

PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN

Edisi Revisi 1

**Raihanah Sari, M.Pd.
Mahmudah Hasanah, M.Pd.**



Penerbit K-Media
Yogyakarta, 2022

PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN : Edisi Revisi 1

vi + 122 hlm.; 14 x 20 cm

ISBN: 978-XXX

Penulis : Raihanah Sari, M.Pd.
Mahmudah Hasanah, M.Pd.

Tata Letak : Nur Huda A

Desain Sampul : Nur Huda A

Cetakan 1 : Juni 2022

Copyright © 2022 by Penerbit K-Media
All rights reserved

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang No 19 Tahun 2002.

Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun, baik secara elektris mau pun mekanis, termasuk memfotocopy, merekam atau dengan sistem penyimpanan lainnya, tanpa izin tertulis dari Penulis dan Penerbit.

Isi di luar tanggung jawab percetakan

Penerbit K-Media
Anggota IKAPI No.106/DIY/2018
Banguntapan, Bantul, Yogyakarta.
e-mail: kmedia.cv@gmail.com

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena telah selesainya Buku Pendidikan Kewirausahaan Edisi Revisi Pertama. Segala perbaikan telah dilakukan baik dari segi redaksional sampai kepada konten (inti) dari materi penulisan. Perubahan yang dimaksudkan di dalam buku adalah adanya penambahan materi ini di setiap bab. Buku ini disusun untuk membantu para mahasiswa dalam mempelajari konsep berwirausaha dari segi keilmuannya. Penyusunan buku ini disesuaikan dengan kebutuhan mahasiswa untuk jurusan apa saja yang mengambil mata kuliah Kewirausahaan maupun siswa SMK khususnya untuk mata pelajaran Kewirausahaan selama satu semester.

Penulis menyadari apabila dalam penyusunan buku ini terdapat kekurangan, saran dari pembaca sangat dibutuhkan guna peningkatan kualitas materi yang kami sajikan.

Akhirnya tak lupa kami ucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membatundalam proses penyelesaian buku ini. Semoga buku ini mampu memberikan nilai lebih kepada masyarakat dan bermanfaat bagi kita semua Aamiin.

Banjarmasin, Juni 2022

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	iv
BAB I PENGERTIAN	
KEWIRAUSAHAAN	1
A. Pengertian Kewirausahaan	1
BAB II CARA MENDIRIKAN USAHA.....	20
A. Memulai Suatu Usaha	20
B. Membangun Sebuah jaringan.....	25
C. Bidang Usaha	27
D. Jenis-jenis Badan Usaha.....	30
E. Jenis-jenis Izin Usaha	42
F. Proses Pendirian Bahan Usaha	44
G. Keberhasilan Wirausaha	46
BAB III PENILAIAN KEBUTUHAN	
USAHA.....	48
A. Pengertian Kebutuhan Usaha.....	48
B. Menghitung Biaya Kebutuhan	
Usaha	48
BAB IV MODAL USAHA	52
A. Pengertian Modal	52
B. Macam-macam Modal Usaha	53
C. Sumber-sumber Modal.....	56

	D. Kelebihan dan Kekurangan suatu Modal.....	61
BAB V	BANK DAN LEMBAGA KEUANGAN BUKAN BANK	64
	A. Pengertian Bank	64
	B. Jenis-jenis Bank	66
	C. Pengertian Simpanan.....	70
	D. Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB).....	72
BAB VI	CARA MENGAJUKAN PINJAMAN	75
	A. Pengertian Pinjaman	75
	B. Jenis-jenis Pinjaman	77
	C. Pengertian Angsuran Pinjaman	78
	D. Prosedur dan Syarat Pinjaman.....	79
BAB VII	STRATEGI PEMASARAN	81
	A. Strategi Pemasaran	81
	1. Pengertian Strategi Pemasaran.....	81
	2. Memahami Perubahan Pasar	93
BAB VIII	ANALISIS PESAING	96
	A. Pengertian Pesaing	96
	B. Analisis Pesaing.....	97
BAB IX	PENGELOLAAN RISIKO BISNIS.....	106
	A. Pengertian Risiko Bisnis	106

B. Macam – macam Risiko Bisnis	108
C. Langkah Dasar Mengelola Risiko Bisnis	111
D. Metode Pengendalian Risiko	112
PROPOSAL USAHA KEWIRAUSAHAAN.....	115
DAFTAR PUSTAKA	118

BAB I

PENGERTIAN KEWIRAUSAHAAN

A. Pengertian Kewirausahaan

Perkembangan globalisasi dunia membuat segala sesuatunya menjadi semakin transparan, hal ini bisa dilihat dari bagaimana hebatnya persaingan bisnis perusahaan nasional dengan perusahaan internasional saling perang ekonomi melalui perdagangan antar bangsa dimana masing-masing dari mereka ingin menguasai pasar dunia baik dalam bidang barang maupun jasa. Karena itu negara memerlukan sosok yang bisa andil bagian dalam persaingan tersebut, peranan wirausaha sangat berarti dalam membantu negara menguasai pasar dunia.

Sekarang ini banyak sekali anak muda mulai tertarik dengan profesi bisnis yang mereka anggap lumayan menjanjikan tentunya. Mulai dari sarjana, diploma yang sudah terjun ke dunia bisnis, hingga kaum remaja yang mulai mengarahkan pandangannya ke bidang bisnis. Salah satu penyebab dari hal ini kondisi persaingan diantara para pencari kerja yang mulai ketat, dan lowongan pekerjaan mulai terasa sempit.

Setiap orang mampu menjadi wirausaha karena wirausaha bisa diperoleh dengan kemampuan berpikir kreatif dan bertindak inovatif, misalnya petani, karyawan, pegawai pemerintah, mahasiswa, guru, pemimpin proyek dan lain sebagainya. Memang pada awalnya kewirausahaan dijumpai dalam dunia bisnis, akan tetapi akhir-akhir ini berkembang dalam berbagai aspek kehidupan, bahkan sering digunakan

sebagai salah satu persyaratan untuk menjadi pemimpin suatu organisasi (Suryana, 2006: 2). Hal ini menjadi isyarat bahwa siapa saja bisa menjadi wirausaha, karena pada hakikatnya semua orang adalah wirausaha dalam artian bahwa mereka bisa berdiri sendiri baik itu menjalankan usahanya maupun pekerjaannya untuk mencapai tujuannya secara pribadi, keluarganya, masyarakat, bangsa dan negaranya (Kurnia Ulah , A. Z.,dkk , 2021)

Direktorat Pembinaan Kursus dan Kelembagaan (2010: 2) memaparkan kata *entrepreneurship* yang dahulunya sering diterjemahkan dengan kata kewiraswastaan akhir-akhir ini diterjemahkan dengan kata kewirausahaan. Entrepreneur berasal dari bahasa Perancis yaitu *entreprende* yang artinya memulai atau melaksanakan. Wiraswasta/wirausaha berasal dari kata: Wira: utama, gagah berani, luhur; swa: sendiri; sta: berdiri; usaha: kegiatan produktif. Sementara itu Zimmerer dalam (Kasmir, 2012: 20) mengartikan kewirausahaan sebagai suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan (usaha). Kemudian dirangkum dari (Muis, dkk, 2015: 8) kewirausahaan berasal dari kata dasar wirausaha diberi awalan ke- dan akhiran -an yang membuat kata benda wirausaha mempunyai pengertian abstrak, yaitu hal-hal yang bersangkutan dengan wirausaha.

Selanjutnya Suryana (2006 : 2) mendefinisikan kewirausahaan (*entrepreneurship*) adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Dari definisi tersebut inti dari kewirausahaan adalah suatu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang berbeda maupun baru melalui pemikiran-pemikiran kreatif dengan tindakan inovatif demi

terciptanya sebuah peluang. Awal dari proses kreatif dan inovatif tersebut adalah dengan munculnya ide-ide dan pemikiran-pemikiran untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Sedangkan dalam organisasi perusahaan, proses kreatif dan inovatif dilakukan melalui kegiatan penelitian dan pengembangan untuk meraih pangsa pasar. Seorang wirausaha harus mampu melihat kondisi pasar, kemudian menganalisisnya lalu mencari sesuatu yang sifatnya baru dan berbeda dan melakukannya dalam bentuk tindakan. Sesuatu yang baru dan berbeda adalah nilai tambah barang dan jasa yang menjadi sumber keunggulan untuk dijadikan peluang.

Jadi, kewirausahaan merupakan suatu kemampuan dalam menciptakan nilai tambah dari nilai guna awal suatu barang melalui beberapa cara, seperti : menemukan pengetahuan ilmiah, mengembangkan teknologi yang sudah ada, maupun penemuan cara baru untuk menghasilkan produk dengan sumber daya yang lebih efisien serta hasil yang lebih baik.

Seseorang yang memiliki jiwa kewirausahaan akan terdorong untuk mendirikan dan mengelola usaha secara profesional. Sebaiknya minat tersebut diikuti dengan perencanaan dan perhitungan yang matang. Karena tanpa perencanaan dan perhitungan yang matang segala sesuatu yang dilakukan tidak akan berjalan mulus. Misalnya, pemilihan bidang usaha yang akan dijalankan sesuai dengan prospek dan kemampuan pengusaha. Dalam hal pemilihan bidang usaha hendaknya disesuaikan dengan minat, modal, kemampuan, dan pengalaman sebelumnya. Jika belum memiliki pengalaman sebelumnya, seseorang dapat belajar dari pengalaman orang lain ketika menggeluti bidang usaha tersebut. Selain itu wirausaha juga perlu memperhitungkan

estimasi jangka waktu keuntungan yang akan diperoleh, hal ini tentu menjadi perhitungan wajib bagi seorang wirausaha.

Menurut Kasmir (2012: 19-20) wirausahawan (*entrepreneur*) adalah orang yang berjiwa berani mengambil risiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Berjiwa berani mengambil risiko artinya bermental mandiri dan berani memulai usaha, tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti. Kegiatan wirausaha dapat dilakukan seorang diri atau berkelompok. Seorang wirausahawan dalam pikirannya selalu berusaha mencari, memanfaatkan, serta menciptakan peluang usaha yang dapat memberikan keuntungan. Risiko kerugian merupakan hal biasa karena mereka memegang prinsip bahwa faktor kerugian pasti ada. Bahkan, semakin besar risiko kerugian yang bakal dihadapi, semakin besar pula peluang keuntungan yang dapat diraih. Tidak ada istilah rugi selama seseorang melakukan usaha dengan penuh keberanian dan penuh perhitungan. Inilah yang disebut dengan jiwa wirausaha.

