaha hanya untuk mengejar keuntungan dan kekayaan semata, bisa jadi kita akan melakukan apa saja tanpa mempertimbangkan prinsip-prinsip etika untuk mencapai keuntungan dan kekayaan. Kita perlu sepakat bahwa keuntungan dan kekayaan yang dapat kita raih hanyalah merupakan konsekuensi dari kemampuan kita untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada *stakeholders* kita. Inilah alasan yang mendasari motivasi material menempati tingkatan yang terendah.

Berbeda halnya jika kita memulai berwirausaha sebagai modus beribadah kepada Tuhan, apapun tindakan yang kita lakukan dalam berwirausaha senantiasa dilandasi dengan nilai ibadah yang kita peroleh. Dengan motivasi spiritual yang kita miliki, kita akan memaksimalkan pemanfaatan potensi diri kita sebagai bentuk rasa syukur atas nikmat potensi yang diberikan tersebut sehingga kita tidak dikategorikan sebagai orang yang mubazir. Dengan motivasi spiritual kita akan memberikan pelayanan yang terbaik kepada seluruh *stakeholders* dan memperhatikan kelestarian lingkungan. Dengan pelayanan terbaik yang kita berikan tersebut kita harus yakin akan memberikan keuntungan bagi kita. Dan bukankah dengan melakukan tindakan-tindakan terbaik bagi diri kita, orang lain dan lingkungan adalah perbuatan yang bernilai ibadah di sisi Tuhan? Inilah alasan yang mendasar sehingga motivasi spiritual ditempatkan pada tingkatan tertinggi.

Kewirausahaan Eksistensial

Pendekatan pembelajaran kewirausahaan pada Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin diarahkan pada konsep kewirausahaan eksistensial. Konsep ini memfokuskan pemahaman kewirausahaan yang berorientasi pada aktualisasi jati diri dan potensi-potensi diri sebagai pembelajar kewirausahaan. Kata eksistensial dalam hal ini memiliki tiga arti, yaitu: (1) keberadaan manusia itu sendiri, atau, cara khusus manusia dalami menjalani hidupnya; (2) makna hidup; dan (3) perjuangan manusia untuk menemukan makna yang konkrit di dalam hidupnya, dengan kata lain, keinginan seseorang untuk mencari makna hidup.

Dalam mempelajari kewirausahaan, para pembelajar perlu menyadari bahwa keberadaan (eksistensi)nya selalu ditentukan oleh dirinya sendiri. Sebagai manusia dibutuhkan kesadaran akan diri, tahu diri dan tahu menepatkan dirinya baik sebagai pribadi maupun sebagai bagian dari masyarakatnya. Setiap manusia memiliki kebebasan dalam memilih dari berbagai jenis pilihan yang dianggap benar untuk mencapai kesempurnaan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hidup. Hidup tidak bisa diterima sebagaimana adanya, karena hidup belum selesai sehingga dapat diubah dan bahkan harus diubah ke arah yang lebih baik. Adanya kebebasan untuk berbuat dan menjadi sesuatu yang diinginkan harus diiringi dengan tanggung jawab atas kebebasan itu.

Di dalam kebebasannya, setiap manusia bertindak senantiasa berdasarkan karakter, kecenderungan, potensi dan pembawaannya masing-masing. Setiap manusia harus menyadari bahwa Tuhan telah memberikan kelebihan-kelebihan kepada dirinya yang bisa jadi tidak dimiliki oleh orang lain, dan jika kelebihan-kelebihan tersebut tidak digunakan secara maksimal, berarti manusia yang bersangkutan kurang mensyukuri nikmat yang telah diberikan oleh-Nya. Hal ini sangat jelas ditegaskan dalam Kitab Suci Al-Quran Surah Al- Isra' ayat 84 yang terjemahannya, sebagai berikut:

> "*Katakanlah: Setiap orang berbuat menurut syakilah-nya masing-masing. Karena Tuhan-mu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya* (Q.S. Al-Isra' [17]: 84).

Syakilah dalam ayat tersebut dimaknakan sebagai karakter, kecenderungan, potensi, pembawaan atau diartikan sebagai bentukan-Nya atau sesuai dengan desain yang ditetapkan oleh-Nya bagi seseorang. Nabi Muhammad Saw juga menegaskan dalam hadits yang diriwayatkan oleh HR. Bukhari:

> *"Setiap orang itu dibuat mudah untuk melakukan sesuatu yang diciptakan untuknya"* (HR. Bukhari).

Dalam konteks lain, Jack Trout (2000) mengemukakan bahwa "*Jika Anda mengabaikan keunikan Anda dan mencoba untuk memenuhi kebutuhan semua orang, Anda langsung melemahkan apa yang membuat Anda berbeda*". Dalam konteks yang berbeda pula, seorang penulis dan wartawan Inggeris Katharine Whitehorn (1975) mengemukakan: "*The best career advice to give to the young is Find out what you like doing best and get somone to pay you for doing it*"

Berangkat dari argumen bahwa setiap manusia memiliki potensi, kebebasan untuk bertindak dan menjadi sebagaimana yang diinginkan, serta alasan-alasan yang cukup mendasar sebagaimana yang telah diuraikan, Suryana (2005) mendefenisikan kewirausahaan eksistensial sebagai jalur aktualisasi potensi-potensi diri (bakat, sikap, pengetahuan, keterampilan) untuk menciptakan "dunia esok" lebih baik dari "dunia kini" dengan menghasilkan produk/jasa yang berfungsi meningkatkan kualitas hidup sesama manusia dan menyajikannya pada tingkat harga dan tempat yang terjangkau oleh pemakai (konsumen) yang membutuhkan serta mengendalikan konsekuensi penerimaan yang wajar bagi dirinya dan para *stakeholders* dan mengendalikan dampak ke arah positif bagi komunitas lokal, komunitas bisnis dan lingkungan global dengan menjadikan entitas bisnisnya sebagai simpul komunitas stakeholders.

Dengan defenisi tersebut, kewirausahaan eksistensial dilandasi dengan beberapa asas, yaitu:

a. *Asas Fungsi Kekhalifahan Manusia***.** Tuhan telah mendelegasikan wewenang pengelolaan Bumi kepada manusia untuk menciptakan nilai tambah bagi keseluruhan penghuninya, serta telah melengkapi setiap manusia dengan potensi fitrahnya masing-masing.
b. *Asas Nilai-nilai Terpadu*. Produk yang diciptakan wirausaha merupakan pewujudan dan pembawa nilai ("kebajikan") tertentu, yang dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan dan peningkatan kualitas kehidupan sesama manusia.
c. *Asas Efektivitas Pelayanan.* Wirausaha menciptakan sistem penyampaian produk serta

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

jasa-jasa pendukungnya hingga pengguna dapat menjangkaunya dan memanfaatkannya secara efektif.

d. *Asas Profitabilitas yang Adil.* Profit merupakan syarat dan indikator keberhasilan usaha, perlu terdistribusi secara adil antar *stakeholders,* karena itu tidak harus mencapai tingkat maksimum

e. *Asas Sustainabilitas.* Wirausaha mengendalikan dampak lingkungan dari usahanya agar tidak merusak (negatif), dan bahkan berusaha menciptakan dampak positif (pelestarian sumberdaya alam).

f. *Asas Bisnis sebagai Simpul Komunitas.* Wirausaha tidak membatasi kiprahnya hanya pad

a transaksi-transaksi bisnis semata, tapi berlanjut dengan merajut komunitas internal maupun komunitas eksternal antar *stakeholders.*

Rangkuman

1. Kewirausahaan adalah kewirausahaan merupakan kemauan dan kemampuan seseorang dalam menghadapi berbagai resiko dengan mengambil inisiatif untuk menciptakan dan melakukan hal-hal baru melalui pemanfaatan kombinasi berbagai sumberdaya dengan tujuan untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada seluruh pemangku kepentingan (*stakeholders*) dan memperoleh keuntungan sebagai konsekuensinya.

2. Motivasi berwirausaha diantaranya *Motivasi material*, mencari nafkah untuk memperoleh pendapatan atau kekayaan, *Motivasi rasional-intelektual*, mengenali peluang dan potensialitas pasar, menggagas produk atau jasa untuk meresponnya, *Motivasi emosional-ekosistemik*, menciptakan nilai tambah serta memelihara kelestarian sumberdaya lingkungan, *Motivasi emosional-sosial*, menjalin hubungan dengan atau melayani kebutuhan sesama manusia, *Motivasi emosional-intrapersonal (psiko-personal*), aktualisasi jatidiri dan/atau potensi- potensi diri dalam wujud suatu produk atau jasa yang layak pasar, dan *Motivasi spiritual*, mewujudkan dan menyebarkan nilai-nilai transendental, memaknainya sebagai modus beribadah kepada Tuhan.

3. proses pembelajaran kewirausahaan eksistensial ini, diupayakan memberi ruang pilihan yang luas bagi mahasiswa untuk memilih gagasan/ide usaha atau produk sesuai dengan potensi dirinya masing-masing, ibarat di sebuah kafetaria setiap pengunjung dapat memilih makanan dan minuman dengan sistem swalayan sesuai dengan seleranya dan tentunya kemampuan finansial yang dimiliki. Metode pembelajaran dirancang dan diterapkan selaras dengan pembentukan karakter-karakter dan/atau kompetensi wirausaha yang dituju.

4. Setidaknya satu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Latihan

1. Apa yang Anda pahami tentang kewirausahaan eksistensial?

2. Menurut Anda, apakah pembelajaran kewirausahaan hanya diperlukan bagi mereka yang ingin berkarir sebagai wirausahawan? Berikan penjelasan atas jawaban Anda!
3. Setelah Anda membaca materi pembelajaran ini disertai dengan pengetahuan awal mengenai kewirausahaan yang telah ada sebelumnya, maka Anda mengibaratkan (metafor) kewirausahaan sebagai apa? Jelaskan mengapa Anda mengibaratkan demikian!
4. Setelah lulus nanti (sebagai sarjana), Apakah Anda berniat berkarir sebagai wirausahawan? *(mohon dijawab dengan jujur dan beri tanda √ pada jawaban yang sesuai)*

☐ Ya, Alasannya:

_____

☐ Ragu-ragu, Alasannya: _____

_____

☐ Tidak, Saya ingin berkarir sebagai: _____

Alasannya:

_____

5. Apa saja harapan Anda dalam pembelajaran mata kuliah Kewirausahaan-1 terkait dengan dosen/tutor, fasilitas pembelajaran, materi dan metode pembelajaran, proses pembelajaran serta model evaluasi pembelajaran?

REFERENSI

Hisrich, Robert D, Peters, Michael P, dan Sheperd, Dean A, 2008. Kewirausahaan, New York: McGraw-Hill, Penerbit Salemba Empat.

Inpres No. 4 Tahun 1995 Tentang Gerakan Nasional Memasyarakatkan dan Membudayakan Kewirausahaan.

Kemitraan UMKM Perlu Waktu. Harian Media Indonesia Kamis 12 Juni 2008/No. 1003/

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tahun XXXIX, halaman 17.

Rajagukguk, Z., Eryanti P dan Nurmia S., 1998. Modul Pelatihan Tenaga Kerja Pemuda Mandiri Profesional. Direktorat Jenderal Pembinaan Penempatan Tenaga Kerja, Departemen Tenaga Kerja RI, Jakarta.

Suryana, A.S. Kewirausahaan Eksistensial untuk Wirausahawan Masa Depan. Materi pada Workshop on Improving of Students' Intention on Entrepreneurship and Practical Skill di Makassar, 30 September 2005.

Suryana, A.S. Peta Jalan Pembelajaran Kewirausahaan untuk Melahirkan Pelaku Agribisnis Genre Baru. Disajikan sebagai Gagasan-gagasan Retrospektif untuk Penyempurnaan Kurikulum pada Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin di Makassar, 13 Juli 2009.

Trout, J. With Steve R, 2000. Differentiate or Die: Survival in Our Era of Killer Competition. Published by John and Sons, Inc., New York.

Tunggal, A.W., 2008. Pengantar Kewirausahaan (Edisi Revisi). Harvarindo, Jakarta.

Wennekers, Sander, and Roy Thurik (1999). Linking entrepreneurship and economic growth. Small Business Economics 13: 27–55.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Paket 2
ANALISIS POTENSI DIRI DAN KARAKTER WIRAUSAHAWAN POTENSIAL

Pendahuluan

Fokus perkuliahan ini adalah tentang analisis potensi diri dan karakter wirausahawan potensial. Dalam paket 2 ini, mahasiswa akan memahami potensi dan karakter wirausahawan potensial. Sebelum perkuliahan berlangsung, Setiap mahasiswa membuat review materi setiap kali pertemuan sesuai dengan topik. Mahasiswa menuliskannya dalam bentuk tulisan tangan dan saat perkuliahan berlangsung mendiskusikannya bersama . Dengan penguasaan pada paket 2 ini diharapkan dapat mengidendifukasi indicator-indikator potensi dan karakter orang yang akan menjadi wirausahawan potensial.

Sebagai penunjang dalam pembelajaran, perangkat media menjadi penting untuk dihadirkan. Dalam perkuliahan ini dibutuhkan media pembelajaran berupa LCD dan laptop sebagai media penyampai *feedback* dari dosen setelah berdiskusi. Selain itu dibutuhkan sipdol sebagai alat penunjang dalam menjelaskan materi perkuliahan.

Rencana Pelaksanaan Perkuliahan

Kompetensi Dasar

Setelah melalui proses pembelajaran ini, mahasiswa peserta mata kuliah dapat mengenal potensi diri yang dimiliknya dan mampu memproyeksikan potensi diri dengan karakter wirausahawan potensial.

Indikator

Pada akhir perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat:

1. Mampu mengambarkan dan mengidentifikasi potensi kewirausahaan
2. Mampu menjelaskan karakter wirausahawan

Waktu

2x50

Materi Pokok

1. Karakterisrtik potensi kewirausahaan
2. Karakter wirausahawan

Kegiatan Perkuliahan

Kegiatan awal (10 Menit)

1. Branstroming dengan hasil review dari mahasiswa tentang materi yang telah direview
2. Penjelasan pentingnya menpelajari paket

Kegiatan inti (80 Menit)

1. Membagi mahasiswa dalam 5 kelompok
2. Masing-masing kelompok mendiskusikan sub tema:
3. Presentasi hasil diskusi dari masing-masing kelompok
4. Selesai presentasi setiap kelompok , kelompok lain memberikan klarifikasi
5. Penguatan hasil diskusi dari dosen
6. Dosen memberi kesempatan pada mahasiswa untuk menanyakan materi yang belum dipahami atau menyampaikan gagasan lain.

Kegiatan Penutup(10 Menit)

1. Memberikan *Feedback* atas materi yang telah dibahas
2. Memberikan saran dan motovasi bagi mahasiswa

Kegiatan Tindak Lanjut

1. Memberi tugas latihan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Mempersiapkan perkuliahan selanjutnya

Lembar Kegiatan

Membuat catatan penting

Tujuan

Mahasiswa dapat memahami konsep dasar tentang konsep kewirausahaan dalam bentuk uraian atau catatan penting

Bahan dan Alat

Kertas plano, dan spidol, dan sulasi

Langkah Kegiatan

1. Mahasiswa dalam kelompok memilih pemandu diskusi dan penulis hasil diskusi
2. Mahasiswa mendiskusikan materi yang telah ditentukan dengan anggota kelompok
3. Tuliskan hasil diskusi dalam bentuk catatan-catatan penting di kertas plano dan ditempelkan didinding kelas/papan tulis
4. SEtiap kelompok mempresentasikan hasil catatan yang terdapat di kertas plano
5. Mahasiswa mempresentasikan hasil kerja secara bergiliran, dengan waktu presentasi 7 menit
6. Mahasiswa kelompok lain dapat memberikan tanggapan atau klarifikasi dari presentasi

Uraian Materi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Mengenal Potensi Diri

Sebagai seorang manusia biasa sudah pastilah kita memiliki hasrat dan keinginan untuk menunjukkan potensi-potensi diri yang kita miliki. Sebagai bentuk kesyukuran sebagai seorang hamba atas nikmat yang diberikan oleh Tuhan adalah dengan mau belajar memahami segala bentuk karunia yang telah diberikan dan berupaya untuk meraih sukses dengan memanfaatkan potensi yang diberikan. Masih banyak dari kita mungkin tidak dapat mengenal bahwa di dalam diri terdapat potensi yang besar, karena kita tidak mampu memahami siapa diri kita sebenarnya. Cara berpikir yang terlalu sempit terhadap diri sendiri dengan selalu menilai bahwa diri kita sederhana, mungkin saja menjadi salah satu penyebab. Kalimat bahwa saya tidak mampu, saya tidak punya potensi untuk itu, dia bisa karena dia punya segalanya...sedangkan saya, dan kalimat-kalimat yang bernada meremehkan diri sendiri adalah contoh cara berpikir sempit terhadap diri sendiri.

Jika kita ingin mengawali perjalanan hidup menuju kesuksesan, kita harus berani keluar dari cara berpikir yang terlalu sempit. Jangan kita menyangka bahwa seseorang yang mencapai sukses itu diraih dengan gampang, tanpa rintangan dan penuh suka cita. Bisa jadi orang yang sukses tersebut ketika memulai karirnya, kehidupan yang dimiliki lebih memprihatinkan daripada diri kita atau mungkin saja dia memulai karirnya dari kondisi minus, bukan dimulai dari nol.

Bagaimana situasi dan kondisi kekinian diri kita tidak terlepas dari apa yang telah kita lakukan dan terjadi di masa lalu, demikian pula bagaimana kita di masa depan akan ditentukan oleh apa yang kita lakukan di masa kini. Berangkat dari alasan tersebut, maka ada baiknya jika kita mencoba kembali memutar "rekaman" masa lalu kita, yaitu masa sejak lahir hingga dewasa seperti saat ini. Mungkin dengan cara ini, kita akan dapat menarik hikmah atau pelajaran-pelajaran penting dari berbagai pengalaman hidup (suka dan duka) yang pernah dialami di masa lalu.Mengenang kembali masa lalu bukan berarti kita harus larut dengan suka maupun duka yang pernah dialami, tetapi setidaknya dari pengalaman tersebut kita dapat memahami bagaimana diri kita saat ini dan mengapa kita bisa seperti saat ini. Hidup akan terus kita jalani hingga batas akhir yang entah kita tidak tahu waktunya, namun yang pasti kita akan mencapai titik akhir dari kehidupan ini. Demikian halnya dengan akhir kehidupan, apa yang akan terjadi terhadap diri kita di masa yang akan datang segalanya penuh dengan ketidakpastian. Masa lalu yang pernah kita jalani tidak mungkin terulang kembali, tetapi bukan berarti kita harus melupakannya. Bisa jadi apa yang pernah kita alami dapat menjadi pelajaran untuk meniti hidup ke masa depan. Hidup ini ibarat perjalanan dengan mengendarai kendaraan, sesekali kita harus menengok ke belakang (melalui kaca *spion* kendaraan) meskipun kita tetap melaju ke depan. Apa jadinya jika kita mengendarai kendaraan tanpa sesekali memperhatikan ada apa di belakang kita? Meskipun demikian, jangan pula perjalanan hidup menuju ke masa depan kita lakukan dengan selalu melihat ke masa lalu, hidup didominasi oleh masa lalu seakan-akan kita hidup di masa lalu. Apa jadinya pula jika kita mengendarai kendaraan dengan perhatian selalu tertuju ke belakang? Ilustrasi perjalanan berkendaraan ini seperti apa yang dikatakan oleh Art Linkletter, seorang motivator kelahiran Kanada, bahwa: "*Saya belajar dari kesalahan dan kegagalan saya, tapi setelah itu saya akan meninggalkan mereka di belakang dan menguburnya dalam-dalam, agar mereka tidak bisa menghalangi saya untuk maju di kemudian hari*".

Sebagai langkah awal untuk memutar "rekaman" masa lalu kita adalah dengan mempertanyakan pada diri kita sendiri dengan pertanyaan "Siapa Aku?". Pertanyaan ini

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

nampaknya singkat dan cukup sederhana, namun mungkin ketika kita ingin menjawabnya, kita mengalami kesulitan yang luar biasa. Tentu saja menjawab pertanyaan ini tidak hanya sekadar menyebutkan nama kita, nama orang tua kita, alamat domisili kita. Namun pertanyaan ini setidaknya dapat menjawab ada apa di balik diri kita dan diri kita lebih dari sekadar mewarisi sifat-sifat keturunan dari orang tua. Melalui pertanyaan ini kita harus menyadari bahwa diri kita terbentuk dari rangkaian peristiwa dan pengalaman sepanjang perjalanan hidup kita sejak lahir hingga menjadi dewasa seperti saat ini.

Sejak kita lahir, kita dibesarkan oleh keluarga yaitu kedua orang tua kita, ayah dan ibu kita. Namun tidak mustahil juga, ada di antara kita yang tidak dibesarkan oleh orang tua kandung. Siapa pun yang membesarkan dan mendidik kita, merekalah orang tua kita dalam fungsinya sebagai pengasuh dan pendidik kita. Siapa pun mereka, tidak dapat dipungkiri bahwa merekalah yang membesarkan, mengasuh, mendidik dan mempersiapkan diri kita agar suatu saat dapat melepaskan diri sebagai manusia yang dapat menentukan sendiri tindakan dan langkah apa yang dapat dilakukan untuki menuju ke masa depan dan tentunya bertanggung jawab terhadap diri kita sendiri sebagai manusia dewasa. Kedua orang tua kitalah yang pertama kali memberikan pengalaman belajar dan pengalaman hidup kepada kita yang mungkin sebagian dari pengalaman tersebut ternyata berguna sebagai bekal dasar bagi pengembangan karir kewirausahaan yang akan kita pilih. Ketika kita sudah mulai dapat berjalan dan memiliki keberanian untuk keluar dari rumah, bergaul dengan anak-anak tetangga atau teman-teman sebaya kita di sekitar rumah, di saat itulah kita memulai memasuki pendidikan di luar rumah. Di masa-masa inilah kita menjalani suatu proses pendidikan informal. Ketika kita sudah menginjak usia sekolah, kita mulai disekolahkan, mungkin dimulai dari taman bermain atau taman kanak-kanak, selanjutnya ke sekolah dasar, sekolah lanjutan pertama, sekolah lanjutan atas hingga saat ini duduk di bangku perguruan tinggi. Masa pendidikan di sekolah ini merupakan masa pendidikan formal kita. Di saat yang sama, mungkin kita mengikuti berbagai kegiatan ekstra kurikuler, semisal pramuka, palang merah, olah raga, seni dan sebagainya. Saat yang sama pula kita mengalami proses pembelajaran secara non-formal.

Berbagai rentetan peristiwa-peristiwa yang telah kita lalui di masa pendidikan tersebut, bisa jadi kita dapat memperoleh pengalaman-pengalaman yang dapat membentuk karakter kita dan mungkin saja menjadi penguat tekad kita dalam memilih karir sebagai wirausaha.

Sebagian dari kita mungkin mulai bekerja mencari nafkah setelah lepas dari masa-masa sekolah. Tetapi tidak jarang pula, ada di antara kita yang telah melakoni sebagai pekerja sambil bersekolah atau malah telah mulai bekerja sejak usia dini baik sekadar membantu orang tua atau pun bekerja secara mandiri. Bagi yang telah bekerja sambil bersekolah atau sejak usia dini, masa pengalaman mencari nafkah terjadi bersamaan atau menjadi bagian dari proses asuhan dalam keluarga pendidik maupun proses pendidikan di luar bbrumah. Peristiwa-peristiwa yang dialami dalam masa pengalaman bekerja mencari nafkah ini, bila kita renungkan secara mendalam, kita akan memperoleh hikmah dan lebih memperkuat lagi tekad kita untuk memilih karir sebagai wirausahawan.

Dukungan keluarga (prokreasi) yakni suami atau istri bahkan anak-anak kita sangat menentukan perjuangan kita dalam meniti karir kesuksesan sebagai wirausahawan. Jika masih berstatus lajang dan belum ada niat untuk mengakhiri status lajang, berarti masa pembentukan keluarga prokreasi ini belum dialami. Tetapi sebagai manusia normal, tentunya ada keinginan dan mungkin tidak lama lagi akan memasuki masa ini. Barangkali ada baiknya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

juga sebelum memasuki masa ini, ada upaya yang kita lakukan untuk membicarakan dan menyepakati jalur karir yang akan ditempuh dengan (calon) pasangan kita.

Pengalaman meniti kehidupan sejak lahir hingga dewasa sebagaimana yang tergambar dari "pemutaran rekaman" masa lalu kita seperti yang telah diuraikan, maka untuk memudahkan menjawab pertanyaan "Siapa Aku?" ada baiknya kita dapat mengungkapkannya dalam periode masa yang dipilah menjadi:

a. Masa asuhan dalam keluarga pendidik
b. Masa pendidikan di luar rumah
c. Masa pengalaman mencari nafkah
d. Masa pembentukan keluarga prokreasi

Untuk membantu dalam mengungkapkan pengalaman-pengalaman penting bagi pembentukan diri, beberapa contoh pertanyaan sesuai dengan bagian masa yang yang hendak diungkapkan disajikan pada Bingkai 1.

Berangkat dari "rekaman" masa lalu sebagai sketsa "wajah" diri kita, ada baiknya untuk kepentingan pembelajaran kewirausahaan perlu pula kita mengenal sketsa "wajah" yang lain, yaitu sketsa "wajah" wirausahawan. Karakter-karakter apa saja yang mutlak dimiliki oleh seorang wirausahaan. Dari sketsa "wajah" wirausahawan tersebut, Anda dapat bercermin dan mencoba menarik kesimpulan menyangkut karakter-karakter wirausahawan mana saja yang dominan yang ada pada diri kita.

Karakter yang dimiliki oleh wirausahawan sukses pada dasarnya merupakan hasil dari perpaduan berbagai aspek potensi diri dan faktor-faktor lingkungan yang terwujud dalam aktualisasi diri dalam bentuk sikap dan perilaku yang menunjukkan bahwa mereka memang memiliki karakter tersebut. Sikap dan perilaku sangat dipengaruhi oleh sifat dan watak yang dimiliki oleh seseorang. Sifat dan watak yang baik berorientasi pada kemajuan dan positif merupakan sifat dan watak yang dibutuhkan oleh seorang wirausahawan agar wirausahawan tersebut dapat maju/sukses.

Bingkai 1

Pedoman Pertanyaan Berdasarkan Masa

SIAPA AKU?

1. **Masa Asuhan dalam Keluarga Pendidik**
   - Kapan dan dimana aku lahir?
   - Siapa nama lengkapku, nama panggilanku, yang memberikan aku nama dan makna dari namaku?
   - Siapa ayahku, siapa ibuku, apa pekerjaannya masing-masing?
   - Aku dilahirkan sebagai anak ke berapa, dari berapa orang bersaudara?
   - Hal-hal apa atau pengalaman-pengalaman apa yang aku peroleh dari ayah-ibuku atau siapa pun yang mengasuhku yang dinilai menentukan jalan hidupku saat ini dan mengapa demikian?
   - Hal-hal apa yang paling aku sukai dari pekerjaan ayah dan/atau pekerjaan ibuku dan mengapa aku menyukainya?

2. **Masa Pendidikan di Luar Rumah**
   - Saat umur berapa aku mulai sekolah di TK, SD, SMP, SMA hingga aku masuk ke perguruan tinggi?
   - Apa saja aktifitasku di sekolah selain belajar?
   - Lembaga-lembaga lain non-sekolah tempat aku belajar dan saat kapan aku belajar di tempat itu?
   - Siapa di antara guru-guru/instruktur/tutorku yang berpengaruh terhadap jalan hidupku, apa pengaruhnya dan mengapa aku berpendapat demikian?
   - Hal-hal apa yang paling aku sukai dari pekerjaan ayah dan/atau pekerjaan ibuku dan mengapa aku menyukainya?

3. **Masa Pengalaman Mencari Nafkah**
   - Sejak umur berapa aku bekerja mencari nafkah membantu orang tua, bekerja apa dan berapa lama?
   - Jenis-jenis pencarian nafkah apa yang aku alami kemudian dan berapa lama?
   - Aktifitas-aktifitas sosial apa yang pernah aku ikuti? Kapan dan di mana?
   - Apa manfaat yang dapat aku peroleh dari mengerjakan aktifitas-aktifitas sosial tersebut dan apa hikmah yang dapat aku tarik?
   - Diantara berbagai jenis pekerjaan mencari nafkah dan aktifitas sosial yang pernah aku lakukan, yang mana yang memberikan kepuasan terhadap diriku dan mengapa aku berpendapat demikian?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. **Masa Pembentukan Keluarga Prokreasi**
   - Siapa yang menjadi (calon) istri/suamiku?
   - Hal apa yang membuat aku tertarik pada (calon) istri/suamiku tersebut?
   - Pengalaman apa yang dapat aku tarik dari pengalaman hidup (calon) istri/suamiku dan sebaliknya pengalaman apa yang dapat ditarik oleh (calon) istri/suamiku dari pengalaman hidupku?
   - Dukungan apa yang dapat aku harapkan dari keluarga terhadap pekerjaanku dan sebaliknya dukungan apa yang keluarga harapkan dari pekerjaanku?

Sumber: disadur dan dikembangkan dari Suryana, A.S. dkk (1995)

Karakter Wirausahawan Potensial

Pengertian kewirausahaan yang berbeda-beda oleh para ahli menyebabkan pula beragamnya pendapat terhadap karakter-karakter yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan sukses. Kao (1983) *dalam* Tunggal (2008) menuturkan bahwa terdapat 11 karakteristik seorang wirausahawan, yaitu:

1. Total berkomitmen, menjadi penentu dan melindungi
2. Memiliki dorongan untuk mendapatkan dan bertumbuh.
3. Berorientasi kepada kesempatan dan tujuan.
4. Mempunyai inisiatif dan tanggung jawab personal.
5. Pemecah persoalan secara terus menerus.
6. Memiliki realisme dan dapat berbicara denan selingan humor.
7. Selalu mencari dan menggunakan umpan balik (*feedback*).
8. Selalu berfokus pada internal.
9. Menghitung dan mencari risiko.
10. Memiliki kebutuhan yang kecil untuk status dan kekuasaan.
11. Memiliki integritas dan reabilitas.

Alma (2007) dalam konteks karakter wirausahawan mengemukakan delapan anak tangga menuju puncak karir berwirausaha yang terdiri atas :

1. (Mau kerja keras (*capacity for hard work*)
2. Bekerjasama dengan orang lain (*getting things done with and through people*)
3. Penampilan yang baik (*good appearance*)
4. Yakin (*self confidence*)
5. Pandai membuat keputusan (*making sound decision*)
6. Mau menambah ilmu pengetahuan (*college education*)
7. Ambisi untuk maju (*ambition drive*)
8. Pandai berkomunikasi *ability to communicate*)

Sedangkan Gooffrey G. Meredith (2000) mengemukakan ciri dan watak wirausahawan, seperti berikut:

1. *Percaya diri* dengan watak keyakinan, kemandirian, individualitas dan optimisme.
2. *Berorientasikan tugas dan hasil* dengan watak kebutuhan akan prestasi, berorientasi pada laba, memiliki ketekunan dan ketabahan, memiliki tekad yang kuat, suka bekerja keras, energik dan memiliki inisiatif.
3. *Pengambil resiko* dengan watak memiliki kemampuan mengambil resiko dan suka pada tantangan.
4. *Kepemimpinan* dengan watak bertingkah laku sebagai pemimpin, bergaul dengan orang lain, suka terhadap[kritik dan saran yang membangun.
5. *Keorisinilan* dengan watak memiliki inovasi dan kreativitas tinggi, fleksibel, serta bisa dan memiliki jaringan bisnis yang luas.
6. *Berorientasi ke masa depan* dengan watak persepsi dan memiliki cara pandang/cara

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pikir yang berorientasi pada masa depan.

7. *Jujur dan tekun* dengan watak memiliki keyakinan bahwa hidup itu sama dengan kerja.

Kasmir (2007) mengemukakan ciri-ciri wirausahawan yang berhasil, sebagaimana yang diuraikan berikut ini:

1. *Memiliki visi dan tujuan yang jelas*. Hal ini berfungsi untuk menebak ke mana langkah dan arah yang dituju sehingga dapat diketahui langkah yang harus dilakukan oleh pengusaha tersebut
2. *Inisiatif dan selalu proaktif*. Ini merupakan ciri mendasar di mana pengusaha tidak hanya menunggu sesuatu terjadi, tetapi terlebih dahulu memulai dan mencari peluang sebagai pelopor dalam berbagai kegiatan.
3. *Berorientasi pada prestasi.* Pengusaha yang sukses selalu mengejar prestasi yang lebih baik daripada prestasi sebelumnya. Mutu produk, pelayanan yang diberikan, serta kepuasan pelanggan menjadi perhatian utama. Setiap waktu segala aktifitas usaha yang dijalankan selalu dievaluasi dan harus lebih baik dibanding sebelumnya.
4. *Berani mengambil risiko.* Hal ini merupakan sifat yang harus dimiliki seorang pengusaha kapanpun dan dimanapun, baik dalam bentuk uang maupun waktu.
5. *Kerja keras.* Jam kerja pengusaha tidak terbatas pada waktu, di mana ada peluang di situ dia datang. Kadang-kadang seorang pengusaha sulit untuk mengatur waktu kerjanya. Benaknya selalu memikirkan kemajuan usahanya. Ide-ide baru selalu mendorongnya untuk bekerja kerjas merealisasikannya. Tidak ada kata sulit dan tidak ada masalah yang tidak dapat diselesaikan.
6. *Bertanggungjawab terhadap segala aktifitas yang dijalankannya*, baik sekarang maupun yang akan datang. Tanggungjawab seorang pengusaha tidak hanya pada segi material, tetapi juga moral kepada berbagai pihak.
7. *Komitmen pada berbagai pihak* merupakan ciri yang harus dipegang teguh dan harus ditepati. Komitmen untuk melakukan sesuatu memang merupakan kewajiban untuk segera ditepati dana direalisasikan.
8. *Mengembangkan dan memelihara hubungan baik dengan berbagai pihak,* baik yang berhubungan langsung dengan usaha yang dijalankan maupun tidak. Hubungan baik yang perlu dlijalankan, antara lain kepada : para pelanggan, pemerintah, pemasok, serta masyarakat luas.

Secara sederhana, seorang wirausahawan dapat didefenisikan sebagai orang yang menghasilkan suatu produk (barang/jasa) yang ditujukan bukan untuk digunakan sendiri, melainkan untuk ditawarkan kepada pihak lain yang membutuhkan dan bersedia untuk membelinya dengan tingkat harga tertentu. Dari hasil penjualan tersebut, ia berhasil memperoleh pendapatan untuk nafkah hidupnya serta memperoleh keuntungan untuk mengembangkan usahanya lebih lanjut. Dalam pengertian ini, wirausahawan adalah sebagai peranan sosial yang menjadikan ekonomi suatu komunitas dapat berputar. Ukuran-ukuran lain dari kesuksesan seorang wirausahawan adalah keberlanjutan hidup perusahaannya, penyediaan lapangan kerja bagi masyarakat bangsanya, meningkatkan kesejahteraan karyawan-karyawannya, peningkatan kualitas hidup para pemakai produknya, serta perbaikan mutu lingkungan dari lokasi usahanya.

Berdasarkan pendefenisian wirausahawan secara sederhana tersebut, dengan tanpa

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bermaksud mengabaikan pendapat para ahli mengenai karakter wirausahawan yang telah dikemukakan, pada pembelajaran kewirausahaan ini menggunakan pengelompokan ciri dan karakter wirausahawan sebagaimana yang dikemukakan oleh Suryana, A.S. (2007) yang diuraikan berikut ini.

1. Percaya diri

Karakter yang masuk dalam ciri percaya diri adalah optimis, mandiri, jujur berintegritas, matang seimbang, berfokus pada diri, dan bertekad kuat. Dengan karakter-karakter tersebut, seorang wirausahawan percaya bahwa dirinya memiliki kemampuan- kemampuan tertentu yang dapat digunakan untuk mencapai sasaran-sasaran yang hendak dicapainya. Ia juga tidak akan gorah menghadapi gangguan-gangguan di tengah perjalanan untuk mencapai tujuan. Memiliki harga diri yang tinggi dan tidak mudah menyerah pada kegagalan. Pada saat mengalami kegagalan, ia menerimanya sebagai hambatan sementara dan sekaligus sebagai sumber belajar untuk menentukan upaya-upaya yang akan dilakukan selanjutnya.

2. Berani Mengambil Resiko

Ciri berani mengambil resiko meliputi karakter pengambil resiko yang moderat dan dapat diperhitungkan, mampu belajar dari kegagalan, toleran terhadap ketidakpastian, menyukai tantangan dan agresif. Dengan karakter tersebut, seorang wirausahawan menyadari bahwa tidak semua faktor yang mempengaruhi tercapainya hasil berada dalam pengendaliannya. Karena itu, dalam setiap usaha untuk mencapai keberhasilan, padanya melekat kemungkinan untuk gagal yang sering disebut sebagai suatu resiko. Nilai resiko bagi seorang wirausahawan dapat diperhitungkan atau diperkirakan secara intuitif. Bila nilai kerugian dari resiko terlalu kecil, bagi seorang wirausahawan tidak menarik untuk diambil, karena kurang menantang. Sebaliknya bila kemungkinan untuk berhasil terlalu kecil, ia pun tidak akan nekad untuk menghadapinya. Seorang wirausahawan hanya akan mengambil pilihan dengan resiko yang wajar dan realistis.

3. Kreatif-Inovatif

Energik, banyak akal (*resourcefull*), pengetahuan dan keterampilan luas (*versatile*), berdayacipta dan imajinatif dan luwes (fleksibel) adalah karakter yang menjadi ciri kreatif dan inovatifnya seorang wirausahawan. Tidak menyukai kerutinan maupun kemapanan yang menyebabkan seorang wirausahawan selalu kreatif menemukan hal-hal baru (inovatif). Ia tidak menyukai jalan buntu dan akan menghadapi segala situasi dan kondisi dengan sikap felksibel, serta selalu berupaya menemukan sumber-sumber alternatif sesuai dengan dasar wawasannya yang luas.

4. Berorientasi Tugas dan Hasil

Karakter wirausahawan yang termasuk dalam ciri berorientasi tugas dan hasil meliputi butuh prestasi (*need for Achievement/n-Ach*), tekun dan teliti, berorientasi pada sasaran, efektif dan produktif, serta berorientasi laba. Seorang wirausahawan bila memiliki ide/gagasan senantiasa merasa perlu segera menentukan tindakan-tindakan untuk mewujudkannya. Begitu ia telah memulai tindakan, perhatiannya semata-mata tertuju kepada hasil yang hendak dicapainya. Dengan motivasi untuk berprestasi yang tinggi dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

persediaan energi yang cukup ia berupaya untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkannya.

5. Kepemimpinan

Ciri kepemimpinan pada seorang wirausahawan dapat dilihat dari berbagai karakter yang dimilikinya, yaitu: pengambil keputusan yang cepat dan sistematis, berinisiatif dan proaktif, dinamis, tanggap terhadap kritikan dan saran, kepribadian yang menarik dan mudah bergaul, kooperatif, bertanggung jawab, sadar pengaruh/kekuasaan serta berorientasi pada pelayanan. Seorang wirausahawan yang memiliki karakter-karakter tersebut dapat dilihat dari kemampuannya bergaul dan membangun jejaring yang memiliki prospek yang saling menguntungkan. Terhadap saran dan kritikan dari pemangku kepentingan (*stakeholders*) serta pihak-pihak lain ditanggapi secara positif, bahkan dijadikan sebagai salah satu sumber informasi yang dapat dimanfaatkan untuk pembentukan gagasan-gagasan dalam rangka perbaikan dan perwujudannya.

6. Sadar Arus Waktu

Seorang wirausahawan harus sadar arus waktu yang ditandai dengan adanya karakter berupa memanfaatkan waktu dengan efisien, terarah ke masa depan, perspektif, menjalani waktu *kronos* dan menghayati waktu *kairo*s. Dengan karakter tersebut, seorang wirausahawan dapat menggunakan kesempatan yang ada (*kairos*) sebaik mungkin, karena ia sadar bahwa waktu memiliki kurun obyektif (*kronos*) yang sama bagi setiap orang, tidak ada orang yang memiliki lebih dari 24 jam sehari, 7 hari dalam seminggu dan 52 minggu dalam per tahun.

Rangkuman

1. Begitu ada perasaan untuk tergerak atau terpanggil untuk memilih karir sebagai seorang wirausahawan, sesungguhnya ini merupakan suatu peluang yang tidak dapat disia- siakan. Bukankah kemampuan dapat dicapai dengan mudah apabila ada kemauan? Dengan mencoba menyelami latar belakang kehidupan, pada dasarnya kita telah menemukan beberapa bagian penting dari diri kita, dan ini merupakan modal besar bagi kita untuk mengembangkan diri menuju masa depan yang penuh dengan ketidakpastian.

2. Kita juga telah mengenal bagaimana karakter yang dimiliki oleh seorang wirausahawan sukses. Mungkin selama ini kita mengenal sosok seorang wirausahawan sebagai manusia sehari-hari, karena dia adalah teman, sahabat atau keluarga kita. Dengan gambaran bagaimana karakter seorang wirausahawan sebagaimana yang dibahas dalam pembelajaran ini, kita dapat menjadikannya sebagai sebuah "cermin" untuk memproyeksikan karakter diri kita sendiri.

Latihan

Berikut ini terdapat 5 bagian tugas yang dapat membantu Anda untuk mengenal potensi-potensi diri Anda, yaitu:

1. Menulis Esei "Siapa Aku"

   Buatlah *autobiografi* Anda dalam bentuk esei "Siapa Aku?" yang mengungkapkan rangkaian peristiwa-peristiwa dan pengalaman hidup Anda sejak lahir hingga memasuki dunia kedewasaan saat ini. Tuliskan dalam bentuk esei berdasarkan kronologis kejadiannya; mulai dari Anda lahir, dididik dalam lingkungan keluarga, memasuki masa pendidikan formal, bergaul dengan masyarakat, dan seterusnya. Usahakan tulisan Anda sarat dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengalaman-pengalaman yang berkesan bagi Anda dan membentuk Anda seperti saat ini.

2. Mengenal potensi wirausaha: “Aku Sebagai Wirausahawan Potensial”

   Setelah Anda mengenal diri Anda sendiri melalui esei “Siapa Aku?” dan Anda telah mengenal karakter yang harus dimiliki oleh seseorang wirausahawan potensial, maka Anda diminta untuk memproyeksikan diri Anda sesuai dengan karakter tersebut. Sampai sejauh mana karakter wirausahawan potensial tersebut bersesuaian dengan karakter yang Anda miliki? Buat penilaiannya pada matriks kesesuaian berikut! Beri tanda (√) pada kesesuaian karakter yang Anda miliki dengan karakter wirausahawan potensial!

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

No	Karakter Wirausahawan Potensial	Kesesuaian *(beri tanda√ pada pilihan yang sesuai)*				
		Sama sekali Tidak Sesuai	Kurang Sesuai	Mungkin Sesuai	Sesuai	Sangat Sesuai
1.	Percaya Diri					
2.	Berorientasi Tugas dan Hasil					
3.	Pengambil Resiko yang Wajar					
4.	Kepemimpinan					
5.	Keorisinilan					
6.	Kesadaran arus waktu					

Selanjutnya, ungkapkan bukti-bukti yang berasal dari berbagai pengalaman hidup Anda yang mendukung bahwa memang Anda memiliki karakter tersebut!

3. Menginventarisasi hobby/keterampilan serta penggunaannnya

   Mungkin Anda memiliki beberapa hobby/keterampilan, namun hingga saat ini Anda belum memanfaatkannya sehingga Anda belum merasakan hasil yang dapat Anda peroleh dari hobby/keterampilan tersebut. Anda diminta untuk menginventarisir hobby/keterampilan, bagaimana penggunaannya, serta hasil yang telah Anda peroleh dan menuliskannya pada matriks berikut.

No.	Keterampilan/Hobby	Penggunaannya	Hasil yang Telah Diperoleh

4. Menyusun Neraca Pribadi

   Kekayaan Anda terdiri dari harta serta kewajiban (hutang) yang Anda harus penuhi. Untuk mengetahui sampai seberapa besar harta dan kewajiban Anda. Untuk itu, Anda diminta mengisi matriks neraca pribadi berikut sesuai dengan kenyataan yang Anda ketahui (bila perlu Anda dapat menghubungi keluarga/orang tua Anda untuk memperoleh informasi terkait dengan analisis neraca pribadi Anda).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

No.	Uraian	Nilai Berdasarkan Status Penguasaan (Rp)	
		Sendiri	Keluarga
A.	**HARTA**		
I.	**Harta Lancar**		
	1. Kas		
	2. Tabungan		
	3. Piutang		
	4. Asuransi		
	5. ……		
	6. ……		
	Sub Total I		
II.	**Harta Tetap**		
	1. Tanah		
	2. Bangunan		
	3. Kendaraan		
	4. ……		
	5. ……		
	6. ……		
	Sub Total II		
	TOTAL HARTA ***(Sub Total I + II)***		
B.	**KEWAJIBAN DAN MODAL**		
III.	**Kewajiban (Utang/Pinjaman)**		
	1. Bank		
	2. Lembaga Keuangan Non-Bank		
	3. Keluarga		
	4. Teman		
	5. ……		
	6. ……		
	Sub Total III		
IV.	**Modal Bersih**		
	TOTAL KEWAJIBAN DAN MODAL ***(Sub Total III + IV)***		

Catatan: Nilai Total Harta **(I + II)** = Nilai Total Kewajiban dan Modal **(III + IV)**

5. Merumuskan Visi dan Misi Pribadi

Berdasarkan uraian dari beberapa bagian di atas, ada baiknya Anda perlu pula merumuskan Visi dan Misi Pribadi Anda. Sebaiknya Visi dan Misi Pribadi Anda dirumuskan dalam satu-dua kalimat yang memiliki satu kesatuan makna. Visi Pribadi merupakan jawaban dari pertanyaan "Ingin menjadi Apakah Anda di masa yang akan datang?", sedangkan Misi Pribadi menguraikan "Apa yang harus Anda lakukan (tugas hidup) untuk mencapai visi pribadi Anda?". Rumusan Visi dan Misi Pribadi Anda tersebut dapat Anda tuliskan pada bingkai berikut.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

VISI PRIBADI

MISI PRIBADI

REFERENSI

Alma, B., 2007, *Kewirausahaan* (Edisi Revisi), Penerbit Alfabeta, Bandung. Kasmir, 2007. *Kewirausahaan*. Penerbit PT. Raja Grafindo Perkasa, Jakarta.

Meredith, G.G., 2000. *Kewirausahaan: Teori dan Praktek*. Penerbit Pustaka Binaman Pressindo, Jakarta.

Syamsuddin, A.S., Imelda R.I, Idris S., Agus A., Eymal B.D., Suardi B. dan Rusli M.R., 1995. *Mulai dari Usaha Kecil Merintis Karir Kewirausahaan Anda*. Pusat Pengembangan Usaha Kecil Kawasan Timur Indonesia (PUKTI) kerjasama Kondrad Adenauer Stiftung Internationales Institut.

Syamsuddin, A.S., 2007. *Mencipta Produk, Membangun Usaha Mandiri*. Paket Pelatihan Kewirausahaan untuk Alumni Unhas, Kerjasa Ikatan alumni Universitas Hasanuddin dengan Pusat Pengembangan Usaha Kecil Kawasan Timur Indonesia (PUKTI), Januari – April 2007 di Makassar.

Tunggal, A.W., 2008. *Pengantar Kewirausahaan* (Edisi Revisi). Harvarindo, Jakarta

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Paket 3
Peluang-peluang usaha

Pendahuluan

Fokus perkuliahan ini adalah tentang analisis potensi diri dan karakter wirausahawan potensial. Dalam paket 2 ini, mahasiswa akan memahami potensi dan karakter wirausahawan potensial. Sebelum perkuliahan berlangsung, Setiap mahasiswa membuat review materi setiap kali pertemuan sesuai dengan topik. Mahasiswa menuliskannya dalam bentuk tulisan tangan dan saat perkuliahan berlangsung mendiskusikannya bersama . Dengan penguasaan pada paket 3 ini diharapkan dapat mengidendifukasi peluang usaha.

Sebagai penunjang dalam pembelajaran, perangkat media menjadi penting untuk dihadirkan. Dalam perkuliahan ini dibutuhkan media pembelajaran berupa LCD dan laptop sebagai media penyampai *feedback* dari dosen setelah berdiskusi. Selain itu dibutuhkan sipdol sebagai alat penunjang dalam menjelaskan materi perkuliahan.

Rencana Pelaksanaan Perkuliahan

Kompetensi Dasar

Setelah mengikuti pembelajaran ini, mahasiswa peserta mata kulia diharapkan mampu mengidentifikasi peluang-peluang usaha potensil yang ada disekitar lingkungannya dan menetapkan gagasan usaha/produk yang dapat meningkatkan kualitas hidup sesama manusia

Indikator

Pada akhir perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat:

1. Mengidentifikasi peluang-peluang usaha potensial
2. Menggambarkan gagasan/usaha yang potensial

Waktu

2x50

Materi Pokok

1. Identifikasi peluang usaha
2. Identifikasi gagasan usaha

Kegiatan Perkuliahan

Kegiatan awal (10 Menit)

1. Branstroming dengan hasil review dari mahasiwa tentang materi yang telah direview
2. Penjelasan pentingnya menpelajari paket

Kegiatan inti (80 Menit)

1. Membagi mahasiswa dalam 5 kelompok

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Masing-masing kelompok mendiskusikan sub tema:
3. Presentasi hasil diskusi dari masing-masing kelompok
4. Selesai presentasi setiap kelompok , kelompok lain memberikan klarifikasi
5. Penguatan hasil diskusi dari dosen
6. Dosen memberi kesempatan pada mahasiswa untuk menanyakan materi yang belum dipahami atau menyampaikan gagasan lain.

Kegiatan Penutup(10 Menit)

1. Memberikan *Feedback* atas materi yang telah dibahas
2. Memberikan saran dan mo tovasi bagi mahasiswa

Kegiatan Tindak Lanjut

1. Memberi tugas latihan
2. Mempersiapkan perkuliahan selanjutnya

Lembar Kegiatan

Membuat catatan penting

Tujuan

Mahasiswa dapat memahami konsep dasar tentang konsep kewirausahaan dalam bentuk uraian atau catatan penting

Bahan dan Alat

Kertas plano, dan spidol, dan sulasi

Langkah Kegiatan

1. Mahasiswa dalam kelompok memilih pemandu diskusi dan penulis hasil diskusi
2. Mahasiswa mendiskusikan materi yang telah ditentukan dengan anggota kelompok
3. Tuliskan hasil diskusi dalam bentuk catatan-catatan penting di kertas plano dan ditempelkan didinding kelas/papan tulis
4. SEtiap kelompok mempresentasikan hasil catatan yang terdapat di kertas plano
5. Mahasiswa mempresentasikan hasil kerja secara bergiliran, dengan waktu presentasi 7 menit
6. Mahasiswa kelompok lain dapat memberikan tanggapan atau klarifikasi dari presentasi

Uraian Materi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menemukan Peluang Usaha

Peluang usaha bersumber dari adanya kebutuhan dari individu atau masyarakat. Oleh karena itu jika ingin mulai mewujudkan berwirausaha, hendaknya terlebih dahulu menjawab pertanyaan" "*Apakah yang menjadi kebutuhan masyarakat atau kebanyakan anggota masyarakat saat ini atau di masa yang akan datang*?". Untuk memahami kebutuhan masyarakat diperlukan suatu diagnosa terhadap lingkungan usaha secara keseluruhan, yang meliputi faktor ekonomi, politik, pasar, persaingan, pemasok, teknologi, sosial dan geografi.

Lingkungan usaha senantiasa berubah setiap saat, bahkan perubahannya cukup pesat dan seiring dengan itu terjadi pula perubahan kebutuhan masyarakat. Untuk menemukan peluang usaha yang prospektif seharusnya kita sebagai wirausahawan senantiasa mencari informasi yang terkait dengan perubahan lingkungan dan kebutuhan masyarakat. Sumber informasi dapat diperoleh dari instansi/lembaga pemerintah, media massa, pasar atau mungkin melalui wawancara dengan konsumen. Jadi, peluang senantiasa ada karena perubahan-perubahan terus berlangsung baik di tingkat individu, maupun ditingkat masyarakat. Kemampuan kita melihat peluang sangat tergantung dari informasi yang kita peroleh tentang faktor lingkungan usaha.

Berangkat dari pertanyaan di atas dengan memanfaatkan potensi diri kita, maka dalam menemukan peluang usaha yang cocok, kita dapat menggunakan dua pendekatan, yaitu:

a. Pendekatan *in-side-out* (dari dalam ke luar) bahwa keberhasilan akan dapat diraih dengan memenuhi kebutuhan yang ada saat ini.
b. Pendekatan *out-side-in* (dari luar ke dalam) bahwa keberhasilan akan dapat diraih dengan menciptakan kebutuhan

Memilih Lapangan Usaha dan Mengembangkan Gagasan Usaha

Setelah mengetahui kebutuhan masyarakat dan berhasil menemukan berbagai lapangan usaha dan gagasan usaha, maka langkah berikutnya adalah menjawab pertanyaan: "*Manakah di antara lapangan usaha dan gagasan-gagasan usaha tersebut yang paling tepat dan cocok untuk saya?*" Pertanyaan ini sangat tepat, mengingat setiap orang memiliki potensi diri yang berbeda-beda. Tentunya dalam memilih lapangan usaha dan mengembangkan gagasan usaha, kita perlu menyesuaikan dengan potensi diri yang kita

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

miliki. Kekeliruan dalam memilih yang disebabkan karena ketidakcocokan atau ketidaksesuaian pada akhirnya akan mendatangkan kesulitan atau bahkan kegagalan di kemudian hari.

Telah banyak fakta yang dapat dikemukakan, bahwa masih banyak wirausahawan yang memulai usahanya dengan melihat keberhasilan orang lain dalam menjalankan usahanya (*latah* atau ikut-ikutan). Pada hal belum tentu orang lain berhasil dalam suatu lapangan usaha, kita juga dapat berhasil dengan lapangan usaha yang sama. Mungkin saja orang lain berhasil karena potensi diri yang dimilikinya cocok dengan lapangan usaha tersebut dan kemampuan dia untuk mengakses informasi terkait dengan usaha yang dijalankannya. Bisa saja kita mengikuti orang yang telah berhasil dalam suatu lapangan usaha, namun kita perlu memiliki nilai lebih dari aspek kualitas yang kita tawarkan kepada konsumen. Namun kemampuan menawarkan aspek kualitas yang lebih tetap juga terkait dengan potensi diri yang kita miliki.

Olehnya itu, dalam memilih lapangan usaha yang akan kita geluti, perlu dipertimbangkan hal-hal berikut:

a. Lapangan usaha yang cocok untuk orang lain belum tentu cocok bagi kita.
b. Lapangan usaha yang pada masa lalu menguntungkan, belum tentu pada saat ini masih menguntungkan, atau lapangan usaha yang menguntungkan saat ini belum tentu menguntungkan di masa yang akan datang.
c. Lapangan usaha yang berkembang baik di suatu daerah, belum tentu dapat berkembang dengan baik pula di daerah lain, dan sebaliknya.

Berangkat dari pertimbangan-pertimbangan tersebut, maka dalam memilih lapangan usaha, kita perlu kembali melihat dan mengkaji kondisi internal kita dan kondisi eksternal dimana usaha kita jalankan, karena faktor internal dan eksternal ini akan sangat menentukan kesuksesan kita dalam menjalankan usaha. Faktor internal yang dimaksud seperti penguasaan sumberdaya (lahan, bangunan, peralatan dan finansial), penguasaan teknis atau keterampilan, penguasaan manajemen dan jejaring sosial yang kita miliki. Sedangkan faktor eksternal seperti peraturan pemerintah, tingkat permintaan dan penawaran, persaingan, resiko dan prospek ekonomi baik lokal, regional, nasional maupun global.

Berdasarkan uraian di atas, maka langkah awal yang perlu kita lakukan adalah menginventarisir berbagai jenis lapangan usaha dan gagasan produk yang bertujuan untuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

meningkatkan kualitas hidup manusia. Kehidupan manusia dapat berkualitas ketika semua komponen kebutuhannya terpenuhi. Komponen dan struktur kualitas kehidupan manusia digambarkan oleh Suryana (2007) sebagaimana digambarkan pada Bingkai 2 berikut ini.

Bingkai 2.
Komponen dan Kualitas Kehidupan
Manusia

Kebutuhan Manusia	Aktifitas	Input	Sarana	Hasil Capaian
FISIK	Makan, minum, bermain, olahraga, tidur	Makanan, minuman, pakaian, obat-obatan	Peralatan Makan Olah raga Rumah Gedung	Jasmani yang : - Sehat - Segar - Kuat - Aman
MENTAL-RASIONAL	Belajar, membaca mengobservasi, menulis, meneliti	Informasi, pengetahuan, konsep, rumus	Alat-alat audio Visual, buku, Media dan alat tulis	Manusia rasional: -berpengetahuan -objektif -netral -kritis
PSIKO-SOSIAL	Bergaul, berteman, berorganisasi	Isyarat, lambang, bahasa, etika, adat istiadat, norma-norma sosial	Alat-alat transportasi dan komunikasi	Manusia sosial : -berstatus -populer -matang emosi
PSIKO-PERSONAL	Menulis diary, memoar, introspeksi, refleksi, afirmasi	Imaji, mimpi, bisikan nurani, suara-suara alam	Pena, kertas, ruang sunyi	Manusia berkepribadian, utuh, muthmainnah
SPIRITUAL	Meditasi, berdoa, shalat, puasa, ziarah	Ilham, hidayah, wahyu, puisi, karya seni	Mesjid, biara, gereja, buku/kitab suci, benda-benda simbolik	Manusia : - Intuitif - Humanis - Religus - Saleh

Mungkin dari langkah awal tadi, kita telah menemukan ratusan atau bahkan ribuan gagasan usaha. Untuk memperkecil pilihan dalam melakukan analisis berikutnya, maka kita harus menyeleksi berbagai jenis gagasan usaha yang telah kita lakukan pada langkah pertama tadi. Gagasan usaha yang dipilih adalah gagasan yang memiliki prospek secara ekonomi yang dapat berupa pertimbangan bahwa produk yang dihasilkan merupakan kebutuhan vital bagi manusia dengan tingkat permintaan dan harga yang relatif memadai.

Selanjutnya alternatif pilihan lebih diperkecil lagi dengan memilih beberapa gagasan usaha dengan mempertimbangkan potensi diri (faktor internal) kita. Hasil akhir dari langkah-langkah yang telah kita lakukan akan diperoleh beberapa gagasan usaha yang telah terurut berdasarkan prioritasnya. Agar pilihan kita lebih aman dan dapat dikuasai dengan baik, maka perlu dilakukan analisis kembali dengan mempertimbangkan faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan yang kita miliki jika kita memilih gagasan usaha yang bersangkutan, dan dan faktor eksternal berupa peluang dan ancaman yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

akan dihadapi jika kita menjatuhkan pilihan pada gagasan usaha yang bersangkutan. Analisis ini

sering dikenal dengan analisis *SWOT*. Bukan tidak mungkin, setelah melakukan langkah analisis ini, kita akan menjatuhkan pilihan pada gagasan usaha yang menjadi prioritas kedua atau ketiga dari hasil analisis sebelumnya.

Rangkuman

Adanya perbedaan seseorang mampu melihat dan memanfaatkan peluang dibandingkan dengan orang lain secara umum disebabkan karena adanya perbedaan kemampuan dalam mengakses informasi terkait dengan keberadaan peluang tersebut. Kemampuan ini sangat terkait dengan potensi diri yang dimiliki yang mungkin telah ada sejak lahir dan dibentuk berdasarkan pengalaman hidup yang telah dijalani.

Menemukan peluang usaha yang prospektif sangat menentukan kesuksesan usaha yang dijalankan. Olehnya itu pertimbangan-pertimbangan internal dan eksternal perlu digunakan dalam memilih lapangan usaha dan gagasan usaha yang tepat. Banyak usaha yang telah dirintis hanya mampu bertahan dalam waktu singkat, setelah itu sulit untuk berkembang, bahkan boleh disebut "*hidup segan matipun tak mau*".

Semoga dengan materi pembelajaran ini, kita sebagai pembelajar dapat menghasilkan satu gagasan usaha yang benar-benar sesuai dengan potensi diri yang dimiliki dan tentunya memiliki prospek yang cerah untuk dikembangkan. Hasil dari pembelajaran ini, selanjutnya dijadikan dasar untuk pembelajaran berikutnya, yakni menyusun rancangan usaha dari berbagai aspek yang akan dibahas pada bab-bab selanjutnya.

Latihan

Untuk mengevaluasi sampai sejauh mana Anda memahami pembelajaran dan tercapainya sasaran pembelajaran ini, maka berikut ini Anda diminta untuk melakukan analisis peluang-peluang usaha.

1. Identifikasi Peluang-Peluang Usaha

Anda diminta untuk mengidentifikasi berbagai jenis produk (barang dan jasa) yang menurut Anda sesuai dengan potensi diri dan memiliki prospek yang cerah di masa kini dan masa yang akan datang. Tuliskan hasil identifikasi Anda tersebut pada matriks

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang tersedia sesuai dengan jenis kebutuhan manusia (fisik, mental-rasional, psiko-sosial, psiko-personal dan spritual).

Jenis Kebutuhan Manusia	Produk (Barang dan Jasa) yang Fungsional	Hasil yang Diperoleh
Fisik		Manusia yang memiliki jasmani : ▪ Sehat ▪ Segar ▪ Kuat ▪ Aman
Mental- Rasional		Manusia rasional: ▪ Berpengetahuan ▪ Objektif ▪ Netral ▪ Kritis
Psiko-Sosial		Manusia sosial : ▪ Berstatus ▪ Populer ▪ Matang-emosi
Psiko-Personal		Manusia: ▪ Berkepribadian, ▪ Utuh, ▪ Muthmainnah
Spritual		Manusia yang: ▪ Intuitif ▪ Humanis ▪ Relijius ▪ Arif-Bijaksana

2. ***Analisis Makro***

Pada bagian ini Anda diminta untuk mencoba memilih 10 (sepuluh) dari sekian banyak gagasan usaha dan produk yang telah Anda identifikasi pada tugas no. 1 di atas. Kesepuluh gagasan yang Anda pilih tersebut adalah gagasan usaha yang Anda prioritaskan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan lingkungan eksternal, misalnya: potensi pasar (lokal, nasional, dan global), ketersediaan bahan baku, ketersediaan teknologi dan tenaga kerja, kebijakan pemerintah, dan sebagainya. Kemudian Anda tuliskan kesepuluh jenis gagasan tersebut beserta pertimbangan-pertimbangan Anda memilih pada format tugas berikut.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Gagasan Usaha : …….……..

……..…….…….…….....
.

.....……..
.

……
…

……...……
…

…….....
....

2. *Gagasan Usaha : …….……..*

……....……
…

…..……..……
…

……
…

…….....
..

3. *Gagasan Usaha: ……..*

……...…….……
….

……...……
…

……
…

…….....
...

4. *Gagasan Usaha: ……*

……...…….……
…

……
…

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

……
…

…….....
....

.....
...

5. *Gagasan Usaha: ……*

……
…

……
…

……
…

…….....
...

……
….

6. Gagasan Usaha: ……

……
….

.....
...

.....
...

.....
...

7. *Gagasan Usaha: ……..*

……
…

……
…

……
…

…….....
...

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

.....
...

8. *Gagasan Usaha: …….*

……..…
…

……..……
…

……
…

…….....
....

.....
...

9. *Gagasan Usaha: ……*

……...……
…

……
…

……
…

…….....
....

.....
...

10. *Gagasan Usaha: …….*

……..……..……..……
…

……..……...……..……
…

……
…

…….....
..

.....
...

3. Analisis Mikro

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jika Anda telah melakukan Analisis Makro, lanjutkan dengan melakukan analisis mikro

untuk memilih 3 (tiga) dari 10 (sepuluh) gagasan usaha tersebut. Pertimbangan yang Anda gunakan adalah pertimbangan internal Anda, seperti: pengetahuan dan keterampilan, ketersediaan sumberdaya (lahan, bangunan, peralatan, dan finansial), serta potensi-potensi lain yang Anda miliki dan dapat mendukung untuk mewujudkan gagasan Anda. Untuk memilih ketiga gagasan usaha tersebut, di bawah ini disediakan matriks. Anda cukup memberi bobot penilaian (*1 = tidak mendukung, 2 = kurang mendukung, 3 = cukup mendukung, 4 = mendukung, 5 = sangat mendukung*) sesuai dengan pertimbangan-pertimbangan yang telah Anda tetapkan, kemudian totalkan bobot

masing-masing gagasan, dan pilih tiga gagasan yang memiliki bobot tertinggi.

No.	Pertimbangan-Pertimbangan	Bobot Masing-masing Gagasan Usaha Berdasarkan Pertimbangan-Pertimbangan									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Total Bobot Masing-Masing Gagasan Usaha											
Prioritas											

4. *Analisis Kekuatan-Kelemahan-Peluang-Ancaman (KLPA)*

Pada tahap analisis ini, Anda diminta untuk melakukan seleksi terhadap 3 (tiga) gagasan usaha yang terpilih pada Analisis Mikro, sehingga akan terpilih 1 (satu) gagasan usaha yang perlu Anda prioritaskan untuk diwujudkan. Penentuan satu gagasan usaha tersebut dilakukan dengan menganalisis faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman masing-masing gagasan. Gunakan bobot penilaian untuk masing-masing pertimbangan pada setiap faktor yang dianalisis seperti kriteria bobot yang digunakan pada analisis mikro. Setelah total bobot pada setiap faktor analisis diperoleh, masukkan dalam rumus

= (K+P) – (L+A), sehingga dapat diperoleh nilai KLPA masing-masing gagasan usaha. Gagasan usaha yang memiliki nilai tertinggi mungkin Anda dapat pilih sebagai gagasan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

usaha yang diprioritaskan untuk diwujudkan. Gunakan format berikut untuk melakukan analisis KLPA.

Gagasan Usaha 1 : …….

Kekuatan		Kelemahan	
	Bobot		Bobot
1. …….	……..	1. …….	……..
2. …….	……..	2. …….	……..
3. …….	……..	3. …….	……..
4. …….	……..	4. …….	……..
5. …….	……..	5. …….	……..
Total	……..	Total	……..
Peluang		**Ancaman**	
	Bobot		Bobot
1. …….	……..	1. …….	……..
2. …….	……..	2. …….	……..
3. …….	……..	3. …….	……..
4. …….	……..	4. …….	……..
5. …….	……..	5. …….	……..
Total	……..	Total	……..

APEK INTERNAL

APEK EKSTERNAL

KLPA Gagasan Usaha 1 = (K+P) – (L+A) = (...… + ...) – (…... + ...…)

= (….) – (....) =

…….

Gagasan Usaha 2 : …….

Kekuatan		Kelemahan	
	Bobot		Bobot
1. …….	……..	1. …….	……..
2. …….	……..	2. …….	……..
3. …….	……..	3. …….	……..
4. …….	……..	4. …….	……..
5. …….	……..	5. …….	……..
Total	……..	Total	……..
Peluang		**Ancaman**	
	Bobot		Bobot
1. …….	……..	1. …….	……..
2. …….	……..	2. …….	……..
3. …….	……..	3. …….	……..
4. …….	……..	4. …….	……..
5. …….	……..	5. …….	……..
Total	……..	Total	……..

APEK INTERNAL

APEK EKSTERNAL

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

KLPA Gagasan Usaha 2 = (K+P) – (L+A) = (.....… + ...) – (…... + ...…)

= (….) – (....) =

…….

Gagasan Usaha 3 : …….

Kekuatan		Kelemahan	
	Bobot		Bobot
1. …….	……..	1. …….	……..
2. …….	……..	2. …….	……..
3. …….	……..	3. …….	……..
4. …….	……..	4. …….	……..
5. …….	……..	5. …….	……..
Total	……..	Total	……..
Peluang		**Ancaman**	
	Bobot		Bobot
1. …….	……..	1. …….	……..
2. …….	……..	2. …….	……..
3. …….	……..	3. …….	……..
4. …….	……..	4. …….	……..
5. …….	……..	5. …….	……..
Total	……..	Total	……..

APEK INTERNAL

APEK EKSTERNAL

KLPA Gagasan Usaha 3 = (K+P) – (L+A) = (.....… + ...) – (…... + ...…)

= (….) – (....) =

…….

5. ***Aktualisasi Diri dalam Produk (Hasil Karya)***

Anda telah menentukan satu gagasan usaha dengan menggunakan beberapa alat

analisis di atas. Sekarang, Anda perlu mendeskripsikan produk yang akan Anda hasilkan dari gagasan tersebut. Berikut ini tersedia beberapa pertanyaan yang dapat membantu Anda mendeskripsikan produk yang akan Anda hasilkan.

a. Produk apa yang akan Anda tawarkan?

Produk Utama:

- Jenis produk : ...…….....…….....……
- Fungsi, kegunaan, dan manfaat : .....…...…….....
- Ditujukan untuk konsumen : .....…….....

Produk Sampingan (jika ada)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

- Jenis produk : ….....…….....
- Fungsi, kegunaan, dan manfaat : …….....…….....
- Ditujukan untuk konsumen : …….....…….....

b. Apa yang khas dari produk Anda, jika dibandingkan dengan produk yang sama yang dihasilkan oleh pesaing Anda di pasaran?

……
……
…….....
..

c. Menurut perkiraan Anda, apakah produk tersebut dapat bersaing di pasaran? (*kemukakan alasannya*):

……
……
…….....
.

d. Aspek kualitas apa yang akan Anda tawarkan kepada konsumen?

Fisik : .....…….....…….....
…….....…….....
.
.....

Harga : ….....…….....
……....…….....……...……
.....…….....…….....
.....

Pelayanan : …….....….....…….....……..
…….....…….....
.....

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

.....

Kemanan : …….....…..….....…….....

.....

.....

.....

Moralitas :….……...…….....

…….....

.

.....

……

.

REFERENSI

Syamsuddin, A.S., Imelda R.I, Idris S., Agus A., Eymal B.D., Suardi B. dan Rusli M.R.. 1995. *Mulai dari Usaha Kecil Merintis Karir Kewirausahaan Anda*. Pusat Pengembangan Usaha Kecil Kawasan Timur Indonesia (PUKTI) kerjasama Kondrad Adenauer Stiftung Internationales Institut.

Syamsuddin, A.S., 2007. *Mencipta Produk, Membangun Usaha Mandiri*. Paket Pelatihan Kewirausahaan untuk Alumni Unhas, Kerjasa Ikatan alumni Universitas Hasanuddin dengan Pusat Pengembangan Usaha Kecil Kawasan Timur Indonesia (PUKTI), Januari – April 2007 di Makassar.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Paket 4

Aspek Pemasaran

Pendahuluan

Fokus perkuliahan ini adalah tentang bagaimana merancang strategi untuk dapat dilakukan proses pemasaran produk yang telah dihasilkan. Dalam paket 4 ini, mahasiswa akan memahami stategi dalam merancang sebuah pemasaran. Sebelum perkuliahan berlangsung, Setiap mahasiswa membuat review materi setiap kali pertemuan sesuai dengan topik. Mahasiswa menuliskannya dalam bentuk tulisan tangan dan saat perkuliahan berlangsung mendiskusikannya bersama . Dengan penguasaan pada paket 4 ini diharapkan dapat membuat rencana strategis untuk dapat memasarkan produk.

Sebagai penunjang dalam pembelajaran, perangkat media menjadi penting untuk dihadirkan. Dalam perkuliahan ini dibutuhkan media pembelajaran berupa LCD dan laptop sebagai media penyampai *feedback* dari dosen setelah berdiskusi. Selain itu dibutuhkan sipdol sebagai alat penunjang dalam menjelaskan materi perkuliahan.

Rencana Pelaksanaan Perkuliahan

Kompetensi Dasar

Mahasiswa mampu merancang strategi pemasaran dari gagasan produk yang telah dihasilkan pada pembelajaran sebelumnya.

Indikator

Pada akhir perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat:

1. Membuat rencana strategi pemasaran
2. Memahami fungsi dan strategi pemasaran

Waktu

2x50

Materi Pokok

1. Identifikasi peluang usaha
2. Identifikasi gagasan usaha

Kegiatan Perkuliahan

Kegiatan awal (10 Menit)

1. Branstroming dengan hasil review dari mahasiwa tentang materi yang telah direview
2. Penjelasan pentingnya menpelajari paket

Kegiatan inti (80 Menit)

1. Membagi mahasiswa dalam 5 kelompok
2. Masing-masing kelompok mendiskusikan sub tema:
3. Presentasi hasil diskusi dari masing-masing kelompok
4. Selesai presentasi setiap kelompok , kelompok lain memberikan klarifikasi
5. Penguatan hasil diskusi dari dosen
6. Dosen memberi kesempatan pada mahasiswa untuk menanyakan materi yang belum dipahami atau menyampaikan gagasan lain.

Kegiatan Penutup(10 Menit)

1. Memberikan *Feedback* atas materi yang telah dibahas
2. Memberikan saran dan mo tovasi bagi mahasiswa

Kegiatan Tindak Lanjut

1. Memberi tugas latihan
2. Mempersiapkan perkuliahan selanjutnya

Lembar Kegiatan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Membuat catatan penting

Tujuan

Mahasiswa dapat memahami konsep dasar tentang strategi konsep kewirausahaan dalam bentuk uraian atau catatan penting

Bahan dan Alat

Kertas plano, dan spidol, dan sulasi

Langkah Kegiatan

1. Mahasiswa dalam kelompok memilih pemandu diskusi dan penulis hasil diskusi
2. Mahasiswa mendiskusikan materi yang telah ditentukan dengan anggota kelompok
3. Tuliskan hasil diskusi dalam bentuk catatan-catatan penting di kertas plano dan ditempelkan didinding kelas/papan tulis
4. SEtiap kelompok mempresentasikan hasil catatan yang terdapat di kertas plano
5. Mahasiswa mempresentasikan hasil kerja secara bergiliran, dengan waktu presentasi 7 menit
6. Mahasiswa kelompok lain dapat memberikan tanggapan atau klarifikasi dari presentasi

Uraian Materi

Berbagai literatur mengenai pemasaran akan ditemukan pula berbagai macam defenisi mengenai pemasaran. Perbedaan ini disebabkan karena adanya perbedaan orang yang mendefenisikannya dalam memandang dan meninjau pemasaran. Dalam kegiatan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pemasaran ini, aktivitas pertukaran merupakan hal sentral, olehnya itu secara sederhana, Soekartawi (1993) mendefenisikan pemasaran sebagai aliran barang dari produsen ke konsumen. Dalam pengaliran barang tersebut tentunya bertujuan untuk memuaskan konsumen, sebagaimana yang dikemukakan oleh Sukotjo (1991) yang mendefenisikan pemasaran sebagai suatu sistem keseluruhan dari suatu kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang dapat memuaskan pembeli/konsumen.

Manusia harus menemukan kebutuhannya terlebih dahulu, sebelum ia memenuhinya. Usaha untuk memenuhi kebutuhan tersebut dapat dilakukan dengan cara mengadakan suatu hubungan. Dengan demikian pemasaran bisa juga diartikan suatu usaha untuk memuaskan kebutuhan pembeli dan penjual (Swastha, 1996).

Pemasaran memiliki konsep inti yang meliputi kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), dan permintaan (*demands*). Olehnya itu, Assauri (1996) mengemukakan bahwa pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Pertukaran merupakan kegiatan pemasaran dimana seseorang berusaha menawarkan sejumlah barang atau jasa dengan sejumlah nilai keberbagai macam kelompok sosial untuk memenuhi kebutuhannya. Pemasaran sebagai kegiatan manusia diarahkan untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan melalui proses pertukaran. Definisi yang sesuai dengan tujuan tersebut sebagaimana yang dikemukakan oleh Kotler (1997) bahwa pemasaran sebagai suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai di dalam pasar.

Proses pemasaran merupakan kelanjutan dari proses produksi yang bertujuan agar apa yang telah diinvestasikan dalam kegiatan produksi dapat diperoleh kembali dengan memperoleh keuntungan dari hasil penjualan sebagai imbalan investasi yang telah dilakukan.

Pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen sebagai faktor kunci dalam pemasaran sangatlah tepat karena saat ini pemasaran sebuah produk akan diperhadapkan pada tingkat persaingan yang sangat ketat. Olehnya itu Gitisudarmo (2000) mengemukakan bahwa konsep pemasaran terbaru saat ini adalah konsep yang berorientasi pada persaingan, dimana pengusaha berpikir untuk memperoleh persaingan yang lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya dalam melayani konsumen. Konsep ini tidak hanya menekankan untuk melayani konsumen sebaik-baiknya, namun harus pula berusaha untuk tampil meyakinkan dan memuaskan di mata konsumen dibandingkan dengan pesaing.