Direktorat Pembinaan Kursus dan Kelembagaan (2010:4) mengkonsepkan bahwa wirausahawan berbeda dengan manajer. Meskipun demikian tugas dan perannya dapat saling melengkapi. Seorang wirausahawan yang membuka suatu perusahaan harus menggunakan keahlian manajerial (*managerial skills*) untuk mengimplementasikan visinya. Dilain pihak seorang manajer harus menggunakan keahlian dari wirausahawan (*entrepreneurial skill*) untuk mengelola perubahan dan inovasi. Menurut Kao (1989), secara umum posisi wirausahawan adalah menempatkan dirinya terhadap risiko atas guncangan-guncangan dari perusahaan yang dibangunnya (*venture*). Wirausahawan

memiliki risiko atas finansialnya sendiri atau finansial orang lain yang dipercayakan kepadanya dalam memulai suatu. Ia juga berisiko atas keteledoran dan kegagalan usahanya. Sebaliknya manajer lebih termotivasi oleh tujuan yang dibebankan dan kompensasi (gaji dan benefit lainnya) yang akan diterimanya. Seorang manajer tidak toleran terhadap sesuatu yang tidak pasti dan membingungkan dan kurang berorientasi terhadap risiko dibandingkan dengan wirausahawan. Manajer lebih memilih gaji dan posisi yang relatif aman dalam bekerja. Wirausahawan lebih memiliki keahlian intuisi dalam mempertimbangkan suatu kemungkinan atau kelayakan dan perasaan dalam mengajukan sesuatu kepada orang lain. Di Lain pihak, manajer memiliki keahlian yang rasional dan orientasi yang terperinci (*rational and detailed-oriented skills*).

Selanjutnya, Kasmir (2012: 21-23) memaparkan hal-hal terkait wirausahawan. Seorang wirausahawan harus memiliki kemampuan yang kreatif dan inovatif dalam menemukan dan menciptakan berbagai ide. Setiap pikiran dan langkah wirausahawan adalah bisnis. Bahkan, mimpi seorang pebisnis sudah merupakan ide untuk berkreasi dalam menemukan dan menciptakan bisnis-bisnis baru. Kegiatan wirausaha dapat dikelola sendiri atau dikelola orang lain. Dikelola sendiri artinya si pengusaha memiliki modal uang dan kemampuan langsung terjun mengelola usahanya. Sementara itu, jika dikelola orang lain, adalah si pengusaha cukup menyeter sejumlah uang dan pengelolaan usahanya diserahkan kepada pihak lain. Itu berarti, dalam wirausaha seseorang dapat menyeter sejumlah uang kemudian dikelola orang lain atau seseorang menjadi donatur sekaligus pengelolanya, atau dapat pula dana yang diseter menjadi bukti kepemilikannya

dalam bentuk tenaga yang dikonversikan ke dalam bentuk saham dengan jumlah tertentu.

Wirausaha bisa dijalankan oleh seseorang atau sekelompok orang. Dikategorikan seseorang apabila menjalankan usaha tersebut baik secara pribadi maupun bergabung dengan orang lain namun dalam hal membuka perusahaan dengan inisiatif dan modal seorang diri. Sementara itu, dikategorikan berkelompok apabila secara bersama-sama dua orang atau lebih dengan cara masing-masing menyeter modal dalam bentuk uang atau keahliannya secara bersama-sama pula.

Beberapa jenis usaha yang dijalankan dapat bersifat komersial dan sosial ataupun kedua-duanya. Komersial memiliki arti sebuah usaha yang dijalankan memang diarahkan untuk mencari keuntungan semata. Sementara itu, usaha yang bersifat sosial lebih menekankan pada pelayanan masyarakat. Namun, pada kenyataannya sangat jarang ditemui usaha yang hanya melakukan kegiatan sosial. Kebanyakan perusahaan yang bersifat sosial selalu diiringi dengan kegiatan bisnis meskipun kecil. Hal ini dilakukan agar lembaga social tersebut mampu bertahan dan mandiri serta tidak tergantung pada sumbangan dari masyarakat dalam membiayai operasinya. Menurut Kasmir (2014: 22) untuk berwirausaha dapat dilakukan dengan cara:

1. Memiliki modal sekaligus menjadi pengelola.

Modal disini diartikan sebagai uang maupun keahlian. Memiliki modal sekaligus mengelola berarti si pengusaha mengeluarkan modal sendiri untuk memulai dan menjalankan aktivitas usahanya. Pengelolaannya pun dilakukan oleh pengusaha itu sendiri. Pengusaha seperti ini merupakan pemilik modal tunggal sekaligus pengelola

atau manajemennya dipegang seorang diri.

2. Menyetor modal dan pengelolaan ditangani oleh pihak mitra.

Menyetor modal dan pengelolaan ditangani oleh pihak mitra ini berarti si pengusaha hanya menyetor sejumlah modal (uang) kepada mitranya. Kemudian modal tersebut dikonversikan ke dalam sejumlah saham sebagai bukti kepemilikan usaha. Manajemen untuk menjalankan usahanya diserahkan kepada pihak lain. Usaha seperti ini biasanya dapat dimiliki oleh beberapa orang.

3. Hanya menyerahkan tenaga namun dikonversikan ke dalam bentuk saham sebagai bukti kepemilikan usaha.

Menyerahkan tenaga, artinya pengusaha tersebut hanya menyumbangkan tenaga atau keahliannya sebagai modal. Namun, keahliannya dalam mengelola usaha dikonversikan ke dalam jumlah saham. Dalam kasus ini kepemilikan usaha dibagi dua, yaitu mereka yang memiliki uang dan yang memiliki keahlian. Usaha jenis ini dijalankan dan dimiliki oleh lebih dari satu orang.

B. Etika Kewirausahaan

Suatu kegiatan hendaknya dilakukan dengan etika ataupun norma yang berlaku. Begitu pula dengan berbisnis, hendaknya dilakukan sesuai dengan etika ataupun norma yang berlaku di masyarakat bisnis. Sebab dengan menjaga etika maka kita sudah melakukan upaya untuk melindungi reputasi perusahaan (M. Ilham Abdullah dan Helmarin, 2021: 83). Apabila etika sudah dilaksanakan dengan benar, maka akan terjadi keseimbangan hubungan antara pengusaha

dengan masyarakat pelanggan, pemerintah, dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Etika wirausaha dalam istilah lebih populernya adalah etika bisnis. Etika bisnis diangkat menjadi salah satu kajian penting dalam seorang wirausaha menjalankan bisnisnya karena untuk menjalankan bisnis di tengah masyarakat harus mempunyai etika yang baik. Kunci suksesnya suatu usaha adalah bagaimana mengedepankan etika dan kejujuran dalam usaha. Kasmir memaparkan secara rinci mengenai etika kewirausahaan (2012: 23-26) bahwa suatu kegiatan haruslah dilakukan dengan etika atau norma-norma yang berlaku di masyarakat bisnis. Pentingnya perusahaan menerapkan etika di dalam bisnis agar para pengusaha tidak melanggar aturan yang telah ditetapkan, hingga akhirnya etika mulai menjadi kebiasaan dan membentuk pengusaha yang bersih dan dapat memajukan serta membesarkan usaha yang dijalankan dalam waktu yang relatif lebih lama.

Etika secara harfiah berasal dari kata Yunani *ethos* atau arti jamaknya *ta etha* yang berarti adat kebiasaan yang baik. Adat kebiasaan yang baik ini lalu menjadi sistem nilai yang berfungsi sebagai pedoman dan tolak ukur tingkah laku yang baik dan buruk (Devine, 1997). Karena manusia memiliki budaya yang beragam, diperlukan tata cara yang mampu menciptakan hubungan harmonis, serasi dan seimbang disinilah etika memiliki peran.

Etika memiliki beragam makna yang berbeda, tetapi secara garis besar terdapat dua makna etika yaitu: 1) Prinsip tingkah laku yang mengatur individu dan kelompok; 2) Kajian moralitas, (Velasquez, 2005). Etika memberikan panduan bagi manusia untuk bertingkah laku sesuai dengan nilai-nilai moralitas seperti benar dan salah atau baik dan

jahat. Etika berhubungan dengan filsafat moral atau etika normatif. Sebagai penyelidikan normatif dan bukan sebagai ilmu murni yang deskriptif, dimana ia tidak memberikan pilihan-pilihan yang netral dari praktek moral yang ada, tetapi mengatur pokok persoalannya dalam suatu kerangka penilaian yang tegas. Bisa dipahami bahwa etika lalu menjadi sebuah ilmu yang sangat luas yang kompleks dan berkaitan dengan seluruh bidang dan aspek kehidupan manusia. Tidak berlebihan kalau dikatakan bahwa etika lalu menjadi sebuah ilmu interdisiplin. Sebagai ilmu interdisiplin, di satu pihak ia bertumpu pada nilai dan norma moral yang ada, tetapi di pihak lain ia juga mengandalkan kajian dan informasi dari ilmu lain untuk bisa mengambil keputusan yang tepat baik untuk bertindak maupun untuk mengevaluasi tindakan tertentu yang telah dilaksanakan (Sony Keraf , 1998: 16)

Secara luas, etika sering disebut sebagai tindakan yang sifatnya mengatur tingkah laku atau perilaku manusia dalam berhubungan dengan masyarakat. Hal itu dilakukan agar tidak melanggar norma-norma atau kebiasaan yang berlaku di masyarakat karena norma dan aturan yang berlaku di setiap masyarakat berbeda-beda.

Secara praktis, norma atau kebiasaan ini untuk acara tertentu berlaku sama bagi setiap orang sehingga setiap orang diharuskan mengikuti norma tersebut. Tujuan dari adanya etika agar norma-norma yang berlaku dijalankan sehingga setiap orang merasa dihargai, begitu pula dengan pembuat etika. Pelanggaran terhadap etika akan membuat suasana menjadi tidak nyaman.

Oleh karena itu, dalam etika berusaha perlu ada ketentuan yang mengaturnya. Kasmir membagi beberapa

ketentuan yang diatur dalam etika wirausaha secara umum adalah sebagai berikut.

1. Sikap dan perilaku seorang pengusaha harus mengikuti norma yang berlaku dalam suatu negara atau masyarakat.
2. Penampilan yang ditunjukkan seorang pengusaha harus selalu apik, sopan, terutama dalam menghadapi situasi atau acara-acara tertentu.
3. Cara berpakaian pengusaha juga harus sopan dan sesuai dengan tempat dan waktu yang berlaku.
4. Cara berbicara seorang pengusaha juga mencerminkan usahanya, sopan, penuh tata karma, tidak menyinggung atau mencela orang lain.
5. Gerak-gerik seorang pengusaha juga dapat menyenangkan orang lain, hindarkan gerak-gerik yang dapat mencurigakan.

Kemudian, etika atau norma yang harus ada dalam benak dan jiwa setiap pengusaha adalah sebagai berikut:

1. Kejujuran
Seorang pengusaha harus selalu bersikap jujur baik dalam berbicara maupun bertindak. Jujur perlu agar berbagai pihak percaya terhadap apa yang akan dilakukan. Tanpa kejujuran usaha tidak akan maju dan tidak dipercaya konsumen atau mitra kerjanya. Sikap jujur itu perlu dilakukan terus-menerus dan secara berulang-ulang, sehingga menjadi suatu kebiasaan (Suwardi, 2018: 198).
2. Bertanggung jawab
Pengusaha harus bertanggung jawab terhadap segala kegiatan yang dilakukan dalam bidang usahanya.

Kewajiban terhadap berbagai pihak harus segera diselesaikan. Tanggung jawab tidak hanya terbatas pada kewajiban, tetapi juga kepada seluruh karyawannya, masyarakat, dan pemerintah.