Berangkat dari apa yang telah diuraikan, dapat dikatakan bahwa pada dasarnya proses pemasaran dimulai dari menemukan apa yang diinginkan oleh konsumen. Atau dengan kata lain mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen yang berkenaan dengan produk, kinerja serta kualitas adalah tahap pertama yang sangat penting dari kegiatan pemasaran.

Tugas, Fungsi dan Orientasi Pemasaran

Secara teoritis pemasaran mempunyai 9 (sembilan) fungsi, yang dapat diuraikan, sebagai berikut:

a. Fungsi perdagangan (*merchandising*)

   Perencanaan yang berkenaan dengan pemasaran produk (barang dan/atau jasa) yang tepat, dalam jumlah yang tepat, serta harga yang selaras, termasuk di dalamnya faktor- faktor lain seperti bentuk, ukuran, kemasan dan sebagainya.

b. Fungsi Pembelian (*buying*)

   Peranan perusahaan dalam pengadaan bahan sesuai dengan kebutuhannya. c.

Fungsi Penjualan (*selling*)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Meyakinkan orang untuk membeli suatu produk (barang dan/atau jasa) yang mempunyai arti komersial baginya.

d. Fungsi Transportasi (*transportation*)

Perencanaan, seleksi dan pengerahan semua alat pengangkutan untuk memudahkan produk (barang dan/atau jasa) dalam proses pemasaran.

e. Fungsi Pergudangan (*storage*)

Menyimpan barang selama waktu produk tersebut dihasilkan dan dijual.

f. Fungsi Standarisasi (*standardization*)

Penetapan batas-batas elementer berupa perincian-perincian yang harus dipenuhi oleh produk, termasuk di dalamnya grading, yakni memilih kesatuan dari suatu produk yang dimasukkan ke dalam kelas-kelas dan derajat-derajat yang sudah ditetapkan dengan standarisasi.

g. Fungsi Keuangan (*financing*)

Merupakan usaha untuk mencari dan mengurus modal dan kredit yang langsung bersangkutan dengan transaksi dalam mengalirkan produk (barang dan/atau jasa) dari produsen ke konsumen.

h. Fungsi Komunikasi (*communication*)

Segala sesuatu yang dapat memperlancar hubungan di dalam perusahaan dan di luar perusahaan.

i. Fungsi Resiko (*risk*)

Fungsi untuk menangani atau menghadapi resiko kerugian karena kerusakan, kehilangan atau anjloknya harga di pasaran.

Sesuai dengan fungsi sebagaimana telah diungkapkan, maka pemasaran memiliki 8 (delapan) tugas, yaitu:

a. Mengubah orang yang tidak suka terhadap suatu produk menjadi suka (*conversional marketing*).
b. Mendorong kebutuhan orang yang tidak berminat atau mengetahui (*stimulational marketing*).
c. Mengembangkan pemenuhan kebutuhan yang belum terpenuhi (*developmental marketing*).
d. Mengaktifkan keinginan atas produk yang stabil atau permintaan terhadap produk yang menurun (*remarketing*).
e. Menyelaraskan pola permintaan agar sesuai dengan pola penawaran (*synchromarketing*).
f. Memelihara tingkat penjualan yang sudah ada terhadap suatu produk (*maintnence marketing*).
g. Mengurangi tingkat penjualan yang sudah ada terhadap suatu produk tertentu (*demarketing*).
h. Merintangi permintaan atau keinginan terhadap suatu produk tertentu (*counter marketing*).

Orientasi terhadap pasar berbeda-beda antara satu perusahaan dengan perusahaan lain. Tergantung konsep yang digunakan oleh perusahaan dalam melaksanakan kegiatan pemasarannya. Hal ini merupakan falsafah yang mendasari usaha pemasaran perusahaan terkait dengan bobot relatif antara kepentingan perusahaan sendiri, konsumen dan masyarakat umum. Kotler (1997) mengemukakan bahwa terdapat 5 (lima) konsep yang dapat dipilih oleh perusahaan untuk melaksanakan kegiatan pemasarannya, yaitu:

a. *Konsep Produksi* yang merupakan salah satu konsep tertua dalam bisnis. Konsep produksi menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia di banyak tempat dan ditawarkan dengan harga yang murah. Asumsi ini berlaku paling tidak dalam dua situasi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pertama, jika permintaan atas produk melebihi penawaran, dimana konsumen lebih tertarik mendapatkan produk daripada keistimewaan produk tersebut. Kedua, ketika biaya produk tinggi dan harus diturunkan untuk memperluas pasar. Pusat perhatian perusahaan pada upaya untuk mencapai efisiensi produksi yang tinggi dan distribusi yang luas.

b. *Konsep Produk* yang menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan mutu, kinerja dan pelengkap inovatif yang terbaik. Dengan konsep ini, perusahaan memusatkan perhatian pada usaha untuk menghasilkan produk yang unggul dan terus menyempurnakannya.

c. *Konsep Penjualan* yang menyatakan bahwa konsumen jika diabaikan, biasanya tidak akan membeli produk perusahaan dalam jumlah yang cukup. Olehnya itu, perusahaan harus melakukan upaya penjualan dan promosi yang agresif.

d. *Konsep Pemasaran* merupakan konsep yang menentang tiga konsep sebelumnya. Konsep ini menyatakan bahwa kunci untuk meraih tujuan perusahaan adalah menjadi lebih efektif daripada pesaing dalam memadukan kegiatan pemasaran guna menetapkan dan memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen sebagai pasar sasaran.

e. *Konsep Pemasaran Berwawasan Sosial* merupakan perluasan dari konsep pemasaran. Konsep ini menyatakan bahwa tugas perusahaan adalah menentukan kebutuhan, keinginan dan kepentingan pasar sasaran dan memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien daripada pesaing dengan mempertahankan dan meningkatkan kesejahteraan konsumen dan masyarakat. Konsep ini mengajak para pemasar membangun pertimbangan sosial dan etika dalam praktek pemasaran mereka, karena sering terjadi konflik kepentingan antara kepentingan untuk meningkatkan laba perusahaan, kepentingan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, serta perhatian kepada kepentingan publik.

Sasaran dan Strategi Pemasaran

Sasaran pemasaran yang dimaksud adalah terkait dengan apa yang akan dicapai dalam kegiatan pemasaran. Umumnya perusahaan dalam menjalankan aktifitas pemasarannya memiliki sasaran yang tidak hanya satu, melainkan terdiri dari bauran berbagai sasaran, misalnya jumlah peningkatan keuntungan, volume penjualan dan pangsa pasar yang akan dituju serta pembatasan resiko dan kerugian.

Agar manajemen perusahaan dapat bekerja dengan berorientasi pada sasaran- sasaran yang telah ditetapkan, maka sasaran-sasaran tersebut setidaknya memenuhi empat kriteria, sebagai berikut:

a. Sasaran harus diurutkan secara hierarkis, dari yang paling penting hingga ke sasaran yang kurang penting untuk dicapai. Sebagai contoh, sasaran utama perusahaan dalam suatu periode tertentu adalah peningkatan tingkat pengemb,alian investasi. Hal ini dapat dicapai dengan peningkatan pendapatan dan/atau pengurangan jumlah modal yang diinvestasikan. Pendapatan dapat ditingkatkan dengan melakukan upaya peningkatan pangsa pasar dan/atau harga jual.

b. Sasaran sedapat mungkin harus dinyatakan secara kuantitatif, misalnya peningkatan pendapatan sebesar 25% per tahun atau peningkatan volume penjualan sebanyak 15 ton per bulan.

c. Sasaran yang ditetapkan harus realistis, tidak berdasarkan angan-angan saja. Kepemilikan dan kemampuan sumberdaya perusahaan dan kondisi lingkungan eksternal

harus menjadi bahan pertimbangan. Tentunya harus dilengkapi dengan data dan fakta sebagai dasarnya.

d. Sasaran harus konsisten, sebagai contoh tidak mungkin memaksimalkan penjualan dan laba

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

secara serentak, tentunya laba hanya dapat ditingkatkan apabila telah mampu meningkatkan penjualan.

Sasaran pemasaran sebagaimana yang telah dikemukakan menunjukkan apa yang ingin dicapai perusahaan dalam hal pemasaran produknya, sedangkan untuk mencapainya dibutuhkan rencana yang disebut strategi pemasaran. Meskipun banyak strategi yang dapat dilakukan dalam pemasaran, namun Michael Porter *dalam* Kotler (1997) telah merangkumnya menjadi tiga jenis umum yang memberikan awal yang baik untuk pemikiran strategis, yaitu:

a. *Keunggulan biaya secara keseluruhan*, perusahaan berupaya untuk mencapai biaya produksi dan distribusi yang terendah, sehingga harga yang ditawarkan kepada konsumen lebih rendah dibandingkan dengan pesaing dan memperoleh pangsa pasar yang besar.
b. *Diferensiasi*, upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen yang dinilai penting oleh sebagian besar pasar. Perusahaan harus menjadi yang terbaik dalam hal kualitas, pelayanan, gaya teknologi dan sebagainya atau memiliki kekuatan yang memberikan keunggulan kompetitif dalam satu atau lebih manfaat.
c. *Fokus*, upaya perusahaan untuk memfokuskan diri pada satu atau lebih segmen pasar yang sempit daripada mengejar pasar yang lebih besar. Perusahaan harus memahami kebutuhan segmen pasarnya dan berupaya mencapai keunggulan biaya atau diferensiasi lainnya dalam segmen pasar yang menjadi sasarannya.

Segmentasi, Target dan Posisi Pasar

Di pasar terdapat banyak konsumen yang berbeda-beda dalam banyak hal. Tidak semua konsumen dapat kita jangkau dan penuhi kebutuhan serta keinginannya. Misalnya, kebutuhan konsumen anak-anak mungkin berbeda dengan kebutuhan orang dewasa, demikian juga kebutuhan konsumen yang berpendapatan kecil berbeda dengan kebutuhan konsumen yang berpendapatan tinggi. Di sini kita sebagai wirausahawan diperhadapkan pada bagaimana menciptakan produk yang tepat sesuai dengan kebutuhan konsumen tertentu. Kita mungkin perlu bertanya kepada siapa produk akan dijual? Apakah kepada semua orang ? apakah konsumen anak-anak atau dewasa? Dari mana konsumen berasal? Berapa daya beli atau penghasilan mereka? dan berbagai pertanyaan yang terkait dengan karakteristik konsumen yang akan kita tuju.

Itulah sebabnya dibutuhkan adanya segmentasi pasar yang menurut Swasta (1996) diartikan sebagai kegiatan membagi-bagi pasar yang bersifat heterogen dari suatu produk ke dalam satuan-satuan pasar (segmen pasar) yang bersifat homogen. Segmentasi utama pasar konsumen dapat dibagi menjadi:

a. *Segmentasi Geografis* yang dapat dikelompokkan menjadi segmen wilayah (di wilayah mana produk akan dijual?) dan segmen daerah (apakah kita akan memasarkan di daerah perdesaan atau perkotaan?).
b. *Segmentasi Demografis* merupakan pengelompokan berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan, agama, pendapatan, kelas sosial dan sebagainya.
c. *Segmentasi Psikografis* yang meliputi pengelompokan konsumen berdasarkan gaya hidup, kepribadian dan sebagainya.
d. *Segmentasi Perilaku* merupakan pengelompokan konsumen berdasarkan status pemakai, tingkat pemakaian, kesetiaan, sikap dan sebagainya.

Tidak semua segmen pasar yang ada efektif bagi suatu perusahaan. Segmen pasar yang baik, setidaknya memiliki ciri: dapat diukur derajat atau kemampuan membelinya, perusahaan mampu untuk mencapainya, jumlahnya cukup besar dan tentunya menguntungkan bagi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perusahaan.

Setelah menentukan segmen pasar yang diinginkan, selanjutnya perlu ditetapkan berapa banyak dan segmen yang mana yang akan dibidik sebagai target pasar perusahaan. Dalam menggarap target pasar, terdapat lima pola yang dapat dipilih, yaitu:

a. *Konsentrasi segmen tunggal*, perusahaan hanya memilih satu segmen saja
b. *Spesialisasi selektif*, perusahaan hanya memilih sejumlah segmen yang menarik secara obyektif.
c. *Spesialisasi produk*, perusahaan hanya berkonsentrasi menghasilkan produk tertentu untuk segmen tertentu.
d. *Spesialisasi pasar*, perusahaan berkonsentrasi memenuhi banyak kebutuhan untuk pasar tertentu.
e. *Cakupan seluruh pasar*, perusahaan melayani semua kebutuhan pada seluruh kelompok pelanggan.

Strategi pemasaran harus disesuaikan dengan posisi perusahaan dalam persaingan, apakah memimpin, menantang, mengikuti atau hanya mengambil sebagian kecil dari pasar.

a. Perusahaan pemimpin pasar (*market leader*)

Pemimpin pasar biasanya memiliki pangsa pasar yang besar dan posisi ini dapat dipertahankan dengan cara:

- Mempertahankan jumlah pasarnya melalui upaya memperpanjang lini produknya, menambah lini produk dan diversifikasi produk.
- Meningkatkan pangsa pasar yang dimiliki melalui upaya memperoleh konsumen baru, mendapatkan kegunaan baru dari produk yang bersangkutan dan meningkatkan frekuensi penggunaan dari produk yang bersangkutan.
- Mempertahankan pangsa pasar yang ada saat ini. b.

Perusahaan penantang pasar (*market challenger*)

Perusahaan yang tergolong penantang pasar adalah perusahaan yang memutuskan untuk melakukan konfrontasi langsung dengan pemimpin pasar dan lainnya dalam upaya untuk meningkatkan pangsa pasarnya. Upaya peningkatan pangsa pasar dapat dilakukan dengan cara:

- Menyerang langsung para pesaingnya
- Memanfaatkan daerah-daerah dimana para pesaingnya lemah
- Merebut pangsa pasar dari perusahaan-perusahaan lain yang lebih kecil

Untuk meraih kesuksesan, perusahaan penantang pasar biasanya harus mengembangkan lebih dari satu taktik, seperti: menghasilkan produk yang lebih rendah kualitasnya dengan harga yang lebih murah, melakukan potongan harga, memproduksi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

atau menawarkan produk yang berkualitas tinggi, memperpanjang lini produk, menyempurnakan produk, menekan biaya, menggiatkan promosi, menyempurnakan distribusi dan meningkatkan pelayanan.

c. Perusahaan pengikut pasar (*market followers*)

Perusahan tipe ini adalah perusahaan yang merasa bahwa akan lebih banyak ruginya daripada untungnya bila menyerang para pesaing yang nyata-nyata lebih kuat dan dapat bertahan lebih lama dalam peperangan tersebut. Upaya dilakukan dengan cara:

- Mempertahankan pelanggan yang ada saat ini dan bila ada kesempatan akan berupaya untuk mendapatkan pelanggan baru
- Biaya yang digunakan dalam operasional diupayakan serendah mungkin, namun tetap mempertahankan kualitas
- Mengambil persfektif jangka panjang danmengabaikan pelanggan jangka pendek yang menggunakan kesempatan pada saat harga turun

d. Perusahaan yang melayani satu pasar (*market nicher*)

Melayani suatu pangsa pasar tertentu merupakan pilihan yang baik bagi perusahaan- perusahaan yang tidak menjadi pemimpin pasar dan memungkinkan mereka untuk meluaskan atau mempertahankan pangsa pasar yang mereka miliki.

Bauran Pemasaran

Menurut Maulana (1992) bahwa ruang lingkup pemasaran yang luas dapat disederhanakan menjadi empat kegiatan utama, yaitu produk, harga, tempat dan promosi. Kegiatan utama yang dimaksud adalah merupakan bidang keputusan yang penting yang diistilah kan oleh Kotler (1997) sebagai bauran pemasaran (*marketing mix*) yang didefenisikan sebagai perangkat alat pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan dalam pasar sasaran.

a. Produk (*product*)

Produk merupakan sekumpulan atribut yang nampak maupun yang tidak nampak mencakup warna, bentuk, aroma, kemasan dan sebagainya yang diterima oleh konsumen dan dapat memenuhi kebutuhannya. Strategi produk dalam bauran pemasaran merupakan unsur yang paling penting, karena dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Strategi produk yang dapat dilakukan mencakup keputusan tentang acuan bauran produk (*product mix*), merek dagang (*brand*), cara pengemasan atau kemasan produk (*product packing*), serta tingkat kualitas dari produk dan pelayanan (*service*) yang diberikan. Kulaitas produk memiliki peran yang cukup signifikan dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Melakukan produksi tanpa memperhatikan kualitas dari produksi itu sendiri akan berakibat pada berpindahnya pelanggan ke produk perusahaan lain yang pada akhirnya akan menurunkan pendapatan perusahaan.

b. Harga (*price*)

Harga menurut Kotler (1997) adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu barang atau dengan kata lain bahwa jumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen dengan manfaat atas menggunakan produk perusahaan. Salah satu kunci keberhasilan perusahaan dalam melaksanakan aktifitas pemasarannya adalah kebijaksanaan dalam penentuan harga. Hal ini penting, karena harga yang ditetapkan oleh perusahaan akan menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen untuk mengambil keputusan dalam pembelian produk.

c. Distribusi/Tempat (*place*)

Suatu komoditi dapat dikatakan sebagai sebuah produk apabila berada pada tempat saat dibutuhkan oleh konsumen. Olehnya itu, disinilah letak fungsi perusahaan untuk melakukan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

distribusi terhadap produk yang dihasilkannya agar produk tersebut menjadi wujud yang sebenarnya. Kegiatan distribusi merupakan kegiatan penyampaian produk agar sampai ke tangan konsumen pada waktu yang tepat. Oleh sebab itu, kebijakan distribusi merupakan salah satu strategi perencanaan pemasaran terpadu yang meliputi penentuan saluran pemasaran dan saluran distribusi. Saluran distribusi merupakan jalur yang digunakan oleh perusahaan untuk menyalurkan produknya, baik secara langsung ke konsumen atau dengan menggunakan jasa lembaga pemasaran atau perantara. Dalam memilih saluran distribusi, perusahaan sedapat mungkin menyesuaikan dengan keadaannya, misalnya jenis produk yang dihasilkan, biaya yang dikeluarkan, waktu, resiko, luas wilayah, mutu produk serta keuntungan yang akan diperoleh.

d. Promosi (*promotion*)

Ketatnya persaingan dalam merebut pangsa pasar, maka promosi dapat dijadikan sebagai salah satu peralatan manajemen yang berguna untuk menjalin komunikasi kepada konsumen dengan maksud mempengaruhi dan mendorong konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Kegiatan promosi dapat dilakukan dengan cara langsung bertatap muka dengan (calon) konsumen atau sering dikenal dengan istilah *personal selling* ataupun melalui media cetak atau elektronik.

Menetapkan Nilai Pemasaran

Konsumen dalam membeli dan mengkonsumsi sesuatu bukan hanya mengharapkan sekedar barang saja, akan tetapi ada sesuatu yang lain. Sesuatu yang lain itu sesuai dengan citra yang terbentuk dalam dirinya. Suatu perusahaan berkepentingan untuk memberikan informasi kepada publik agar dapat membentuk citra yang baik. Citra tidak dapat dibuat seperti barang dalam suatu pabrik, akan tetapi citra adalah kesan yang diperoleh sesuai dengan pemahaman dan pengetahuan seseorang terhadap sesuatu. Citra yang ada pada perusahaan terbentuk dari bagaimana perusahaan tersebut melakukan kegiatan operasionalnya yang mempunyai landasan utama pada segi pelayanan.

Ciri-ciri pembentuk citra yang sering bersinggungan dengan kegiatan pemasaran, misalnya, merek, pelayanan, proses dan sebagainya. Program yang baik dalam suatu perencanaan dalam pengembangan produk atau jasa tidak akan lupa untuk mencantumkan kegiatan perusahaan yang mencakup ciri pembentuk citra untuk produk dan jasa atau perusahaannya.

Merek merupakan nilai yang berkaitan dengan nama atau perusahaan. Jika produk mudah ditiru oleh pesaing, maka merek memiliki keunikan yang sulit untuk ditiru. Merek yang baik adalah merek yang menggambarkan sesuatu mengenai manfaat produk, mudah diingat, memiliki ciri khas, serta dapat didaftarkan untuk mendapatkan perlindungan hukum.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Selain merek, pelayanan merupakan nilai yang berkaitan dengan penyampaian produk kepada konsumen. Bentuk pelayanan ini setidaknya berbentuk Pelayanan yang dimulai jauh sebelum tatap muka secara fisik (reliability), cepat tanggap bila ditemukan adanya kelalaian (responsivenes), adanya jaminan keamanan (assurance), mau mengerti dan mau menangani (emphaty) serta nampak dan nyata (tangible).

Keterlibatan seluruh pihak yang terlibat dalam perusahaan dalam memiliki dan meningkatkan rasa tanggung jawabnya untuk memberikan kepuasan kepada konsumen juga sangat penting sebagai nilai yang prinsipil bagi perusahaan. Adanya rasa tanggung jawab seluruh pihak dalam perusahaan terhadap pencapaian kepuasan memungkinkan tercapainya kesuksesan perusahaan dalam pemasaran dan tentunya kesuksesan perusahaan secara menyeluruh.

Rangkuman

Mengingat begitu pentingnya aspek pemasaran dalam kegiatan berwirausaha, maka aspek ini terlebih dahulu perlu dianalisis sebelum melaksanakan aktifitas produksi. Dengan menganalisis pemasaran dari gagasan produk yang telah ditetapkan, maka kita sebagai wirausahawan setidaknya akan dapat menetapkan dan mengetahui (calon) konsumen beserta karakteristiknya, sehingga dengan mudah pula kita mendapatkan gambaran terkait dengan kebutuhan dan keinginan (calon) konsumen tersebut, baik dalam jumlah maupun dalam kualitasnya. Hal yang perlu ditekankan adalah jika produk kita ingin sukses di pasaran, maka kita harus mengikuti apa yang menjadi kemauan dari konsumen.

Gambaran mengenai kebutuhan dan keinginan (calon) konsumen yang telah diperoleh melalui analisis aspek pemasaran ini, selanjutnya akan dijadikan dasar untuk merancang aspek produksi pada materi pembelajaran berikutnya. Proyeksi permintaan (calon) konsumen yang diperoleh dari rancangan aspek pemasaran tentunya harus dijadikan acuan untuk menentukan jumlah produk yang akan diproduksi. Demikian halnya kecenderungan (calon) konsumen terhadap kualitas produk sebagaimana yang tergambar pada rancangan aspek pemasaran tentunya juga sangat menentukan dalam penentuan dan pemilihan bahan baku yang digunakan dalam berproduksi dan tentunya juga dijadikan sebagai acuan dalam merancang proses produksi yang akan dilakukan.

Latihan

Untuk merancang aspek pemasaran produk gagasan usaha Anda, berikut ini disajikan beberapa hal yang harus Anda analisis. Hal-hal yang dimaksud, adalah:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. *Sasaran dan Strategi Pemasaran*

Ini dimaksudkan untuk merancang pangsa pasar yang akan dituju, prediksi permintaan untuk menentukan volume penjualan, serta bagaimana Anda menyusun strategi yang menyangkut segmen konsumen dan posisi produk Anda dibandingkan dengan pesaing yang ada di wilayah pasar. Hasil analisis tersebut Anda dapat tuangkan ke dalam format pertanyaan berikut.

a. Di mana Anda akan memasarkan produk?

Antar-Propinsi (*sebutkan propinsi apa saja dan apa alasan Anda memilih daerah pasar tersebut*)

Propinsi:.……....……..…….....

Alasannya:.....

.....

.....

Antar-Kabupaten/Kota dalam Propinsi (*sebutkan Kabupaten/Kota apa saja dan apa alasan Anda memilih daerah pasar tersebut)*

Kabupaten/Kota:……..…….....

Alasannya:.....

.....

.....

.....

Antar-Kecamatan dalam Kabupaten/Kota (*sebutkan Kecamatan apa saja dan apa alasan Anda memilih daerah pasar tersebut*)

Kecamatan :…….

Alasannya:……..…..…….....

…….....

.....

b. Siapa saja yang akan menjadi konsumen Anda, dan darimana mereka berasal (*sesuai pertanyaan point a*), serta bagaimana karakteristik/Ciri-ciri mereka?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

No	Kelompok Konsumen	Tempat Asal	Karakteristik
1	Pedagang Besar/Grosir		
2	Pedagang Pengecer		
3	Konsumen Langsung		
4	……		

c. Berapa jumlah konsumen Anda berdasarkan kelompok konsumen dan berapa unit produk (barang dan jasa) yang Anda perkirakan dapat dibeli oleh konsumen Anda dalam setiap bulan?

No.	Kelompok Konsumen	Jumlah Konsumen	Frekuensi Pembelian per bulan (kali)	Jumlah Pembelian Setiap kali Membeli (unit)	Jumlah Permintaan Per Bulan (unit)
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6 (3 x 4 x 5)**
1	Pedagang Besar/Grosir				
2	Pedagang Pengecer				
3	Konsumen Langsung				
4	……				
				Total Permintaan / Bulan	

d. Siapa saja yang menjadi pesaing potensial Anda di wilayah pasar (*sesuai pertanyaan point a di atas*) dan berapa perkiraan penjualan masing-masing dalam per bulan?

No.	Nama Perusahaan Pesaing	Wilayah Pasar Tempat Pesaing	Perkiraan jumlah Penjualannya Per Bulan (unit)
Total Penjualan Pesaing dalam Per Bulan			

e. Bagaimana posisi pasar Anda dibandingkan dengan pesaing di wilayah pasar Anda?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Perkiraan Jumlah Penjualan Perusahaan Pesaing Anda*)	Perkiraan Jumlah Penjualan Perusahaan Anda**)	Total Penjualan Keseluruhan	Prosentase Penjualan Anda Terhadap Total
1	**2**	**3 (1 + 2)**	**4 (2 : 3 x 100)**

Keterangan: *) Lihat Total Penjualan Perusahaan Pesaing/bulan pada point d
**) Lihat Total Permintaan Perusahaan Anda/bulan pada point c

2. *Taktik Pemasaran*

Setelah Anda menentukan sasaran pasar dan strategi yang akan ditempuh dalam memasarkan poduk Anda, selanjutnya Anda perlu menjabarkannya dalam bentuk taktik pemasaran yang menyangkut bauran pemasaran (produk, harga, distribusi, dan promosi). Khusus menyangkut diferensiasi produk/perbedaan produk Anda dengan pesaing telah dibahas pada Bagian Satu.

f. Bagaimana desain produk Anda (fisik dan kemasannya)?

……
……
……
……
……
……
……

g. Berapa tingkat harga produk yang Anda tawarkan kepada konsumen Anda, dan berapa tingkat harga produk yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing Anda untuk masing-masing kelompok konsumen?

No.	Kelompok Konsumen	Tingkat Harga Produk Anda (Rp/unit)	Tingkat Harga Produk Pesaing (Rp/unit)
1.	Pedagang Besar/Grosir		
2.	Pengecer		
3.	Konsumen Langsung		
4.	……..		

h. Bagaimana cara Anda mendistribusikan produk perusahaan hingga sampai ke konsumen Anda?

……
……
……
……

i. Bagaimana cara Anda mempromosikan produk perusahaan Anda untuk setiap kelompok konsumen?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

No.	Kelompok Konsumen	Cara Promosi	Pesan yang Disampaikan
1.	Pedagang Besar/Grosir		
2.	Pengecer		
3.	Konsumen Langsung		
4.	……		

3. *Penganggaran Pemasaran*

Untuk memudahkan dalam menyusun rencana keuangan, ada baiknya Anda juga menyusun penganggaran yang dibutuhkan oleh perusahaan Anda dalam operasional pemasaran produk.

Rincikan keseluruhan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan Anda untuk operasional pemasaran produk dalam per bulan!

No.	Jenis Biaya	Jumlah (unit)	Nilai/unit (Rp)	Nilai (Rp)
1.	Pengangkutan/Transportasi			
2.	Tenaga Kerja			
3.	Restribusi Pasar			
4.	Promosi			
5.	……			
6.	……...……			
7.	……			
8.	……			
9.	……...			
Total Biaya Pemasaran/Bulan				

Refrensi

Assauri, S., 2002. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi.* Rajawali Press, Jakarta.

Kotler, Philip, 1997. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol* (Edisi Bahasa Indonesia-Jilid 1). PT Prenhallindo, Jakarta.

Maulana, A., 1992. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga, Jakarta.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Rajagukguk, Z., Eryanti P dan Nurmia S., 1998. *Modul Pelatihan Tenaga Kerja Pemuda Mandiri Profesional*. Direktorat Jenderal Pembinaan Penempatan Tenaga Kerja, Departemen Tenaga Kerja RI, Jakarta.

Soekartawi. 1993. *Agribisnis Teori dan Aplikasinya*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Sukotjo, 1991. *Studi Kelayakan Proyek: Teori dan Praktek*. Pustaka Binaman Presindo, Jakarta.

Swastha, B., 1996. *Azas-Azas Marketing*, Edisi 3. Liberty, Yogyakarta.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Paket 5

ASPEK PRODUKSI

Pendahuluan

Fokus perkuliahan ini adalah tentang aspek produki kewirausahaan. Kajian dalam paket ini meliputi pengertian produksi, kebutuhan produkai, proses dan pengendalian produksi dalam kewirausahaan.

Dalam paket 5 ini, mahasiswa akan memahami definisi produki, kebutujan produksi, proses-proses dalam memproduksi beserta pengendalian produksi. Sebelum perkuliahan berlangsung, Setiap mahasiswa membuat review materi setiap kali pertemuan sesuai dengan topik. Mahasiswa menuliskannya dalam bentuk tulisan tangan dan saat perkuliahan berlangsung mendiskusikannya bersama . Dengan penguasaan pada paket 5 ini diharapkan dapat memahami aspek-aspek serta kebutuhan dalam memproduksi.

Sebagai penunjang dalam pembelajaran, perangkat media menjadi penting untuk dihadirkan. Dalam perkuliahan ini dibutuhkan media pembelajaran berupa LCD dan laptop sebagai media penyampai *feedback* dari dosen setelah berdiskusi. Selain itu dibutuhkan sipdol sebagai alat penunjang dalam menjelaskan materi perkuliahan.

Rencana Pelaksanaan Perkuliahan

Kompetensi Dasar

Setelah mengikuti pembelajaran ini, mahasiswa peserta mata kuliah mampu memahami apek produksi, kebutuhan produksi, proses dan pengendalian produksi..

Indikator

Pada akhir perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat:

1. Menjelaskan pengertian konsep produksi dalam kewirausahaan
2. Menjelaskan kebutuhan produksi dalam kewirausahaan
3. Menjelaskan proses dan pengendalian produksi dalam kewirausahaan

Waktu

2x50

Materi Pokok

1. Pengertian produksi
2. Kebutuhan dalam memproduksi
3. Proses memproduksi
4. Pegendalian dalam memproduksi

Kegiatan Perkuliahan

Kegiatan awal (10 Menit)

1. Branstroming dengan hasil review dari mahasiwa tentang materi yang telah direview
2. Penjelasan pentingnya menpelajari paket

Kegiatan inti (80 Menit)

1. Membagi mahasiswa dalam 5 kelompok
2. Masing-masing kelompok mendiskusikan sub tema:
3. Presentasi hasil diskusi dari masing-masing kelompok
4. Selesai presentasi setiap kelompok , kelompok lain memberikan klarifikasi
5. Penguatan hasil diskusi dari dosen
6. Dosen memberi kesempatan pada mahasiswa untuk menanyakan materi yang belum dipahami atau menyampaikan gagasan lain.

Kegiatan Penutup(10 Menit)

1. Memberikan *Feedback* atas materi yang telah dibahas
2. Memberikan saran dan motovasi bagi mahasiswa

Kegiatan Tindak Lanjut

1. Memberi tugas latihan
2. Mempersiapkan perkuliahan selanjutnya

Lembar Kegiatan

Membuat catatan penting

Tujuan

Mahasiswa dapat memahami konsep dasar tentang konsep kewirausahaan dalam bentuk uraian atau catatan penting

Bahan dan Alat

Kertas plano, dan spidol, dan sulasi

Langkah Kegiatan

1. Mahasiswa dalam kelompok memilih pemandu diskusi dan penulis hasil diskusi
2. Mahasiswa mendiskusikan materi yang telah ditentukan dengan anggota kelompok
3. Tuliskan hasil diskusi dalam bentuk catatan-catatan penting di kertas plano dan ditempelkan didinding kelas/papan tulis
4. SEtiap kelompok mempresentasikan hasil catatan yang terdapat di kertas plano

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Mahasiswa mempresentasikan hasil kerja secara bergiliran, dengan waktu presentasi 7 menit
6. Mahasiswa kelompok lain dapat memberikan tanggapan atau klarifikasi dari presentasi

Uraian Materi

Definisi Produksi

Berbagai literatur tentang produksi mendefenisikan produksi dengan gaya pengungkapan yang berbeda-beda. Istilah produksi sering digunakan dalam suatu organisasi untuk menghasilkan suatu keluaran atau output, baik berupa barang maupun jasa. Produksi dari sudut pandang kegiatan penciptaan produk seperti yang dikemukakan oleh Assauri (1993) bahwa produksi merupakan kegiatan untuk menciptakan atau menambah kegunaan barang atau jasa. Demikian pula defenisi yang dikemukakan oleh Reksohadiprojo dan Gitosudarmo (2003) bahwa produksi adalah kegiatan untuk menghasilkan barang-barang dan jasa-jasa sesuai dengan kehendak konsumen dalam hal jumlah, kualitas, harga serta waktu.

Produksi tidak hanya menciptakan produk sebagai keluaran (*output*), namun juga menggunakan berbagai faktor produksi sebagai masukan (*input*). Sebagaimana yang dikemukakan oleh Prawirosentono (1997) bahwa produksi adalah membuat atau menghasilkan produksi suatu barang dari berbagai bahan lain. Hal yang sama juga dikemukakan oleh Sofyan (1999) bahwa produksi diartikan sebagai suatu kegiatan atau proses yang mentransformasikan masukan menjadi keluaran atau dengan pengertian bahwa produksi mencakup setiap proses yang mengubah masukan menjadi keluaran yang berupa barang dan jasa.

Produksi sebagai suatu proses, diartikan sebagai cara, metode ataupun teknik bagaimana produksi itu dilaksanakan atau suatu kegiatan untuk menciptakan dan menambah kegunaan (*Utility*) suatu barang dan jasa. Ahyari (1990) mengemukakan bahwa proses produksi adalah suatu cara, metode ataupun teknik menambah kegunaan suatu barang dan jasa dengan menggunakan faktor produksi yang ada.

Melihat berbagai definisi yang telah diungkapkan di atas, maka dapat dirumuskan bahwa proses produksi dalam konteks kewirausahaan adalah merupakan kegiatan untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa dengan menggunakan faktor-faktor produksi seperti tenaga kerja, mesin, bahan baku dan dana, agar menghasilkan produk yang dibutuhkan dan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen.

Kebutuhan Proses Produksi

Sebelum melaksanakan proses produksi terlebih dahulu perlu dirancang kebutuhan sarana dan prasarana yang akan digunakan dalam menghasilkan produk, sarana dan prasarana inilah yang sering disebut sebagai input produksi yang meliputi bahan, tenaga kerja, mesin/peralatan, lokasi dan biaya (uang).

a. Bahan Baku

Dalam menyusun kebutuhan bahan baku untuk digunakan dalam proses produksi harus mengacu pada karakteristik produk yang akan dihasilkan. Misalnya saja, jika berdasarkan analisis yang telah dilakukan terhadap pasar produk yang akan dihasilkan, konsumen menginginkan produk yang rasanya manis dan berwarna merah, tentunya bahan yang dibutuhkan dalam proses produksi adalah gula dan pewarna merah. Dengan demikian, kualitas produk yang akan dihasilkan sesuai dengan permintaan konsumen, sangat ditentukan oleh kualitas bahan baku yang digunakan. Ini yang menjadi alasan mengapa perusahaan perlu melakukan penanganan bahan baku, terutama dalam mengendalikan kualitas untuk menghasilkan produk yang berkualitas.

Pengendalian dalam pengadaan bahan baku terutama pada perusahaan-perusahaan yang memanfaatkan hasil-hasil pertanian primer sebagai bahan bakunya sangat penting untuk dilakukan,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

karena hasil pertanian primer memiliki ciri yang apabila tidak dikendalikan akan mendatangkan kerugian bagi perusahaan. Ciri-ciri produk hasil pertanian primer adalah bersifat musiman, mudah rusak, banyak menggunakan tempat dan sumbernya terpenca-pencar. Hal ini yang perlu ditekankan dan dipahami, karena mengingat gagasan-gagasan produk yang diajukan oleh peserta mata kuliah Kewirausahaan-1 di Fakultas Pertanian umumnya berbahan baku hasil pertanian.

Jenis bahan yang digunakan oleh perusahaan dalam proses produksinya dapat dibedakan menjadi *bahan langsung* dan *bahan tak langsung*. *Bahan langsung* adalah bahan yang digunakan dalam proses produksi dan terikat atau menjadi bagian dalam produk. Sedangkan *bahan tak langsung* adalah bahan yang bukan atau tidak menjadi bagian dalam produk, namun sangat diperlukan untuk mendukung produksi.

Agar produksi dapat berjalan lancar, maka dalam pemilihan bahan baku yang akan digunakan setidaknya memenuhi syarat:

a. *Kualitasnya Baik*

lama. Dengan demikian, perusahaan dapat melakukan pembelian dalam besar, sehingga interval pembelian dapat diperjarang yang berarti menekan biaya pengangkutan. Selain biasanya perusahaan akan harga bahan yang relatif rendah dari pemasok jika pembelian dilakukan dalam jumlah yang besar. Ini berarti perusahaan dapat menekan biaya pembelian.

Agar kualitas bahan baku yang dipasok oleh perusahaan dapat terjamin, maka beberapa hal yang perlu dilakukan, antara lain penyeleksian sumber bahan baku, pemeriksaan saat proses pembelian, penanganan saat pengangkutan, pemeriksaan saat penerimaan di perusahaan, penanganan dalam penyimpanan dan tentunya pemeriksaan sebelum diproses. Dengan upaya-upaya ini, perusahaan dapat menghindari penggunaan bahan baku yang kurang berkualitas, sehingga proses produksi akan dapat dipertahankan pada tingkat tertentu sesuai dengan persyaratan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

b. *Mudah diperoleh*

Selain aspek kualitas, kelancaran proses produksi juga sangat ditentukan oleh ketersediaan bahan baku dari aspek kuantitas dan kontinyuitasnya. Ini berarti bahwa bahan baku yang dibutuhkan dalam berproduksi harus dapat diperoleh setiap saat dalam jumlah yang sesuai dengan kebutuhan.

Perusahaan yang menggunakan bahan baku dari hasil pertanian primer sering menghadapi kendala dalam perolehan bahan baku karena produksinya bersifat musiman dan sumbernya terpencar-pencar. Malah tidak jarang kita temui, proses produksi menjadi terhenti hanya karena keterbatasan atau malah ketiadaan bahan baku yang dapat diolah. Keterbatasan bahan baku karena produksinya yang bersifat musiman dan sumbernya terpencar-pencar dapat diantisipasi dengan pembelian dalam jumlah yang besar yang ditindaklanjuti dengan penggunaan teknologi penyimpanan dan/atau pengolahan agar dapat disimpan selama di luar musim. Sebagai contoh: sebuah perusahaan yang menghasilkan produk dodol durian di Kota Palopo melakukan penanganan dengan membeli buah duren dalam jumlah yang relatif besar pada saat musim duren, kemudian buah duren diolah menjadi pasta duren sehingga tahan untuk disimpan selama berbulan-bulan. Dengan upaya ini, perusahaan tersebut tetap berproduksi, meskipun di luar musim buah durian.

c. Mudah diolah

Bahan baku yang digunakan sedapat mungkin mudah diolah, karena bahan baku yang sulit diolah biasanya memiliki konsekuensi terhadap biaya produksi dan pada akhirnya juga akan berpengaruh pada harga jual produk. Apabila bahan baku dapat diolah dengan mudah,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kemungkinan besar biaya produksi akan lebih ringan ketimbang pengolahan bahan baku tersebut dilakukan dengan peralatan yang sulit dicari atau harganya mahal atau harus diolah di tempat/perusahaan lain. Sebagai contoh, apabila perusahaan menggunakan bahan baku tepung beras, maka lebih baik perusahaan membeli bahan yang telah berbentuk tepung beras daripada membeli beras yang kemudian diolah sendiri menjadi tepung beras. Jika dengan pertimbangan tingkat kebutuhan bahan yang cukup besar dalam sekali proses produksi serta kontinyuitas proses produksi, perusahaan dapat mengadakan mesin pengolahan (mesin penepungan, misalnya). Tentunya dalam hal ini diperlukan biaya investasi untuk pengadaannya, namun sebelumnya perlu dipertimbangkan apakah mengolah sendiri bahan baku lebih menguntungkan dibandingkan dengan pengolahan diserahkan kepada tempat/perusahaan lain.

d. Harga yang relatif murah

Bahan baku yang akan digunakan dalam proses produksi sedapat mungkin juga harus relatif murah. Dalam artian bahwa bahan baku yang dibutuhkan harganya tidak melebihi harga yang berlaku di pasaran secara umum. Konsekuensi dari tingkat harga bahan baku yang murah tentunya pada tingkat biaya produksi yang rendah dan pada akhirnya harga jual dapat lebih rendah dibandingkan dengan pesaing.

Sebagaimana yang telah dikemukakan bahwa salah satu hal yang perlu dipertimbangkan dalam pengadaan bahan baku adalah kemudahan dalam perolehannya. Hal ini berarti bahwa penentuan sumber (pemasok) bahan tersebut menjadi hal yang penting untuk dipikirkan. Sumber bahan akan berpengaruh terhadap biaya pengangkutan dan pada akhirnya akan berpengaruh pula pada biaya produksi dan harga jual produk. Semakin dekat sumber bahan akan semakin baik. Namun apabila dalam keadaan tertentu, sumber bahan berada jauh dari lokasi, tentunya harus mencari alternatif lain agar dapat menekan biaya, seperti membeli dalam jumlah yang besar untuk memotong intensitaspembelian tetapi dengan syarat bahan tersebut dapat disimpan dalam waktu yang relatif lama tanpa mengurangi kualitas.

Perlu diingat bahwa persaingan juga terdapat dalam pembelian bahan baku. Perusahaan tidak hanya sendiri sebagai pengguna bahan baku tertentu, ada pula perusahaan lain yang memproduksi produk yang sama atau berbahan baku yang sama. Dalam menghadapi persaingan memperoleh bahan baku yang dibutuhkan agar ketersediaan bahan baku yang dibutuhkan dapat terjamin baik kuantitas, kualitas maupun kuantitasnya, perusahaan dituntut untuk mencari sumber bahan baku yang dapat diandalkan. Salah satu cara yang dapat ditempuh untuk menjamin ketersediaan bahan baku adalah mengembangkan hubungan baik dengan pemasok dengan senantiasa menjalin komunikasi yang intensif. Pengenalan terhadap pemasok secara pribadi akan dapat membantu perolehan bahan yang dibutuhkan di saat-saat kondisi ketersediaan bahan dalam kekurangan. Hubungan baik dengan pemasok perlu pula senantiasa dipelihara, karena pemasok bahan juga dapat menjadi sumber informasi penting mengenai pesaing (yang juga memasok bahan dari pemasok), harga, perkembangan desain produk, teknologi dan sebagainya. Jika perusahaan kekurangan dana untuk pengadaan bahan baku, hubungan yang telah dijalin dapat membantu pembelian dengan sistem kredit yang mungkin tanpa batas.

Dalam pengadaan bahan baku perlu pula diusahakan menetapkan dua atau lebih pemasok untuk setiap bahan yang dibutuhkan. Selain untuk menjamin ketersediaan, ada kecenderungan pemasok akan memberikan pelayanan yang terbaik dengan tingkat harga yang sesuai kepada perusahaan, karena mereka tahu bahwa perusahaan tidak hanya membeli bahan dari satu pemasok. Diantara pemasok juga terdapat persaingan dalam merebut pelanggan, dan tentunya mereka juga ingin unggul dalam persaingan dengan memberikan pelayanan yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terbaik pada pelanggannya.

Selain mengandalkan pemasok, perusahaan dapat pula menyediakan sendiri bahan- bahan tertentu yang merupakan bagian yang tebesar dari komponen produk yang dihasilkan. Dengan menyediakan sendiri bahan akan memudahkan perusahaan dalam memenuhi persyaratan yang diperlukan dalam pengadaan bahan baku, sebagaimana yang telah diungkapkan di atas. Sebagai contoh, jika perusahaan menghasilkan produk keripik pisang, mungkin perlu dipertimbangkan mengusahakan kebun pisang yang dapat berfungsi sebagai kebun inti. Fungsinya tidak hanya sebagai pemasok utama bahan baku, tetapi juga dapat berfungsi sebagai penyelamat di saat bahan baku sulit diperoleh dari pemasok.

Sebelum mengambil keputusan untuk menghasilkan sendiri bahan baku yang dibutuhkan, mungkin perlu dipertimbangkan berbagai aspek dengan mempertanyakan berbagai hal, sebagai berikut:

- Bahan-bahan apa saja yang merupakan bagian dari komponen terbesar produk yang dihasilkan?
- Sampai sejauh mana ketersediaan bahan tersebut di pasaran dalam setiap saat dan bagaimana keterandalam pemasok dalam menyediakannya?
- Bagaimana ketersediaan bahan tersebut di masa yang akan datang?
- Apakah dengan menyediakan sendiri bahan yang dibutuhkan lebih efisien dibandingkan dengan pengadaan bahan yang bersumber dari pemasok?
- Apakah perusahaan memiliki sumberdaya yang cukup untuk menyediakan sendiri bahan tersebut?

b. Tenaga Kerja

Tenaga kerja atau sumberdaya manusia merupakan asset penting perusahaan. Dalam proses produksi, tenaga kerja merupakan penggerak berjalannya proses produksi. Meskipun bahan baku yang digunakan telah memenuhi standar kualitas, peralatan yang digunakan telah memadai, jika tenaga kerja yang menjalankan operasional produksi tidak sesuai dalam hal jumlah dan kualifikasi yang diharapkan, maka mustahil perusahaan dapat menghasilkan produk yang berkualitas sebagaimana yang diharapkan oleh konsumen dan perusahaan. Meskipun tenaga kerja dianggap sebagai salah satu faktor penting dalam aktifitas proses produksi perusahaan, namun kadang dalam operasional perusahaan, hal ini sering dikesampingkan, terutama yang terkait dengan kualifikasi yang dibutuhkan. Pertimbangan yang sering digunakan adalah mudahnya untuk mendapatkan tenaga kerja dengan alasan bahwa setiap orang dianggap membutuhkan pekerjaan. Kondisi yang demikian menyebabkan banyaknya tenaga kerja produksi yang dipekerjakan pada pekerjaan yang tidak sesuai dengan kemampuan dan keahlian yang dimiliki. Akibatnya harapan untuk menghasilkan produk yang berkualitas tidak tercapai.

Jenis tenaga kerja yang digunakan pada perusahaan pada dasarnya terdiri dari tenaga kerja upahan dan tenaga kerja keluarga. Kedua jenis tenaga kerja ini memiliki karakteristik masing-masing, sebagaimana diuraikan berikut ini.

1. *Tenaga kerja upahan*

Tenaga kerja yang terikat hubungan kerja dengan perusahaan, dimana masing-masing pihak memiliki hak dan kewajiban. Tenaga kerja upahan dapat digolongkan atas:

- *Tenaga kerja tetap,* merupakan tenaga kerja yang secara teratur memperoleh hak- haknya seperti upah dan cuti, meskipun mereka tidak bekerja karena sesuatu hal yang tidak melanggar ketentuan dalam perusahaan. Tenaga kerja golongan ini secara hukum memiliki kekuatan, olehnya itu perusahaan tidak dapat berlaku sewenang- wenang terhadapnya, misalnya dengan melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK) secara sepihak.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

- *Tenaga kerja tidak tetap* adalah tenaga kerja yang tidak memiliki hak dan kewajiban secara teratur, umumnya mereka akan kehilangan hak tertentu apabila tidak bekerja.
- *Tenaga kerja borongan* adalah tenaga kerja yang menjalankan pekerjaan tertentu atas perjanjian dengan ketentuan yang jelas mengenai volume, waktu dan harga pekerjaan.

2. *Tenaga kerja keluarga*

Merupakan tenaga kerja yang berasal dari lingkungan keluarga yang umumnya dalam melaksanakan pekerjaannya tidak diupah. Tenaga kerja jenis ini banyak digunakan pada perusahaan-perusahaan kecil atau perusahaan yang masih berskala usaha rumah tangga. Umumnya tenaga kerja keluarga bekerja hanya sebatas tanggung jawab dalam membantu keluarga. Namun banyak juga dijumpai anggota keluarga yang bekerja di perusahaan mendapat upah, meskipun upah yang diberikan tidak sama dengan tenaga kerja yang bukan anggota keluarga.

Kebutuhan tenaga kerja yang memiliki kemampuan, pengetahuan dan keahlian yang kompeten adalah kebutuhan yang fundamental bagi perusahaan. Kebutuhan ini akan selalu berubah sejalan dengan perubahan kebutuhan perusahaan. Oleh sebab itu, perusahaan senantiasa dituntut untuk selalu mencari, mengembangkan dan mempertahankan tenaga kerja yang sesuai dengan kebutuhan dan perkembangannya. Hal yang mungkin perlu diantisipasi adalah munculnya berbagai kendala yang pada dasarnya disebabkan oleh 1) Belum adanya standar kemampuan tenaga kerja karena informasi menyangkut kemampuan tenaga kerja hanya berdasarkan prediksi yang umumnya bersifat subjektif, 2) Tenaga kerja adalah manusia yang tidak dapat diperlakukan secara mekanistik seperti mesin yang dapat diatur semaunya dan 3) ketersediaan tenaga kerja yang sesuai dengan kebutuhan sangat terbatas.

Itulah sebabnya perusahaan perlu melakukan perencanaan tenaga kerja, agar kebutuhan tenaga kerja perusahaan di masa sekarang dan masa yang akan datang sesuai dengan beban kerja yang ada. Perencanaan yang kurang cermat akan berakibat fatal bagi perusahaan. Jika tenaga kerja yang ada melebihi beban kerja yang ada, maka akan berakibat banyak tenaga kerja yang menganggur atau tidak bekerja secara optimal. Sebaliknya jika jumlah tenaga kerja lebih sedikit dibandingkan dengan beban kerja yang ada, akan berakibat pada adanya pekerjaan yang tidak terselesaikan secara optimal dan tentunya tenaga kerja akan bekerja melebihi kemampuannya. Tenaga kerja akan mengalami kelelahan, mudah stres dan pada akhirnya tidak akan betah bekerja dan memilih mencari pekerjaan lain. Artinya kelebihan dan kekurangan beban kerja bagi tenaga kerja perusahaan akan berdampak pada biaya dan pada akhirnya akan berdampak pula pada pendapatan atau laba yang diperoleh perusahaan.

***c.* Mesin/Peralatan**

Mesin dan peralatan yang digunakan dalam suatu proses produksi memiliki peran yang cukup besar di dalam keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan produksi, baik dalam hal kuantitas, kualitas maupun kontinyuitasnya.

Kebutuhan mesin dan peralatan produksi baik jumlah, jenis, kapasitas dan spesifikasi lainnya seharusnya telah diidentifikasi saat gambaran produk yang akan dihasilkan telah ditetapkan. Apabila perusahaan mengadakan mesin/peralatan produksi yang tidak bermanfaat untuk menghasilkan produk sesuai dengan yang direncanakan, maka sudah dapat dipastikan mesin/peralatan produksi tersebut akan kurang berfungsi atau malah tidak berfungsi. Konsekuensi yang harus ditanggung oleh perusahaan adalah adanya beban biaya (penyusutan) yang harus ditanggung oleh perusahaan sedangkan mesin/peralatan tersebut kurang/tidak mendukung dalam menghasilkan produksi. Disamping itu pula, mesin/peralatan produksi yang jarang dimanfaatkan akan cepat mengalami kerusakan dan tentunya membutuhkan perawatan. Ini berarti bahwa perusahaan melakukan investasi yang sia-sia, malah akan menambah beban biaya produksi dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

akan berpengaruh pula pada meningkatnya harga jual produk.

Setelah dilakukan pengadaan mesin/peralatan produksi, maka selanjutnya yang perlu diperhatikan adalah penempatan atau tata letaknya pada ruangan produksi. Dalam penempatan mesin/peralatan produksi di ruangan produksi terdapat beberapa prinsip dasar yang perlu dipertimbangkan oleh perusahaan, yaitu:

1. *Prinsip integrasi*, dalam artian bahwa penempatan mesin/peralatan produksi dapat mengitegrasikan seluruh faktor produksi (bahan, tenaga kerja, mesin/peralatan, dan sebagainya) sehingga menghasilkan kerjasama yang harmonis.
2. *Prinsip memperpendek gerak*, dalam artian bahwa penempatan mesin/peralatan produksi tidak membuat tenaga kerja lebih banyak bergerak dari satu mesin/peralatan ke mesin/peralatan yang lain.
3. *Prinsip memperlancar arus pekerjaan*, dalam artian bahwa penempatan mesin/peralatan produksi dapat menjamin kelancaran arus bahan dalam proses tanpa adanya hambatan.
4. *Prinsip penggunaan ruangan produksi yang efisien dan efektif,* dalam artian bahwa penempatan mesin/peralatan produksi ditempatkan sesuai dengan luas ruangan produksi yang dimiliki perusahaan.
5. *Prinsip keselamatan dan kepuasan kerja*, dalam artian bahwa penempatan mesin/peralatan produksi pada ruangan produksi dapat menjamin keselamatan dan kenyamanan kerja dari tenaga kerja.
6. *Prinsip keluwesan*, dalam artian penempatan mesin/peralatan produksi sewaktu-waktu dapat disesuaikan jika sewaktu-waktu dibutuhkan adanya perubahan.
7. *Prinsip proses produksi yang berkesinambungan*, dalam artian bahwa penempatan mesin/peralatan produksi tidak menghambat kesinambungan proses produksi.

Mesin/peralatan produksi yang digunakan perlu senantiasa dilakukan perawatan agar proses produksi dapat berjalan lancar sesuai dengan yang diharapkan. Mesin/peralatan produksi yang sering mengalami kerusakan akan menyulitkan untuk menghasilkan produk yang sesuai baik dari sisi kuantitas, kualitas maupun kontinyuitasnya. Selain itu tingginya tingkat kerusakan yang diakibatkan kurangnya upaya perawatan akan berdampak pada tingginya biaya produksi yang akan berdampak langsung pula pada tingginya harga jual produk. Terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam upaya pemeliharaan mesin/peralatan produksi, yaitu:

1. *Pemeliharaan breakdown*, yakni pemeliharaan yang dilakukan setelah mesin/peralatan produksi mengalami kerusakan.
2. *Pemeliharaan terencana*, yakni pemeliharaan yang dilakukan secara terjadwal.
3. *Pemeliharaan pencegahan*, yakni pemeliharaan yang dilakukan dengan mempertimbangkan masa pakai dari komponen pada mesin/peralatan produksi.

Selain perencanaan dalam kebutuhan, penyusunan tata letak dan pemeliharaan mesin/peralatan produksi, perusahaan juga harus senantiasa memperhatikan dan mengikuti perkembangan teknologi terkait dengan penggunaan mesin/peralatan produksi. Perkembangan teknologi saat ini memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap sistem produksi untuk menghasilkan suatu produk. Penggunaan mesin/peralatan produksi dengan teknologi terkini akan menghasilkan kualitas produk yang lebih baik dan proses produksi lebih cepat dengan kapasitas yang lebih besar, jikia dibanding dengan menggunakan mesin/peralatan produksi yang telah ketinggalan jaman. Perusahaan yang tidak mengikuti perkembangan teknologi akan cenderung mengalami kesulitan dalam bersaing dengan perusahaan pesaingnya yang telah menggunakan teknologi terkini.

d. Lokasi

Penempatan lokasi produksi merupakan salah satu faktor penentu yang perlu diperhatikan dan diputuskan sebelum memulai operasional perusahaan. Terutama bagi perusahaan yang baru dirintis oleh wirausahawan pemula. Umumnya kegiatan proses produksi pada perusahaan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang baru dirintis oleh wirausahawan pemula dilakukan pada lokasi di mana perusahaan tersebut berada. Dalam artian bahwa segala aktifitas perusahaan, mulai pergudangan, produksi, pemasaran dan administrasi dilaksanakan dalam satu lokasi.

Terkait dengan produk yang akan dihasilkan oleh perusahaan, maka dalam penentuan lokasi, beberapa hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu:

Kedekatan dengan konsumen/pasar

Penempatan lokasi yang mendekati konsumen/pasar sangat cocok bagi perusahaan yang menghasilkan produk yang merupakan kebutuhan sehari-hari. Misalnya apabila perusahaan menghasilkan produk berupa makanan dan minuman, maka penempatan lokasi usaha pada kompleks permukiman atau pada pusat-pusat perbelanjaan adalah amat menguntungkan. Demikian pula apabila dalam proses produksi dibutuhkan banyak jenis bahan dan bersumber dari lokasi yang terpencar dan berjauhan, maka lokasi usaha sebaiknya mendekati pasar/konsumen.

Kedekatan dengan sumber bahan

Jika dibutuhkan satu jenis bahan dan biaya transportasinya cukup besar, serta jenis produk yang sama tersedia di lokasi konsumen, maka lokasi usaha perlu dipikirkan untuk ditempatkan mendekati sumber bahan.

Keadaan infrastruktur

Mencakup ketersediaan sarana dan prasarana wilayah seperti jalan, listrik, air bersih dan telekomunikasi di lokasi yang direncanakan.

Ketersediaan informasi mengenai program pembangunan

Informasi program pembangunan di mana lokasi perusahaan akan didirikan sangat perlu diketahui, karena setiap daerah mungkin saja sudah ditetapkan konsep tata ruang yang di dalamnya telah ditentukan kawasan-kawasan untuk kegiatan ekonomi dan bisnis. Ada baiknya dalam menentukan lokasi usaha perlu penyesuaian dengan kebijakan pemerintah ini agar di kemudian hari tidak menghadapi hambatan.

Ketersediaan tenaga kerja

Penempatan lokasi perusahaan pada daerah pinggiran kota atau daerah sumber bahan baku sering kali menyulitkan dalam perekrutan tenaga kerja, terutama tenaga kerja yang memiliki kualifikasi keterampilan yang memadai. Meskipun pada wilayah-wilayah seperti ini biaya tenaga kerja tergolong murah.

Ketersediaan Dana

Hal ini penting, karena meskipun lokasi perusahaan telah ditetapkan dan sudah sesuai dengan pertimbangan-pertimbangan di atas, namun jika sumberdaya finansial yang dimiliki sangat terbatas, tentunya akan menyulitkan juga.

e. Biaya

Biaya dapat didefenisikan sebagai pengorbanan ekonomis yang diperlukan untuk memproleh produk (barang dan /atau jasa). Atau pengeluaran yang dilakukan di masa sekarang untuk mendapatkan manfaat pada masa yang akan datang, dimana pengeluaran atau pengorbanan tersebut dapat diduga serta dapat dihitung secara kuantitatif dan tidak dapat dihindarkan.

Biaya produksi terdiri atas 2 (dua) bagian besar dengan penggolongan biayanya masing-masing diuraikan, sebagai berikut:

1. Biaya menurut perilaku yang terdiri dari:

- Biaya tetap, merupakan biaya yang besar kecilnya tidak tergantung pada besar kecilnya produksi dan dalam periode tertentu jumlahnya tetap. Misalnya biaya untuk gaji tenaga kerja tetap, penyusutan alat, pajak lahan dan sebagainya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

- Biaya tidak tetap, merupakan biaya yang besar kecilnya berhubungan langsung dengan besarnya produksi atau dengan kata lain biaya yang dalam periode tertentu jumlahnya dapat berubah tergantung pada tingkat produksi yang dihasilkan. Misalnya biaya untuk pembelian bahan baku, biaya upah tenaga kerja borongan, dan sebagainya.

2. Biaya menurut jenis yang terdiri dari:

- *Biaya langsung (pokok),* merupakan biaya yang langsung terikat atau menjadi bagian pokok dari produk yang dihasilkan. Biaya yang digolongkan dalam jenis ini adalah biaya bahan langsung dan tenaga kerja langsung.
- *Biaya tidak langsung*, merupakan biaya yang secara tidak langsung digunakan untuk menghasilkan produk atau biaya yang terikat bukan pada bagian pokok dari produk yang dihasilkan. Biaya yang digolongkan dalam jenis ini adalah biaya bahan tidak langsung dan tenaga kerja tidak langsung.
- *Biaya administrasi/umum*, merupakan biaya yang dikeluarkan untuk keperluan administrasi kantor perusahaan dan umum. Misalnya biaya untuk menggaji pimpinan dan pegawai, sewa kantor, perlengkapan kantor dan sebagainya.

Proses Produksi

Dihasilkannya produk sesuai dengan jumlah dan mutu yang diharapkan oleh pasar dan perusahaan, selain ditentukan oleh input sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya, juga sangat ditentukan oleh kegiatan yang dilaksanakan selama proses pembuatan produk berlangsung yang dikenal dengan istilah proses produksi. Proses produksi melalui beberapa tahapan yang merupakan aktifitas menyeluruh yang dilakukan oleh tenaga kerja produksi yang membuat produk, tahapan-tahapan ini disebut tahapan produksi. Tahapan-tahapan produksi yang tersusun secara teratur disebut aliran produksi.

Penggolongan proses produksi berkaitan dengan sifat dan jenis masukan yang digunakan dan produk yang akan dihasilkan. Olehnya itu, proses produksi dapat dibedakan atas:

1. Proses produksi berdasarkan *wujudnya*, terdiri atas:

- *Proses kimiawi*, yaitu proses pengolahan bahan menjadi produk dengan mendasarkan pada sifat kimiawi bahan yang diolah.
- *Proses mengubah bentuk*, yaitu proses pengolahan bahan menjadi produk jadi atau setengah jadi dengan cara mengubah bentuk bahan menjadi bentuk yang lebih bermanfaat.
- *Proses perakitan*, yaitu proses menggabungkan komponen-komponen produk menjadi produk yang lebih bermanfaat.
- *Proses transp*ortasi, yaitu proses memindahkan sumber atau produk dari tempat asal ke tempat dimana produk tersebut dibutuhkan.

2. Proses produksi berdasarkan *tipenya*, terdiri atas:

- *Proses berkesinamb*ungan, dimana arus masukan berlangsung terus melalui sistem produksi yang telah distandarisasi untuk menghasilkan produk yang homogen. Bentuk produk yang dihasilkan bersifat standar dan tidak tergantung pada spesifikasi pemesan. Tujuan produksi umumnya untuk persediaan kemudian dipasarkan.
- *Proses terputus-putus*, proses yang biasanya menghasilkan produk yang berbeda- beda, prosedur yang berbeda-beda dan bahkan kadang dengan masukan yang berbeda-beda. Bentuk produknya disesuaikan dengan pesanan konsumen. Tujuan produksi adalah untuk melayani pesanan konsumen.

Pengendalian Produksi

Setelah menentukan spesifikasi produk yang akan dihasilkan, merancang proses dan sistem produksi, maka perlu mengorganisasikan seluruh sumberdaya yang dimiliki oleh

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

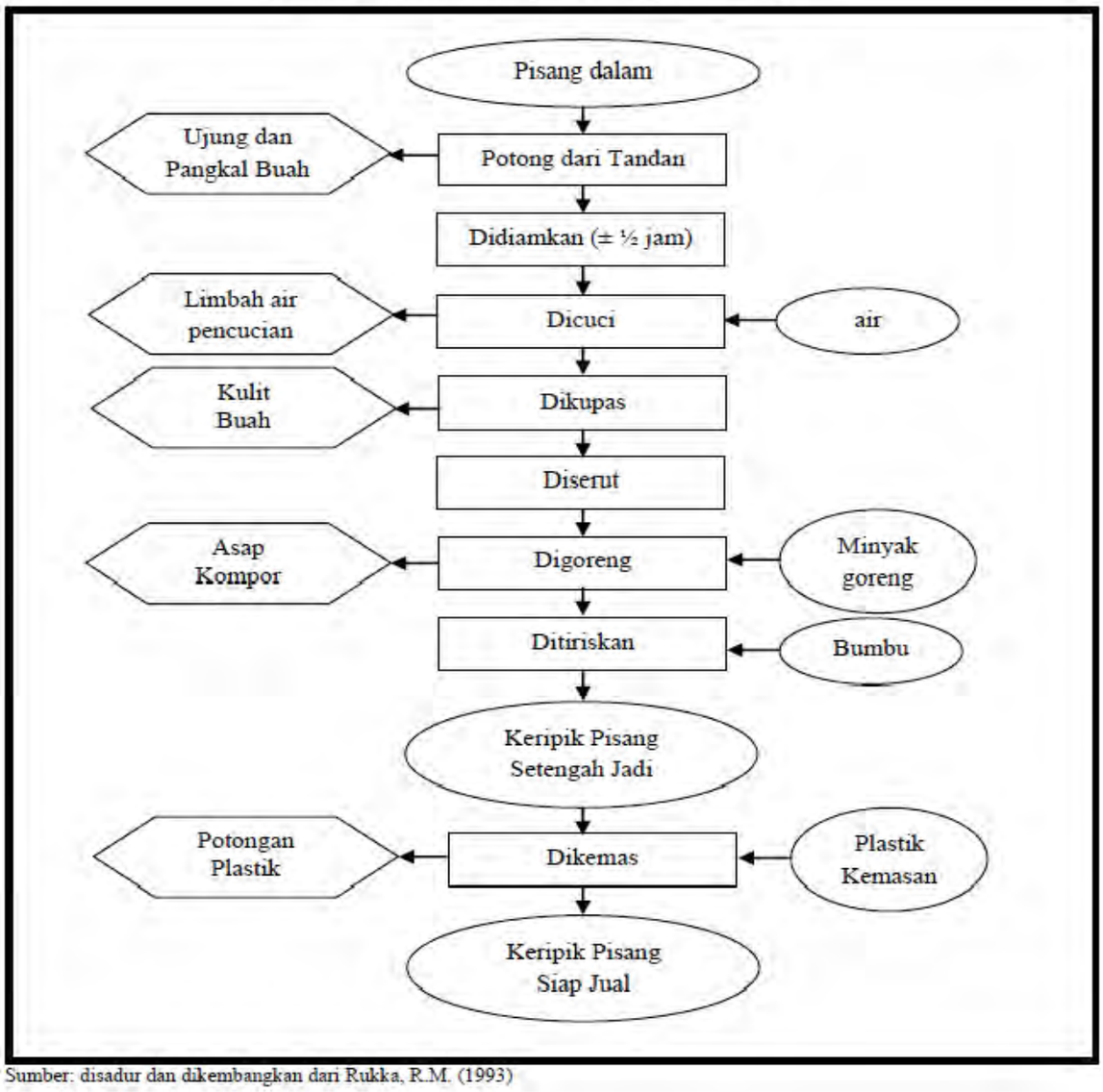
perusahaan untuk pengendalian produksi. Pengendalian produksi, meliputi:

1. *Pengendalian pembelian*, agar pembelian yang dilakukan oleh perusahaan terkait dengan proses produksi lebih efisien (hemat biaya). Dalam pengendalian pembelian ini melibatkan beberapa faktor yang saling terkait, yaitu kuantitas, kualitas, harga, waktu dan pelayanan.
2. *Pengendalian Persediaan,* perlu dilakukan agar biaya yang dikeluarkan untuk penyimpanan dapat dikendalikan.
3. *Pengendalian produksi*, agar proses produksi dapat berjalan lancar, tepat waktu dan menghasilkan produk dalam kuantitas dan kualitas yang sesuai dengan yang direncanakan.
4. *Pengendalian Kualitas*, yang dilakukan pada setiap tahapan proses yang bertujuan untuk mencegah adanya penyimpangan terhadap standar kualitas produk yang telah ditetapkan (*quality control*).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bingkai 3

Aliran Produksi Keripik Pisang "Usaha Dian"



Sumber: disadur dan dikembangkan dari Rukka, R.M. (1993)

Rangkuman

Komponen-komponen dalam sistem produksi yang terdiri dari *input*, proses dan *output*. Dengan demikian, dalam merancang sistem produksi perusahaan, ketiga komponen ini dijadikan sebagai pedoman. Langkah awal yang dilakukan dalam merancang suatu sistem produksi adalah perumusan tujuan secara jelas yang menuntut perusahaan telah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menetapkan spesifikasi produk sesuai keinginan konsumen pasar sasaran. Selanjutnya menentukan *input* yang meliputi bahan, tenaga kerja, mesin/peralatan, lokasi dan biaya yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk sesuai yang ditetapkan pada langkah awal tadi. Dan langkah berikutnya adalah menentukan proses produksi yang akan digunakan untuk menghasilkan produk. Upaya-upaya yang dilakukan dengan melibatkan komponen- komponen sistem produksi tersebut perlu senantiasa dikendalikan agar apa yang diharapkan dalam proses produksi dapat tercapai.

Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kebutuhan input seperti bahan baku, tenaga kerja, mesin/peralatan, lokasi dan biaya hanya dapat dibuat perencanaannya ketika jenis produk yang akan dihasilkan beserta spesifikasinya telah ditetapkan.

Latihan:

Berikut ini Anda diminta untuk menyusun rancangan aspek produksi perusahaan Anda dengan menganalisis beberapa hal, yaitu:

1. *Pengadaan Bahan*

Rancangan pengadaan bahan baku dimaksudkan untuk memperkirakan jenis, volume, harga, sumber pasokan bahan-bahan yang dibutuhkan, baik yang berupa bahan langsung, maupun bahan tak langsung.

a. Bahan (langsung dan tak langsung) apa saja yang Anda butuhkan dalam proses produksi perusahaan Anda dalam setiap bulan/siklus produksi, serta bagaimana standar kualitas masing-masing bahan tersebut?

	Jenis Bahan	Aspek Kualitas Yang diharapkan
I.	**BAHAN LANGSUNG**	
II	**BAHAN TAK LANGSUNG**	

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Berapa jumlah bahan yang dibutuhkan dalam sebulan/siklus produksi, serta berapa harga satuan, jumlah biaya, serta sumber pasokan bahan tersebut?

o	Jenis Bahan	Jumlah Keb	Harga Sat	Jumlah	Sumber Pasokan
	BAHAN LANGSUNG				
	Sub-Total Biaya Bahan				
	BAHAN TAK LANGSUNG				
	Sub-Total Biaya Bahan Tak				
	TOTAL BIAYA PENGADAAN				

Catatan: Khusus biaya bahan tak langsung dimasukkan sebagai unsur biaya overhead produksi (tidak dihitung sebagai biaya per unit produk)

2. *Kebutuhan Sumberdaya Produksi*

Dalam proses produksi dibutuhkan beberapa sumberdaya berupa harta yang bersifat tetap, seperti bangunan/ruangan, peralatan dan mesin produksi, serta penggunaan tenaga kerja produksi. Inventarisasi sumberdaya ini akan membantu Anda dalam menyusun kebutuhan penganggaran untuk investasi pendirian usaha Anda. Anda perlu merinci letak lokasi yang strategis untuk pelaksanaan produksi, luas ruangan dan pembagian penggunaan dan penempatan mesin/peralatan dan perlengkapan lainnya dalam ruangan (*lay out*), kebutuhan jenis dan jumlah mesin/peralatan, status kepemilikannya (beli/sewa), serta nilainya masing-masing.

Khusus untuk tenaga kerja (sumberdaya manusia), Anda perlu merinci berapa orang tenaga kerja yang dibutuhkan untuk melaksanakan aktifitas produksi. Tenaga kerja pada bagian produksi terdiri dari tenaga kerja langsung dan tenaga kerja tidak langsung. Tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja produksi yang terlibat dalam kegiatan produksi, sedangkan tenaga kerja tidak langsung adalah tenaga kerja yang tidak terlibat langsung dalam aktifitas proses produksi. Selain itu perlu pula direncanakan bagaimana kualifikasi yang dibutuhkan serta berapa tingkat upah/gaji masing-masing tenaga kerja tersebut/bulan.

c. Dimana rencana lokasi proses produksi pada perusahaan Anda berlangsung?

……..

……..

d. Berapa perkiraan nilai (sewa/beli) serta nilai penyusutan bangunan/ruangan tersebut?

No.	Jenis Bangunan/ Ruangan	Status (Milik/Sewa)	Nilai (Rp)	Umur Ekonomis (thn)	Nilai Penyusutan (Rp/tahun)
1	2	3	4	5	6
1.					
2.					
3.					
4.					
5.					
		TOTAL			

Catatan:

- *Nilai bangunan/ruangan (Kolom 4) tidak dihitung sebagai biaya operasional produksi, yang dihitungsebagai biaya produksi adalah biaya penyusutannya (kolom 6) dan digolongkan sebagai biaya overhead produksi.*
- *Jika status bangunan (kolom 3) adalah sewa, maka tidak perlu dihitung nilai penyusutannya (kolom 6), dan nilai sewa tersebut harus dihitung sebagai biaya operasional produksi*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e. Berapa luas ruangan yang Anda butuhkan untuk melaksanakan aktifitas masing-masing tahapan produksi?

No.	Aktifitas Tahapan Produksi	Luas Kebutuhan Ruangan (m2)
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
	Total Kebutuhan Ruangan	

f. Jenis mesin/peralatan apa saja yang Anda butuhkan dalam melaksanakan proses produksi perusahaan Anda, serta berapa unit dan nilainya masing-masing?

No	Jenis Mesin/Peralatan	Jumlah Kebutuhan (unit)	Harga Satuan (Rp/unit)	Nilai (Rp)	Umur Ekonomis (tahun)	Nilai Penyusutan (Rp/thn)
1	2	3	4	5	6	7
1.						
2.						
3.						
4.						
5.						
6.						
			Total			

Catatan: Nilai peralatan (kolom 5) tidak dihitung sebagai biaya operasional produksi, yang dihitung sebagai biaya operasional adalah biaya penyusutannya (kolom 7) yang digolongkan sebagai biaya overhead produksi.

. Apa tujuan/fungsi masing-masing mesin/peralatan tersebut dan dari mana saja Anda memperolehnya (sumber pasokan)?

No	Jenis Mesin/Peralatan	Fungsi/Tujuan	Sumber Pasokan
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
6.			
7.			
8.			
9.			
10			

h. Gambarkan denah *(lay out*) penempatan mesin/peralatan produksi pada ruangan produksi perusahaan Anda pada kotak yang tersedia di bawah ini!

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

i. Uraikan kebutuhan *tenaga kerja langsung* dan *tak langsung* yang Anda butuhkan untuk melaksanakan tahapan-tahapan dalam proses produksi!

No.	Tahapan Proses Kegiatan	Jumlah Tenaga Kerja (orang)	Kualifikasi Tenaga Kerja	Keterangan
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				
7.				
8.				
9.				
10.				

j. Biaya tenaga kerja apa saja yang Anda butuhkan dalam satu bulan/siklus produksi?

No.	Jenis Tenaga Kerja	Jumlah (org)	Gaji/ Upah (Rp/org)	Total Gaji (Rp)	Tunjangan (Rp/org)	Total Tunjangan (Rp)	Jumlah Biaya (Rp/bln)
1	2	3	4	5 = 3 x 4	6	7 = 3 x 6	8= 5 + 7
1.	Langsung						
2.	Tak Langsung						
			Total				

Catatan: Khusus biaya tenaga kerja tak langsung dimasukkan sebagai unsur biaya overhead produksi (tidak dihitung sebagai biaya per unit produk)

3. *Proses Produksi*

Produk yang akan Anda hasilkan tentunya akan melalui beberapa tahapan produksi, yaitu aktifitas-aktifitas menyeluruh yang dilakukan oleh tenaga kerja produksi. Tahapan-tahapan tersebut Anda bisa Anda tampilkan dengan membuat Bagan aliran Produksi.

k. Pada kotak di bawah ini, Anda diminta untuk menguraikan (dalam bentuk skema) bagan alir produksi berdasarkan tahapan-tahapan yang dilakukan dalam proses produksi perusahaan Anda!