3. Menepati janji

Pengusaha dituntut untuk selalu menepati janji, misalnya dalam hal pembayaran, pengiriman barang atau penggantian. Sekali saja seorang pengusaha ingkar janji, hilanglah kepercayaan pihak lain terhadapnya. Pengusaha juga harus konsisten terhadap apa yang telah dibuat dan disepakati sebelumnya.

4. Disiplin

Pengusaha dituntut untuk selalu disiplin dalam berbagai kegiatan yang berkaitan dengan usahanya, misalnya dalam hal waktu pembayaran atau pelaporan kegiatan usahanya.

5. Taat hukum

Pengusaha harus selalu patuh dan mentaati hukum yang berlaku, baik yang berkaitan dengan masyarakat maupun pemerintah. Pelanggaran terhadap hukum dan peraturan yang telah dibuatkan berakibat fatal dikemudian hari. Bahkan, hal itu akan menjadi beban moral bagi pengusaha apabila tidak diselesaikan.

6. Suka membantu

Pengusaha secara moral harus sanggup membantu berbagai pihak yang memerlukan bantuan. Sikap ringan tangan ini dapat ditunjukkan kepada masyarakat dalam berbagai cara. Pengusaha yang terkesan pelit akan dimusuhi banyak orang.

7. **Komitmen dan menghormati**
Pengusaha harus komitmen dengan apa yang mereka jalankan dan menghargai komitmen dengan pihak-pihak lain. Pengusaha yang menjunjung tinggi komitmen terhadap apa yang telah diucapkan atau disepakati akan dihargai oleh berbagai pihak.
8. **Mengejar prestasi**
Pengusaha yang sukses harus selalu berusaha mengejar prestasi setinggi mungkin. Tujuannya agar perusahaan dapat terus bertahan dari waktu ke waktu. Prestasi yang berhasil dicapai perlu terus ditingkatkan. Disamping itu, pengusaha juga harus tahan mental dan tidak mudah putus asa terhadap berbagai kondisi dan situasi yang dihadapinya.

C. Tujuan dan Manfaat Etika Kewirausahaan

Perusahaan memberlakukan etika di dalam perusahaannya tentu memiliki tujuan-tujuan tertentu yang harus sejalan dengan tujuan perusahaan. Selain memiliki tujuan, etika juga diharapkan memiliki manfaat bagi perusahaan.

Berikut ini beberapa tujuan etika yang selalu ingin dicapai oleh perusahaan (Kasmir, 2012: 26-28):

1. **Untuk persahabatan dan pergaulan**
Etika dapat meningkatkan keakraban dengan karyawan, pelanggan atau pihak-pihak lain yang berkepentingan. Suasana akrab akan berubah menjadi persahabatan dan menambah luasnya pergaulan. Jika karyawan, pelanggan, dan masyarakat menjadi akrab, segala urusan akan menjadi lebih mudah dan lancar.

2. Menyenangkan orang lain
Sikap menyenangkan orang lain merupakan sikap yang mulia. Jika kita ingin dihormati, kita harus menghormati orang lain. Menyenangkan orang lain berarti membuat orang menjadi suka dan puas terhadap pelayanan kita. Jika pelanggan merasa senang dan puas atas pelayanan yang diberikan, diharapkan mereka akan mengulangnya kembali suatu waktu.
3. Membujuk pelanggan
Setiap calon pelanggan memiliki karakter tersendiri. Kadang-kadang seorang calon pelanggan perlu dibujuk agar mau menjadi pelanggan. Berbagai cara dapat dilakukan perusahaan untuk membujuk calon pelanggan. Salah satu caranya adalah melalui etika yang ditunjukkan seluruh karyawan perusahaan.
4. Mempertahankan pelanggan
Ada anggapan mempertahankan pelanggan jauh lebih sulit daripada mencari pelanggan. Anggapan ini tidak seluruhnya benar, justru mempertahankan pelanggan lebih mudah karena mereka sudah merasakan produk atau layanan yang kita berikan. Artinya, mereka sudah mengenal kita lebih dahulu. Melalui pelayanan etika seluruh karyawan, pelanggan lama dapat dipertahankan karena mereka sudah merasa puas atas layanan yang diberikan.
5. Membina dan menjaga hubungan
Hubungan yang sudah berjalan baik harus tetap dan terus dibina. Hindari adanya perbedaan paham atau konflik. Ciptakan hubungan dalam suasana akrab. Dengan etika hubungan yang lebih baik dan akrab pun dapat terwujud.

D. Karakteristik Wirausaha

Seorang wirausaha sekurang-kurangnya memiliki 12 (dua belas) karakteristik yaitu (1) motif berprestasi, (2) selalu perspektif, (3) berdaya cipta tinggi, (4) memiliki perilaku inovatif tinggi, (5) memiliki komitmen dalam pekerjaan, (6) memiliki etos kerja dan tanggung jawab, (7) mandiri atau tidak tergantung pada orang lain, (8) berani menghadapi risiko, (9) selalu mencari peluang, (10) memiliki jiwa kepemimpinan, (11) memiliki kemampuan manajerial dan (12) memiliki kemampuan personal (Suharyono, 2017 :6556).

1. Motivasi untuk Berprestasi .

Motivasi adalah dorongan seseorang dalam melakukan sesuatu. Adanya minat berwirausaha karena adanya motif tertentu yaitu motif berprestasi. Motif berprestasi merupakan nilai sosial yang menekankan pada hasrat untuk mencapai yang terbaik guna mencapai kepuasan secara pribadi (Gede A.S dalam Suryana, 2003). Motivasi dilandasi oleh kebutuhan yang harus dipenuhi, seperti : Maslow dalam Suharyono (2017: 57) menjelaskan teori motivasi dengan menjelaskan tingkatan kebutuhan sebagai landasan yang melatarbelakangi lahirnya motivasi bagi seseorang, yaitu (1) kebutuhan fisik (*physiological needs*), kebutuhan akan keamanan (*security needs*), kebutuhan harga diri (*esteem needs*) dan kebutuhan akan aktualisasi diri (*self-actualization needs*). Ciri-ciri seorang wirausaha yang memiliki motif berprestasi menurut Suryana (2003) adalah (1) ingin mengatasi sendiri kesulitan dan persoalan-persoalan yang timbul pada dirinya, (2) selalu memerlukan umpan balik yang segera untuk melihat keberhasilan atau keagalannya (3) memiliki tanggung

jawab personal yang tinggi, (4) berani menghadapi risiko dengan penuh perhitungan, (5) menyukai tantangan dan melihat tantangan secara seimbang.

2. Selalu Perspektif.

Perspektif merupakan sikap memandang dan meraih masa depan dengan berusaha memanfaatkan peluang dengan penuh perhitungan. Masa depan merupakan sesuatu yang tidak semua orang tau kepastiannya. Sehingga dalam menghadapi masa depan seorang wirausaha harus mampu memperhitungkan segala sesuatu yang akan dihadapinya, tentunya dengan pemikiran yang matang dan cerdas. Pada akhirnya, dapat dinyatakan bahwa seorang wirausaha yang berjiwa kewirausahaan selalu tidak akan puas dengan hasil yang dicapainya dan akan terus mencari peluang baru untuk memperbaiki dan mengembangkan kehidupan usahanya agar lebih baik dibandingkan yang sudah dicapainya (Suharyono, 2017: 58).

3. Memiliki Kreativitas Tinggi

Kreatif mengandung arti kemampuan untuk berfikir sesuatu yang baru dan berbeda.. Sesuatu disebut baru bukan berarti baru secara keseluruhan, namun bisa pula bersumber dari sesuatu yang lama kemudian ditampilkan berbeda. Ziemer (dalam Suharyono, 2017) mengemukakan tentang tujuh tahapan berpikir kreatif, yaitu : persiapan; penyelidikan; transformasi; penetasan; penerangan; pengujian; dan implementasi.

4. Memiliki Perilaku Inovatif Tinggi

Pengertian perilaku inovatif menurut Wess & Farr (dalam De Jong & Kemp, 2003) adalah semua perilaku individu yang diarahkan untuk menghasilkan,

memperkenalkan, dan mengaplikasikan hal-hal ‘baru’, yang bermanfaat dalam berbagai level organisasi. Perilaku inovatif didasari oleh kreativitas dan pengambilan risiko. Pengambilan risiko adalah kemampuan untuk mendorong ide baru menghadapi rintangan yang menghadang sehingga pengambilan risiko merupakan cara mewujudkan ide yang kreatif menjadi realitas (Bryd & Brown, 2003). Oleh karenanya itu, pengelolaan inovasi sangat diperlukan agar tidak menjadi boomerang yang malah menimbulkan risiko-risiko yang merugikan.

5. Memiliki Komitmen dalam Pekerjaan

Komitmen dalam pekerjaan mengandung arti bersungguh-sungguh dalam memberikan perhatian sepenuhnya. Seorang wirausahawan yang komitmen dalam pekerjaannya berarti selalu bersungguh-sungguh dalam menjalankan, menghadapi risiko serta harus mampu bangkit dari kegagalan dan menjadikan masalah sebagai peluang.

6. Memiliki Etos Kerja dan Tanggung Jawab

Etos kerja adalah sikap yang muncul atas kehendak dan kesadaran sendiri yang didasari oleh sistem orientasi nilai budaya terhadap kerja (Sukardewi, 2013:3). Biasanya orang-orang yang memiliki etos kerja mempunyai ciri-ciri seperti : tidak mau menyia-nyiakan waktu; ikhlas bekerja; jujur; komitmen dalam bekerja; dan kuat dalam pendirian.

Etos kerja bisa pula disebut sebagai semangat kerja. Sehingga wirausaha yang memiliki etos kerja dan tanggung jawab ini berarti semangat kerja yang mereka terapkan pada pekerjaannya namun masih

mempertimbangkan kepentingan-kepentingan terhadap orang sekitar di luar usaha.

7. Mandiri atau Tidak Tergantung Orang Lain

Sikap mandiri merupakan sikap yang penting dimiliki setiap orang. Dengan kemandirian seseorang akan mampu menghadapi tantangan hidup. Setiap orang memiliki tantangan hidup yang berbeda-beda, begitu pula dengan wirausaha. Jika seorang wirausaha memiliki sikap mandiri dan tidak tergantung orang lain maka dia mampu untuk berpikir kreatif dan inovatif dalam menciptakan dan memanfaatkan peluang guna menghadapi tantangan hidup.

8. Berani Mengambil Risiko

Maksud dari risiko disini adalah sesuatu yang sudah ditaksirkan dan diperhitungkan akan terjadi dikemudian hari, namun masih bersifat perkiraan. Seorang wirausaha harus berani menghadapi risiko apapun yang akan terjadi dengan catatan mereka juga berusaha untuk memperkecil kemungkinan risiko yang terjadi agar terjadi keberhasilan dalam usaha dengan cara yang kreatif dan inovatif. Oleh sebab itu, orang yang berani mengambil risiko ditemukan pada orang-orang yang kreatif dan inovatif dan merupakan bagian terpenting dari perilaku kewirausahaan (Suryana , 2003).

9. Selalu Mencari Peluang

Seorang wirausaha harus tanggap, harus mampu membaca situasi dan memanfaatkan peluang. Dengan begitu setiap ada kesempatan seorang wirausaha selalu bisa masuk menjadi bagian dalam kesempatan tersebut, karena kesuksesan bagi mereka adalah memanfaatkan peluang sebaik-baiknya.

10. Memiliki Jiwa Kepemimpinan

Seseorang yang memiliki jiwa kepemimpinan biasanya selalu ingin tampil beda, terdepan dan selalu menonjolkan dirinya. Wirausaha sangat penting memiliki perilaku seperti ini, karena mereka mampu menganggap bahwa perbedaan adalah suatu peluang untuk menambah nilai guna barang atau jasa yang dihasilkan sehingga mereka mampu memimpin pasar baik dari segi produksi maupun dari segi produksi.

11. Memiliki Kemampuan Manajerial

Kemampuan manajerial merupakan kemampuan untuk mengambil keputusan usaha dan melaksanakan seluruh fungsi manajemen, yaitu membuat rencana usaha, mengorganisasikan usaha, mengelola usaha (termasuk mengelola sumber daya manusia), melakukan publikasi/promosi hasil usaha dan mengontrol pelaksanaan usaha (Suharyono, 2017 :67). Seorang wirausaha harus memiliki kemampuan manajerial yang dilakukan secara konsisten dan terintegrasi sehingga tujuan organisasi dapat tercapai.

12. Memiliki Keterampilan Personal

Menurut Murphy dan Peek dalam Suryana (2003), sekurang-kurangnya ada delapan syarat yang harus dipenuhi agar seorang wirausaha dapat mengembangkan profesinya, yaitu : (a) Mampu bekerja keras (*capacity for hard work*). (b) Mampu bekerjasama dengan orang lain (*getting things done with and through people*). (c) Berpenampilan yang baik (*good appearance*). (d) Mempunyai keyakinan (*self confident*). (e) Pandai membuat keputusan (*making sound decision*). (f) Bersedia menambah ilmu pengetahuan (*college education*).

(g) Mempunyai ambisi/kemauan untuk maju (*ambition drive*). (h) Pandai berkomunikasi (*ability to communicate*).

E. Penilaian Potensi Diri Wirausaha

Dalam upaya mengembangkan diri sebagai wirausahawan yang potensial, kita perlu mengenali terlebih dahulu siapa diri kita sebenarnya dan bagaimana orang lain menilai diri kita. Agar mampu menilai diri kita sendiri, maka seseorang harus mampu menilai kelemahan dan kekuatan yang ada pada diri sendiri dan diperlukan lah pendekatan terhadap orang lain. Pengenalan diri adalah mengetahui dan memahami siapa kita sebenarnya. Jika sudah mengenali tentang diri sendiri maka kebenaran akan dirinya pun akan mudah ditemukan.

Beberapa aspek-aspek dalam upaya pengenalan diri adalah : (1) komunikasi dan berinteraksi dengan pihak lain di luar dirinya sendiri; (2) menggabungkan beberapa aspek dalam kehidupan bersama dengan pihak lain seperti bertukar pikiran, bekerja sama, dan berkelompok hingga membentuk suatu kebiasaan; (3) arahkan kebiasaan-kebiasaan yang sifatnya positif. Seperti berpikir kreatif, mencari jalan keluar, dan mengambil keputusan yang terampil

BAB II

CARA MENDIRIKAN USAHA

A. Memulai Suatu Usaha

Menjadi wirausaha yang handal tentu tidaklah mudah, namun juga tidak sesulit yang dibayangkan, karena setiap orang bisa belajar berwirausaha. Memulai suatu usaha bisa diawali dengan mengambil contoh dan pengalaman dari berbagai pihak. Terkadang muncul rasa kagum atas kesuksesan seseorang dan menganggap bahwa sukses yang mereka raih dengan mudah pula. Sebenarnya, jika kita telaah lebih jauh sebelum kesuksesan mereka peroleh banyak cerita suka maupun duka di balik kesuksesan tersebut. Namun berkat ketekunannya dalam mengelola usaha akhirnya di capailah keberhasilan.

Menurut Kasmir (2014: 38) ada lima sebab atau cara seseorang untuk mulai merintis usahanya, yaitu :

1. Faktor keluarga pengusaha,

Para pengusaha yang memulai usaha karena faktor keluarga cukup banyak ditemui. Artinya, seseorang memulai usaha karena keluarga mereka sudah memiliki usaha sebelumnya. Orang tua atau saudara pengusaha tersebut menganjurkan keluarga lainnya untuk membuka usaha sendiri. Keluarga sengaja mengkader anggota keluarga lain untuk meneruskan usaha atau membuka cabang atau usaha baru. Dengan demikian, mulai dari modal, suplai bahan-bahan, sampai manajemen sang pengusaha pemula tinggal mengikuti yang sudah ada. Usaha penerus keluarga ini juga memiliki keuntungan,

yaitu mudah untuk mencari pelanggan. Hal ini dikarenakan usaha sebelumnya sudah banyak dikenal oleh masyarakat. Kesuksesan usaha seperti ini cukup banyak terjadi di berbagai belahan dunia termasuk Indonesia. Namun tidak menutup kemungkinan pula penerus usaha tersebut gagal apabila dia tidak mampu mengelola usaha dengan baik.

2. Sengaja terjun menjadi pengusaha

Sengaja terjun menjadi pengusaha, artinya seseorang tersebut memiliki niat dari awal ingin mendirikan usaha dan menjadi seorang pengusaha. Biasanya mereka melihat dan belajar dari kesuksesan orang lain. Mereka mengikuti contoh dari pengusaha yang ada dengan mencari modal sendiri atau bermitra dengan orang lain. Model ini biasanya dilakukan oleh mereka yang berstatus pegawai, namun memiliki naluri bisnis. Tidak sedikit model seperti ini mencapai kesuksesan. Kesuksesan dan kegagalan orang lain menjadi tuntunan dan pedoman pengusaha ini dalam menjalankan kegiatan usahanya.

3. Kerja sampingan (iseng)

Penyebab lainnya adalah melakukan usaha dengan tidak disengaja, biasanya dilakukan secara iseng. Ini sering disebut sebagai usaha sampingan untuk tambahan kegiatan. Usaha ini biasanya dilakukan oleh mereka yang mencoba menjual atau memproduksi sesuatu skala kecil untuk mengisi waktu luang. Akan tetapi, usaha ini ternyata terus meningkat. Meningkatnya pesanan atau permintaan ini terus pula direspons oleh pemilik dengan menambah modal dan kapasitas produksinya. Maka, kegiatan yang semula dilakukan hanya untuk mengisi

waktu senggang menjadi kegiatan yang memberikan hasil yang luar biasa.

4. Coba-coba

Memulai usaha dengan cara coba-coba cukup banyak dilakukan dan juga menuai kesuksesan. Usaha ini biasanya dilakukan oleh mereka yang belum memiliki pengalaman, mereka yang kesulitan mencari pekerjaan, atau mereka yang baru terkena pemutusan hubungan kerja (PHK) kemudian mencoba memulai usaha dalam skala kecil. Terkadang usaha dengan cara coba-coba ini melihat situasi pasar yang sedang trend (musiman). Namun demikian, tidak sedikit usaha yang diawali dengan coba-coba ini yang mencapai kesuksesan.

5. Terpaksa

Faktor usaha karena terpaksa memang jarang terjadi, namun berdasarkan hasil penelitian ternyata ada beberapa wirausahawan yang berhasil karena keterpaksaan. Mereka biasanya membuka usaha karena kehilangan pekerjaan, menganggur, atau karena desakan ekonomi (kebutuhan hidup). Sebagai contoh, Bu Erna awalnya hanya seorang ibu rumah tangga, dua bulan yang lalu suami beliau meninggal dunia. Karena memiliki 3 orang anak yang masih perlu biaya maka mau tidak mau Bu Erna harus mencari uang. Karena Bu Erna pandai memasak maka usaha yang dilakukan Bu Erna adalah berjualan nasi uduk di depan rumah. Langkah melakukan wirausaha dijalankannya dengan setengah hati. Namun, kenyataannya bahwa usahanya memberikan hasil yang lumayan dalam waktu relatif singkat membuatnya bersemangat. Hal itu menjadi motivasi yang kuat untuk memajukan usahanya.

Beberapa cara yang bisa dilakukan dalam memulai usaha yang akan ditekuni adalah sebagai berikut:

1. Mencari sesuatu yang disukai. Melakukan sesuatu yang disukai tentu sangat menyenangkan apalagi jika memperoleh keuntungan berupa uang.
2. Melihat situasi pasar. Setelah menemukan sesuatu yang disukai kemudian menyesuaikan dengan kebutuhan pasar. Jika usaha yang dijalankan sesuai dengan kebutuhan pasar maka usaha yang diambil sudah tepat.
3. Mencari informasi tentang pesaing. Jika informasi tentang pesaing sudah diketahui dengan baik, maka kemampuan usaha bisa diukur.

Menurut Kasmir (2014: 40) banyak cara yang dapat dilakukan oleh seseorang untuk memulai usaha, baik secara berkelompok maupun perorangan. Cara memulai usaha yang lazim dilakukan adalah sebagai berikut.

1. Mendirikan usaha baru

Artinya, seseorang memulai usaha dengan mendirikan perusahaan yang baru. Dalam hal ini yang harus dilakukan adalah mengurus segala sesuatu yang berhubungan dengan badan usaha, mulai dari akta notaris sampai ke pengadilan negeri (Departemen Kehakiman), kemudian mengurus izin-izin yang dibutuhkan. Disamping itu, tugas lain adalah mencari lokasi yang tepat dan menyediakan peralatan atau mesin yang sesuai dengan usahanya. Selain itu upaya dalam mengenalkan produk kepada konsumen juga perlu ekstra dilakukan mengingat usaha yang dilakukan baru dan belum dikenal banyak oleh masyarakat mengenai keunggulannya.

2. Membeli Perusahaan

Usaha ini dilakukan dengan cara membeli perusahaan yang sudah ada atau yang sudah berjalan sebelumnya. Pembelian usaha dapat dilakukan terhadap perusahaan yang sedang berjalan atau perusahaan yang tidak aktif, tetapi masih memiliki badan usaha. Pembelian meliputi saham berikut aset perusahaan yang dimiliki. Keuntungan dari membeli usaha yang sudah ada ini adalah tidak diperlukan lagi mengurus beberapa perizinan usaha seperti yang dilakukan ketika membuka usaha baru.

3. Kerja sama manajemen dengan sistem waralaba (*Franchising*)

Model ini dikembangkan dengan memakai nama dan manajemen perusahaan lain. Perusahaan pemilik nama tersebut sebagai perusahaan induk (*Franchisor*) dan perusahaan yang menggunakan disebut *franchise*. Dukungan manajemen yang diberikan oleh *franchisor* berupa:

- a. Pemilihan lokasi usaha;
- b. Bentuk bangunan;
- c. Layout gedung dan ruangan;
- d. Peralatan yang dipergunakan;
- e. Pemilihan karyawan;
- f. Penentuan atau penyediaan bahan baku atau produk, dan
- g. Iklan bersama.

Cara seperti ini sudah dilakukan oleh McDonald, Indomaret, Rumah Makan Sederhana, dan lain-lain.