4. ***Perkiraan Jumlah Produksi***

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada materi pembelajaran sebelumnya (Aspek Pemasaran), Anda telah menganalisis jumlah permintaan potensial produk Anda dari beberapa golongan pelanggan perusahaan Anda. Berangkat dari hasil analisis tersebut, Anda dapat membuat perkiraan jumlah produksi yang akan Anda tawarkan kepada para pelanggan Anda tersebut. Tentunya jika Anda merencanakan adanya persediaan, Anda akan memproduksi produk Anda melebihi jumlah permintaan yang ada. Dengan demikian perlu adanya penangan khusus agar persediaan yang Anda simpan tidak berlebihan, apalagi jika produk Anda berupa barang yang banyak menggunakan tempat dan mudah rusak.

l. Berapa jumlah produksi yang dapat Anda hasilkan dalam setiap bulan/siklus produksi? .....unit

m. Jumlah tersebut diperkirakan sekitar .....% dari permintaan yang ada *(Bandingkan rencana jumlah produksi dengan perkiraan permintaan pada penugasan Aspek Pemasaran).*

n. Jika jumlah produksi melebihi permintaan, bagaimana Anda melakukan pengendalian persediaan produk?

…….

…….

REFERENSI

Ahyari, A., 1990. *Manajemen Produksi: Pengendalian Produksi* (Buku 2, Edisi Keempat, Cetakan Kedua). Penerbit BPFE, Yogyakarta.

Assauri, S., 1993. *Manajemen Produksi dan Operasi* (Edisi Empat). Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.

Prawirosentono, S., 1997. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Bumi Akasara, Jakarta.

Rajagukguk, Z., Eryanti P dan Nurmia S., 1998. *Modul Pelatihan Tenaga Kerja Pemuda Mandiri Profesional*. Direktorat Jenderal Pembinaan Penempatan Tenaga Kerja, Departemen Tenaga Kerja RI, Jakarta.

Reksohadiprojo, S. dan I. Gitosudarmo, 2003. *Manajemen Produksi*. Penerbit BPFE, Yogyakarta.

Rukka, R. M., 1993. *Pengelolaan Industri Kecil Perusahaan Makan*an. Skripsi (tidak dipublikasikan). Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian dan Kehutanan, Universitas Hasanuddin, Ujungpandang.

Sofyan, A., 1996. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia, Jakarta.

Syamsuddin, A.S., Imelda R.I, Idris S., Agus A., Eymal B.D., Suardi B. dan Rusli M.R., 1995. *Mulai dari Usaha Kecil Merintis Karir Kewirausahaan Anda*. Pusat Pengembangan Usaha Kecil Kawasan Timur Indonesia (PUKTI) kerjasama Kondrad Adenauer Stiftung Internationales Institut.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Paket 6

ASPEK PENGENDALIAN DAMPAK LINGKUGAN

Pendahuluan

Fokus perkuliahan ini adalah tentang aspek pengendalian dampak lingkunga dalam berwirausaha. Kajian dalam paket ini meliputi pemahama tentang aktivitas bagaimaa pengendalian terhadap dampak ligkunga dalam berwirausaha.

Dalam paket 6 ini, mahasiswa akan memahami konsep tetang aktivitas dan proses pengendalian dampak lingkungan dalam berwirausaha.. Sebelum perkuliahan berlangsung, Setiap mahasiswa membuat review materi setiap kali pertemuan sesuai dengan topik. Mahasiswa menuliskannya dalam bentuk tulisan tangan dan saat perkuliahan berlangsung mendiskusikannya bersama.

Sebagai penunjang dalam pembelajaran, perangkat media menjadi penting untuk dihadirkan. Dalam perkuliahan ini dibutuhkan media pembelajaran berupa LCD dan laptop sebagai media penyampai *feedback* dari dosen setelah berdiskusi. Selain itu dibutuhkan sipdol sebagai alat penunjang dalam menjelaskan materi perkuliahan.

Rencana Pelaksanaan Perkuliahan

Kompetensi Dasar

Setelah mengikuti pembelajaran ini, mahasiswa peserta mampu merancang kebutuhan dan proses pengendalian dampak lingkungan yang mungkin timbul akibat aktifitas perusahaan.

Indikator

Pada akhir perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat:

1. Menjelaskan konsep ekonomi versus lingkungan
2. Menjelaskan aktivitas yang dapat dilakukan sebagai bentuk pengendalian dampak lingkungan
3. Menjelaskan tangungjawab atas dampak lingkunga dalam berwirausaha

Waktu

2x50

Materi Pokok

1. Pengertian ekonomi versus lingkugan
2. Aktivitas sebagai betuk pengendalian dampak lingkungan
3. Tanggung jawab dalam mengendalikan dampak lingkungan

Kegiatan Perkuliahan

Kegiatan awal (10 Menit)

1. Branstroming dengan hasil review dari mahasiwa tentang materi yang telah direview
2. Penjelasan pentingnya menpelajari paket

Kegiatan inti (80 Menit)

1. Membagi mahasiswa dalam 5 kelompok
2. Masing-masing kelompok mendiskusikan sub tema:
3. Presentasi hasil diskusi dari masing-masing kelompok
4. Selesai presentasi setiap kelompok , kelompok lain memberikan klarifikasi
5. Penguatan hasil diskusi dari dosen
6. Dosen memberi kesempatan pada mahasiswa untuk menanyakan materi yang belum dipahami atau menyampaikan gagasan lain.

Kegiatan Penutup(10 Menit)

1. Memberikan *Feedback* atas materi yang telah dibahas
2. Memberikan saran dan motovasi bagi mahasiswa

Kegiatan Tindak Lanjut

1. Memberi tugas latihan
2. Mempersiapkan perkuliahan selanjutnya

Lembar Kegiatan

Membuat catatan penting

Tujuan

Mahasiswa dapat memahami konsep dasar tentang konsep kewirausahaan dalam bentuk uraian atau catatan penting

Bahan dan Alat

Kertas plano, dan spidol, dan sulasi

Langkah Kegiatan

1. Mahasiswa dalam kelompok memilih pemandu diskusi dan penulis hasil diskusi
2. Mahasiswa mendiskusikan materi yang telah ditentukan dengan anggota kelompok
3. Tuliskan hasil diskusi dalam bentuk catatan-catatan penting di kertas plano dan ditempelkan didinding kelas/papan tulis

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. SEtiap kelompok mempresentasikan hasil catatan yang terdapat di kertas plano
5. Mahasiswa mempresentasikan hasil kerja secara bergiliran, dengan waktu presentasi 7 menit
6. Mahasiswa kelompok lain dapat memberikan tanggapan atau klarifikasi dari presentasi

Uraian Materi

Ekonomi *versus* Lingkungan

Siapapun mungkin akan sepakat bahwa ekonomi selalu menekankan adanya pertumbuhan, karena ekonomi yang sehat adalah ekonomi yang bertumbuh. Predikat "baik" secara mikro dapat diberikan kepada perusahaan yang dapat memperoleh capaian laba yang lebih besar tahun ini dibanding tahun lalu, atau secara makro sebuah wilayah memperoleh capaian *Product Domestic Bruto* (PDB) tahun ini lebih besar dari tahun lalu. Namun pertumbuhan ekonomi tidak dapat dibenarkan (mungkin juga oleh siapapun) dengan menjadikan lingkungan sebagai "tumbal" untuk mencapainya.

Masalah lingkungan telah lama menjadi perhatian, sejak orang-orang Amerika memperbincangkan kegagalan pembangunan dalam mengantisipasi masalah lingkungan pada pertemuan berthema "*Teknologi yang Tak Perduli*" di tahun 60-an. Berlanjut dari keresahan-keresahan akan masalah lingkungan, pada tahun 1972 sebuah perkumpulan di Roma mengeluarkan suatu laporan bahwa pertumbuhan ekonomi tidaklah berjalan tanpa batas oleh karena adanya kendala penyediaan sumberdaya alam dan pencemaran. Gerakan- gerakan lingkungan menarik perhatian dunia saat itu, sehingga pada tanggal 5 – 16 Juni 1972 di Kota Stockholom diadakan pertemuan dunia yang khusus membicarakan lingkungan dan menghasilkan berbagai aturan yang berhubungan dengan lingkungan, termasuk penetapan 5 Juni sebagai hari lingkungan (*environmental day*).

Kualitas lingkungan yang semakin menurun saat ini telah mengancam kelangsungan hidup manusia dan mahluk hidup lainnya, sehingga perlu dilakukan upaya perlindungan dan pengelolaan yang sungguh-sungguh dan konsisten oleh seluruh pihak. Lingkungan yang lestari adalah adalah hak asasi seluruh manusia, sehingga jangan karena dalih pembangunan ekonomi, kelestarian lingkungan menjadi terancam.

Konsep pembangunan berkelanjutan ini menurut Bertens (2000) merupakan penengah antara kepentingan pembangunan ekonomi dan kelestarian lingkungan. Konsep ini pertama kali di perkenalkan oleh *World Commision on Enviroment and Development* (*WCED*) pada tahun 1987 dengan mendefenisikan sebagai pembangunan yang memenuhi kebutuhan-kebutuhan dari generasi sekarang tanpa membahayakan kesanggupan generasi- generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan mereka sendiri. Dalam penjelasannya dikemukakan bahwa pembangunan ekonomi selalu harus memanfaatkan sumberdaya alam sedemikian rupa, sehingga generasi-generasi setelah kita dapat melanjutkan pembangunan yang kita jalankan sekarang. Implikasinya bahwa setiap generasi harus mewariskan lingkungan hidup yang sehat dan utuh dengan sumberdaya alam secukupnya kepada generasi berikutnya.

Pertentangan antara mereka yang menomorsatukan lingkungan hidup (*the environmentalists*) dan mereka yang menomorsatukan ekonomi berdasarkan teknologi maju (*the industrialists*) dapat diperdamaikan dengan wawasan "pembangunan berkelanjutan", sehingga yang satu tidak perlu dikorbankan kepada yang lain. Meskipun secara konseptual, pembangunan berkelanjutan menyediakan pegangan yang seimbang , secara praktis tetap menemui kesulitan, terutama berkaitan dengan adanya kepentingan- kepentingan nasional suatu negara. Namun, kesulitan tersebut dapat dirundingkan dengan tercapainya konsensus untuk bersama-sama melestarikan lingkungan hidup, demi masa depan bumi kita. Konsensus ini di wujudkan pada Konferensi Tingkat Tinggi/KTT Bumi (*United Nations Confrence on Environment and Development*) di Rio de Janeiro, Brasil pada tahun 1992 yang merupakan konfrensi PBB yang pertama kali dalam sejarah berhasil mengumpulkan 110 kepala negara untuk mewujudkan *sustainable*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

development. KTT Bumi 1992 telah menghasilkan Deklarasi Rio, Agenda 21, *Forests Principles* dan Konvensi Perubahan Iklim (*Climate Change*) dan Keanekaragaman Hayati (*Biodiversity*). KTT Bumi juga menghasilkan Konsep Pembangunan Berkelanjutan yang mengandung 3 pilar utama yang saling terkait dan saling menunjang yakni pembangunan ekonomi, pembangunan sosial dan pelestarian lingkungan hidup.

Meskipun telah dirumuskan konsensus, namun menurut Keraf (2002) paradigma pembangunan berkelanjutan belum banyak diimplementasikan, bahkan belum luas dipahami dan diketahui sebagai memuat prinsip-prinsip kerja yang menentukan dan menjiwai seluruh proses pembangunan. Krisis lingkungan masih tetap saja terjadi sebagai alasan untuk menilai bahwa paradigma pembangunan berkelanjutan itu tidak jalan. Penyebabnya adalah karena paradigma tersebut kembali menegaskan ideologi *developmentalisme*. Lebih lanjut dikatakan bahwa apa yang dicapai pada KTT tersebut hanyalah merupakan sebuah kompromi yang mengunggulkan kembali pembangunan dengan fokus utama berupa pertumbuhan ekonomi.

Terlepas dari anggapan tersebut, suatu hal yang positif karena telah ada komitmen dan upaya yang dilakukan pemerintah di berbagai belahan dunia untuk mengatasi dampak lingkungan. Yang paling penting adalah dibutuhkan kedisiplinan baik dari pemerintah maupun masyarakat dunia. Perlu dicatat bahwa setelah KTT di Rio De Jeneiro, KTT Bumi dilaksanakan secara rutin yang dimulai di Berlin-Jerman (1995), Jenewa-Swiss (1996), Kyoto-Jepang (1997), Buenos Aires-Argentina (1998), Bonn-Jerman (1999), Hague- Belanda (2000), Marrakesh-Maroko (2001), New Delhi-India (2002), Milan-Italia (2003), Buenos Aires-Argentina (2004), Montreal-Kanada (2005), Nairobi-Kenya (2006), Bali- Indonesia (2007), Poznan-Polandia (2008), Kopenhagen-Denmark (2009), Nagoya-jepang (2010) dan Durban-Afrika Selatan (2011). Berbagai pertemuan tersebut telah berhasil merumuskan kesepakatan-kesepakatan yang tentunya dapat bermanfaat bagi kelestarian bumi.

Aktifitas Perusahaan dan Dampaknya Terhadap Lingkungan Bio-Fisik dan Sosial Budaya

Kegiatan berwirausaha merupakan kegiatan sosial dan sekaligus merupakan kegiatan ekonomi. Aktifitas perusahaan melibatkan interaksi antar-manusia dan interaksi manusia dengan alam melalui berbagai aktifitas seperti mengadakan input dari pemasok dan/atau langsung dari alam, melakukan produksi, mempekerjakan orang, melakukan transaksi dan berbagai aktifitas lainnya yang bertujuan untuk memperoleh laba. Karena perusahaan dapat berjalan melalui interaksi manusia dengan manusia dan manusia dengan alam, berarti perolehan laba dalam perusahaan tidak boleh bersifat sepihak, namun diadakan dalam konteks menguntungkan kedua belah pihak yang berinteraksi.

Dampak yang paling nyata terlihat sebagai akibat dari aktifitas perusahaan (baik yang berskala besar, maupun kecil) adalah dampak bio-fisik berupa pencemaran. Adanya pencemaran terhadap lingkungan diakibatkan oleh pembuangan limbah sebagai bahan yang tidak terpakai dalam aktifitas perusahaan yang dapat berbentuk padat, cair ataupun gas. Malah ada yang berpendapat dengan menambahkan kebisingan yang ditimbulkan oleh aktifitas perusahaan sebagai limbah suara.

Dari berbagai jenis limbah yang dihasilkan oleh aktifitas perusahaan, limbah yang paling berbahaya bagi lingkungan hidup adalah limbah yang digolongkan mengandung bahan berbahaya dan beracun (B3). Limbah jenis B3 ini merupakan zat, energi, dan/atau komponen lain yang karena sifat, konsentrasi, dan/atau jumlahnya, baik secara langsung maupun tidak langsung, dapat mencemarkan dan/atau merusak lingkungan hidup, dan/atau membahayakan lingkungan hidup, kesehatan, serta kelangsungan hidup manusia dan makhluk hidup lain.

Pembuangan limbah hasil aktifitas perusahaan secara tidak bijaksana, mungkin tidak

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

disadari oleh wirausahawan akan berdampak negatif terhadap lingkungan. Karena dampaknya tidak dapat dirasakan saat ini, namun umumnya akan dirasakan di masa yang akan datang. Mungkin juga tidak disadari bahwa adanya tanggung jawab terhadap kelestarian lingkungan, tidak hanya untuk kepentingan lingkungan itu sendiri, namun juga untuk kepentingan perusahaan dalam jangka panjang. Cukup banyak fakta yang menunjukkan bahwa banyaknya perusahaan yang mengalami kerugian yang besar, bahkan dinyatakan failit, oleh karena besarnya biaya yang harus dikeluarkan untuk mengganti biaya kerugian yang diakibatkan oleh kekurangpeduliannya dalam mengantisipasi kemungkinan dampak lingkungan yang akan ditimbulkan dari aktifitas perusahaannya.

Pembuangan limbah produksi ke alam secara tidak bijaksana dapat menyebabkan pencemaran air dan tanah serta polusi udara. Saat ini, berbagai masalah lingkungan bio- fisik sudah mencapai taraf global, dalam artian tidak hanya mencakup satu wilayah saja. Ada beberapa masalah lingkungan yang menjadi ancaman global diantaranya akumulasi bahan beracun, efek rumah kaca, rusaknya lapisan ozon, hujan asam, penggurunan serta berkurangnya keanekaan hayati. Masalah-masalah tersebut timbul akibat aktifitas (umumnya ekonomi) yang terakumulasi dan sudah berlangsung sejak lama.

Dalam hal dampaknya terhadap lingkungan sosial budaya, biasanya aktifitas usaha juga memberikan pengaruh langsung maupun tidak langsung. Dalam operasional usaha, wirausahawan akan berhubungan dengan berbagai *stakeholders* (pihak-pihak yang berkepentingan), baik internal seperti karyawan, maupun eksternal seperti pemasok, pemasar, pemerintah, dan masyarakat konsumen. Keberhasilan mengelola usaha dapat diukur dengan melihat sampai sejauhmana hubungan perusahaan dengan para *stakeholders* tersebut. Tentunya dalam menjalankan aktifitas usahanya, seorang pengusaha tidak hanya memikirkan keuntungan sendiri, namun juga harus memikirkan kepentingan pihak-pihak lain tersebut.

Untuk mencegah dampak negatif yang ditimbulkan oleh limbah perusahaan, seharusnya setiap perusahaan telah memiliki unit-unit pengolahan limbah sebelum limbah dibuang ke lingkungan. Undang-Undang No. No. 32 Tahun 2009 tentang perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup telah mengatur bahwa setiap orang diperbolehkan untuk membuang limbah ke media lingkungan hidup, tetapi dengan persyaratan telah memenuhi baku mutu lingkungan hidup dan mendapat izin dari Menteri, gubernur, atau bupati/walikota sesuai dengan kewenangannya. Undang-undang ini juga mengatur baku mutu lingkungan hidup untuk menentukan terjadinya pencemaran lingkungan yang diukur berdasarkan baku mutu air, air limbah, air laut, udara ambien, emisi, gangguan dan lainnya sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Tanggung Jawab Perusahaan Terhadap Lingkungan Bio-Fisik dan Sosial budaya

Berbagai kasus lingkungan yang terjadi tidak dapat dipungkiri sebagian besar karena perilaku manusia yang tidak bertanggung jawab dan hanya mementingkan diri sendiri. Jika ditinjau lebih jauh, terjadinya krisis lingkungan global pada dasarnya menurut Keraf (2002) bersumber pada kesalahan fundamental-filosofis dalam pemahaman atau cara pandang serta pola perilaku manusia mengenai dirinya, alam dan keseluruhan ekosistem.

Kesalahan cara pandang ini bermula dari etika *antroposentrisme* yang memandang manusia sebagai pusat dari alam semesta. Hanya manusia yang memiliki nilai, manusia adalah penguasa alam sehingga bebas melakukan apa saja, sementara alam dan segala isinya hanyalah sekadar alat bagi pemuasan kepentingan dan kebutuhan hidup manusia. Cara pandang ini melahirkan sikap perilaku eksploitatif tanpa memperdulikan alam dan segala isinya. Terdapat tiga kesalahan fundamental dari cara pandang ini: *Pertama* adalah manusia hanya dipahami sebagai mahluk sosial (*social animal*) yang eksistensi dirinya ditentukan oleh komunitas sosialnya dalam pengertian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bahwa manusia berkembang menjadi dirinya dalam interaksi dengan sesama manusia di dalam komunitas sosialnya; *Kedua*, bahwa etika hanya berlaku bagi komunitas sosial manusia atau dalam artian bahwa norma dan nilai moral hanya dibatasi keberlakuannya bagi manusia, sementara bagi mahluk lain di luar manusia tidak berlaku; dan *Ketiga*, cara pandang ini diperkuat oleh paradigma ilmu pengetahuan dan teknologi modern yang memisahkan alam sebagai obyek dan manusia sebagai subyek dan memisahkan secara tegas antara fakta dan nilai.

Cara pandang *antroposentrisme* dikritik tajam oleh etika *biosentrisme* dan *ekosentrisme* yang memiliki cara pandang bahwa manusia tidak hanya dipandang sebagai mahluk sosial. Manusia harus dipandang terlebih dahulu sebagai mahluk biologis dan ekologis. Kehidupan manusia tidak hanya tergantung pada sesamanya (komunitas sosial), tetapi juga terkait dengan semua kehidupan lain di alam semesta. Dari pemahaman kedua etika ini, sehingga tanggung jawab moral tidak lagi hanya dibatasi pada hubungan manusia dengan manusia lainnya dan komunitasnya, tetapi juga berlaku berlaku bagi semua mahluk hidup dan lingkungannya.

Pembahasan mengenai etika sebagaimana yang telah dikemukakan di atas terkait hubungan manusia dengan manusia, dan manusia dengan mahluk lain serta lingkungannya. Bagaimana halnya dengan perusahaan, apakah perusahaan juga memiliki tanggung jawab moral seperti manusia? Jika ada yang berpendapat bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab legal, mungkin jawabannya sudah pasti dan tidak diragukan lagi. Karena perusahaan sebagai badan hukum pastilah memiliki status legal, mempunyai hak dan kewajiban legal sebagaimana manusia dewasa seperti menuntut dan dituntut di pengadilan, memiliki, melakukan kontrak dan sebagainya. Seperti subyek hukum yang biasa (manusia perorangan), perusahaan pun harus menaati peraturan hukum. Menurut George (1999), terdapat dua pandangan tentang status legal perusahaan, yaitu:, perusahaan sepenuhnya ciptaan hukum, karena itu ada hanya berdasarkan hukum (*Legal-creator*) dan pandangan bahwa suatu usaha bebas dan produktif (*Legal-recognition*).

Namun jika dipertanyakan apakah perusahaan memiliki tanggung jawab moral, mungkin pertanyaan ini akan sulit untuk dijawab. Supaya memiliki tanggung jawab moral, perusahaan perlu berstatus moral atau merupakan pelaku moral yang bisa melakukan tindakan etis atau tidak etis. Apakah perusahaan dapat melakukan tindakan etis atau tidak etis sebagaimana manusia? Jika manusia sebagai pelaku moral memiliki hati nurani, apakah perusahaan juga demikian? Dalam menjawab pertanyaan ini, ada argumen pro dan kontra. Di satu pihak harus diakui bahwa hanya manusia perorangan yang memiliki kebebasan untuk mengambil keputusan, dan akibatnya hanya manusia peroranganlah yang dapat memikul tanggung jawab. Di lain pihak, sulit juga menerima pandangan bahwa perusahaan hanyalah semacam benda mati yang dikemudikan oleh para manajer. Terdapat banyak pertanda yang menunjukkan bahwa perusahaan juga memiliki "kepribadian" tersendiri, perusahaan bisa tumbuh, bisa menjalankan pengaruh atas politik lokal, dan pertanda lainnya yang tidak dimiliki oleh benda mati.

Seluruh perdebatan pro-kontra tidaklah begitu penting dibahas karena hanya memiliki makna teoritis saja dan tidak memiliki konsekuensi untuk praktek berwirausaha. Seandainya perusahaan --tidak termasuk orang-orang yang terlibat di dalamnya-- tidak merupakan pelaku moral dan karena itu tidak dapat memikul tanggung jawab moral, namun masih terdapat wirausahawan sebagai pimpinan perusahaan dan pastilah sebagai manusia mereka merupakan pelaku moral dan tentunya memikul tanggung jawab moral atas keputusan yang mereka ambil. Ada baiknya kita sepakati bahwa karena perusahaan dijalankan oleh manusia, maka kita dapat berkesimpulan bahwa perusahaan juga memiliki tanggung jawab moral. Segala keputusan yang diambil dalam perusahaan, tentunya memiliki konsekuensi tanggung jawab oleh wirausahawan sebagai manusia yang menjalankannya.

Kembali ke pembahasan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan bio-fisik dan sosial sosial budaya adalah terkait pada upaya yang dilakukan wirausahawan dalam mengendalikan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terjadinya pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan. Upaya-upaya tersebut meliputi pencegahan, penanggulangan dan pemulihan.

Salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan terutama yang memiliki kecenderungan berdampak penting terhadap lingkungan-- dalam melakukan upaya pencegahan sebelum menjalankan aktifitasnya adalah memiliki analisis mengenai dampak lingkungan hidup (amdal). Sebagaimana yang diatur dalam undang-undang bahwa setiap perusahaan yang berdampak penting terhadap lingkungan hidup wajib memiliki amdal. Amdal merupakan kajian mengenai dampak penting suatu usaha dan/atau kegiatan yang direncanakan pada lingkungan hidup yang diperlukan bagi proses pengambilan keputusan tentang penyelenggaraan usaha dan/atau kegiatan. Dampak penting yang dimaksud ditentukan berdasarkan kriteria: besarnya jumlah penduduk yang akan terkena dampak rencana usaha dan/atau kegiatan, luas wilayah penyebaran dampak, intensitas dan lamanya dampak berlangsung, banyaknya komponen lingkungan hidup lain yang akan terkena dampak, sifat kumulatif dampak, berbalik atau tidak berbaliknya dampak, dan/atau kriteria lain sesuai denga perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Kriteria usaha dan/atau kegiatan berdampak penting yang wajib dilengkapi dengan amdal terdiri atas:

a. pengubahan bentuk lahan dan bentang alam
b. eksploitasi sumber daya alam, baik yang terbarukan maupun yang tidak terbarukan
c. Proses dan kegiatan yang secara potensial dapat menimbulkan pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan hidup serta pemborosan dan kemerosotan sumber daya alam dalam pemanfaatannya
d. Proses dan kegiatan yang hasilnya dapat mempengaruhi lingkungan alam, lingkungan buatan, serta lingkungan sosial dan budaya
e. Proses dan kegiatan yang hasilnya akan mempengaruhi pelestarian kawasan konservasi sumber daya alam dan/atau perlindungan cagar budaya
f. Introduksi jenis tumbuh-tumbuhan, hewan, dan jasad

renik g. Pembuatan dan penggunaan bahan hayati dan non-hayati

h. Kegiatan yang mempunyai risiko tinggi dan/atau mempengaruhi pertahanan negara
i. dan/atau penerapan teknologi yang diperkirakan mempunyai potensi besar untuk mempengaruhi lingkungan hidup.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yang saat ini lagi *trend* dan telah dijalankan oleh berbagai perusahaan dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility* (*CSR*). Program *CSR* merupakan komitmen perusahaan untuk membangun kualitas kehidupan yang lebih baik bersama dengan para pihak yang terkait, utamanya masyarakat di sekelilingnya dan lingkungan sosial dimana perusahaan tersebut berada, yang dilakukan terpadu dengan kegiatan usahanya secara berkelanjutan. *CSR* bukan hanya sekadar kegiatan amal, di mana program ini mengharuskan suatu perusahaan dalam pengambilan keputusannya agar dengan sungguh-sungguh memperhitungkan akibatnya terhadap seluruh pemangku kepentingan (*stakeholders*) perusahaan, termasuk lingkungan hidup. Hal ini mengharuskan perusahaan untuk membuat keseimbangan antara kepentingan beragam pemangku kepentingan eksternal dengan kepentingan internal.

Perusahaan yang mengedepankan konsep ini akan lebih menekankan pembangunan sosial dan pembangunan kapasitas masyarakat sehingga akan menggali potensi masyarakat lokal yang menjadi modal sosial perusahaan untuk maju dan berkembang. Selain dapat menciptakan peluang-peluang sosial ekonomi masyarakat, menyerap tenaga kerja dengan kualifikasi yang diinginkan, cara ini juga dapat membangun citra sebagai perusahaan yang ramah dan peduli lingkungan. Selain itu, akan tumbuh rasa percaya dari masyarakat. Rasa memiliki perlahan-lahan muncul dari masyarakat sehingga masyarakat merasakan bahwa kehadiran perusahaan di daerah mereka akan berguna dan bermanfaat.

Beberapa perusahaan memang mampu mengangkat status *CSR* ke tingkat yang lebih tinggi dengan menjadikannya sebagai bagian dari upaya *brand building* dan peningkatan *corporate image*. Namun upaya-upaya *CSR* tersebut masih jarang yang dijadikan sebagai bagian dari perencanaan strategis perusahaan. Masyarakat kini telah semakin *well informed*, dan kritis serta mampu melakukan filterisasi terhadap dunia usaha yangg tengah berkembang. Hal ini menuntut para pengusaha untuk menjalankan usahanya dengan semakin bertanggung jawab.

Kepedulian kepada masyarakat sekitar komunitas dapat diartikan sangat luas, namun secara singkat dapat dimengerti sebagai peningkatan partisipasi dan posisi organisasi di dalam sebuah komunitas melalui berbagai upaya kemaslahatan bersama bagi organisasi dan komunitas. Setidaknya ada tiga alasan penting mengapa kalangan dunia usaha mesti merespon dan mengembangkan isu tanggung jawab sosial sejalan dengan operasi usahanya. *Pertama*, perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat. *Kedua*, kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme. *Ketiga*, kegiatan tanggung jawab sosial merupakan salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindari konflik sosial.

Perkembangan program *CSR* di Indonesia dimulai dari sejarah perkembangan pembinaan usaha kecil yang dilaksanakan oleh Badan Usaha Milik Negara (BUMN) sejak terbitnya Peraturan Pemerintah Nomor 3 Tahun 1983 tentang tata cara pembinaan dan pengawasan Perusahaan Jawatan (Perjan), Perusahaan Umum (Perum) dan Perusahaan Perseroan (Persero). Sejalan dengan perkembangan ekonomi dan masyarakat, program ini terus mengalami penyesuaian dengan keluarnya berbagai keputusan pemerintah. Program yang dijalankan oleh BUMN saat ini bernama Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). PKBL merupakan Program Pembinaan Usaha Kecil dan pemberdayaan kondisi lingkungan oleh BUMN melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN. Jumlah penyisihan laba untuk pendanaan program maksimal sebesar 2% dari laba bersih untuk Program Kemitraan dan maksimal 2% dari laba bersih untuk Program Bina Lingkungan.

Program kemitraan dilakukan dengan pemberian pinjaman untuk modal kerja dan/atau pembelian aktiva tetap produktif, pemberian pinjaman khusus bagi usaha

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menengah dan kecil (UMK) yang telah menjadi binaan yang bersifat pinjaman tambahan dalam rangka memenuhi pesanan dari rekanan usaha UMK Binaan, dan pendampingan dalam rangka peningkatan kapasitas (*capacity building*) UMK binaan dalam bentuk bantuan pendidikan/pelatihan, pemagangan, dan promosi. Sedangkan Program Bina Lingkungan yang merupakan program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN di wilayah usaha BUMN tersebut melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN. Obyek bantuan yang dapat diberikan melalui Program Bina Lingkungan berupa bantuan dana bagi korban bencana alam, bantuan biaya pendidikan dan/atau pelatihan, pengadaan sarana dan prasarana umum, bantuan sarana ibadah serta bantuan untuk pelestarian lingkungan.

Rangkuman

Memikirkan faktor lingkungan terutama dampak-dampak yang akan ditimbulkan dalam menjalankan aktifitas sebagai wirausahawan adalah suatu hal yang mutlak. Karena kepedulian pada lingkungan bukan hanya untuk kepentingan lingkungan itu sendiri, namun juga untuk keberlangsungan aktifitas perusahaan yang dijalankan. Untuk mengantisipasi dampak yang kemungkinan akan ditimbulkan oleh adanya aktifitas perusahaan dan produk yang dihasilkannya terhadap lingkungan bio-fisik dan sosial budaya, maka dalam merancang perusahaan perlu pula dirancang upaya-upaya yang akan dilakukan terkait dengan pengendalian dampak terhadap lingkungan. Berikut ini disajikan beberapa hal yang perlu didiskusikan dan dirumuskan terkait upaya pengendalian dampak lingkungan perusahaan yang dirancang.

Latihan

Rancangan aspek pegedalian dampak lingkungan perusahaan Anda dapat dilakukan dengan menganalisis beberapa hal, yaitu:

1. *Limbah*

   Aktifitas perusahaan anda tentunya menghasilkan limbah, limbah tersebut dapat berupa limbah yang sifatnya padat, cair, gas, maupun suara. Limbah-limbah tersebut apabila tidak ditangani dengan baik akan memberikan dampak pada lingkungan. Pada bagian ini perlu diidentifikasi limbah-limbah apa saja yang dihasilkan oleh aktifitas perusahaan Anda.

   a. Limbah apa saja yang dihasilkan oleh aktifitas perusahaan Anda?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Dampak Bio-Fisik

Berbagai aktifitas perusahaan dapat memberikan dampak positif dan negatif baik langsung maupun tak langsung terhadap lingkungan bio-fisik di sekitarnya. Anda perlu melakukan identifikasi kemungkinan dampak-dampak (positif dan negatif) itu, kemudian mengidentifikasi langkah-langkah antisipasi apabila terjadi dampak negatif terhadap lingkungan bio-fisik.

b. Apa dampak positif dengan adanya perusahaan Anda terhadap lingkungan bio- fisik?

- .....
- .....
- .....
- .....
- .....

c. Apa pula dampak negatifnya terhadap lingkungan bio-fisik dan bagaimana cara mengendalikannya?

3. Dampak Sosial Budaya

Selain berdampak pada lingkungan bio-fisik, aktifitas perusahaan juga akan memberikan pengaruh pada lingkungan sosial-budaya masyarakat di sekitarnya. Untuk itu, perlu pula diidentifikasi kemungkinan dampak (positif dan negatiif)nya. Dan bila kemungkinan akan memberikan dampak negatif, perlu diidentifikasi langkah-langkah penanganannya.

d. Apa dampak positif dengan adanya perusahaan Anda terhadap lingkungan sosial budaya masyarakat?

- .....
- .....
- .....
- .....
- .....

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e. Apa pula dampak negatifnya terhadap lingkungan sosial budaya dan bagaimana cara mengendalikannya?

4. Penganggaran Dampak Lingkungan

Agar memudahkan Anda menganalisis rencana keuangan, ada baiknya pula Anda menyusun penganggaran yang dibutuhkan oleh perusahaan Anda dalam pengendalian dampak lingkungan.

f. Rincikan keseluruhan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan Anda untuk melaksanakan upaya-upaya pengendalian dampak terhadap lingkungan dalam per bulan/siklus produksi!

REFERENSI

Bertens, K., 2000. *Pengantar Etika Bisnis*. Penerbit Kanisius, Yogyakarta.

George, R.T.D, 1999. *Business Ethics*. Prentice Hall Publishing, New York.

Keraf, S.A., 2002. *Etika Lingkungan*. Penerbit Buku Kompas, Jakarta.

Syamsuddin, A.S., Imelda R.I, Idris S., Agus A., Eymal B.D., Suardi B. dan Rusli M.R., 1995. *Mulai dari Usaha Kecil Merintis Karir Kewirausahaan Anda*. Pusat Pengembangan Usaha Kecil Kawasan Timur Indonesia (PUKTI) kerjasama Kondrad Adenauer Stiftung Internationales Institut.

Undang-undang Republik Indonesia No. 32 Tahun 2009 tentang *Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup*.

Widodo, M, 2001. *KTT Dunia Pembangunan Berkelanjutan 2002 Peluang dan Tantangan bagi Indonesia Baru*. Paparan Dalam rangka sosialisasi persiapan World Summit on Sustainable Development, 8 September 2001 di Yogyakarta.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Paket 7

ASPEK ORGANISASI DAN MANAJEMEN

Pendahuluan

Fokus perkuliahan ini adalah tentang aspek pengendalian dampak lingkunga dalam berwirausaha. Kajian dalam paket ini meliputi pemahama tentang aktivitas bagaimaa pengendalian terhadap dampak ligkunga dalam berwirausaha.

Dalam paket 6 ini, mahasiswa akan memahami konsep tetang aktivitas dan proses pengendalian dampak lingkungan dalam berwirausaha.. Sebelum perkuliahan berlangsung, Setiap mahasiswa membuat review materi setiap kali pertemuan sesuai dengan topik. Mahasiswa menuliskannya dalam bentuk tulisan tangan dan saat perkuliahan berlangsung mendiskusikannya bersama.

Sebagai penunjang dalam pembelajaran, perangkat media menjadi penting untuk dihadirkan. Dalam perkuliahan ini dibutuhkan media pembelajaran berupa LCD dan laptop sebagai media penyampai *feedback* dari dosen setelah berdiskusi. Selain itu dibutuhkan sipdol sebagai alat penunjang dalam menjelaskan materi perkuliahan.

Rencana Pelaksanaan Perkuliahan

Kompetensi Dasar

Setelah mengikuti pembelajaran ini, mahasiswa peserta mata kuliah akan dapat merancang kebutuhan organisasi dan manajemen perusahaan.

Indikator

Pada akhir perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat:

1. Menjelaskan tentang deinisi organiasi dan manejemen
2. Menjelaskan tentang orgaisasi perusahaan
3. Menjelaskan tentang manajemen perusahaan

Waktu

2x50

Materi Pokok

1. Pengertian tentang organisasi dan manajemen
2. Konsep tentang organisasi perusahaan
3. Konseptualisasi tentang manajemen perusahaan

Kegiatan Perkuliahan

Kegiatan awal (10 Menit)

1. Branstroming dengan hasil review dari mahasiwa tentang materi yang telah direview
2. Penjelasan pentingnya menpelajari paket

Kegiatan inti (80 Menit)

1. Membagi mahasiswa dalam 5 kelompok
2. Masing-masing kelompok mendiskusikan sub tema:
3. Presentasi hasil diskusi dari masing-masing kelompok
4. Selesai presentasi setiap kelompok , kelompok lain memberikan klarifikasi
5. Penguatan hasil diskusi dari dosen
6. Dosen memberi kesempatan pada mahasiswa untuk menanyakan materi yang belum dipahami atau menyampaikan gagasan lain.

Kegiatan Penutup(10 Menit)

1. Memberikan *Feedback* atas materi yang telah dibahas
2. Memberikan saran dan motovasi bagi mahasiswa

Kegiatan Tindak Lanjut

1. Memberi tugas latihan
2. Mempersiapkan perkuliahan selanjutnya

Lembar Kegiatan

Membuat catatan penting

Tujuan

Mahasiswa dapat memahami konsep dasar tentang konsep kewirausahaan dalam bentuk uraian atau catatan penting

Bahan dan Alat

Kertas plano, dan spidol, dan sulasi

Langkah Kegiatan

1. Mahasiswa dalam kelompok memilih pemandu diskusi dan penulis hasil diskusi
2. Mahasiswa mendiskusikan materi yang telah ditentukan dengan anggota kelompok
3. Tuliskan hasil diskusi dalam bentuk catatan-catatan penting di kertas plano dan ditempelkan didinding kelas/papan tulis
4. SEtiap kelompok mempresentasikan hasil catatan yang terdapat di kertas plano
5. Mahasiswa mempresentasikan hasil kerja secara bergiliran, dengan waktu presentasi 7 menit
6. Mahasiswa kelompok lain dapat memberikan tanggapan atau klarifikasi dari presentasi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Uraian Materi

Defenisi Organisasi dan Manajemen

Organisasi adalah sekelompok orang (dua atau lebih) yang secara formal dipersatukan dalam suatu bentuk kerjasama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dari defenisi tersebut dapat disebutkan bahwa organisai mengandung berbagai unsur yang terdiri dari dua orang atau lebih, ada kerjasama diantara orang-orang yang tergabung di dalamnya, dan memiliki tujuan bersama.