4. Mengembangkan usaha yang sudah ada
Artinya, pengusaha melakukan pengembangan atas usaha yang sudah ada sebelumnya, baik pengembangan berupa cabang ataupun penambahan kapasitas yang lebih besar. Biasanya kegiatan seperti ini dilakukan perusahaan keluarga.

B. Membangun Sebuah jaringan

Seorang wirausaha tidak dapat hidup sendiri, karena dalam menjalankan usahanya ada keterkaitan dengan pihak luar baik sebagai pemasok bahan baku, penyalur, pedagang maupun pelanggan. Oleh karena itu, dalam dunia usaha sangat diperlukan suatu jaringan usaha agar usaha yang kita jalankan bisa berjalan secara terus menerus dan berkelanjutan. Menurut Winardi (2018: 196) kerjasama yang terjadi tidak hanya didorong oleh kepentingan salah satu pihak saja, melainkan adanya kesepakatan sehingga memberikan dampak positif bagi kedua belah pihak.

Menurut Yuyus Suryana (2015: 176) Berbagai jenis jaringan usaha dalam pengembangan usaha antara lain :

1. Jaringan Produksi

Kegiatan dalam jaringan produksi adalah mengkoordinasikan perencanaan dan pengembangan produk, serta memperbaiki proses produksi. Selain itu juga menggabungkan keahlian khusus masing-masing usaha untuk mampu membentuk produk baru, peralatan, sistem produksi, dan membuat produk unggul yang memiliki daya saing

2. Jaringan Pemasaran
Kegiatannya adalah memperkuat posisi tawar-menawar dengan pembeli dan memenangi persaingan pemasaran.
3. Jaringan Pelayanan
Kelompok perusahaan kecil bergabung dalam pembiayaan untuk jasa tertentu: pelatihan, informasi, teknologi, manajemen konsultasi atau jasa konsultasi ahli, misalnya : pelatihan bersama.
4. Jaringan Kerjasama
Kerja sama pembelian, peningkatan tenaga kerja, pengembangan produk dan kerja sama produ, kerja sama penjualan dan pemasaran.
5. Memecahkan Tantangan dengan Jaringan Usaha
Tantangan berupa terbatasnya akses terhadap jara professional: konsultasi manajemen, akuntansi, penelitian pasar, dan konsultasi lainnya. Terbatasnya untuk memperoleh informasi pasar, akses untuk memperoleh modal, terbatasnya memperoleh kontrak besar karena kekurangan sumber daya vital dan terbatasnya kemampuan untuk bersaing dengan perusahaan lain yang masuk ke pasar local.
6. Jaringan Antar Kelompok Usaha, Swasta, dan BUMN.
Jaringan kerja sama di bidang harga dan mutu pelayanan, sistem pembayaran, cara pengepakan, pengiriman barang, pemasaran, pembelian bersama, permodalan, dan pengadaan barang, dan bidang lainnya.

Pengembangan jaringan yang harus dimiliki wirausaha antara lain memiliki jaringan kerja, banyak teman, dan kerja sama. Memiliki jaringan kerja bisa dilakukan dengan cara mengenali orang lain. Dalam hal ini memang tidaklah

mudah, namun salah satu kuncinya adalah dengan komunikasi secara dua arah baik dengan cara sendiri-sendiri (langsung) maupun dengan menggunakan alat komunikasi yang tepat.

Bertemanlah sebanyak-banyaknya, mungkin istilah ini sering kali kita dengar karena memiliki satu orang teman jauh lebih lebih berharga daripada memiliki banyak musuh. Teman memiliki peran akan membantu mengembangkan usaha kita, memberi nasihat, dan membantu menolong pada masa yang sulit. Peran teman disini tidak hanya terbatas kepada seorang kawan, namun lebih kepada relasi, pemasok, pelanggan, mitra kerja maupun pihak-pihak lain yang turut berpartisipasi dalam pengembangan usaha. Kerja sama merupakan suatu proses melakukan sesuatu secara bersama-sama. Di dalam dunia usaha tujuan kerja sama ini untuk meningkatkan pendapatan masing-masing pihak.

C. Bidang Usaha

Sebelum memulai suatu usaha diperlukan pemilihan bidang usaha terlebih dahulu. Hal ini dilakukan agar usaha yang digeluti benar-benar diketahui dan bisa dijalankan dengan baik. Menurut Kasmir (2014: 43) menentukan bidang usaha yang akan digeluti tergantung dari empat faktor sebagai berikut:

1. Minat atau bakat

Minat atau bakat sudah ada dan dapat timbul dari dalam diri seseorang. Artinya, ketertarikan pada satu bidang sudah tertanam dalam dirinya. Minat juga dapat tumbuh setelah mempelajari berbagai cara. Namun, seseorang yang memiliki minat dari dalam atau bakat dari

keturunan akan lebih mudah dan lebih cepat beradaptasi dalam mengembangkan usahanya.

2. Modal

Modal secara luas dapat diartikan uang. Untuk memulai usaha terlebih dahulu diperlukan sejumlah uang. Dalam arti sempit modal dapat dikatakan sebagai keahlian seseorang. Dengan keahlian tertentu seseorang dapat bergabung dengan mereka yang memiliki modal uang untuk menjalankan usaha.

3. Waktu

Waktu adalah masa seseorang untuk menikmati hasil dari usahanya. Setiap usaha memiliki masa yang berbeda ada yang dalam jangka waktu pendek ada pula dalam jangka waktu menengah atau panjang. Jangka pendek artinya dibawah satu tahun usaha tersebut sudah memberikan hasil, misalnya usaha dagang, agribisnis, usaha jasa, peternakan ikan atau ayam. Kemudian dalam jangka menengah misalnya usaha jeruk, cokelat atau peternakan kambing, sedangkan jangka panjang seperti pertanian karet atau kelapa sawit.

4. Laba

Faktor yang perlu dipertimbangkan adalah besarnya margin laba yang diinginkan. Disamping itu, dalam hal laba yang perlu diperhatikan adalah jangka waktu memperoleh laba tersebut. Margin laba maksudnya jumlah laba yang akan diperoleh (dalam persentase tertentu), sedangkan jangka waktu adalah lama tidaknya memperoleh laba, sesaat atau terus-menerus.

5. Pengalaman

Pengalaman maksudnya pengalaman pribadi pengusaha tersebut atau pengalaman orang lain yang telah berhasil

dalam melakukan usaha. Pengalaman ini merupakan pedoman atau guru agar tidak melakukan kesalahan dalam menjalankan usahanya nanti.

Beberapa jenis bidang usaha yang dapat digeluti sesuai dengan minat dan bakat adalah sebagai berikut :

1. Sektor Usaha Jasa

Usaha di sektor jasa yaitu dengan memberikan pelayanan kepada pelanggan. Jadi yang dijual bukanlah barang dan jasa. Contohnya seperti salon, kursus, laundry maupun contoh usaha jasa lainnya.

2. Sektor Usaha Dagang

Usaha di sektor dagang yaitu dengan menjual barang. Usaha dagang menjalankan kegiatannya dengan membeli barang dari sumber utama kemudian menjual kepada pelanggan tanpa mengubah bentuk. Contohnya seperti toko alat tulis, toko baju, dll.

3. Sektor Usaha Industri

Usaha di sektor industri melakukan kegiatannya dengan membeli bahan mentah kemudian mengolahnya menjadi barang jadi setelah itu menjualnya kepada pembeli. Jadi di dalam usaha industri terdapat sebuah proses. Contohnya pabrik kerupuk, pabrik sepatu, dll.

4. Sektor Usaha Tambang

Usaha di sektor tambang menjalankan kegiatannya dengan mendayagunakan hasil tambang yang terdapat di alam. Baik itu pengolahan maupun penjualan hasil tambang.

5. Sektor Kelautan dan Perikanan

Usaha di sektor kelautan dan perikanan menjalankan kegiatannya dengan mendayagunakan segala sesuatu

yang ada di laut. Baik itu mengenai alat transportasi di laut maupun hasil alam yang berasal dari laut seperti ikan, udang, dll.

6. Sektor Seni

Usaha di sektor seni bisa pula tergolong kedalam usaha jasa. Karena yang dijual adalah jasa. Namun perbedaannya terletak pada nilai keindahan yang ada pada sektor usaha seni. Pada sektor usaha jasa, jenis usaha yang dijalankan semuanya adalah jasa baik itu mengenai keindahan, pendidikan maupun pelayanan. Contoh dari sektor usaha seni adalah jasa rias pengantin, rias tato, lukisan, menari, menyanyi, dll.

D. Jenis-jenis Badan Usaha

Menurut Kasmir (2014: 47) Badan usaha adalah payung hukum yang membawahi usaha yang akan dijalankan. Payung hukum ini penting agar perusahaan tidak melanggar hukum dalam menjalankan aktivitasnya, artinya di mata hukum perusahaan yang dijalankan sah. Jika suatu hari terdapat tuntutan hukum, usaha tersebut dapat dilindungi.

Badan usaha mempunyai fungsi antara lain fungsi komersial, fungsi sosial, dan fungsi pembangunan ekonomi.

1. Fungsi Komersial: Salah satu tujuan badan usaha adalah untuk memperoleh keuntungan secara optimal. Agar keuntungan optimal diperoleh maka setiap badan usaha harus menghasilkan produk yang bermutu dan harga bersaing.
2. Fungsi Sosial: Fungsi sosial suatu badan usaha dengan menghubungkan keberadaan badan usaha terhadap masyarakat sekitar. Baik berupa pemilihan tenaga kerja dari masyarakat yang berada disekitar maupun

keuntungan adanya badan usaha terhadap kebutuhan masyarakat sekitar.

3. Fungsi Pembangunan Ekonomi: Badan usaha diharapkan dapat membantu pemerintah dalam peningkatan ekspor dan sebagai perpanjangan tangan pemerintah dalam pemerataan pendapatan masyarakat dan peningkatan pendapatan nasional.

Jenis-jenis badan usaha berdasarkan kepemilikan modal, terdiri dari:

1. Badan Usaha Milik Negara (BUMN): Badan Usaha Milik Negara adalah badan usaha yang pemilik modalnya adalah Negara atau pemerintah. Contoh BUMN: PT Kereta Api, PT Timah Bangka, dan PT Peruri.
2. Badan Usaha Milik Swasta (BUMS): Badan Usaha Milik Swasta adalah badan usaha yang modalnya dimiliki oleh pihak swasta (nasional dan asing) dan mempunyai tujuan utama mencari laba atau keuntungan yang sebesar-besarnya.
3. Badan Usaha Milik Daerah (BUMD): Badan Usaha Milik Daerah adalah badan usaha yang dimiliki oleh pemerintah daerah. Contoh BUMD: Bank Pembangunan Daerah (BPR).
4. Badan Usaha Campuran: Badan usaha campuran adalah badan usaha yang modalnya sebagian dimiliki swasta dan sebagian lagi dimiliki oleh pemerintah.

Bentuk-bentuk Badan Usaha antara lain sebagai berikut:

1. Perusahaan Perseorangan

Perusahaan perseorangan adalah perusahaan milik pribadi dengan modal dimiliki oleh perseorangan. Perusahaan dipimpin oleh pemilik usaha sekaligus bertindak sebagai penanggung jawab jalannya usaha sehingga pendirian perusahaan perseorangan sangatlah sederhana, tidak diperlukan modal yang besar dan juga tidak memerlukan persyaratan khusus.

Perusahaan perseorangan ini biasanya susah untuk berkembang karena menggunakan manajemen kekeluargaan sebab organisasi usaha yang digunakan terbatas hanya kepada pemimpin sekaligus pemilik dan penanggung jawab usaha, jadi cenderung usaha dijalankan oleh keluarga. Pada umumnya perusahaan perseorangan memiliki kerahasiaan atas laporan keuangan atau segala informasi yang memiliki keterkaitan dengan masalah keuangan dengan alasan agar tidak mudah dimanfaatkan oleh pesaing bisnis lainnya (Donny Suryanto dan Eko Sumartono, 2016: 3). Contoh perusahaan perseorangan ini adalah usaha dagang (UD), toko sembako, toko baju.

Kelebihan:

- Bentuk perusahaan perseorangan memungkinkan pemilik menerima 100% laba yang dihasilkan perusahaan sehingga seluruh laba yang didapatkan menjadi milik pemilik perusahaan.
- Kebebasan dan Fleksibilitas. Pemilik perusahaan perseorangan tidak perlu berkonsultasi dengan orang lain dalam mengambil keputusan.

- Dalam perusahaan perseorangan tidak memerlukan dibuat laporan keuangan sehingga rahasia perusahaan terjaga.

Kelemahan:

- Tanggung jawab pemilik tidak terbatas. Artinya seluruh kekayaan pribadinya termasuk sebagai jaminan terhadap seluruh utang perusahaan.
- Sumber keuangan terbatas karena hanya terbatas pada kepemilikan modal si pendiri.
- Seluruh pekerjaan dilakukan sendiri oleh pemilik usaha.
- Kelangsungan usaha kurang terjamin. Kematian pimpinan atau pemilik, bangkrut, atau sebab-sebab lain dapat menyebabkan usaha ini berhenti kegiatannya.

2. Firma

Firma adalah badan usaha yang didirikan oleh dua orang atau lebih untuk menjalankan sebuah perusahaan dengan memakai nama bersama. Menurut pasal 22 KUHD (Kitab Undang-Undang Hukum Dagang) perjanjian firma harus berbentuk akta otentik-akta notaris. Meski harus dengan akta otentik, suatu firma dapat dibuat dengan akta dibawah tangan bahkan perjanjian lisan namun dalam proses pembuktian di pengadilan. Selanjutnya setelah akta pendirian dibuat maka wajib didaftarkan di Kepaniteraan Pengadilan Negeri dalam daerah hukum tempat firma itu berdomisili. Kepemimpinan dan tanggung jawab firma berada sepenuhnya di tangan pemilik firma. Pemilik

sekaligus bertanggung jawab terhadap segala risiko yang mungkin timbul, seperti masalah utang piutang. Karena firma didirikan oleh beberapa orang sehingga modal diperoleh dari mereka yang terlibat dalam pendirian firma.

Kelebihan

- Jumlah modal yang digunakan lebih besar dibandingkan perusahaan perseorangan.
- Adanya pembagian kerja
- Badan usaha firma tidak memerlukan akte, jadi pendiriannya relatif lebih mudah.

Kelemahan

- Tanggung jawab pemilik tidak terbatas terhadap seluruh utang perusahaan.
- Apabila salah seorang anggota membatalkan perjanjian untuk menjalankan usaha bersama maka secara otomatis badan usaha firma menjadi bubar sehingga kelangsungan perusahaan tidak menentu.
- Jika salah satu anggota membuat kerugian, maka kerugian tersebut juga ditanggung oleh anggota yang lain.

3. Persekutuan Komanditer (*Commanditaire Vennootschap*)

Persekutuan komanditer atau biasa disingkat CV merupakan persekutuan yang didirikan atas dasar kepercayaan dan termasuk dalam badan usaha yang bukan badan hukum (Diani, 2020-3). Anggota dalam persekutuan komanditer terbagi menjadi dua, yaitu sekutu aktif dan sekutu pasif. Sekutu aktif adalah yang

bertanggung jawab secara penuh terhadap jalannya usaha, sedangkan sekutu pasif adalah sekutu yang hanya bertindak sebagai pemberi modal. Tanggung jawab sekutu komanditer hanya terbatas pada sejumlah modal yang ditanamkan dalam perusahaan. Tujuan pendirian persekutuan komanditer adalah memberikan peluang bagi perseorangan untuk ikut menanamkan modalnya dengan tanggung jawab terbatas.

Kelebihan

- Modal yang dikumpulkan lebih besar.
- Kemampuan manajemennya lebih besar karena dikelola oleh anggota aktif yang memang memiliki keahlian di bidangnya.
- Pendiriannya relatif lebih mudah jika dibandingkan dengan perseroan terbatas (PT).

Kelemahan

- Sebagian anggota atau sekutu di persekutuan komanditer mempunyai tanggung jawab tidak terbatas.
- Kelangsungan hidupnya tidak menentu.
- Sulit untuk menarik kembali modal yang telah ditanam, terutama bagi sekutu pimpinan.

4. Koperasi

Koperasi merupakan badan usaha yang beranggotakan beberapa orang menjalankan usaha secara bersama-sama berdasarkan asas kekeluargaan. Untuk itulah koperasi dianggap sebagai gerakan ekonomi rakyat berdasarkan asas kekeluargaan. Tujuan utama

didirikannya adalah untuk membanngun dan mengembangkan potensi ekonomi para anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya.

Pendirian koperasi berdasarkan akta pendirian setelah memperoleh pengesahan pemerintah dan diumumkan dalam Berita Negara. Kasmir (2014: 50) koperasi dibentuk melalui rapat anggota minimal dua puluh orang masing-masing memenuhi tiga syarat berikut:

- a. Mampu melaksanakan tindakan hukum;
- b. Menerima landasan idiil, asas, dan sendi dasar koperasi;
- c. Sanggup dan bersedia melakukan kewajiban dan hak sebagai anggota koperasi.

Modal koperasi bisa berasal dari modal sendiri dan modal pinjaman. Modal sendiri berasal dari simpanan pokok, simpanan wajib, dana cadangan, atau hibah. Sementara itu, modal pinjaman berasal dari anggota koperasi, bank dan lembaga keuangan lainnya, atau dari penerbitan obligasi serta surat utang lainnya.

Pengurus koperasi diangkat melalui hasil keputusan rapat anggota dan bertugas untuk mengelola jalannya koperasi. Pembagian sisa hasil usaha (SHU) berdasarkan pada jasa atau partisipasi masing-masing anggota. Prinsip koperasi adalah anggota koperasi merupakan pemilik sekaligus penggunaan jasa koperasi.

Berikut ini beberapa jenis koperasi yang dapat kita dirikan yaitu;

- a. Berdasarkan Jenis Usahanya
 - Koperasi Produksi
 - Koperasi Konsumsi

- Koperasi Simpan Pinjam
 - Koperasi Serba Usaha
- b. Berdasarkan Status Anggotanya
- Koperasi Pegawai Negeri
 - Koperasi Pasar
 - Koperasi Unit Desa
 - Koperasi Sekolah
- c. Berdasarkan Tingkatannya
- Koperasi Primer
 - Koperasi Sekunde
- d. Berdasarkan Fungsinya
- Koperasi Konsumsi
 - Koperasi Produksi
 - Koperasi Jasa

Kelebihan

- Mensejahterakan para anggotanya dan mengutamakan kepentingan anggota.
- Anggota koperasi berperan sebagai konsumen dan produsen.
- Kegiatan koperasi dilakukan atas dasar sukarela

Kekurangan

- Modal terbatas
- Daya saing lemah.
- Rendahnya keseruan berkoperasi pada anggota.

- Kemampuan tenaga profesional dalam pengelolaan koperasi dirasa kurang/

5. Yayasan

Yayasan merupakan badan usaha yang melakukan kegiatannya lebih menekankan pada tujuan social sehingga tidak bertujuan mencari keuntungan. Modal yayasan berasal dari sumbangan, wakaf, hibah, atau sumbangan lainnya. Anggota berasal dari dewan pengurus yang mengurus kegiatan yayasan tersebut.

Beberapa contoh yayasan adalah di bidang pendidikan, kesehatan, panti social, maupun lembaga swadaya masyarakat. Dewasa ini pendirian yayasan sudah banyak diselewengkan dari cita-cita awal, yaitu dari usaha sosial menjadi usaha komersial.

Kelebihannya adalah membantu masyarakat sosial dengan tidak mencari keuntungan.

Kekurangannya adalah dana yang diperlukan jumlahnya terbatas.

6. Perseroan Terbatas (PT)

Perseroan terbatas (PT) adalah badan usaha yang didirikan oleh dua orang atau lebih yang modalnya didapat dengan cara menjual saham. Pemegang saham dalam PT disebut pesero. Tanggung jawab pemegang saham terbatas pada modal yang mereka miliki. Kekuasaan tertinggi pada perseroan terbatas terletak pada Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS)

Dilihat dari segi status perseroan terbatas dibagi dalam dua jenis.

a. Perseroan Tertutup

Perseroan tertutup merupakan PT yang modal dan jumlah pemegang sahamnya berasal dari kalangan tertentu dan saham PT tertutup tidak diperjualbelikan secara umum.

b. Perseroan Terbuka

Perseroan terbuka adalah perseroan terbatas yang dapat menjual sahamnya di pasar modal (*go public*) artinya setiap orang berhak untuk membeli dan memiliki saham ini. Pemberian nama PT jenis ini biasanya disertai dengan singkatan “Tbk” di belakang nama PT tersebut.

Untuk mendirikan perseroan terbatas dipersyaratkan memiliki modal tertentu yang besarnya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Modal perseroan terbatas terdiri dari tiga jenis berikut (Kasmir, 2014: 54) :

a. Modal dasar (*authorized capital*)

Modal dasar merupakan modal yang diperlukan pertama kali perusahaan didirikan dan modal tersebut tertera dalam akte notaris. Misalnya PT Sungailiat Tbk. didirikan dengan modal dasar Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) yang berbentuk saham.

b. Modal ditempatkan atau dikeluarkan (*issued capital*)

Modal ditempatkan merupakan modal yang telah ditempatkan atau dikeluarkan para pemegang saham. Dengan kata lain, modal yang sudah dijual. Besarnya modal ditempatkan minimal 25 persen dari modal

dasar. Dari contoh di atas, modal ditempatkan adalah sebesar 25 persen dikalikan modal dasar (Rp 1.000.000.000,00) sama dengan Rp250.000.000.00 (dua ratus lima puluh juta rupiah).

c. Modal Setor (*paid-up capital*)

Modal setor merupakan modal yang harus sudah disetor, oleh pemegang saham yang jumlahnya sebesar 50 persen dari modal ditempatkan. Dari contoh diatas besarnya modal setor adalah sebesar 50 persen dikalikan modal ditempatkan (Rp 250.000.000,00) sama dengan Rp 125.000.000,00 (seratus dua puluh lima juta rupiah)

(Kasmir, 2014 : 55) Persyaratan dan tata cara untuk mendirikan perseroan terbatas yang harus dipenuhi adalah:

- a. PT didirikan sekurang-kurangnya oleh 2 orang;
- b. pendirian PT dituangkan dalam Akta Notaris;
- c. bahasa yang digunakan adalah bahasa Indonesia;
- d. mencantumkan perkataan 'PT' dalam Akta Notaris;
- e. disahkan oleh Menteri Kehakiman;
- f. didaftarkan berdasarkan Undang-undang Wajib Daftar Perusahaan;
- g. diumumkan dalam Berita Negara;
- h. memiliki modal dasar sekurang-kurangnya Rp20.000.000,00 (dua puluh juta rupiah);
- i. modal ditempatkan sekurang-kurangnya 25 persen (dua puluh lima persen) dari modal dasar;
- j. menyetor modal setor 50 persen (lima puluh persen) dari modal ditempatkan pada saat perusahaan didirikan.