Sedangkan manajemen merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk mewujudkan kerjasama di antara semua sumberdaya yang terlibat dalam organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Jika membaca berbagai literatur manajemen, defenisi manajemen oleh para ahli cukup beragam. Namun jika ditelusuri lebih jauh, maka akan ditemukan bahwa istilah manajemen mengandung tiga pengertian yaitu:

a. Manajemen sebagai suatu proses

b. Manajemen sebagai kolektivitas orang-orang yang melakukan aktivitas manajemen

c. Manajemen sebagai suatu seni (*art*) dan sebagai suatu ilmu pengetahuan (*science*)

Meskipun demikian, dari berbagai defenisi mengenai manajemen dikemukakan oleh ahli, hampir semua menekankan pada pengendalian dan pendayagunaan berbagai sumberdaya organisasi untuk mencapai tujuan tertentu.

Dari uraian yang telah dikemukakan, maka dapat dikatakan bahwa hal yang berbeda antara organisasi dan manajemen adalah organisasi sebagai alat atau wadah sekelompok orang dalam mencapai tujuan tertentu, sedangkan manajemen lebih mengarah kepada pengaturan atau pengelolaan untuk mencapai tujuan tersebut.

Pada dasarnya penerapan manajemen dalam organisasi adalah terkait dengan fungsi-fungsi manajemen. Berbagai pendapat ahli juga berbeda-beda mengenai jenis fungsi-fungsi manajemen, diantaranya dikemukakan, sebagai berikut:

George R. Terry : *planning, organizing, staffing, motivating,* dan *controlling.*

Henry Fayol : *planning, organizing, commanding, coordinating,* dan *controlling.*

Luther Gullich : *planning, organizing, staffing, directing, coordinating, reporting,* dan *budgeting.*

Ernest Dale : *planning, organizing, staffing, directing, innovating, representing,*

Tanpa bermaksud mengabaikan pendapat para ahli tersebut, maka dapat dikemukakan bahwa pada dasarnya fungsi-fungsi manajemen terdiri dari perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*) dan pengawasan (*controlling*). Secara garis besarnya fungsi-fungsi manajemen ini dapat disederhanakan lagi menjadi tiga kelompok fungsi utama, yakni perencanaan (*planning*), pelaksanaan (actuating) dan pengawasan (*controlling*).

Organisasi Perusahaan

Terkait dengan kebutuhan organisasi perusahaan, beberapa hal yang perlu dirancang, yakni visi dan misi perusahaan, struktur organisasi perusahaan, bentuk organisasi perusahaan, serta perizinan organisasi perusahaan, sebagaimana yang diuraikan berikut ini.

a. Visi dan Misi Perusahaan

Lingkungan di mana perusahaan berada dan segala aktifitasnya dilaksanakan senantiasa berubah, dan untuk mampu bertahan di lingkungan tersebut, seorang wirausahawan dituntut untuk harus mampu menyesuaikan diri dengan perubahan-

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perubahan tersebut. Perusahaan sebagai unit bisnis, harus fleksibel dan senantiasa mampu menyesuaikan diri dengan perubahan-perubahan lingkungannya. Semakin dinamis lingkungan sebuah perusahaan, maka semakin sulit untuk mengetahui dan mengantisipasi perubahan yang diperlukan. Pertumbuhan dan perkembangan sebuah perusahaan dapat diketahui apabila perusahaan tersebut memiliki arah tertentu yang akan dicapai dan secara berkala dilakukan pengukuran capaian. Dari hasil pengukuran tersebut dapat diketahui persoalan dan kendala yang dihadapi setiap saat, sehingga dengan demikian aktifitas- aktifitas yang dilakukan dalam upaya mengatasi persoalan dan kendala dapat lebih spesifik dan terarah.

Sebuah perusahaan tidak langsung berdiri begitu saja, tetapi lazimnya melalui proses yang panjang dan untuk kelanjutan operasionalnya diperlukan arah yang jelas. Sebab tanpa arah yang jelas cenderung akan sulit untuk berkembang. Hal Ini dapat diilustrasikan Ibarat seseorang yang akan melakukan perjalanan tanpa arah yang jelas yang akan dituju, maka orang yang bersangkutan bisa saja tersesat dan tidak mengetahui dimana posisi yang ia telah capai. Dalam melaksanakan aktifitas perusahaan, seorang wirausahawan tidak mungkin melakukannya sendiri, tetapi mereka membutuhkan orang lain sebagai tenaga kerja. Orang-orang tersebut tentunya memiliki latar belakang kehidupan yang berbeda-beda. Latar belakang yang berbeda inilah yang juga membedakan berbagai status kehidupan, dan membedakan visi dan misi pribadi dalam menjalankan aktifitas kesehariannya. Kondisi yang demikian akan menyulitkan perusahaan untuk berkembang, apalagi bila beragamnya kebutuhan dan kepentingan setiap orang yang terlibat tidak dapat dipenuhi oleh perusahaan.

Berangkat dari dasar pemikiran tersebut, seorang wirausahawan perlu menyadari pentingnya pemahaman/penyamaan visi yang didasari oleh kesamaan visi pribadi masing-masing orang yang terlibat, serta penyesuaian visi pada pihak-pihak luar yang berkepentingan. Visi perusahaan inilah yang akan dijabarkan dalam beberapa misi yang harus dilaksanakan dalam mencapai visi perusahaan.

Visi perusahaan terkait dengan kondisi yang akan dicapai oleh perusahaan di masa yang akan datang. Sedangkan misi perusahaan terkait dengan tugas pelayanan yang harus dijalankan oleh perusahaan terhadap pihak-pihak yang berkepentingan. Visi perusahaan merupakan falsafah bagi manajemen perusahaan dan setiap orang yang terlibat dalam organisasi perusahaan. Bagi manajemen, visi perusahaan merupakan pedoman untuk menyusun strategi perusahaan. Perencanaan yang dibuat senantiasa berlandaskan pada misi yang diemban dalam rangka mencapai visi perusahaan.

Pernyataan visi perusahaan hendaknya dirumuskan dalam suatu pernyataan yang bersifat sederhana, fleksibel, memiliki cakupan yang luas, terukur dalam hal capaian dan waktu, serta menggambarkan prospek yang cerah dalam perjalanan hidup perusahaan di masa mendatang. Hal yang perlu diingat oleh wirausahawan, bahwa jika menginginkan perusahaannya bertahan hidup lebih lama, hendaknya tidak mengekspresikan "memburu keuntungan" dalam pernyataan visinya. Pernyataan visi hendaknya ditekankan pada pelayanan terhadap kebutuhan *stakeholders* sebagai prioritas utama. Harus disadari bahwa keuntungan merupakan konsekuensi sebagai balas jasa dalam upaya menerapkan strategi perusahaan, bukan sebagai tujuan utama.

b. Struktur Organisasi Perusahaan

Dalam melaksanakan fungsi pengorganisasian sebagai fungsi manajemen perusahaan, wirausahawan mengalokasikan keseluruhan sumberdaya perusahaan sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat berdasarkan kerangka kerja yang dinamakan desain organisasi perusahaan. Bentuk Spesifik dari desain organisasi sebuah perusahaan dapat dilihat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dari struktur organisasi perusahaan tersebut. Dengan demikian, stuktur organisasi pada dasarnya merupakan desain organisasi dimana wirausahawan sebagai manajer melakukan alokasi sumberdaya perusahaan, terutama yang terkait dengan pembagian kerja dan sumberdaya yang dimiliki, serta pengkoordinasian dan pengkomunikasiannya.

Keterlibatan beberapa orang dalam perusahaan tentunya membutuhkan pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas. Seluruh pekerjaan tidak hanya dimonopoli oleh wirausahawan sebagai pemilik, karena keterbatasan waktu, tenaga, keterampilan, dan sebagainya. Olehnya itu, seorang wirausahawan perlu memberikan atau mendelegasikan wewenang kepada staf atau tenaga kerja perusahaan. Di sinilah pentingnya disusun struktur organisasi perusahaan.

Struktur organisasi perusahaan adalah susunan komponen-komponen (unit-unit kerja) dalam organisasi perusahaan. Struktur organisasi menunjukkan adanya pembagian kerja dalam bentuk pendelegasian wewenang kepada tenaga kerja dan menunjukkan pula arah tanggung jawab atas wewenang yang diberikan. Selain itu, struktur organisasi juga menunjukkan fungsi-fungsi atau kegiatan-kegiatan yang berbeda-beda dikoordinir dan menunjukkan pula adanya spesialisasi-spesialisasi pekerjaan yang terdapat dalam sebuah organisasi perusahaan.

Berbagai literatur manajemen mengemukakan bahwa terdapat 4 (empat) pilar dalam yang perlu di perhatikan dalam penyusunan struktur oganisasi, yakni:

1. Pembagian kerja (*division of work*), sebagai upaya untuk menyederhanakan dari keseluruhan kegiatan dan pekerjaan sebagaiman yang telah disusun dalam proses perencanaan menjadi lebih sederhana dan spesifik dimana setiap orang akan ditempatkan dan ditugaskan untuk setiap kegiatan pekerjaan. Kadangkala pembagian kerja disebut pula dengan pembagian tenaga kerja, namun lebih sering digunakan dengan istilah pembagian kerja, karena yang dibagi-bagi adalah pekerjaannya, bukan orangnya. Sebagai contoh, pembagian kerja pada perusahaan perdagangan hasil pertanian, dapat dibagi menjadi pekerjaan pengadaan/pembelian, *grading*, penyimpanan/pergudangan, kontrol kualitas, pengemasan, penyaluran, bagian yang menangani keuangan, dan sebagainya.
2. Pengelompokan pekerjaan (*departementalization*), merupakan proses pembagian dan penamaan bagian atau kelompok pekerjaan berdasarkan kriteria tertentu. Ini dapat dilakukan apabila jenis-jenis pekerjaan telah dispesifikkan. Sebagai contoh, untuk perusahaan perdagangan hasil pertanian, pekerjaan pengadaan/pembelian dan *grading* dikelompokkan menjadi Bagian Pengadaan Bahan, pekerjaan penyimpanan/pergudangan dan kontrol kualitas dikelompokkan menjadi bagian Prosessing, bagian pengemasan dan penyaluran dikelompokkan menjadi bagian pemasaran, dan seterusnya.
3. Penentuan relasi antar-bagian dalam organisasi (hierarchy), merupakan proses penentuan relasi antar bagian dalam organisasi, baik secara vertikal maupun secara horisontal. Terdapat dua konsep penting dalam hal ini, yaitu: 1) *Span of management* terkait dengan jumlah orang atau bagian di bawah suatu bagian yang akan bertanggung jawab kepada bagian tertentu, dan 2) *Chain of command* yang menunjukkan garis perintah dalam sebuah organisasi dari hierarki yang paling tinggi hingga hirarki yang paling rendah, dan juga menjelaskan bagaimana batasan kewenangan dibuat dan siapa dan bagian mana akan melapor ke bagian mana.
4. Kordinasi (*coordination*), proses dalam mengintegrasikan seluruh aktifitas dari berbagai bagian dalam organisasi agar tujuan organisasi dapat tercapai secara efektif.

Struktur organisasi yang dirancang tentunya disesuaikan dengan kebutuhan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perusahaan, bagian-bagian mana yang perlu ada dan bagian-bagian mana yang tidak perlu dibentuk. Bentuk strukturnya pun bisa dibuat sesuai kebutuhan perusahaan. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi struktur organisasi, yaitu:. *Ukuran Organisasi Perusahaan,* Semakin besar organisasi sebuah perusahaan, semakin besar pula jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan, semakin luas cakupan wilayah yang dijangkau, dan bisa jadi membutuhkan bermacam-macam spesialisasi pekerjaan. Dengan demikian struktur organisasinya dibuat semakin kompleks mengikuti perkembangan ukuran perusahaan. *Teknologi,* Teknologi yang dimaksudkan adalah cara perusahaan mengubah masukan (*input*) menjadi keluaran (*output*). Perusahaan yang menggunakan teknologi tradisional dan sederhana, struktur organisasi yang dibutuhkan tidak sama dengan perusahaan yang telah menggunakan teknologi moderen yang serba mekanis dan elektrik. *Lingkungan Perusahaan,* Perkembangan sebuah perusahaan tidak terlepas dari perkembangan yang terjadi pada lingkungan internal dan eksternal perusahaan itu sendiri. Sebagaimana yang sering diutarakan pada bagian lain proses pembelajaran ini bahwa perusahaan menjalankan aktifitasnya tidak semata-mata untuk mengejar laba, namun lebih daripada itu adalah memberikan pelayanan yang terbaik kepada seluruh *stakeholders*nya. Perlu disa dari bahwa setiap *stakeholders*, baik internal (manajemen dan tenaga kerja), maupun ekternal (pesaing, pelanggan, pemasok, pemerintah, masyarakat dan sebagainya), memiliki kekuatan serta berpengaruh terhadap pelaksanaan kinerja dan perkembangan perusahaan. Olehnya itu, perkembangan lingkungan perusahaan harus diikuti dengan penyesuaian struktur organisasi, karena bila tidak, perusahaan akan mengalami kesulitan dalam menerapkan strategi dan mencapai sasaran yang telah ditetapkan.

Penerapan sistem struktur organisasi pada perusahaan tergantung dari kondisi perusahaan yang bersangkutan. Memilih struktur organisasi yang cocok untuk setiap perusahaan membutuhkan waktu dan pengamatan (analisis) yang khusus dalam memilih sistem struktur organisasi yang tepat dan sesuai. Beberapa pendekatan yang dapat digunakan dalam menyusun struktur organisasi, yaitu:

1. Pendekatan *Fungsional*, yakni membagi pekerjaan berdasarkan fungsi bagian-bagian.
2. Pendekatan *Produk*, yakni membagi pekerjaan berdasarkan produk yang dihasilkan atau dipasarkan.
3. Pendekatan *Pelanggan*, yakni membagi pekerjaan berdasarkan pelanggan yang dijadikan sasaran pasar.
4. Pendekatan *geografis*, yakni membagi pekerjaan berdasarkan wilayah yang dijadikan sasaran pasar.
5. Pendekatan *matriks*, yakni membagi pekerjaan berdasarkan wewenang ganda dan menggabungkan beberapa pendekatan.

Model struktur organisasi berdasarkan pendekatan-pendekatan yang telah disebutkan dapat dilihat pada Bingkai 6.

c. Bentuk Organisasi Perusahaan

Secara umum terdapat tiga bentuk usaha yang secara yuridis dapat diterima keberadaannya, yaitu:

1. Usaha Perseorangan

Usaha perseorangan atau sering disebut firma adalah bentuk usaha yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

paling kecil dan paling umum. Segala sesuatu dalam perusahaan jenis ini tanggung jawabnya pada seorang, yakni pemilik perusahaan. Kelebihan perusahaan perseorangan, adalah:

- Biaya perizinan sering lebih rendah dibandingkan dengan bentuk usaha lainnya.
- Pengambilan keputusan dan pengendalian perusahaan sering berlangsung dengan cepat, karena tanggung jawab di bawah seorang pemilik yang sekaligus adalah pimpinan perusahaan.
- Kemungkinan untuk meraih keuntungan yang lebih besar, karena keuntungan tidak perlu dibagi kepada siapapun.
- Respon terhadap kebutuhan-kebutuhan perusahaan sering lebih cepat terkendali, karena sebagai pemilik tunggal tidak perlu berkonsultasi pada banyak orang.

Sedangkan kelemahan usaha perseorangan, adalah:

- Tanggung jawab berada pada pemilik, sehingga ketika perusahaan berutang, maka kerap kali semua harta benda yang dimiliki pemilik menjadi jaminan.
- Ketersediaan modal sering lebih kecil dibanding dengan jenis perusahaan lainnya.
- Kemungkinan untuk memperoleh investasi jangka panjang relatif kecil, karena status kepemilikan hanya berada pada satu orang.

2. Usaha Patungan

Usaha patungan atau sering disebut usaha perkongsian merupakan bentuk perusahaan yang status pemilikannya berada di bawah sejumlah orang yang ikut terlibat. Hal ini berarti bahwa segala sesuatu yang terjadi di dalam perusahaan merupakan tanggung jawab sejumlah orang yang terlibat di dalam perkongsian. Bentuk perusahaan semacam ini memiliki kelebihan, yaitu:

- Kemungkinan perolehan modal perusahaan lebih mudah, karena dapat bersumber dari beberapa orang yang berkongsi.
- Mereka yang terlibat dalam perkongsian dapat termotivasi dalam menerapkan semua kemampuannya, karena mereka ikut memperoleh laba.
- Bila dibandingkan dengan perusahaan perseorangan, persoalan perolehan formalitas hukum lebih mudah dan biayanya lebih kecil.

Selain kelebihannya, perusahaan patungan juga memiliki kekurangan, yaitu:

- Dibandingkan dengan perusahaan perorangan dan perseroan, perusahaan jenis ini relatif lebih sulit untuk memperoleh kredit permodalan jangka panjang.
- Kemungkinan bubarnya perusahaan lebih besar, terutama jika terdapat salah seorang yang berkongsi tidak sepaham lagi dengan yang lain.
- Kewajiban yang berkongsi tidak terbatas, terutama apabila perusahaan mengalami kendala dalam pengembangannya.
- Pengambilan keputusan agak lambat, karena segala sesuatu kegiatan dalam perusahaan, harus mendapat persetujuan dari semua yang berkongsi.

3. Perusahaan Perseroan

Perusahaan jenis ini merupakan suatu bentuk perusahaan yang sama sekali terpisah dari pemiliknya. Pemilik perusahaan tidak lebih dari seorang yang berstatus sebagai

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pemilik saham, namun memiliki hak untuk menunjuk pihak-pihak yang dapat menjalankan perusahaan. Seperti halnya jenis perusahaan perorangan dan patungan, jenis perusahaan ini juga memiliki kelebihan, yaitu:

- Organisasi perusahaan dapat didelegasikan kepada pihak-pihak profesional.
- Kemungkinan untuk memperoleh modal investasi dan modal kerja relatif lebih mudah, mengingat kelangsungan hidup perusahaan relatif terjamin.
- Pengelolaan perusahaan secara profesional lebih dimungkinkan, mengingat organisasi perusahaan memiliki kesanggupan untuk menggaji tenaga kerja yang dipekerjakan.
- Pemilikan saham tidak terbatas, tetapi kepada siapa saja yang berminat untuk itu. Dengan demikian, kemungkinan perolehan modal dari pembeli/pemilik saham lebih besar.

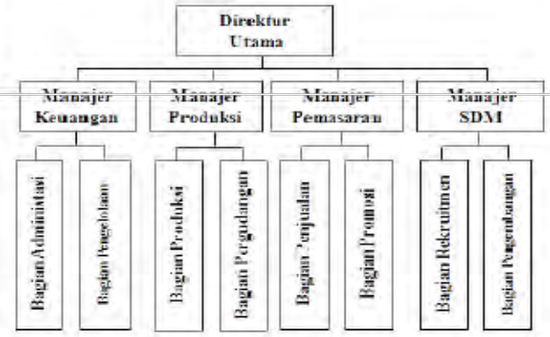
Disamping kelebihan, jenis perusahaan perseroan juga memiliki kekurangan, yaitu:

- Biaya yang dibutuhkan untuk pendirian usaha relatif lebih besar dibandingkan jenis perusahaan yang lain.
- Perusahaan jenis ini relatif lebih banyak terikat pada peraturan-peraturan pemerintah dan seringkali memperoleh pengawasan yang lebih ketat.
- Kegiatan-kegiatannya dibatasi oleh akte pendirian dan perkembangan peraturan yang berlaku.

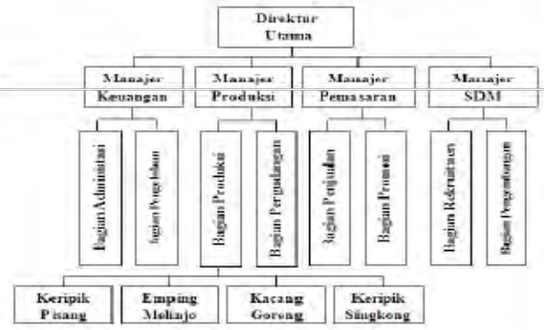
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bingkai 6

Model Struktur Organisasi Perusahaan Berdasarkan Pendekatan yang Digunakan

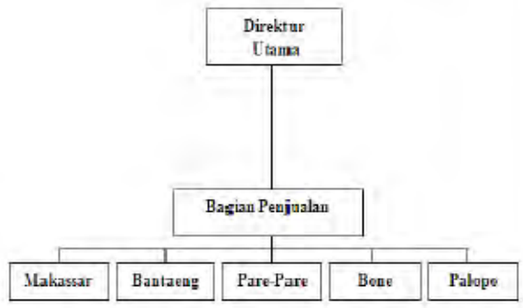


Struktur Organisasi Berdasarkan Fungsi

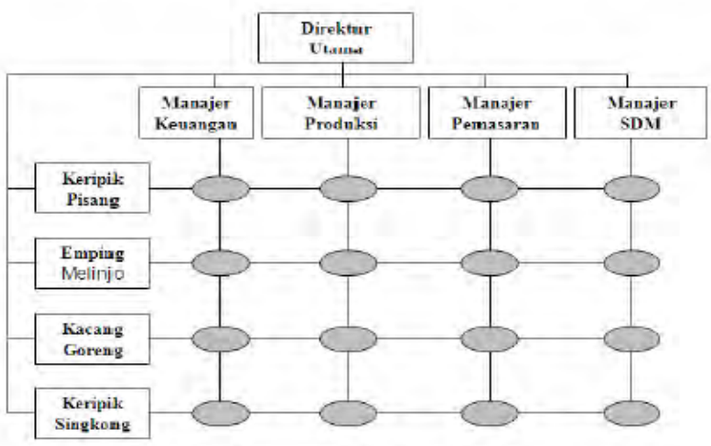


Struktur Organisasi Berdasarkan Produk

Struktur Organisasi Berdasarkan Pelanggan



Struktur Organisasi Berdasarkan Geografis



Struktur Organisasi Berdasarkan Matriks

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Perizinan Perusahaan

Dalam menjalankan aktifitas perusahaan, seorang wirausahawan perlu memikirkan aspek yuridis formal terkait legalitas perusahaannya. Legalitas perusahaan berwujud perizinan yang dimiliki dalam menjalankan aktifitas. Kemungkinan banyak *stakeholders* perusahaan yang mempersyaratkan kepemilikan perizinan sebelum melakukan perjanjian kerjasama dengan perusahaan. Sebagai contoh, dalam pengurusan kredit di perbankan atau pada lembaga non-bank, umumnya meminta surat izin tempat usaha dan perizinan lainnya sebagai syarat pengajuan kredit. Demikian pula dalam memasarkan hasil produksi, umumnya distributor-distributor tertentu seperti supermarket mempersyaratkan adanya izin Departemen Kesehatan/BPOM dan sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia untuk jenis produk makanan, minuman, obat-obatan dan kosmetika.

Keuntungan memiliki perizinan perusahaan terkait dengan keleluasaan wirausaha dalam melaksanakan aktifitas dan menjalankan rencana-rencana yang telah ditetapkan dalam perusahaannya. Menyepelekan bentuk-bentuk perizinan yang sudah seharusnya dan selayaknya dimiliki oleh sebuah perusahaan, bukan tidak mungkin akan menggagalkan rencana yang akan dilaksanakan. Dari sisi pemerintah, kepemilikan perizinan dimaksudkan untuk mewujudkan pembinaan, pengarahan, dan pengawasan terhadap kegiatan usaha.

Bentuk perizinan perusahaan sangat terkait dengan bentuk organisasi perusahaan. jika perusahaan berbentuk formal, maka perlu memiliki beberapa bentuk perizinan, seperti akte pendirian, surat izin tempat usaha, surat izin usaha perdagangan, tanda daftar perusahaan, surat izin gangguan, surat izin kesehatan, dan sebagainya sesuai dengan bidang usaha yang dilakukan. Namun jika perusahaan masih berbentuk non-formal, mungkin cukup memiliki izin dari kepala kelurahan/desa setempat dan izin dari tetangga-tetangga.

Ada beberapa jenis perizinan perusahaan yang harus dimiliki oleh perusahaan yang tentunya terkait dengan jenis, bentuk dan bidang aktifitas perusahaan, serta peraturan pemerintah pusat dan daerah di mana perusahaan tersebut berada. Jenis-jenis bentuk perizinan tersebut, diantaranya:

1. Izin prinsip, persetujuan yang dikeluarkan pemerintah kabupaten/kota setempat untuk mendirikan usaha.
2. Izin penggunaan tanah, dikeluarkan oleh Kantor Badan Pertanahan Nasional setempat setelah izin pembebasan tanah dimiliki yang dapat berupa hak guna bangunan (HGB) atau hak milik (HM).
3. Izin mendirikan bangunan (IMB), dikeluarkan oleh pemerintah kabupaten/kota melalui dinas yang ditunjuk.
4. Izin gangguan, dikeluarkan oleh pemerintah kabupaten/kota dengan persyaratan sebelum mengajukan izin ini, wirausahawan wajib memiliki izin dari ketua RT/RW dan kepala kelurahan/desa, serta persetujuan dari tetangga terdekat dari lokasi perusahaan yang direncanakan.
5. Izin usaha perdagangan yang dikeluarkan oleh Departemen Perindustrian dan Perdagangan melalui Dinas terkait di kabupaten/kota di lokasi rencana pendirian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perusahaan.

6. Tanda daftar perusahaan (TDP), merupakan surat keterangan yang dikeluarkan oleh pemerintah melalui instansi terkait di kabupaten/kota lokasi rencana pendirian perusahaan. Perizinan ini biasanya berlaku dalam jangka wqaktu lima tahun, dan setelah masa berlakunya habis harus didaftarkan kembali.
7. Akta perusahaan, jenis persuratan yang dikeluarkan oleh instansi terkait sesuai dengan jenis perusahaan yang didirikan.
8. Izin kementerian, merupakan bentuk perizinan yang membawahi bidang usaha melalui instansi setempat, misalnya izin kesehatan dari Dinas Kesehatan/BPOM, sertifikat produk halal dari Departemen Agama/MUI, dan sebagainya.
9. Persyaratan Pengelolaan lingkungan, sebagai rekomendasi atau pengesahan terhadap dampak yang akan ditimbulkan terhadap lingkungan dan cara pengendaliannya yang dikeluarkan oleh pemerintah kabupaten/kota melalui instansi terkait sebagai syarat untuk memperoleh izin mendirikan bangunan atau izin tempat usaha.

   Dokumen ini dapat berupa UKL/UPL atau analisis mengenai dampak lingkungan (AMDAL).

10. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), dokumen yang dikeluarkan oleh Departemen Keuangan melalui instansi perpajakan yang ada di wilayah lokasi perusahaan direncanakan.

Manajemen Perusahaan

Sebagaimana yang telah dikemukakan pada awal pembahasan materi pembelajaran ini bahwa manajemen merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk mewujudkan kerjasama di antara semua sumberdaya yang terlibat dalam organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Hal ini juga berlaku pada sebuah perusahaan sebagai sebuah organisasi. Manajemen perusahaan merupakan upaya pengendalian dan pendayagunaan berbagai sumberdaya yang dimiliki untuk mencapai tujuan perusahaan.

Sumberdaya perusahaan dari penjelasan di atas adalah merupakan sarana manajemen perusahaan yang dikenal dengan istilah 6M, yakni *Man* (manusia), *Money* (uang), *Material* (bahan), *Machine* (mesin/peralatan), *Method* (cara kerja) dan *Market* (pasar).

Dalam pemanfaatan sarana manajemen perusahaan ini dibutuhkan teknik-teknik manajemen. Berikut ini diuraikan beberapa teknik manajemen moderen dan penting untuk diketahui oleh seorang wirausahawan, yaitu:

1. *Management by Delegation*

   Teknik manajemen ini digunakan bila perusahaan semakin berkembang, dimana jumlah tenaga kerja sudah cukup banyak, Bagian-bagian perusahaan agak banyak, telah memiliki banyak cabang yang tidak hanya melayani pasar lokal saja.

   Kondisi ini memungkinkan wirausahawan akan menghadapi kesulitan untuk melakukan pengawasan secara langsung, meskipun pengawasan dan pengaturan perusahaan harus tetap dilakukan. Teknik manajemen ini dapat dilakukan dengan prinsip-prinsip pendelegasian dan pengawasan pekerjaan dengan menggunakan asas perimbangan antara tugas, kekuasaan dan tanggung jawab yang pendelegasiannya jelas dan tegas. Kaderisasi pimpinan sangat diperlukan, karena apabila berhasil, maka perusahaan akan memiliki tim manajemen yang efektif.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Beberapa syarat operasional yang harus dipenuhi untuk menjalankan teknik manajemen ini, yaitu:

- Penugasan yang jelas dan tegas, agar tidak terjadi keragu-raguan
- Pelimpahan kekuasaan (delegation authority) yang jelas batasannya, terutama yang berkaitan dengan pengambilan keputusan
- Pelimpahan tanggung jawab yang jelas, dalam artian bahwa bidang usaha apa dan stani pengecdar hasil yang bagaimana yang diinginkan oleh pemberi delegasi.

2. *Management by Exception*

Teknik ini merupakan kelanjutan dari *management by delegation*, namun penekanannya pada penguasaan teknis pekerjaan yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, manajer bagian harus mampu memimpin, memiliki mentalitas dan tanggung jawab, memenuhi syarat teknis keahlian. Pengembangan struktur organisasi perusahaan ditekankan pada prinsip komunikasi dan pada asas pertukaran informasi, karena dalam menjalankan teknik manajemen ini, biasanya yang menjadi masalah pelik adalah komunikasi dan kontrol.

3. *Management by Objective*

Cara yang ditempuh dalam penerapan teknik manajemen ini adalah manajer berunding dengan para bawahannya mengenai tujuan yang akan dicapai hingga dapat ditetapkan sebagai sasaran perusahaan. Sasaran tersebut dapat berupa target penjualan atau produksi yang selanjutnya dapat dipakai sebagai pedoman yang harus dicapai oleh para manajer bawahan dan sekaligus dapat pula dipakai oleh manajer untuk menilai prestasi bawahannya. Ada 3 (tiga) hal yang biasanya menjadi ukuran prestasi, yaitu prodiktivitas kerja bawahan secara individu, efisiensi perusahaan dan efektivitas pimpinan.

Penerapan teknik manajemen ini biasanya akan menghasilkan prestasi yang meningkat karena tujuan yang telah diterapkan jelas dan diketahui dengan baik oleh para manajer bawahan, namun dengan peningkatan prestasi, timbul pula masalah yang menyangkut penghargaan (remunerasi) yang tidak sesuai dengan prestasi yang tentunya akan menimbulkan kekecewaan dari bawahan yang bersangkutan.

4. Management by Results

Teknik manajemen ini dapat dilakukan oleh perusahaan dalam bentuk apa pun, asalkan pimpinan perusahaan secara sadar menghadapkan dirinya pada tri-tugas ekonomi, yaitu:

- Perusahaan yang sekarang harus dibuat seefektif mungkin, gaya prestasinya harus ditingkatkan secara maksimal.
- Hal-hal yang potensial harus ditemukan dan dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya.
- Perusahaan harus menjadi unggulan di masa yang akan datang.

Disamping itu, wirausahawan harus benar-benar memahami bahwa perusahaannya sebagai suatu sistem ekonomi yang mampu berprestasi ekonomi, dan hubungan antara sumber-sumber yang tersedia dan hasil yang dimungkinkan.

5. Management by System

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Teknik manajemen ini mengembangkan struktur organisasi menjadi suatu tata sistem, dimana setiap sistem akan merupakan suatu kelompok aktifitas perusahaan yang diikat satu sama lain melalui metode dan prosedur tata urutan dalam mengerjakan atau menjalankan aktifitas tertentu.

Keuntungan yang dapat diperoleh dengan cara ini adalah prosedur aktifitas organisasi dapat dikuasai dan ditertibkan. Begitu pula efisiensi dapat ditingkatkan melalui penyeragaman normalisasi dan standardisasi.

6. Management by Participation

Teknik manajemen ini menekankan unsur partisipasi seluruh pihak yang ada pada perusahaan. Teknik ini sering dikenal dengan istilah Total Quality Control (TQC), karena dalam penerapannya banyak berorientasi pada perbaikan kualitas.

Manajemen partisipatif ini dapat dirumuskan sebagai suatu sistem untuk mengikutsertakan seluruh pihak secara gotong royong dan musyawarah untuk mufakat dalam rangka meningkatkan kualitas proses dan hasil kerja.

Wujud nyata dari teknik ini adalah dibentuknya gugus kendali mutu (Quality Control Circle/QCC di tiap-tiap unit kerja yang ada dalam perusahaan. Dengan adanya kelompok gugus tersebut, karyawan dapat berpartisipasi secara langsung dalam setiap pertemuan untuk membahas dan memecahkan permasalahan yang menyangkut perbaikan kualitas dan peningkatan produktivitas, kemudian hasilnya dipresentasikan kepada pimpinan perusahaan. Penerapan teknik-teknik manajemen dalam perusahaan senantiasa mengalami perkembangan seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Manajemen sebagai seni (*art*) dapat diterapkan dalam aktifitas apapun pada perusahaan, karena apa pun aktifitas yang ada pada bagian-bagian perusahaan akan dijumpai unsur perencanaan (*planning*), pelaksanaan (*actuating*) dan pengawasan (*controlling*). Olehnya itu, dibedakan

2 (dua) pengertian manajemen, yakni *manajemen berdasarkan proses* dan *manajemen berdasarkan fungsi*.

Manajemen berdasarkan proses maksudnya adalah suatu kegiatan manajemen yang terdiri atas proses perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan yang keseluruhannya merupakan suatu sistem. Dikatakan sebagai suatu sistem, karena antara satu proses dengan proses yang lainnya saling terkait, bila satu saja proses tidak berjalan, maka tujuan manajemen itu sendiri tidak akan tercapai. Sedangkan manajemen berdasarkan fungsi dimaksudkan sebagai kegiatan manajemen yang dilakukan berdasarkan kebutuhan sesuai dengan bidang dan fungsi yang mendukung tercapainya tujuan perusahaan. Oleh karena itu, dalam praktek manajemen perusahaan banyak dijumpai istilah manajemen yang menunjukkan bidang atau fungsi tertentu, misalnya manajemen pemasaran, manajemen produksi, manajemen keuangan, manajemen sumberdaya manusia, dan sebagainya.

Rangkuman

Bagaimanapun sebuah perusahaan memiliki sumberdaya yang memadai dan memiliki tujuan yang jelas, namun bila tidak diorganisasikan dan diatur dengan baik, maka sumberdaya dan tujuan yang telah ditetapkan tersebut menjadi sesuatu hal yang sia-sia. Olehnya itu, di sinilah letak pentingnya aspek pengorganisasian dan manajemen perusahaan, agar sumberdaya yang dimiliki dapat dimanfaatkan seefisien dan seefektif mungkin untuk mencapai tujuan perusahaan sesuai dengan yang ditetapkan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Buku Ajar
KEWIRAUSAHAAN-1

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk menerapkan materi yang dibahas dalam pembelajaran aspek organisasi dan manajemen, maka berikut ini disajikan beberapa hal yang perlu didiskusikan dan dirumuskan terkait penyusunan desain serta kebutuhan organisasi perusahaan dan pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen pada berbagai aktifitas perusahaan yang dirancang.

Latihan:

Susun rancangan aspek Organisasi dan Manajemen perusahaan Anda meliputi beberapa hal, yaitu:

1. *Visi dan Misi Perusahaan*

Pada pembelajaran analisis potensi diri, Anda telah merumuskan visi dan misi pribadi. Berdasar dari rumusan tersebut, Anda perlu pula merumuskan Visi dan Misi Perusahaan Anda. Sebagaimana halnya visi dan misi pribadi Anda, sebaiknya Visi dan Misi Perusahaan Anda pun dirumuskan dalam satu-dua kalimat yang memiliki satu kesatuan makna. Visi Perusahaan merupakan jawaban dari pertanyaan "*Ingin dijadikan apakah perusahaan Anda di masa yang akan datang?*", sedangkan Misi Perusahaan menguraikan "*Apa yang harus Anda lakukan oleh perusahaan untuk mencapai visi perusahaan?*". Rumusan Visi dan Misi Perusahaan Anda tersebut dapat Anda tuliskan pada bingkai yang disediakan berikut ini.

a. .Uraikan tugas dan tanggung jawab masing-masing unsur yang ada pada perusahaan sesuai dengan struktur organisasi yang Anda gambarkan.

3. *Bentuk Perusahaan dan Perizinan*

Rincikan kebutuhan perizinan yang Anda butuhkan dalam mendirikan dan menjalankan perusahaan Anda. Kemudian Anda perlu pula menyebutkan instansi/lembaga yang mengeluarkan perizinan tersebut.

a. Bentuk perizinan apa saja yang Anda butuhkan dalam mendirikan dan menjalanka perusahaan Anda, instansi yang mengeluarkan, serta biaya untuk

3. *Manajemen Perusahaan*

Anda perlu menguraikan penerapan prinsip-prinsip manajemen dalam aktifitas perusahaan Anda mulai dari proses investasi,pengadaan bahan,produksi, pemasaran, pengendalian dampak lingkungan, sampai kepada pengelolaan keuangan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

f.

REFERENSI

Rajagukguk, Z., Eryanti P dan Nurmia S., 1998. *Modul Pelatihan Tenaga Kerja Pemuda Mandiri Profesional*. Direktorat Jenderal Pembinaan Penempatan Tenaga Kerja, Departemen Tenaga Kerja RI, Jakarta.

Syamsuddin, A.S., Imelda R.I, Idris S., Agus A., Eymal B.D., Suardi B. dan Rusli M.R., 1995. *Mulai dari Usaha Kecil Merintis Karir Kewirausahaan Anda*. Pusat Pengembangan Usaha Kecil Kawasan Timur Indonesia (PUKTI) kerjasama Kondrad Adenauer Stiftung Internationales Institut.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Paket 8

ASPEK KEUANGAN

Pendahuluan

Fokus perkuliahan ini adalah tentang aspek keuangan. Kajian dalam paket ini meliputi pemahama tentang kebutuhan modal perusahaan, penerapan akutani dalam perusahaan dan rasio keuangan perusahaan..