Bagi perseroan terbatas yang mengalami atau yang akan membuat perubahan dipersyaratkan untuk (Kasmir, 2014: 55):

- a. mencantumkan nama, maksud, dan tujuan kegiatan perseroan;
- b. memperpanjang jangka waktu perseroan;
- c. meningkatkan atau menurunkan modal;
- d. mengubah status perseroan terbatas dari tertutup menjadi terbuka atau sebaliknya.

Kelebihan

- Tanggung jawab yang terbatas. Artinya si pemilik modal hanya bertanggung jawab sebesar modal yang dimilikinya.
- Kelangsungan perusahaan sebagai badan hukum lebih terjamin, sebab tidak tergantung pada beberapa pemilik. Pemilik dapat berganti-ganti karena saham dapat dijual.
- Mudah memperoleh tambahan modal untuk memperluas volume usahanya, misalnya dengan mengeluarkan saham baru.
- Manajemen dan spesialisasinya memungkinkan pengelolaan sumber-sumber modal untuk itu secara efisien.

Kelemahan

- PT merupakan subyek pajak tersendiri. Jadi tidak hanya perusahaan yang terkena pajak. Dividen atau laba bersih yang dibagikan kepada para pemegang saham dikenakan pajak lagi sebagai pajak

pendapatan. Tentunya dari pemegang saham yang bersangkutan.

- Pendiriannya lebih sulit dibandingkan badan usaha lainnya karena harus memiliki akta dan syarat-syarat lainnya.
- Biaya pembentukannya relatif tinggi.
- Bagi sebagian besar orang, PT dianggap kurang “*secret*” dalam hal dapur perusahaan. Hal ini disebabkan karena segala aktivitas perusahaan harus dilaporkan kepada pemegang saham. Apalagi yang menyangkut laba perusahaan.

E. Jenis-jenis Izin Usaha

Untuk mendirikan badan usaha diperlukan dokumen dan izin usaha yang diperlukan tergantung dari jenis usaha yang akan dijalankan. Artinya setiap jenis badan usaha memerlukan sejumlah dokumen atau izin yang berbeda, misalnya untuk mendirikan pabrik berbeda dengan mendirikan rumah makan atau penginapan.

Beberapa dokumen yang diperlukan dalam pendirian suatu usaha adalah sebagai berikut :

1. SITU (Surat Izin Tempat Usaha) dan HO (Surat Izin Gangguan)

SITU adalah pemberian izin tempat usaha kepada seseorang atau badan usaha yang tidak menimbulkan gangguan atau kerusakan lingkungan di lokasi tertentu yang dikeluarkan oleh Pemda setempat (Kotamadya / Kabupaten). Sedangkan Surat Izin Gangguan (HO) adalah pemberian izin tempat usaha kepada perusahaan atau badan di lokasi tertentu yang dapat menimbulkan bahaya, gangguan, atau kerusakan lingkungan.

2. Akta Pendirian Usaha

Pada badan usaha yang berbadan hukum seperti firma, persekutuan komanditer/CV maupun perseroan terbatas (PT) perlu dibuat kesepakatan antara para pemilik modal dituangkan dalam akta pendirian perusahaan yang dibuat dihadapan notaris. Yang dimaksud dengan “membuat akta” di sini adalah hadir di hadapan para penghadap (subjek perjanjian), membacakan dan menanda-tangani akta tersebut. Pembuatan akta pendirian dilakukan oleh notaris yang berwenang diseluruh wilayah negara Republik Indonesia untuk selanjutnya mendapatkan persetujuan dari Menteri Kemenkumham.

3. SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan)

SIUP merupakan surat yang diperlukan untuk menjalankan suatu usaha dimana surat ini dikeluarkan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan kota atau wilayah domisili perusahaan tersebut. Surat ini berlaku selama perusahaan tersebut masih terus berjalan. SIUP dibedakan menjadi 3 golongan berdasarkan modal dan kekayaan perusahaan tersebut, yaitu :

- SIUP Besar, untuk perusahaan dengan modal dan kekayaan diatas Rp 10.000.000.000,-.
- SIUP Sedang, untuk perusahaan dengan modal dan kekayaan diatas Rp 500.000.000,- (antara Rp 500.000.000,- sampai Rp 10.000.000.000,-).
- SIUP Kecil, untuk perusahaan dengan modal dan kekayaan sampai Rp 200.000.000,- (antara Rp 200.000.000,- sampai Rp 500.000.000,-).

7. NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak)
NPWP merupakan nomor yang diberikan kepada Wajib Pajak sebagai tanda pengenal diri atau identitas dari Wajib Pajak pada administrasi perpajakan yang diberikan oleh kantor pelayanan pajak sesuai dengan domisili Wajib Pajak. Fungsi NPWP sendiri adalah sebagai tanda pengenal atau identitas diri bagi Wajib Pajak dalam melaksanakan hak dan kewajiban perpajakan atas penghasilan yang diperoleh.
8. TDP (Tanda Daftar Perusahaan)
Permohonan pendaftaran diajukan kepada Kepala Suku Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan/atau Koperasi Usaha Mikro Kecil Menengah dan Perdagangan kota atau kabupaten terkait sesuai dengan domisili perusahaan.
9. AMDAL (Analisis Mengenai Dampak Lingkungan)
AMDAL merupakan hasil kajian mengenai dampak besar dan penting dari suatu kegiatan usaha yang direncanakan terhadap lingkungan hidup yang digunakan untuk proses pengambilan keputusan mengenai penyelenggaraan kegiatan usaha di Indonesia.

F. Proses Pendirian Bahan Usaha

Pendirian suatu perusahaan tergantung dari jenis badan usaha yang dipilih. Ada badan usaha yang memerlukan beberapa dokumen saja, ada pula yang memerlukan dokumen lebih banyak. Persyaratan yang harus dipenuhi oleh setiap badan usaha berbeda. Waktu yang dibutuhkan untuk masing-masing badan usaha pun berbeda-beda.

Berikut ini contoh untuk mendirikan badan usaha berbentuk persekutuan komanditer (CV), perseroan terbatas (PT), dan yayasan (Kasmir. 2014: 58) :

1. Mengadakan rapat umum pemegang saham
Para calon pemegang saham bersepakat untuk membicarakan pembentukan usaha dengan segala hak dan kewajibannya dalam rapat umum pemegang saham. Hasil rapat ini dibuatkan notulennya. Mulai dari awal sampai akhir sebagai bukti kesungguhan mereka untuk mendirikan badan usaha.
2. Dibuatkan akta notaris
Setelah ada kesepakatan untuk mendirikan badan usaha, kesepakatan itu dituangkan dalam akta notaris. Di dalam akte pendirian tersebut dicantumkan nama-nama pendiri komisaris, direksi bidang usaha, dan tujuan perusahaan didirikan.
3. Didaftarkan di pengadilan negeri
Selanjutnya oleh notaris akta didaftarkan di pengadilan negeri untuk mendapatkan pengesahan sebagai badan hukum yang sah. Segala persyaratan harus segera dipenuhi, seperti dokumen dan izin domisili, Surat Tanda Daftar Perusahaan (TDP) dan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) berikut bukti diri masing-masing.
4. Diberikan dalam lembaran negara
Badan usaha yang telah memperoleh legalitas dari Departemen Kehakiman akan diberitakan dalam berita negara.

G. Keberhasilan Wirausaha

Pada dasarnya, setiap individu boleh saja dan bahkan dianjurkan untuk memiliki atau menentukan cita-citanya, hanya saja memerlukan perhatian terhadap kemampuan dan jangkauan yang memungkinkan untuk tercapainya cita-cita tersebut. Cita-cita tidaklah harus berpikir terlalu jauh dan bukan merupakan akhir usaha maupun kegiatan. Cita-cita disini menjadi motivasi, semangat maupun visi dalam mengejar sesuatu. Artinya, tercapainya suatu keberhasilan sangat tergantung kepada visi, motivasi, dan kompetensi dari setiap individu. Satu dengan lainnya komponen tersebut harus saling mendukung untuk mencapai keberhasilan.

Keberhasilan bagi wirausaha dapat dibuktikan oleh prestasi yang dicapai, yaitu pertumbuhan dari perusahaan yang dikelolanya. Hal itu dibuktikan baik dengan penjualan, asset yang dimiliki maupun jumlah karyawan. Pencapaian bukan harus sekaligus dibuktikan, melainkan tercapai keberhasilan itu dilakukan secara bertahap. Jatuh bangun dalam upaya mencapai keberhasilan adalah suatu proses. Namun seorang wirausaha sejati tidak harus takut mengalami kegagalan, karena mereka harus berani bangkit demi terwujudnya cita-cita. Jika wirausaha terpuruk atas kesalahan yang terjadi maka akan menimbulkan kegagalan usaha. Beberapa hal yang menyebabkan kegagalan usaha, antara lain

1. Data dan informasi tidak lengkap

Pada saat melakukan perencanaan data dan informasi yang disajikan kurang lengkap sehingga hal-hal yang seharusnya menjadi penilaian tidak ada. sebaiknya kumpulkan data dan informasi selengkap mungkin, melalui berbagai sumber yang dapat dipercaya kebenaran datanya.

2. Salah perhitungan
Kegagalan dapat pula terjadi karena salah dalam melakukan perhitungan. Misalnya rumus atau cara menghitung yang digunakan salah sehingga hasil yang dikeluarkan tidak akurat. Dalam hal ini perlu dipertimbangkan untuk menyediakan, tenaga ahli yang handal di bidangnya.
3. Pelaksanaan pekerjaan salah
Para pelaksana usaha (manajemen) di lapangan sangat memegang peranan penting dalam keberhasilan menjalankan usaha tersebut. Jika pada pelaksana di lapangan tidak mengerjakan usaha secara benar atau tidak sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan, kemungkinan usaha tersebut gagal sangat besar.
4. Kondisi lingkungan
Kegagalan lainnya disebabkan oleh adanya unsur-unsur yang tidak dapat kita kendalikan. Artinya pada saat melakukan penelitian dan pengukuran semuanya sudah selesai dengan tepat dan benar, namun dalam perjalanan terjadi perubahan lingkungan. Perubahan lingkungan tersebut misalnya pembaharuan ekonomi, politik, hukum, sosial, dan perubahan perilaku masyarakat yang atau karena bencana alam.
5. Unsur sengaja
Kegagalan yang sangat fatal disebabkan oleh adanya faktor kesengajaan untuk berbuat kesalahan. Artinya, karyawan sengaja membuat kesalahan yang tidak sesuai dengan kondisi yang sebenarnya dengan berbagai sebab.