Dalam paket 8 ini, mahasiswa akan memahami konsep tentang kebutuhan modal perusahaan, penerapan akutansi dan raio keuangan perusahaan. Sebelum perkuliahan berlangsung, Setiap mahasiswa membuat review materi setiap kali pertemuan sesuai dengan topik. Mahasiswa menuliskannya dalam bentuk tulisan tangan dan saat perkuliahan berlangsung mendiskusikannya bersama.

Sebagai penunjang dalam pembelajaran, perangkat media menjadi penting untuk dihadirkan. Dalam perkuliahan ini dibutuhkan media pembelajaran berupa LCD dan laptop sebagai media penyampai *feedback* dari dosen setelah berdiskusi. Selain itu dibutuhkan sipdol sebagai alat penunjang dalam menjelaskan materi perkuliahan.

Rencana Pelaksanaan Perkuliahan

Kompetensi Dasar

Setelah mengikuti pembelajaran ini, mahasiswa mata kuliah akan dapat merancang kebutuhan investasi dan sumber-sumbernya serta menyusun rencana profitabilitas perusahaan.

Indikator

Pada akhir perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat:

1. Menjelaskan tentang kebutuhan modal perusahaan
2. Menjelaskan tentang penerapan akutansi dalam perusahaan
3. Menjelaskan tentang rasio keuangan perusahaan

Waktu

2x50

Materi Pokok

1. Pengertian tentang kebutuhan modal perusahaan
2. Konsep tentang penerapan akutansi dalam perusahaan
3. Konseptualisasi tentag analiis rasio keuangan perusahaan

Kegiatan Perkuliahan

Kegiatan awal (10 Menit)

1. Branstroming dengan hasil review dari mahasiwa tentang materi yang telah direview
2. Penjelasan pentingnya menpelajari paket

Kegiatan inti (80 Menit)

1. Membagi mahasiswa dalam 5 kelompok
2. Masing-masing kelompok mendiskusikan sub tema:
3. Presentasi hasil diskusi dari masing-masing kelompok
4. Selesai presentasi setiap kelompok , kelompok lain memberikan klarifikasi
5. Penguatan hasil diskusi dari dosen
6. Dosen memberi kesempatan pada mahasiswa untuk menanyakan materi yang belum dipahami atau menyampaikan gagasan lain.

Kegiatan Penutup(10 Menit)

1. Memberikan *Feedback* atas materi yang telah dibahas
2. Memberikan saran dan motovasi bagi mahasiswa

Kegiatan Tindak Lanjut

1. Memberi tugas latihan
2. Mempersiapkan perkuliahan selanjutnya

Lembar Kegiatan

Membuat catatan penting

Tujuan

Mahasiswa dapat memahami konsep dasar tentang konsep kewirausahaan dalam bentuk uraian atau catatan penting

Bahan dan Alat

Kertas plano, dan spidol, dan sulasi

Langkah Kegiatan

1. Mahasiswa dalam kelompok memilih pemandu diskusi dan penulis hasil diskusi
2. Mahasiswa mendiskusikan materi yang telah ditentukan dengan anggota kelompok
3. Tuliskan hasil diskusi dalam bentuk catatan-catatan penting di kertas plano dan ditempelkan didinding kelas/papan tulis
4. Setiap kelompok mempresentasikan hasil catatan yang terdapat di kertas plano
5. Mahasiswa mempresentasikan hasil kerja secara bergiliran, dengan waktu presentasi 7 menit
6. Mahasiswa kelompok lain dapat memberikan tanggapan atau klarifikasi dari presentasi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Uraian Materi

Kebutuhan Modal Perusahaan

Dalam memulai sebuah bisnis tentunya dibutuhkan modal berupa uang tunai (kas) yang nantinya akan digunakan untuk membiayai kegiatan-kegiatan di masa pra-operasi dan masa komersial sebagaimana yang telah dirancang pada pembelajaran-pembelajaran sebelumnya. Persoalan yang sering dihadapi oleh calon wirausahawan adalah kesulitan dalam memperoleh modal awal yang akan diinvestasikan untuk mewujudkan perusahaan yang dirancangnya.

Modal yang digunakan dalam menjalankan perusahaan terdiri dari modal investasi dan modal kerja yang penjelasannya akan diuraikan, sebagai berikut:

1. *Modal Investasi*

Modal investasi adalah modal yang digunakan untuk pengadaan dan perbaikan sumberdaya yang meliputi harta tetap perusahaan, seperti pembelian lahan dan bangunan, peralatan dan mesin produksi, alat transportasi, perekrutan dan seleksi tenaga kerja, dan sebagainya. Pada dasarnya, semua biaya yang dikeluarkan selama perusahaan belum beroperasi dapat digolongkan ke dalam modal investasi, sepanjang biaya tersebut terikat dalam harta tetap perusahaan untuk jangka waktu yang lama (>1 tahun). Selama masa terikatnya modal pada harta tetap perusahaan, modal tersebut tidak dapat dicairkan kembali tanpa mengganggu jalannya operasional perusahaan.

Besar kecilnya kebutuhan modal investasi perusahaan sangat tergantung dari bentuk dan ukuran perusahaan, serta bidang usaha yang dikelolanya. Kebutuhan modal investasi bagi perusahaan kecil tentu akan lebih sedikit dibandingkan kebutuhan modal investasi bagi perusahaan menengah dan besar. Dari sisi bidang usaha, secara umum dapat dikatakan bahwa perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan, relatif tidak banyak membutuhkan modal investasi. Perusahaan perdagangan cenderung tidak membutuhkan lahan dan bangunan yang luas, bangunan pabrik, mesin dan peralatan untuk sarana operasional perusahaan sehari-hari. Berbeda dengan perusahaan yang bergerak di bidang pengolahan/industri manufaktur, jasa angkutan, perhotelan dan lainnya yang membutuhkan modal investasi yang cukup besar.

Karena modal investasi terikat pada harta tetap perusahaan, maka perputaran modal investasi dari uang tunai menjadi uang tunai kembali dalam jangka waktu yang cukup lama, dan pengembaliannya juga berangsur-angsur dalam bentuk penyusutan (*depresiasi*). Olehnya itu, jumlah modal yang diinvestasikan jumlahnya tidak tetap selama periode investasi atau selama umur ekonomis penggunaan aktiva tetap tersebut. Jumlah modal yang terikat dalam harta tetap tersebut akan berangsur-angsur berkurang sesuai dengan metode perhitungan penyusutan yang digunakan. Setelah umur ekonomisnya berakhir, maka nilai buku harta tetap tersebut menjadi = 0 (nol).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. *Modal Kerja*

Modal kerja adalah modal yang digunakan untuk membiayai operasional perusahaan sehari-hari, seperti biaya untuk pembelian bahan, pembayaran upah/gaji tenaga kerja, biaya sewa, biaya pemasaran, dan sebagainya.

Modal kerja yang dialokasikan untuk membiayai operasional perusahaan tersebut diharapkan akan kembali menjadi kas (uang tunai) dalam waktu yang singkat melalui proses penjualan produk. Dan uang tunai yang telah masuk ke perusahaan, selanjutnya dimanfaatkan lagi untuk membiayai operasional perusahaan selanjutnya. Dengan demikian, modal tersebut akan terus berputar setiap periode selama perusahaan berjalan.

Jika modal investasi terikat pada harta tetap perusahaan, modal kerja ini terlihat sebagai modal yang terikat dalam harta lancar perusahaan dan disebut sebagai modal kerja keseluruhan. Namun demikian, sebagian dari harta lancar ini harus disediakan untuk memenuhi kewajiban finansial yang segera harus dilakukan, seperti membayar utang kepada pemasok, membayar utang gaji, membayar utang pajak dan sebagainya. Olehnya itu, besarnya modal kerja yang bisa digunakan untuk membiayai operasional perusahaan adalah selisih antara harta lancar dengan utang lancar. Modal yang benar- benar dapat digunakan ini disebut modal kerja bersih (*net working capital*).

Modal kerja dapat bertambah atau berkurang, seperti tercermin pada besarnya unsur- unsur harta lancar dan utang lancar. Modal kerja yang bertambah melebihi kebutuhannya akan nampak pada gejala menumpuknya persediaan, membengkaknya piutang dan kas, yang berarti bertambahnya dana yang menganggur dan tentunya akan mengganggu kemampuan perusahaan untuk meningkatkan laba (*profitabilitas*). Sebaliknya, kekurangan modal kerja akan nampak pada gejala perusahaan tidak mampu membeli bahan dan membayar upah/gaji tenaga kerja tepat waktu, yang pada kahirnya akan mengganggu aktifitas dan kelangsungan hidup perusahaan.

Pemusatan dana untuk dimanfaatkan sebagai modal investasi dan modal kerja dalam memulai dan menjalankan perusahaan perlu direncanakan kebutuhannya. Apabila dana pribadi tidak mencukupi dalam membiayai segala kebutuhan dalam memulai dan menjalankan perusahaan, maka dibutuhkan sumber dana dari pihak lain dalam bentuk pinjaman/kredit. Berkaitan dengan hal tersebut, maka sebagai wirausahawan yang baru akan merintis perusahaan, setidaknya terdapat 3 (tiga) cara yang dapat ditempuh:

1. Menggunakan modal sendiri atau mengumpulkan uang yang bersumber dari keluarga, teman atau sahabat. Apabila perusahaan dapat beroperasi dengan modal seadanya, tanpa modal besar yang longgar, maka untuk tetap berjalan hingga perusahaan memberikan keuntungan, seringkali wirausahawan harus berhemat di segala bidang kehidupannya. Dengan demikian, cara ini mungkin menuntut taraf "*hidup asal tidak mati kelaparan*" bagi wirausahawan yang bersangkutan untuk mengerahkan segala dana, demi jalannya perusahaan yang telah dirancang. Cara ini mungkin agak berat dan menegangkan, tetapi kadang-kadang inilah cara satu-satunya yang dimiliki tanpa adanya pilihan lain.
2. Mengajukan permohonan kredit kepada lembaga perbankan atau non-bank dapat menjadi alternatif lain, jika modal sendiri tidak mencukupi. Hanya saja, pengajuan permohonan kredit kepada lembaga keuangan tersebut membutuhkan jaminan atas

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terbayarnya kembali kredit beserta bunganya. Mungkin juga pihak lembaga keuangan akan ragu memberikan kredit, karena perusahaan yang dikelola dianggap belum berpengalaman, karena baru akan dirintis.

3. Meminta "kapitalis penanam modal" sebagai investor dapat pula menjadi salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan modal perusahaan. Salah satu keuntungan yang diperoleh dengan memanfaatkan cara ini adalah kemungkinan besarnya jumlah modal yang akan diperoleh lebih besar dibandingkan dengan memanfaatkan fasilitas kredit dari lembaga keuangan. Bahkan wirausahawan tidak perlu membayar angsuran dan bunga terhadap modal yang digunakan tersebut. Namun, dengan memanfaatkan modal dengan cara ini, bisa jadi sebagian perusahaan harus dilepas sebagai bagian dari si penanam modal tersebut. Memang kedengarannya berat merelakan sebagian perusahaan hanya untuk memperoleh modal, namun ini masih lebih baik daripada kepemilikan perusahaan sepenuhnya di atas kegagalan menjalankannya karena kekurangan modal.

Berdasarkan cara yang dapat ditempuh dalam memperoleh modal tersebut, maka sumber modal dapat dibedakan atas sumber modal dari dalam dan dari luar. Masing- masing sumber modal tersebut memiliki kelebihan dan kekurangan, sebagaimana diuraikan sebagai berikut:

1. *Sumber modal dari dalam,* modal yang diperoleh dari dana yang dibentuk atau dihasilkan sendiri di dalam perusahaan atau merupakan kekuatan sendiri dari wirausahawan. Jika perusahaan sudah beroperasi, sumber dana ini dapat berasal dari laba cadangan dan laba ditahan. Disamping itu, dapat pula berasal dari cadangan penyusutan harta tetap yang untuk sementar belum digunakan untuk mengganti harta tetap yang lama (pendanaan intensif). Jenis modal yang bersumber dari dalam ini sedapat mungkin diperbesar porsinya dari waktu ke waktu, karena sesungguhnya modal jenis inilah yang menjadi *equity* perusahaan.

   Kelebihan:

   - Dapat digunakan sewaktu-waktu saat dibutuhkan
   - Tidak ada kewajiban mengembalikan (angsuran dan bunga)

   Kekurangan:

   - Jumlah modal yang tersedia kecil dan sangat terbatas
   - Kerugian ditanggung sendiri
   - Wirausahawan kadang diperhadapkan pada pilihan digunakan untuk konsumtif atau digunakan untuk kegiatan produktif dalam perusahaan.

2. *Sumber modal dari luar,* merupakan modal yang berasal dari luar perusahaan dan diperoleh dari kreditor seperti perbankan dan lembaga keuangan non-bank, serta dapat pula berasal pemasok atau dari penanam saham.

   Kelebihan:

   - Jumlah modal yang tersedia tidak terbatas
   - Dapat diperoleh dari berbagai sumber

   Kekurangan:

   - Adanya kewajiban mengembalikan
   - Adanya beban bunga
   - Diperlukan tingkat kepercayaan yang tinggi dari wirausahawan oleh sumber modal

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Penerapan Akuntasi dalam Perusahaan

Peranan akuntansi saat ini semakin disadari oleh para wirausahawan sebagai alat bantu terutama dalam pengambilan keputusan-keputusan ekonomi dan keuangan dalam perusahaannya serta melancarkan tugas-tugas manajemen khususnya dalam melaksanakan fungsi perencanaan (*planning*) dan pengawasan (*controlling*).

Akuntansi sering disebut sebagai "bahasa bisnis", atau mungkin akan lebih tepat jika disebut "bahasa pengambilan keputusan". Semakin dikuasai bahasa ini, semakin baik pula penanganan berbagai aspek keuangan dalam perusahaan. Defenisi akuntansi dapat dirumuskan dari dua sudut pandang, yaitu defenisi dari sudut pemakai jasa akuntansi dan dari sudut proses kegiatannya.

Ditinjau dari sudut pandang pemakainya, akuntansi dapat didefenisikan sebagai suatu disiplin yang menyediakan informasi yang diperlukan untuk melaksanakan kegiatan secara efisien dan mengevaluasi kegiatan-kegiatan perusahaan. Informasi yang dihasilkan oleh akuntansi diperlukan untuk:

1. Membuat perencanaan yang efektif, pengawasan dan pengambilan keputusan oleh wirausahawan.
2. Pertanggungjawaban perusahaan kepada para investor, kreditur, badan pemerintah dan sebagainya.

Dari defenisi tersebut dapat disimpulkan hal-hal berikut:

1. Akuntansi diselenggarakan dalam suatu organisasi (umumnya perusahaan), sehingga informasi yang dihasilkan adalah informasi tentang organisasi.
2. Informasi sangat penting dalam menyelenggarakan kegiatan perusahaan. Informasi ini digunakan dalam pengambilan keputusan intern organisasi oleh wirausahawan dan juga untuk pengambilan keputusan oleh pihak eksternal perusahaan, seperti investor dan kreditur.

Bila ditinjau dari sudut kegiatannya, akuntasi dapat didefenisikan sebagai proses pencatatan, penggolongan, peringkasan, pelaporan dan penganalisaan data keuangan suatu organisasi. Defenisi ini menunjukkan bahwa kegiatan akuntansi merupakan tugas yang kompleks dan menyangkut bermacam-macam kegiatan. Pada dasarnya, akuntansi harus:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Mengidentifikasi data mana yang berkaitan atau relevan dengan keputusan yang akan diambil.
2. Memproses atau menganalisis data yang relevan.
3. Mengubah data menjadi informasi yang dapat digunakan untuk pengambilan keputusan.

Bagi wirausahawan, untuk mengendalikan kinerja keuangan perusahaan, biasanya terdapat 2 (dua) informasi penting yang dibutuhkan dalam setiap saat/periode, yaitu *besarnya harta perusahaan* dan *besarnya rugi atau laba yang diperoleh*. Informasi ini sangat penting untuk:"

1. Mengetahui berapa jumlah modal yang telah diinvestasikan dalam perusahaan
2. Mengetahui perkembangan (maju mundurnya) perusahaan
3. Sebagai dasar untuk perhitungan pajak
4. Bahan untuk mengajukan permohonan kredit kepada perbankan atau pihak lain
5. Dasar untuk menentukan kebijakan yang akan ditempuh dalam perusahaan
6. Menarik para peminat saham, jika perusahaan berbentuk perseroan terbatas.

Untuk memperoleh informasi tersebut, maka wirausahawan harus menyelenggarakan catatan yang teratur mengenai transaksi-transaksi yang terjadi dalam perusahaannya. Transaksi yang dimaksud adalah peristiwa-peristiwa dalam perusahaan yang bersifat keuangan (finansial).

Agar dapat bermanfaat, maka informasi akuntansi harus disusun dan dilaporkan secara obyektif. Oleh karena itu, akuntansi keuangan harus didasarkan pada standar atau pedoman tertentu yang telah teruji dan dapat diterima secara umum. Terdapat banyak aturan yang terdapat dalam prinsip akuntansi, diantaranya:

1. *Konsep entitas* atau kesatuan usaha, bahwa suatu perusahaan atau bagian dari perusahaan yang berdiri sendiri, terpisah dari organisasi atau individu lain. Terdapat garis pemisah yang tegas antara kesatuan usaha yang satu dengan yang lain atau dengan pemiliknya sebagai pribadi. Kejadian keuangan yang menyangkut suatu kegiatan usaha, tidak boleh dicampur dengan kesatuan usaha lain atau dengan pemiliknya.
2. *Prinsip objektivitas*, maksudnya catatan dan laporan akuntansi harus didasarkan pada data yang bisa dipercaya, sehingga laporan menyajikan informasi yang tepat dan berguna. Data yang bisa dipercaya adalah data yang bisa diverifikasi (diperiksa kebenarannya). Oleh karena itu, catatan akuntansi harus didasarkan pada informasi yang berawal dari kegiatan yang didokumentasikan dalam bentuk bukti yang obyektif.
3. *Prinsip cost (biaya)*, prinsip yang menetapkan bahwa harta atau jasa yang dibeli atau diperoleh harus dicatat atas dasar biaya yang sesungguhnya. Meskipun pembeli tahu bahwa harga mungkin masih bisa ditawar, tetapi barang atau jasa yang dibeli akan dicatat dengan harga yang sesungguhnya disepakati dalam transaksi yang bersangkutan.

Yang perlu dipahami oleh seorang wirausahawan yang ingin menerapkan akuntansi dalam perusahaannya adalah bahwa jumlah harta yang dimiliki perusahaan selalu sama dengan hak perusahaan atas harta itu. Dalam hubungannya dengan sumber modal sebagaimana yang telah dibahas sebelumnya, maka harta perusahaan dapat berasal dari pemilik perusahaan yang disebut *modal*, dan pinjaman dari luar yang disebut *kewajiban/utang*. Jika perusahaan hanya memanfaatkan harta yang berasal dari wirausahawan sendiri (tanpa menggunakan pinjaman), maka keadaan ini dapat dinyatakan dengan persamaan:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

HARTA = MODAL

Jika perusahaan memanfaatkan harta yang selain berasal dari wirausahawan sendiri, juga memperoleh pinjaman untuk menutupi kekurangan modalnya, maka keadaan ini dapat dinyatakan dengan persamaan:

HARTA = KEWAJIBAN + MODAL

Hubungan ketiga komponen (HARTA, KEWAJIBAN dan MODAL) mencerminkan posisi keuangan perusahaan yang menjadi tolok ukur kesehatan keuangan perusahaan.

Hasil akhir dari sebuah proses akuntansi adalah laporan keuangan, sebagaimana fungsi utama akuntansi adalah menyajikan laporan-laporan periodik untuk kepentingan internal perusahaan (wirausahawan) dan eksternal perusahaan (investor, kreditur, pemerintah dan pihak-pihak lain). Laporan keuangan utama yang dihasilkan dari proses akuntansi adalah neraca dan laporan rugi-laba. Selain kedua laporan utama tersebut, maka pada pembelajaran ini disajikan pula Laporan Arus Kas (*cash flow statement*) yang menyajikan informasi penerimaan dan pengeluaran kas sebuah perusahaan dam suatu periode.

1. Neraca

Neraca (*balance sheet*) atau sering disebut juga laporan posisi keuangan, merupakan suatu daftar yang menggambarkan harta, kewajiban dan modal yang dimiliki perusahaan pada suatu periode tertentu (umumnya pada akhir tahun). Olehnya itu, neraca memuat:

1. Kelompok Harta (*assets*)
2. Kelompok Utang (*liabilities*) dan Modal (*capital*)

Karena jumlah harta yang dimiliki perusahaan selalu sama dengan hak perusahaan atas harta itu, maka neraca harus seimbang, sesuai dengan persamaan akuntansi:

HARTA = KEWAJIBAN + MODAL

Neraca memuat informasi Kelompok Harta/*assets (Aktiva*) dan Kelompok Utang/*liabilities* dan Modal/*capita*l (*Passiva*) dengan pos-pos sebagai berikut:

A. Bagian Kelompok Harta/Assets (AKTIVA)

1. Harta Lancar (*current assets*)

Setiap harta perusahaan yang digunakan pada operasi perusahaan dalam jangka waktu relatif singkat (tidak lebih dari satu tahun) atau dengan kata lain perubahan dari uang tunai menjadi barang dan kembali menjadi uang tunai tidak lebih dari satu tahun. Harta lancar meliputi:

- Uang Tunai (*cash*)

Meliputi uang dalam kas maupun rekening giro di bank dan harta lain yang dapat disamakan dengan uang kas, seperti cek, mata uang asing, dan sebagainya. Surat-surat berharga yang segera dapat dijual (*marketable securities*)

Surat-surat berharga yang dimaksud seperti saham yang diperdagangkan di bursa, obligasi, dan sebagainya.

- Wesel Tagih (*notes receivable*)

Merupakan piutang dengan surat perjanjian khusus yang menerangkan bahwa perusahaan akan menerima sejumlah uang tertentu pada tanggal tertentu. Wesel tagih ini dapat dipindahtangankan kepada orang lain atau dijual kepada bank.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

- Piutang Dagang (*accounts receivable*)

Seringkali transaksi-transaksi dagang tidak memungkinkan dilakukan secara tunai, sehingga dalam penjualan barang/jasa akan timbul piutang dagang.

- Persediaan Barang Dagangan (*merchandise inventory*)

Meliputi semua barang yang dibeli atau yang diproduksi untuk dijual kembali.

- Pembayaran di Muka (*prepaid*)

Seringkali sebuah transaksi mewajibkan perusahaan untuk melakukan pembayaran terlebih dahulu sebelum menikmati manfaat dari apa yang dibeli. Keadaan ini menimbulkan pembayaran dimuka, seperti premi asuransi, sewa, dan sebagainya.

- Persediaan Keperluan Toko (*store supplies*)

Semua persediaan yang digunakan untuk keperluan toko, misalnya kantung

plastik, kertas, tinta, dan sebagainya.

- Persediaan Keperluan kantor (*office supplies*)

Semua persediaan yang digunakan untuk keperluan yang wujudnya isa kantor sama dengan persediaan keperluan toko.

2. Harta Tetap (*fixed assets*)

Setiap harta perusahaan yang dapat dipergunakan lebih dari satu tahun dan uang tunai yang dikeluarkan untuk pengadaannya akan kembali menjadi uang tunai melalui penyusutan (depresiasi). Olehnya itu, nilai harta tetap pada neraca menunjukkan harga beli dan penyusutannya, kecuali untuk tanah yang tidak mengalami penyusutan. Harta tetap meliputi:

- Perlengkapan (*equipment*)

Meliputi peralatan transportasi/pengangkutan (*delivery equipment*), peralatan kantor (*office equipment*) dan peralatan toko (*store equipment*).

- Mesin (*machine*)

Meliputi mesin-mesin yang dipergunakan dalam berproduksi.

- Bangunan (*building*)

Meliputi bangunan kantor, pabrik atau gudang yang dimiliki oleh perusahaan.

- Tanah (*land*)

B. Bagian Kelompok Utang dan Modal/Liabilities and Capital (PASSIVA)

1. Utang Jangka Pendek (*current liabilities*)

Yang dimaksudkan disini adalah utang/kewajiban perusahaan yang jangka waktu pelunasannya tidak lebih dari satu tahun, meliputi:

- Wesel Bayar (*notes payable*)

Merupakan utang dengan surat perjanjian khusus yang menerangkan bahwa perusahaan akan membayar sejumlah uang tertentu pada tanggal tertentu.

- Utang dagang (*accounts payable*)

Seringkali pembelian yang dilakukan oleh perusahaan tidak dibayar secara tunai, sehingga perusahaan memiliki utang yang disebut utang dagang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

- *Kredit Modal Kerja*

Kredit ini merupakan kredit jangka pendek yang diperoleh dari lembaga keuangan yang masa pelunasannya kurang dari satu tahun. Kredit ini dialokasikan untuk membiayai operasi perusahaan, seperti membayar gaji karyawan, membeli bahan/barang dagangan, dan sebagainya.

- Penerimaan di Muka (*unearned income*)

Apabila perusahaan telah menerima uang di masa kini, namun penyerahan barang/jasa hasil produksi diserahkan dalam jangka waktu yang akan datang, maka perusahaan memiliki kewajiban yang disebut penerimaan di muka.

2. Utang Jangka Panjang (*long term liabilities*)

Utang yang kewajiban pelunasannya lebih dari satu tahun disebut utang jangka panjang. Utang ini meliputi:

- Obligasi (*bond payable*)

Utang jangka panjang dari perusahaan yang dibuktikan dengan surat-surat resmi yang disebut obligasi.

- Kredit Investasi (*investment credit*)

Kredit ini merupakan kredit jangka panjang yang diperoleh dari lembaga keuangan yang masa pelunasannya lebih dari satu tahun, utang ini biasanya dialokasikan untuk pengadaan harta tetap seperti tanah, bangunan, perlengkapan, mesin, dan sebagainya.

- Kredit Hipotik (*mortgage payable*)

Pinjaman yang menggunakan jaminan harta tetap perusahaan, dan pemberi pinjaman (kreditur) dapat mengajukan ke pengadilan untuk menjual harta yang wirausahawan jaminkan apabila wirausahawan yang bersangkutan sebagai peminjam (debitur) tidak dapat melunasi utangnya.

3. Modal (*capital*)

Merupakan hak wirausahawan sebagai pemilik perusahaan termasuk di dalamnya rugi/laba yang diraih perusahaan. Biasanya dalam neraca, modal dapat dicantumkan dengan modal akhir saja, sedangkan perhitungannya dicantumkan dalam laporan modal.

Bentuk neraca dapat dibedakan atas 2 (dua), yaitu bentuk-T (*T-form, account form*) dan bentuk laporan (*report form*). Pada bentuk-T, kelompok harta ditulis di bagian kiri, kelompok kewajiban dan modal ditulis di bagian kanan. Sedangkan pada bentuk laporan, kelompok harta ditulis di bagian atas, kelompok kewajiban dan modal ditulis di bagian bawah. Kedua bentuk neraca ini dapat dilihat pada Bingkai 7. Bingkai 7 Bentuk-bentuk Neraca

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bingkai 7

Bentuk-bentuk
Neraca

PT. RAYHAN PUTRA
NERACA
Per 31 Desember 2012

AKTIVA	PASSIVA
1. Harta Lancar	1. Utang
2. Harta Tetap	2. Modal
Total Harta	Total Utang + Modal

Neraca bentuk T (*T-form, account form*)

PT. RAYHAN PUTRA
NERACA
Per 31 Desember 2012

AKTIVA
1. Harta Lancar
2. Harta Tetap
Total Harta

PASSIVA
1. Utang
2. Modal
Total Utang + Modal

Neraca bentuk Laporan (*report form*)

2. Laporan Rugi-Laba

Bila hanya melihat neraca saja, wirausahawan belum dapat mengetahui sebab-sebab terjadinya keuntungan atau kerugian perusahaannya. Oleh karena itu perlu disusun laporan lain yang memberikan informasi tentang hasil penjualan produk beserta biayanya yang dibuat secara berkala (per tahun, per bulan atau sesuai dengan kebutuhan). Laporan ini yang disebut dengan laporan rugi-laba (*income statement*). Laporan rugi laba memiliki 2 (dua) jenis bentuk perhitungan, yakni bentuk perhitungan langkah tunggal (*single step*) dan betuk perhitungan langkah ganda (*multiple step*).

Bentuk perhitungan langkah tunggal (*single step*) cukup sederhana dengan mengumpulkan berbagai pendapatan dan menjumlahkannya, kemudian berbagai jumlah biaya juga dikumpulkan dan dijumlahkan. Selisihnya menghasilkan laba atau rugi. Betuk perhitungan langkah ganda (*multiple step*) dilakukan dengan:

- Hitung dulu laba kotornya (*gross profit on sales*) dengan mencari selisih hasil penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan (HPP).
- Setelah itu, hitung biaya operasi (*operating expenses*) yang diperinci menjadi biaya penjualan (*selling expenses*) dan biaya umum/administrasi (*general/administrative expenses*).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

- Selisih laba kotor dengan total biaya operasi menghasilkan laba operasi (*net income from operation*).
- Laba operasi setelah diperkurangkan dengan kewajiban terhadap pinjaman menghasilkan laba sebelum pajak (*net income before tax*).
- Untuk memperoleh laba bersih, perkurangkan laba sebelum pajak dengan pajak yang harus dibayarkan.

Sebagaimana yang diuraikan di atas, bahwa untuk memperoleh laba kotor, nilai penjualan bersih harus dikurangi dengan HPP yang merupakan harga pokok dari produk yang terjual. Terdapat perbedaan perhitungan HPP antara perusahaan perdagangan dengan perusahaan manufaktur/pabrikasi/pengolahan. Hal ini diuraikan, sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Perusahaan Perdagangan

Perusahaan jenis ini melaksanakan aktifitasnya dengan membeli produk dan menjualnya kembali. Perhitungan HPP-nya adalah, sebagai berikut:

HPP = Persediaan Awal + Pembelian Bersih – Persediaan Akhir

Dimana:

- Persediaan awal adalah nilai persediaan per tanggal 1 Januari tahun berjalan
- Pembelian bersih adalah nilai pembelian selama 1 Januari hingga 31 Desember tahun berjalan
- Persediaan akhir adalah nilai persediaan per tanggal 31 Desember tahun berjalan

2. Perusahaan Manufaktur/Pabrikasi/Pengolahan

Perusahaan jenis ini melakukan aktifitasnya dengan membeli berbagai bahan, kemudian memprosesnya menjadi produk. Olehnya itu perhitungan HPP-nya dilakukan sebagai berikut:

HPP = Persediaan Awal Barang Jadi + Harga Pokok Produksi – Persediaan Ak

Dimana:

- Persediaan awal barang jadi adalah nilai persediaan awal produk per tanggal 1 Januari tahun berjalan
- Harga Pokok Produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk
- Persediaan akhir barang jadi adalah nilai persediaan akhir produk per tanggal 31 Desember tahun berjalan

Perhitungan Harga Pokok Produksi, dilakukan dengan cara:

HP. Prod. = Persediaan Barang ½ jadi + Bahan Mentah yang dipakai + Upah Langsung + Biaya Umum Pabrik - Persed Akhir B ½ ja

Di mana:

- Persediaan barang setengah jadi adalah nilai persediaan produk setengah jadi per tanggal 1 Januari tahun berjalan
- Bahan mentah yang dipakai adalah nilai seluruh bahan baku langsung yang digunakan dalam proses produksi selama tanggal 1 Januari hingga 31 Desember tahun berjalan
- Upah langsung adalah nilai upah yang dibayarkan kepada tenaga kerja langsung selama tanggal 1 Januari hingga 31 Desember tahun berjalan
- Biaya umum pabrik adalah nilai dari seluruh biaya bahan penolong, tenaga kerja tidak langsung dan biaya pabrik lainnya yang digunakan dalam proses produksi selama tanggal 1 Januari hingga 31 Desember tahun berjalan
- Persediaan akhir barang setengah jadi adalah nilai persediaan produk setengah jadi per tanggal 31 Desember tahun berjalan

Jumlah bahan mentah yang dipakai dalam proses produksi selama setahun berjalan, dihitung dengan cara:

HPP = Persediaan Awal Bahan + Pembelian – Persediaan Akhir Bahan

Dimana:

- Persediaan awal bahan adalah nilai persediaan awal bahan per tanggal 1 Januari tahun berjalan
- Pembelian bahan adalah biaya yang dikeluarkan untuk memebeli bahan selama tanggal 1 Januari hingga 31 Desember tahun berjalan
- Persediaan akhir bahan adalah nilai persediaan akhir bahan per tanggal 31 Desember tahun berjalan.

Karena panjangnya perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP), sehingga dalam laporan rugi-laba biasanya tidak dicantumkan, melainkan dibuatkan lampiran dalam bentuk ikhtisar. Contoh format ikhtisar HPP dapat dilihat pada Bingkai 8.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bingkai 8

Contoh Format

Ikhtisar HPP **PT. RAYHAN**

PUTRA IKHTISAR HPP

Per 31 Desember

2011

I.	PERSEDIAAN AWAL BARANG (1 Januari 2011)
II.	PEMAKAIAN BAHAN
1.	Persediaan awal bahan
2.	Pembelian bahan
3.	Bahan yang tersedia (1 + 2)
4.	Persediaan Akhir Bahan
5.	Total Pemakaian Bahan (3 – 4)
III.	UPAH LANGSUNG
IV.	BIAYA UMUM PABRIK
6.	Upah tidak langsung
7.	Biaya pemeliharaan
8.	Penyusutan mesin dan gedung
9.	Asuransi
10.	Biaya lain-lain
11.	Total Biaya Umum Pabrik (6 + 7 + 8 + 9 + 10)
V.	JUMLAH BIAYA PRODUKSI (II + III + IV)
VI	HARGA BAHAN YANG DIOLAH (I + IV)
VII.	PERSEDIAAN AKHIR BARANG (31 Desember 2011)
VIII.	HPP (VI – VII)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Laporan Arus Kas

Laporan arus kas (*statement of cash flow*) adalah laporan keuangan yang memperlihatkan penerimaan kas (*cash in flow*) dan pengeluaran kas (*cash out flow*) perusahaan selama satu periode waktu. Tujuan utama laporan arus kas adalah untuk menyediakan informasi perihal penerimaan dan pengeluaran kas sebuah perusahaan selama periode akuntansi. Tujuan sampingannya adalah memasok informasi tentang aktifitas-aktifitas operasi, investasi, dan pendanaan selama periode akuntansi. Beberapa informasi seperti itu sebenarnya dapat diperoleh dengan membaca laporan keuangan, namun laporan arus kas memberikan gambaran segala transaksi yang mempengaruhi kas.

Wirausahaan memiliki tanggung jawab atas perencanaan bagaimana dan kapan kas akan diperoleh dan dipakai. Manakala arus keluar kas yang dianggarkan lebih besar ketimbang arus kas masuk yang dianggarkan, wirausahawan sepatutnya memutuskan apa yang seharusnya dilakukan terhadap hal tersebut. Kadangkala wirausahawan mendapat kucuran dana atau melepas beberapa harta. Sekali waktu wirausahawan juga membatasi kegiatan-kegiatan yang dianggarkan dengan merevisi rencana-rencana kegiatan perusahaan, investasi baru ataupun pelunasan pinjaman. Apapun keputusan yang diambil, tujuannya adalah untuk menyeimbangkan kas yang tersedia dan kebutuhan dana tunai.

Analisis Rasio Keuangan Perusahaan

Untuk mengetahui apakah usaha yang dirancang layak secara finansial, maka perlu pula dilakukan analisis untuk mengetahui sampai sejauhmana perusahaan mampu membayar kewajiban jangka pendek dan/atau jangka panjangnya, kemampuan dalam mengalokasikan dana secara efisien dan efektif, dan tentunya kemampuan dalam memberikan keuntungan. Berikut ini beberapa alat analisis yang dapat digunakan, yaitu:

A. Rasio Likuiditas

Rasio Likuiditas berguna untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban/utang jangka pendek (liquid).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Rasio Lancar

$$\frac{\text{Harta Lancar}}{\text{Utang Lancar}} = \text{a kali}$$

Artinya, setiap Rp 1 Utang Lancar, akan tersedia sebesar a kali Harta

Lanca

r b. Rasio Cair

$$\frac{\text{Harta Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Utang Lancar}} = \text{a ka}$$

Artinya, setiap Rp 1 Utang lancar, akan tersedia sebesar a kali Harta Lancar di luar persediaan

Rasio Solvabilitas

Rasio Solvabilitas berguna untuk mengukur kemampuan d me alam menuhi perusahaan semua kewajiban/utang (jangka panjang dan jangka pendek).

a. Rasio Harta atas Utang

$$\frac{\text{Jumlah Harta}}{\text{Jumlah Utang}} = \text{a kali}$$

b. Resiko Utang

$$\frac{\text{Jumlah Utang}}{\text{Jumlah Harta}} \times 100 = \ldots\%$$

C. Rasio Aktifitas/Efektifitas/Produktivitas

Rasio aktivitas/efektifitas/produktivitas berguna untuk mengukur kesibukan, keaktifan atau produktifitas modal yang dimiliki.

a. Perputaran Harta

$$\frac{\text{Jumlah Penjualan}}{\text{Jumlah Harta}} = \text{a ka}$$

Catatan : Makin tinggi perputaran harta, berarti aktifitas/efektifitas/produktivitas usaha semakin baik

b. Perputaran Modal Kerja

$$\frac{\text{Jumlah Penjualan}}{\text{Modal Kerja (Harta Lancar)}} = \text{a kali}$$

Catatan : Makin tinggi perputaran modal kerja, berarti semakin aktif, efektif,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan produktif perusahaan.

c. Perputaran Persediaan Barang

$$\frac{\text{Harga Pokok Produksi}}{\text{Persediaan}} = \text{a kali}$$

Catatan : Persediaan dapat digunakan: 1. Persediaan Akhir, atau

2. $\frac{\text{Persediaan Awal + Persediaan Akhir}}{2}$

d. Perputaran Persediaan Bahan

$$\frac{\text{Pemakaian Bahan}}{\text{Persediaan Bahan}} = \text{a kali}$$

e. Perputaran Piutang

$$\frac{\text{Penjualan Kredit}}{\text{Piutang}} = \text{a kali}$$

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

f. Jangka Waktu Penagihan

$\frac{12 \text{ bulan}}{\text{Perputaran Piutang}} = \ldots\text{bulan}$	atau	$\frac{360 \text{ hari}}{\text{Perputaran Piutang}} = \ldots\text{hari}$

D. Rasio Profitabilitas/Laba

Rasio Profitabilitas/laba berguna untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba.

a. Profit Margin/Margin Laba

$$\frac{\text{Laba Operasi}}{\text{Penjualan}} \times 100 = \ldots\%$$

b. Laba atas Harta Operasi (Return on Asset-ROA)

$$\frac{\text{Laba Operasi}}{\text{Harta Operasi}} \times 100 = \ldots\%$$

Catatan : Harta Operasi = besarnya investasi dalam perusahaan

- Harta Perusahaan yang dipakai
- Harta Lancar

Jika Laba atas Harta Operasi lebih besar (>) dari tingkat bunga yang berlaku, maka penggunaan modal pinjaman menguntungkan bagi perusahaan, dan sebaliknya jika Laba atas Harta Operasi lebih kecil (<) dari tingkat bunga yang berlaku, maka penggunaan modal sendiri lebih menguntungkan perusahaan.

c. Laba atas Modal Sendiri

$$\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Modal Sendiri}} \times 100 = \ldots\%$$

Catatan : Jika Laba atas Modal Sendiri lebih kecil (<) dari tingkat bunga yang berlaku, maka modal sendiri lebih baik ditabung di bank karena lebih menguntungkan perusahaan, dan sebaliknya jika Laba atas Modal Sendiri lebh besar (>) dari tingkat bunga yang berlaku, maka penggunaan modal sendiri lebih baik digunakan sebagai modal perusahaan karena lebih menguntungkan perusahaan.

Rasio Efisiensi/Biaya

Rasio Efisiensi/Biaya berguna untuk mengukur efisiensi yang dikeluarkan oleh biaya perusahaan.

a. Rasio Harga Pokok Produksi

$$\frac{\text{Harga Pokok Produksi}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100 = \ldots\%$$

b. Rasio Pemasaran

$$\frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100 = \ldots\%$$

c. Rasio Biaya Administrasi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

$$\frac{\text{Biaya Administrasi/Umum}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100 = \ldots\%$$

Catatan : Semakin rendah rasio efisiensi/biaya, maka semakin efisien biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Perlu diperhatikan, hindari menekan biaya langsung karena akan mempengaruhi mutu produk, bila akan menekan biaya maka sebaiknya yang ditekan adalah biaya umum (overhead).

Rangkuman

Kinerja segala aktifitas dalam sebuah perusahaan dapat dilihat dari kinerja keuangan perusahaan yang bersangkutan. Dan semakin baik kinerja keuangan perusahaan, maka kemungkinan untuk meraih kesuksesan juga semakin besar. Olehnya itu, seorang wirausahawan dituntut untuk dapat menguasai dan menerapkan manajemen keuangan pada perusahaannya, sesederhana apa pun bentuknya. Membiasakan diri untuk mencatat segala transaksi keuangan yang terjadi pada perusahaan dan mencatatnya melalui pembukuan yang sederhana merupakan langkah awal. Lebih baik lagi apabila sudah mampu untuk menuangkannya ke dalam berbagai bentuk laporan keuangan yang tentunya memberikan manfaat, terutama dalam mengambil keputusan-keputusan penting terkait upaya dalam pengembangan perusahaan.

Untuk menerapkan materi yang dibahas dalam pembelajaran aspek keuangan perusahaan, maka berikut ini disajikan beberapa hal yang perlu didiskusikan dan dirumuskan terkait penyusunan desain serta kebutuhan dan proyeksi keuangan perusahaan yang dirancang.

Latihan

Susun rancangan aspek keuangan perusahaan Anda meliputi beberapa hal, yaitu:

a. Kebutuhan dan Sumber Permodalan Perusahaan

manfaat, terutama dalam mengambil keputusan-keputusan penting terkait upaya dalam pengembangan perusahaan. Untuk menerapkan materi yang dibahas dalam pembelajaran aspek keuangan perusahaan, maka berikut ini disajikan beberapa hal yang perlu didiskusikan dan dirumuskan terkait penyusunan desain serta kebutuhan dan proyeksi keuangan perusahaan yang dirancang. **Penugasan:** Susun rancangan aspek keuangan perusahaan Anda meliputi beberapa hal, yaitu:

b. *Kebutuhan dan Sumber Permodalan Perusahaan*

Anda diharapkan dapat merancang kebutuhan permodalan untuk memulai dan menjalankan perusahaan yang aspek-aspeknya telah Anda rancang pada materi pembelajaran sebelumnya. Kebutuhan modal yang dimaksud terdiri dari modal investasi dan modal kerja yang dapat bersumber dari modal sendiri atau dari pinjaman/kredit. Jika dalam mulai menjalankan perusahaan Anda ini dibutuhkan modal pinjaman/kredit, Anda perlu menguraikan dari mana pinjaman/kredit tersebut Anda peroleh, apakah dari perbankan, lembaga keuangan non-bank seperti koperasi simpan-pinjam, perorangan, atau lainnya. Tentunya perlu pula Anda pikirkan, apa saja syarat-syarat yang diperlukan untuk memperoleh permodalan yang berasal dari pinjaman/kredit tersebut.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

REFERENSI

Jusup, A.H., 1994. *Dasar-dasar Akuntansi*, Jilid 1. Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN, Yogyakarta.

Pusat Pembinaan Usaha Kecil Universitas Hasanuddin, 1994. *Sistem Informasi Usaha (Bidang Keuangan)*. Materi Pelatihan Pengusaha Kecil di Ujungpandang.

Rajagukguk, Z., Eryanti P dan Nurmia S., 1998. *Modul Pelatihan Tenaga Kerja Pemuda Mandiri Profesional*. Direktorat Jenderal Pembinaan Penempatan Tenaga Kerja, Departemen Tenaga Kerja RI, Jakarta.

Simamora, H. 1999. *Akuntansi Manajemen*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

Syamsuddin, A.S., Imelda R.I, Idris S., Agus A., Eymal B.D., Suardi B. dan Rusli M.R., 1995. *Mulai dari Usaha Kecil Merintis Karir Kewirausahaan Anda*. Pusat Pengembangan Usaha Kecil Kawasan Timur Indonesia (PUKTI) kerjasama Kondrad Adenauer Stiftung Internationales Institut.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Paket 9

RANCANGAN USAHA

Pendahuluan

Fokus perkuliahan ini adalah tentang rancangan usaha. Kajian dalam paket ini meliputi arti dan pentingnya rancangan usaha dan format rancangan usaha

Dalam paket 9 ini, mahasiswa akan memahami tentang arti dan pentingnya rancangan usaha dan format rancangan usaha. Sebelum perkuliahan berlangsung, Setiap mahasiswa membuat review materi setiap kali pertemuan sesuai dengan topik. Mahasiswa menuliskannya dalam bentuk tulisan tangan dan saat perkuliahan berlangsung mendiskusikannya bersama.

Sebagai penunjang dalam pembelajaran, perangkat media menjadi penting untuk dihadirkan. Dalam perkuliahan ini dibutuhkan media pembelajaran berupa LCD dan laptop sebagai media penyampai *feedback* dari dosen setelah berdiskusi. Selain itu dibutuhkan sipdol sebagai alat penunjang dalam menjelaskan materi perkuliahan.

Rencana Pelaksanaan Perkuliahan

Kompetensi Dasar

Setelah mengikuti pembelajaran ini, mahasiswa peserta mata kuliah akan dapat menyusun laporan rancangan usaha sesuai dengan gagasan usaha yang dipilihnya.

Indikator

Pada akhir perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat:

1. Menjelaskan tentang arti dan pentingnya rancangan usaha
2. Menjelaskan tentang format rancangan uaha

Waktu

2x50

Materi Pokok

1. Pengertian tentang arti dan pentingnya rancangan usaha
2. Konsep tentang format rancangan usaha

Kegiatan Perkuliahan

Kegiatan awal (10 Menit)

1. Branstroming dengan hasil review dari mahasiwa tentang materi yang telah direview
2. Penjelasan pentingnya menpelajari paket

Kegiatan inti (80 Menit)

1. Membagi mahasiswa dalam 5 kelompok
2. Masing-masing kelompok mendiskusikan sub tema:
3. Presentasi hasil diskusi dari masing-masing kelompok
4. Selesai presentasi setiap kelompok , kelompok lain memberikan klarifikasi
5. Penguatan hasil diskusi dari dosen
6. Dosen memberi kesempatan pada mahasiswa untuk menanyakan materi yang belum dipahami atau menyampaikan gagasan lain.

Kegiatan Penutup(10 Menit)

1. Memberikan *Feedback* atas materi yang telah dibahas
2. Memberikan saran dan motovasi bagi mahasiswa

Kegiatan Tindak Lanjut

1. Memberi tugas latihan
2. Mempersiapkan perkuliahan selanjutnya

Lembar Kegiatan

Membuat catatan penting

Tujuan

Mahasiswa dapat memahami konsep dasar tentang konsep kewirausahaan dalam bentuk uraian atau catatan penting

Bahan dan Alat

Kertas plano, dan spidol, dan sulasi

Langkah Kegiatan

1. Mahasiswa dalam kelompok memilih pemandu diskusi dan penulis hasil diskusi
2. Mahasiswa mendiskusikan materi yang telah ditentukan dengan anggota kelompok
3. Tuliskan hasil diskusi dalam bentuk catatan-catatan penting di kertas plano dan ditempelkan didinding kelas/papan tulis
4. Setiap kelompok mempresentasikan hasil catatan yang terdapat di kertas plano
5. Mahasiswa mempresentasikan hasil kerja secara bergiliran, dengan waktu presentasi 7 menit
6. Mahasiswa kelompok lain dapat memberikan tanggapan atau klarifikasi dari presentasi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Uraian Materi

Arti dan Pentingnya Rancangan Usaha

Rancangan usaha merupakan dokumen tertulis yang disusun oleh calon wirausahawan yang memuat seluruh aspek-aspek yang terkait dengan aktifitas yang direncanakan dalam merintis dan menjalankan gagasan perusahaan. Penyusunan rancangan usaha dimaksudkan untuk menentukan sendiri tingkat kelayakan gagasan perusahaan yang dirancang dengan maksud untuk menghindari adanya investasi yang tidak menguntungkan atau dengan kata lain menghindari kerugian di kemudian hari. Setidaknya terdapat beberapa manfaat dari rancangan usaha, yaitu:

1. Sebagai wadah untuk menampung rencana usaha
2. Alat kontrol segala kegiatan yang (akan) dilaksanakan ketika gagasan usaha diimplementasikan
3. Menyampaikan kepada pihak lain akan maksud dan tujuan penyusunan rancangan usaha
4. Memperoleh perhatian dan keterlibatan pihak lain untuk membantu terutama dalam mewujudkannya menjadi perusahaan yang nyata

Berangkat dari manfaat yang dapat diperoleh dari penyusunan rancangan usaha tersebut, sehingga dapat diidentifikasi pihak-pihak yang mungkin akan membacanya, yaitu investor, perbankan, pelanggan, konsultan dan pemerintah. Rancangan usaha harus disusun sedemikian rupa sehingga dapat memberikan manfaat terutama dalam mewujudkan gagasan merintis berdirinya perusahaan. Olehnya itu sebuah rancangan usaha perlu disusun agar dapat diperoleh dan mudah dimengerti oleh pembacanya. Bukankan rancangan usaha kita susun juga bertujuan untuk menarik perhatian pihak lain? Untuk itu, sebuah rancangan usaha harus mengandung unsur-unsur:

1. *Rencana*, bahwa rancangan usaha harus memuat sesuatu rencana berikut maksud dan tujuan dari rencana tersebut.
2. *Usulan*, bahwa rancangan usaha harus diusulkan kepada pihak lain untuk diketahui dan dipertimbangkan oleh pihak lain.
3. *Sistematis,* bahwa hal-hal yang dimuat dalam rancangan usaha tersebut harus disusun mulai dari yang sifatnya makro sampai kepada yang bersifat mikro; atau yang bersifat umum sampai ke yang bersifat khusus/spesifik.
4. *Tentatif,* bahwa isi dari rancangan usaha tersebut masih dapat diubah sebelum memperoleh persetujuan dari penerima atau pembaca rancangan usaha.

Format Rancangan Usaha

Sebuah rancangan usaha harus disusun dengan baik sebagaimana unsur-unsur yang harus dimuat di dalamnya. Untuk memudahkan dalam penyusunan, perlu adanya format dan tata aturan yang jelas bagi penyusunnya.

Format rancangan usaha pada dasarnya terdiri dari 3 (tiga) bagian, yaitu bagian pendahuluan yang memuat alasan-alasan penyusunan, isi yang memuat aspek-aspek perusahaan yang dirancang dan penutup yang memuat pelajaran-pelajaran penting yang diperoleh dari proses pembelajaran ini. Jika melihat struktur rancangan usaha tersebut, memang agak berbeda dengan proposal bisnis yang umumnya dibuat, namun setidaknya apa yang tertuang dalam rancangan usaha yang disusun dapat disarikan menjadi sebuah proposal bisnis, karena semua aspek-aspek yang dibutuhkan dalam penyusunan proposal bisnis tertuang dalam rancangan usaha (terutama aspek-aspek perusahaan yang dirancang).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hal yang lain yang membedakan format rancangan usaha yang dibahas pada pembelajaran ini dengan proposal bisnis adalah bahwa pada rancangan usaha, pembelajar diminta untuk menarik hikmah sebagai sebuah refleksi selama mengikuti pembelajaran Kewirausahaan-1.

Ringkasan

Penyusunan rancangan usaha pada pembelajaran ini diharapkan bukan sebagai sebuah formalitas untuk dapat melulusi mata kuliah Kewirausahaan-1. Namun lebih daripada itu, rancangan usaha yang dibuat dapat melatih setiap pembelajar kewirausahaan untuk dapat mengenal liku-liku pengelolaan perusahaan, meskipun hanya dalam tataran rancangan. Tidak hanya itu, masih banyak manfaat yang dapat diperoleh dengan rancangan usaha yang disusun.

Latihan

Susunlah rancangan usaha sesuai dengan gagasan usaha Anda yang terpilih sebagaimana hasil pembelajaran pada Bagian Satu dan penyusunannya berdasarkan aspek-aspek yang dibahas di pembelajaran pada Bagian Dua. Gunakan format rancangan usaha sebagaimana yang diuraikan pada pembelajaran ini. Rancangan usaha ini akan dipresentasikan dalam seminar akhir mata kuliah dihadapan seluruh peserta mata kuliah, dosen pengasuh dan tutor pembimbing masing-masing.

REFERENSI

Rajagukguk, Z., Eryanti P dan Nurmia S., 1998. *Modul Pelatihan Tenaga Kerja Pemuda Mandiri Profesional*. Direktorat Jenderal Pembinaan Penempatan Tenaga Kerja, Departemen Tenaga Kerja RI, Jakarta.

Syamsuddin, A.S., Imelda R.I, Idris S., Agus A., Eymal B.D., Suardi B. dan Rusli M.R., 1995. *Mulai dari Usaha Kecil Merintis Karir Kewirausahaan Anda*. Pusat Pengembangan Usaha Kecil Kawasan Timur Indonesia (PUKTI) kerjasama Kondrad Adenauer Stiftung Internationales Institut.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Paket 10

TEKNIK PRESENTAI

Pendahuluan

Fokus perkuliahan ini adalah tentang definisi dan unsur unsur presentasi mempersiapkan prsentasi, sebelum melakukan presentasi dan sesudah melaksanakan presentasi.

Dalam paket 10 ini, mahasiswa akan memahami definisi dan unsur-unsur presentasi, bagaimana mempersiapkan sebelum dan melaksanakan presentasi. Setiap mahasiswa membuat review materi setiap kali pertemuan sesuai dengan topik. Mahdeasiswa menuliskannya dalam bentuk tulisan tangan dan saat perkuliahan berlangsung mendiskusikannya bersama.

Sebagai penunjang dalam pembelajaran, perangkat media menjadi penting untuk dihadirkan. Dalam perkuliahan ini dibutuhkan media pembelajaran berupa LCD dan laptop sebagai media penyampai *feedback* dari dosen setelah berdiskusi. Selain itu dibutuhkan sipdol sebagai alat penunjang dalam menjelaskan materi perkuliahan.

Rencana Pelaksanaan Perkuliahan

Kompetensi Dasar

Setelah mengikuti pembelajaran ini, mahasiswa peserta mata kuliah akan dapat mempresentasikan dan meyakinkan pihak lain akan gagasan usaha yang telah disusun dalam bentuk rancangan usaha.

Indikator

Pada akhir perkuliahan mahasiswa diharapkan dapat:

1. Menjelaskan tentang definisi dan unsur presentasi
2. Menjelaskan tentang persiapan presentasi

Waktu

2x50

Materi Pokok

1. Pengertian tentang definisi dan unsur presentasi
2. Konsep persiapan presentasi

Kegiatan Perkuliahan

Kegiatan awal (10 Menit)

1. Branstroming dengan hasil review dari mahasiswa tentang materi yang telah direview
2. Penjelasan pentingnya menpelajari paket

Kegiatan inti (80 Menit)

1. Membagi mahasiswa dalam 5 kelompok
2. Masing-masing kelompok mendiskusikan sub tema:
3. Presentasi hasil diskusi dari masing-masing kelompok
4. Selesai presentasi setiap kelompok , kelompok lain memberikan klarifikasi
5. Penguatan hasil diskusi dari dosen
6. Dosen memberi kesempatan pada mahasiswa untuk menanyakan materi yang belum dipahami atau menyampaikan gagasan lain.

Kegiatan Penutup(10 Menit)

1. Memberikan *Feedback* atas materi yang telah dibahas
2. Memberikan saran dan motovasi bagi mahasiswa

Kegiatan Tindak Lanjut

1. Memberi tugas latihan
2. Mempersiapkan perkuliahan selanjutnya

Lembar Kegiatan

Membuat catatan penting

Tujuan

Mahasiswa dapat memahami konsep dasar tentang konsep kewirausahaan dalam bentuk uraian atau catatan penting

Bahan dan Alat

Kertas plano, dan spidol, dan sulasi

Langkah Kegiatan

1. Mahasiswa dalam kelompok memilih pemandu diskusi dan penulis hasil diskusi
2. Mahasiswa mendiskusikan materi yang telah ditentukan dengan anggota kelompok
3. Tuliskan hasil diskusi dalam bentuk catatan-catatan penting di kertas plano dan ditempelkan didinding kelas/papan tulis
4. Setiap kelompok mempresentasikan hasil catatan yang terdapat di kertas plano

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Mahasiswa mempresentasikan hasil kerja secara bergiliran, dengan waktu presentasi 7 menit
6. Mahasiswa kelompok lain dapat memberikan tanggapan atau klarifikasi dari presentasi

Uraian Materi

Definisi dan Unsur-unsur Presentasi

Presentasi dapat didefenisikan sebagai komunikasi langsung antara penyaji dengan sekelompok pendengar dalam situasi teknis, saintifik atau professional untuk satu tujuan tertentu dengan menggunakan teknik sajian dan media yang terencana. Presentasi pada dasarnya merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan tujuan untuk menyampaikan, memperkenalkan, menuntun, meyakinkan atau dengan kata lain mengkomunikasikan sesuatu kepada orang lain.

Dalam konteks pembelajaran kewirausahaan-1, selain tujuan menyampaikan dan mengkomunikasikan ide/gagasan perusahaan yang dirancang, presentasi juga dimaksudkan untuk mengetahui dan memberikan evaluasi terhadap kemampuan mahasiswa peserta dalam menguasai ide/gagasan yang telah dituangkan dalam rancangan usaha yang telah disusunnya.

Sebagai salah satu cara mengkomunikasikan sesuatu (pengetahuan, keterampilan, ide/gagasan dan sebagainya), presentasi memiliki 4 (empat) unsur penting. Unsur-unsur ini sangat menentukan keberhasilan dalam proses presentasi, yakni:

1. *Presenter*

   Merupakan orang yang menyampaikan sesuatu yang akan dikomunikasikan kepada pihak lain (audiens) secara langsung.

2. *Materi*

   Merupakan bahan yang akan dikomunikasikan kepada audiens.

3. *Media*

   Terdiri dari sarana yang digunakan untuk mengemas materi sehingga menarik audiens serta peralatan yang digunakan untuk menyampaikan materi. Syarat media untuk efektif digunakan adalah mudah, murah, praktis, aman, sesuai bahan dengan metode penyajian, sesuai media dengan karakteristik peserta, tepat dan tersedia.

4. *Audiens*

   Merupakan pihak yang menerima sesuatu yang akan dikomunikasikan. Berhasil tidaknya suatu presentasi dapat dilihat dari reaksi yang ditunjukkan oleh audiens.

10.4. Mempersiapkan Presentasi

Keberhasilan presentasi sangat ditentukan oleh berbagai hal, baik yang berasal dari diri sendiri, maupun dari luar. Presentasi dapat berhasil apabila kita dapat melakukan hal-hal berikut:

1. Menentukan sasaran yang ingin dicapai

Penentuan sasaran presentasi sangat menentukan keberhasilan presentasi. Presentasi yang tidak jelas sasarannya akan membuat kegiatan presentasi menjadi tidak terarah dan membuat audien menjadi bingung dan malah presentasi yang kita lakukan terkesan membosankan. Untuk itu, perlu ditentukan sasaran-sasaran presentasi lalu dibuat kerangka sasarannya. Ajukan pertanyaan-pertanyaan berikut pada diri masing-masing:

- Mengapa saya memberikan presentasi ini?
- Mengapa mesti saya yang mempresentasikan?
- Apa yang ingin saya capai dari presentasi ini?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

- Bagaimana saya dapat membuat presentasi yang menarik?
- Seberapa banyak yang telah diketahui audiens tentang pokok permasalahan yang akan dipresentasikan?
- Apakah audiens memiliki latar belakang pengetahuan yang diperlukan terkait dengan materi presentasi?

2. Menyusun kerangka presentasi

Penyajian presentasi seharusnya terstruktur, agar audiens tertarik mendengarkan apa yang kita presentasikan. Olehnya itu, presenter sebaiknya menyusun pokok-pokok yang disampaikan beserta hubungan logis di antara pokok-pokok tersebut. Pokok-pokok materi dapat diperoleh dengan memecah sasaran yang telah ditetapkan menjadi sebuah daftar sasaran-sasaran, dan daftar inilah yang menjadi kerangka presentasi. Kerangka presentasi merupakan serangkaian bagian yang saling terjalin dan secara logis dapat berdiri

sendiri. Bagian-bagian yang saling terjalin, pada akhirnya harus saling berkaitan dengan sasaran yang ingin dicapai. Olehnya itu, dalam menyusun struktur presentasi, hal-hal yang perlu direncanakan adalah:

a. Struktur pokok pembahasan

Pembicaraan pada presentasi akan lebih efektif apabila presenter menyampaikan tema tunggal yang konsisten, sasarannya jelas, serta bagian-bagiannya dapat didefenisikan dan dapat dipahami oleh audiens. Untuk itu, sebelum melakukan presentasi, presenter perlu membuat skema yang terkait dengan pokok pembahasan. Skema dapat dibuat dengan pola *mind mapping* atau garis besar (*outlining*). Lakukan diskusi dengan diri sendiri dan bantuan rekan-rekan untuk mendapatkan informasi yang dapat membantu dalam pembuatan skema.

b. Struktur bagaimana mempresentasikannya

Sebelum melakukan presentasi, presenter perlu pula menyusun rencana presentasi dengan struktur:

- Introduksi (awal), meliputi cara kontak dengan audiens, mengintroduksikan pokok pembicaraan dan menyatakan tema utama.
- Pengembangan (tengah), meliputi cara menyampaikan dan menjelaskan tema utama dan argumen-argumennya.
- Kesimpulan (akhir), meliputi mcara merangkum tema utama dan jika perlu cara memberikan rekomendasi.

3. Mengenal audiens

Terdapat beberapa hal yang perlu dipertimbangkan oleh presenter dalam menghadapi audiens, yakni suasana hati dan keterbukaan serta hubungan sosial dengan audiens.

a. Suasana hati

Audiens yang hadir mengikuti presentasi memiliki tipe yang berbeda-beda, ada yang hadir dengan kesadaran sendiri, ada pula yang hadir karena terpaksa, atau malah kombinasi dari keduanya. Olehnya itu, sebagai seorang presenter perlu mengetahui kategori yang mana yang mendominasi tipe audiens yang hadir. Teknik yang dapat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digunakan untuk memahami tipe audiens, adalah:

- Gunakan menit-menit awal untuk memahami audiens
- Gunakan pendekatan yang berbeda-beda untuk mengetahui respon audiens
- Memancing pertanyaan atau komentar audiens
- Lanjutkan presentasi berdasarkan umpan balik

b. Hubungan Sosial

Menyangkut pertimbangan merbagai kelompok orang yang mungkin menjadi audien presentasi. Kelompok-kelompok tersebut dapat dikategorikan, sebagai berikut:

- *Atasan*, merupakan kelompok audiens yang mungkin paling menakutkan, karena pertimbangan-pertimbangan psikologis bahwa audiens adalah orang yang lebih tinggi kelasnya dari pada presenter. Olehnya itu, ada beberapa tips yang perlu dilakukan:
  - Ingat kelebihan yang dimiliki, bidang keahlian, waktu yang diberikan untuk mempersiapkan diri, dukungan dari atasan agar dapat menyajikan presentasi dengan baik
    - Benar-benar siap
    - Yakinlah
    - Menyajikan dengan ringkas
    - Akurat
    - Jujur dan jangan berlagak
    - Bersikap positif
    - Jangan mengharapkan ucapan selamat atau persetujuan di akhir presentasi
- *Sejawat/selevel*, merupakan kelompok yang mungkin paling sulit, karena bisa jadi mereka memiliki kepentingan tertentu yang dapat digunakan untuk menjatuhkan citra diri presenter, terutama terkait dengan persaingan. Tips yang dapat dilakukan:
    - Bersikap profesional
    - Melakukan persiapan yang matang, bukan untung-untungan
  - Jangan memberi kesan bahwa presenter tahu banyak mengenai suatu bidang, namun kenyataanya tidak yakin akan fakta-faktanya.
  - Bila memiliki dasar yang jelas, bersikap positiflah tanpa agresif dan terlalu protektif.
- *Bawahan*, merupakan kelompok yang menentukan pendekatan terhadap masalah presentasi. Tips yang perlu dilakukan dalam menghadapi kelompok ini, adalah:
    - Jangan menilai mereka seperti biasanya (sehari-hari)
    - Jangan mengira bahwa hanya sedikit yang harus dipelajari
    - Profesional
    - Antusias
    - Bersikap wajar tanpa merendahkan

4. Menentukan pendekatan presentasi

Pendekatan yang digunakan dalam presentasi perlu pula direncanakan sebelum presentasi dilaksanakan. Pendekatan yang digunakan tergantung kondisi audiensnya, namun yang umum adalah bersikap wajar dan tulus, jangan bersikap sebagai orang lain, berbicaralah berdasarkan pengalaman pribadi, bersikap antusias, bersikap menyenangkan dan bersahabat, dan gunakan humor pada tempatnya. Hal lain yang perlu diperhatikan adalah menyangkut waktu presentasi, komentar yang diperlukan, informasi data statistik yang mendukung, penggunaan kalimat pembuka yang efektif, bahasa dan gaya bahasa, pilihan kata, serta adanya keterkaitan antara data yang disajikan dengan fakta. Untuk itu, sebelum

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

melakukan presentasi, presenter perlu membuat catatan-catatan kecil dan terus berlatih.

10.5. Sebelum Melakukan Presentasi

Pada hari dimana presentasi akan dilaksanakan, seorang presenter perlu melakukan persiapan-persiapan. Apa saja yang perlu dipersiapkan? Untuk menjawab pertanyaan ini, maka berikut ini diuraikan beberapa tips yang perlu diperhatikan:

a. Sebelum berangkat ke lokasi presentasi
   - Perjelas alamat tempat/lokasi presentasi
   - Persiapkan naskah presentasi dan catatan-catatan penting lainnya
   - Persiapkan perlengkapan yang perlu di bawa dari rumah

- Penampilan, meskipun presenter tidak dinilai dari penampilannya, namun sering kata-kata yang diucapkan akan didengar dan diterima tergantung bagaimana presenter berpenampilan. Olehnya itu, gunakan pakaian yang nyaman sesuai dengan situasi, bersih dan rapih, tidak menggunakan sesuatu yang dapat membuyarkan perhatian audiens (seperti assesoris yang berlebihan, parfum yang menyengat, pakaian yang menyolok), serta tidak menggunakan sesuatu yang dapat menimbulkan bahwa presenter mempunyai kebiasaan buruk dalam sesuatu hal.

b. Setelah sampai di lokasi presentasi

Adalah sangat penting memberikan suasana nyaman dalam ruangan tempat melakukan presentasi, olehnya itu perlu diperiksa suhu dan sirkulasi udara ruangan, pengaturan tempat duduk (terkait dengan jumlah, letak, dan kenyamanan), pencahayaan ruangan, gangguan dari suara lain, serta media audio visual yang akan digunakan.

Sebelum melakukan presentasi, sering presenter diliputi oleh kegelisahan dan kecemasan yang luar biasa. Olehnya itu kegelisahan dan kecemasan perlu dikendalikan. Pada dasarnya kegelisahan dan kecemasan adalah hal yang wajar, karena kelenjar adrenalin bekerja yang berarti bahwa pikiran dan tubuh bekerja dengan baik. Justru yang menjadi masalah ketika tidak ada kegelisahan dan kecemasan, karena ini berarti bahwa tidak ada kesungguhan dalam melaksanakan tugas presentasi. Sebaliknya kegelisahan dan kecemasan yang berlebihan membuat presenter terganggu pada saat presentasi yang dapat dilihat dari penampilan fisik berupa tangan gemetar, suara serak, kering dan tidak meyakinkan, salah tingkah pikiran kosong dan kadang lupa diri.

Olehnya itu, kegelisahan dan kecemasan ini perlu dikendalikan, karena pada dasarnya kegelisahan dan kecemasan akan meningkatkan kualitas apa yang akan diucapkan dan bagaimana mengucapkannya. Beberapa tips mengendalikan kecemasan dan kegelisahan:

- Sebelum berdiri menyajikan presentasi, cobalah mengatakan sesuatu yang tidak ada hubungannya dengan presentasi
   - Aturlah pernapasan
   - Hilangkan rasa tegang pada leher dan wajah
   - Pandanglah sekeliling, bangun kontak mata dan tersenyumlah
   - Berlatih

Melaksanakan Presentasi

Pada saat presentasi dilaksanakan, beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

presenter, yaitu:

a. Penyajian Informasi Visual

Penyajian informasi yang jelas dan ringkas akan memudahkan audiens memahami apa yang disampaikan oleh presenter. Informasi visual dapat menggunakan bentuk tampilan berupa tulisan dan gambar. Gambar yang ditampilkan dapat berupa tabel, diagram, grafik, peta atau karikatur terkait dengan materi yang disampaikan.

Informasi visual yang disajikan sebaiknya bersifat informatif (relevan dengan keterangannya, sesuatu hal yang baru, dan menonjolkan sesuatu yang ingin ditekankan), manusiawi (menjaga perasaan siapa saja yang hadir) dan konsisten (materi yang dibagikan kepada audiens sama dengan yang disajikan).

Penyajian secara visual akan memberikan nilai lebih kepada presentasi melalui beberapa cara, yaitu:

- Memperkuat komentar
- Mempertahankan fokus perhatian audiens dengan memberi variasi
- Membuat kata-kata mudah dimengerti
- Mengurangi jumlah kata yang harus diucapkan

b. Penggunaan Media audio Visual

Kegiatan presentasi sebaiknya memanfaatkan sarana media audio visual yang tersedia. Media audio visual dapat berupa *OHP*, *LCD*, *flipchart*, papan tulis, maket dan sebagainya. Penggunaan sarana presentasi akan memudahkan presenter dalam menyajikan materinya, mengkomunikasikan konsep-konsep yang sulit, memperluas jangkauan pokok bahasan, memberi nilai tambah bagi informasi, disamping itu akan memudahkan audiens dalam memahami apa yang disampaikan oleh presenter dan tentunya dapat mempersingkat waktu. Dalam penggunaan media audio visual, perlu diperhatikan jumlah dan kompleksitas informasi yang akan disajikan, jumlah dan komposisi audiens, serta fasilitas yang tersedia di tempat presentasi.

c. Penampilan

Penampilan pada saat melaksanakan presentasi juga sangat mempengaruhi kesuksesan pelaksanaan presentasi. Olehnya itu, kembangkanlah gaya atau npenampilan diri sendiri dengan segala cara, namun tetap berpedoman pada aturan main untuk bersikap profesional yang telah diterima umum. Hal-hal yang perlu diperhatikan, yaitu:

- Berdiri dan tataplah audiens
- Jika melakukan aktifitas membalikkan badan (menulis atau menatap ke tempat lain), jangan melakukannya sambil berbicara lancar.
- Usahakan tidak membungkuk, bersandar dan menggerakkan tangan/lengan bila tidak perlu
- Hindari gerakan-gerakan yang akan mengganggu perhatian audiens
- Tataplah mata audiens satu per satu secara bergantian

d. Bahasa Tubuh

Bahasa tubuh meliputi ekspresi wajah yang dapat menggambarkan perasaan, postur tubuh yang dapat menggambarkan kecenderungan sikap dan keadaan emosi, serta gerakan anggota tubuh yang dapat menggambarkan tekanan pada apa yang ingin disampaikan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Perhatikan bahasa tubuh audiens, karena bahasa tubuh audiens akan memberitahu apakah sikap berkomunikasi yang kita lakukan efektif atau tidak.

Beberapa contoh bahasa tubuh dan artinya diuraikan, sebagai berikut:

- Bersedekap = santai sekaligus angkuh, tinggi rasa percaya diri
- Kedua tangan di samping = sigap, memberi kesan siap menerima perintah
- Alis terangkat = ramah dan gembira mengajak orang bicara dan meminta respon
- Jari telunjuk menyentuh ibu jari = mengkomunikasikan sesuatu yang penting

- Gerakan tangan seolah-olah memukul bagian sisi telapak tangan = menegaskan sesuatu yang harus dilakukan
  - Menganggukkan dan menggelengkan kepala = setuju/tidak setuju
- Mengusap-usap wajah/menggaruk-garuk kepala/mengusap-usap dagu = perasaan terancam/kurang percaya diri/kehabisan kata-kata

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

- Bola mata bergerak ke atas = berkonsentrasi untuk memberi jawaban

- Mengepalkan kedua tangan di meja = sikap yang tidak bisa ditawar mengenai pokok pembicaraan

e. Suara

Suara presenter juga mempengaruhi keberhasilan presentasi. Hal-hal yang terkait dengan penggunaan suara saat presentasi yang perlu dipahami oleh presenter yang dikenal dengan PAPERS, diuraikan sebagai berikut:

1. *Projection*/Proyeksi
   - Suara terdengar (terarah) sampai ke belakang tanpa berteriak
   - Meninggikan suara pada saat memberikan penekanan pada sesuatu
2. *Articulation*/Artikulasi
   - Bicara yang jelas
- Berilah perbedaan yang jelas pada kata-kata yang kedengarannya sama ketika diucapkan, padahal artinya lain sama sekali
3. *Pronounciation*/Lafal ucapan
   - Setiap orang memiliki logat sendiri-sendiri dan menjadi daya tarik tersendiri.

     Dengan sedikit variasi untuk menjadikan suara lebih hidup, asal tidak menggunakan dialek daerah, perhatian audiens akan tetap terjaga
   - Hati-hati mengucapkan kata yang sulit diucapkan (misalnya kata asing)
4. *Enunciation*/Pengucapan
   - Berilah tekanan pada kata-kata kunci, suku-suku kata dan frase-frase
- Ucapkan huruf hidup dengan amat panjang untuk menambah ―warnaљ serta menekankan otoritas terhadap apa yang harus dikatakan. Misalnya: baaaaaaiiiiik.....
5. *Repetition*/Pengulangan
- Jangan ragu untuk mengulangi kata-kata, terutama jika menggunakan irama dan nada yang berbeda
   - Pengulangan bertujuan untuk penekanan kata

6. *Speed*/Kecepatan
   - Kecepatan yang baik adalah sekitar 110 kata/menit
   - Hindari mengucapkan kata: ...eng... di antara kalimat yang diucapkan
   - Gunakan jedah yang tepat (tidak terlalu lama)

Rangkuman

Setelah mengikuti materi pada pembelajaran ini, mungkin kita telah memperoleh pencerahan bahwa ternyata melaksanakan presentasi bukanlah sesuatu yang seperti kita sangka selama ini. Umumnya dari berbagai presentasi yang dilakukan oleh mahasiswa, berdasarkan pengamatan dan pengalaman menggunakan teknik presentasi sebagai metode pembelajaran, mahasiswa telah merasa sudah siap melakukan presentasi apabila materinya telah dituangkan ke dalam tampilan slide *power point*. Menuliskan apa yang harus dibaca ketika melakukan presentasi. Jika demikian, apa bedanya presenter dengan pembaca berita di stasiun televisi yang menggunakan *telefronter*?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sebagai seorang wirausahawan, kemampuan mempresentasikan ide/gagasan merupakan modal yang sangat penting untuk meyakinkan pihak lain. Dengan mempresentasikan ide/gagasan akan memudahkan pihak lain untuk memahaminya dan memberikan tanggapan atau persetujuan.

Selain itu, dalam kaitannya dengan pembelajaran Kewirausahaan-1 ini, salah satu aspek yang dievaluasi adalah presentasi gagasan usaha. Olehnya itu, gagasan usaha yang dirancang tidak hanya dituangkan ke dalam bentuk laporan, namun juga perlu dipresentasikan. Dengan presentasi, dosen/tutor pendamping dapat melakukan evaluasi terhadap penguasaan terhadap tugas-tugas pembelajaran yang telah diberikan dalam setiap minggu dan aspek-aspek lain yang merupakan penilaian dalam kegiatan presentasi.

Latihan

Persiapkan materi rancangan usaha Anda untuk dipresentasikan di hadapan peserta mata kuliah yang lain, dosen dan tutor pendamping.

REFERENSI

Basyuni, A. 2009. *Teknik Presentasi Efektif*. Materi yang disampaikan pada Diklatpim IV RRI pada tanggal 19 Februari 2009 di Jakarta. (*www.elearning-rri.net/materipimiv/pres_efektif.pp*)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id