BAB III

PENILAIAN KEBUTUHAN USAHA

A. Pengertian Kebutuhan Usaha

Mendirikan suatu usaha tentunya dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain segala sesuatu yang berkaitan dengan penyediaan segala hal yang berhubungan dengan kebutuhan usaha tersebut. Banyak sekali kebutuhan usaha yang diperlukan tergantung dari jenis usaha yang dijalankan. Baik itu dari segi bahan baku, pegawai, dan hal lainnya yang berhubungan dengan kebutuhan usaha.

Hasil penilaian kebutuhan usaha disusun secara rinci agar terlihat secara jelas apa saja jenis kebutuhan usaha yang diperlukan dan diketahui total biaya yang diperlukan. Dengan mengetahui total kebutuhan usaha maka dapat diketahui kekurangan dana yang dimiliki serta dapat diambil tindakan lainnya untuk menutupi kekurangan dana tersebut, baik itu menggunakan modal sendiri maupun modal pinjaman.

B. Menghitung Biaya Kebutuhan Usaha

Banyaknya jenis dan jumlah yang digunakan untuk kebutuhan usaha disesuaikan dengan jenis usaha yang akan dijalankan. Misalnya saja untuk membuat usaha perseorangan tentu modal yang diperlukan tidak lebih banyak dari membuat perseroan terbatas. Artinya komponen biaya kebutuhan usaha tergantung dari jenis usahanya.

Kasmir (2014: 82) Secara garis besar jenis-jenis komponen kebutuhan usaha meliputi:

1. Biaya pra investasi

Biaya pra investasi adalah biaya yang nantinya akan dikeluarkan perusahaan dalam rangka memulai suatu usaha. Artinya biaya ini dilakukan sebelum usaha berdiri, karena biaya pra investasi diperlukan untuk membiayai kegiatan awal pada saat pemilihan usaha seperti biaya survei lapangan, biaya pembuatan studi kelayakan, pengurusan izin-izin, pengurusan dan pembersihan lahan, serta biaya pra investasi lainnya.

2. Biaya pembelian aktiva tetap

Aktiva adalah harta perusahaan. Sedangkan aktiva tetap adalah harta perusahaan yang sifatnya bertahan lebih dari satu tahun. Biaya pembelian aktiva tetap terdiri dari aktiva tetap yang berwujud seperti pembelian tanah, pendirian bangunan, pembelian mesin-mesin, pembelian mobil untuk usaha maupun pembelian peralatan sedangkan aktiva tetap tidak berwujud seperti pembelian lisensi, hak paten, atau system *franchising* (waralaba).

3. Biaya operasional.

Biaya Operasional adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menjalankan kegiatan usaha yang sedang berjalan meliputi gaji karyawan, biaya listrik, biaya air, biaya telpon, pembelian bahan baku untuk produksi, biaya pemasaran, dan biaya lainnya.

Berikut ini contoh kasus untuk menilai biaya kebutuhan usaha mendirikan Apotek di suatu lokasi tertentu.

1. Biaya pra investasi	Rp. 100.000.000,-
2. Pembelian aktiva tetap	
a. Sewa ruko 5 tahun @ Rp.50.000.000,-	Rp. 250.000.000,-
b. Biaya inventaris	
1) Etalase 3 buah	Rp. 30.000.000,-
2) Lemari 3 buah	Rp. 1.000.000,-
3) Meja 3 buah	Rp. 1.500.000,-
4) Kursi 6 buah	Rp. 1.000.000,-
5) Telpon	Rp. 500.000,-
6) Komputer 2 buah	Rp. 8.000.000,-
3. Modal Kerja	
a. Modal awal pembelian obat-obatan	Rp. 150.000.000,-
b. Biaya tenaga kerja 6 bulan	Rp. 45.000.000,-
c. Listrik, telpon, air, dll 6 bulan	Rp. 20.000.000,-
Jumlah kebutuhan investasi	Rp. 607.000.000,-
Dana yang tersedia (modal sendiri)	Rp. 500.000.000,-

Dana pinjaman (harus dicari)	Rp. 107.000.000,-
	=====

Secara garis besar kebutuhan investasi digambarkan sebagai berikut.

No	Kebutuhan Investasi	Jumlah (Rupiah)
1	Biaya Pra Investasi	Rp. 100.000.000,-
2	Biaya Sewa Ruko	Rp. 250.000.000,-
3	Biaya Inventaris	Rp. 42.000.000,-
4	Modal Kerja	Rp. 215.000.000,-
	Jumlah Kebutuhan Dana	Rp. 607.000.000,-
	Dana sendiri	Rp. 500.000.000,-
	Dana Pinjaman	Rp. 107.000.000,-

BAB IV

MODAL USAHA

A. Pengertian Modal

Modal (*capital*) adalah segala bentuk kekayaan yang digunakan untuk memproduksi kekayaan yang lebih banyak lagi untuk perusahaan. Dalam perusahaan, modal memiliki beragam bentuk, termasuk kas, persediaan, pabrik, dan peralatan (Zimmerer : 2009). Terkadang modal dilihat dalam arti uang atau dalam arti keseluruhan nilai dari setiap sumber ekonomi non-manusiawi (Sarwanti, Budi, Wulan, 2017). Untuk mendirikan atau menjalankan suatu usaha diperlukan sejumlah modal baik itu berupa uang dan tenaga (keahlian). Modal dalam bentuk uang diperlukan untuk membiayai segala keperluan usaha, mulai dari biaya prainvestasi, pengurusan izin-izin, biaya investasi untuk pembelian aktiva tetap, sampai dengan modal kerja. Sementara itu, modal keahlian adalah keahlian dan kemampuan seseorang untuk mengelola atau menjalankan suatu usaha.

Menurut Kasmir (2009), modal yang pertama kali dikeluarkan digunakan untuk membiayai pendirian perusahaan (pra investasi), mulai dari persiapan yang diperlukan sampai perusahaan tersebut berdiri (memiliki badan usaha). Contoh biaya awal yang harus dikeluarkan adalah biaya survei lapangan, biaya pembuatan studi kelayakan, izin-izin, dan biaya pra investasi lainnya. Setelah biaya pra investasi dikeluarkan, selanjutnya adalah biaya untuk membeli sejumlah aktiva (harta) tetap. Biaya ini dikeluarkan untuk mengoperasikan perusahaan atau sebagai

tempat atau alat untuk melakukan kegiatan, seperti pembelian tanah, pendirian bangunan atau gedung, pembelian mesin-mesin, dan peralatan kantor. Di samping itu, modal juga diperlukan untuk membiayai operasi usaha pada saat bisnis tersebut dijalankan. Jenis biaya ini misalnya biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya lainnya. Besarnya modal yang diperlukan tergantung dari jenis usaha yang akan digarap.

Menilai kebutuhan usaha dilakukan sebelum usaha tersebut dijalankan, sehingga dapat diperhitungkan berapa kekurangan dana yang masih diperlukan dan mencari sumber dana lainnya. Sementara itu, kebutuhan modal untuk tenaga kerja perusahaan disesuaikan dengan kebutuhan dan persyaratan yang telah ditetapkan. Kebutuhan akan tenaga kerja yang dipilih diperoleh dari penarikan pegawai melalui iklan baik melalui surat kabar, kenalan, dll. Tenaga kerja yang dipilih merupakan tenaga ahli agar usaha dapat berjalan secara maksimal.

B. Macam-macam Modal Usaha

Modal usaha terdiri atas dua jenis, yaitu :

1. Modal investasi; dan
2. Modal kerja.

Modal investasi dan modal kerja memiliki perbedaan baik dari segi penggunaan maupun jangka waktu. Modal investasi digunakan untuk jangka panjang dan dapat digunakan berulang-ulang. Biasanya umurnya lebih dari satu tahun dan dipergunakan untuk membeli aktiva tetap seperti tanah, bangunan, mobil operasional, mesin-mesin, peralatan dan aktiva tetap lainnya. Sementara modal kerja digunakan

untuk jangka pendek dan beberapa kali pakai dalam satu proses produksi. Jangka waktu modal kerja biasanya tidak lebih dari satu tahun dan dipergunakan untuk membiayai kegiatan operasional usaha seperti biaya bahan baku, biaya listrik, biaya air, biaya telpon, gaji dan upah pegawai, dll.

Modal kerja bisa berasal dari modal sendiri maupun modal pinjaman atau bisa keduanya. Modal pinjaman bisa diperoleh melalui pinjaman bank (hanya untuk usaha yang sudah berjalan) Biasanya dunia perbankan dapat membiayai modal investasi dan modal kerja baik secara bersamaan maupun sendiri-sendiri (tergantung kebutuhan dan permintaan nasabah). Pemberi pinjaman modal kerja berharap bahwa modal ini dapat memproduksi arus kas yang lebih tinggi guna memastikan pembayaran kembali pada akhir siklus produksi atau penjualan.

Modal kerja (*working capital*) merepresentasikan dana-dana temporer perusahaan, modal tersebut digunakan untuk mendukung operasi normal perusahaan dalam jangka pendek. Akuntan menyebutkan modal kerja sebagai aset lancar dikurangi kewajiban lancar. Kebutuhan akan modal kerja meningkat dikarenakan adanya ketidakseimbangan dalam arus kas masuk dan keluar dari usaha akibat fluktuasi musiman yang biasa terjadi. Penjualan kredit, penjualan musiman, atau perubahan permintaan yang tidak dapat diramalkan akan menciptakan fluktuasi dalam arus kas perusahaan kecil.

Sedangkan menurut Leonardus (2014) ada tambahan jenis-jenis modal yaitu :

1. Modal Tetap (*Fixed Capital*)

Modal tetap adalah modal yang diperlukan untuk membeli aset tetap atau permanen, seperti bangunan,

tanah, computer, dan perlengkapan. Uang yang diinvestasikan dalam aset tetap ini sifatnya cenderung beku karena tidak dapat digunakan untuk tujuan lain. Biasanya diperlukan sejumlah besar uang untuk membeli aset tetap, dan kredit pun biasanya diberikan dalam jangka panjang. Pemberi pinjaman modal tetap berharap aset yang telah dibeli digunakan untuk memperbaiki efisiensi dan juga meningkatkan profitabilitas perusahaan, selain juga untuk menciptakan perbaikan arus kas yang pada gilirannya akan menjamin pembayaran kembali.

2. Modal pertumbuhan (*growth capital*)

Modal pertumbuhan tidak seperti modal kerja, tidak berkaitan dengan fluktuasi musiman dari perusahaan kecil. Sebaliknya, kebutuhan akan modal pertumbuhan muncul manakala perusahaan yang telah berjalan mulai melakukan perluasan atau mengubah arah utamanya. Misalnya sebuah perusahaan manufaktur kecil pembuat *chip* silikon computer melihat perusahaannya meroket dalam waktu singkat. Dengan pemesanan *chip* yang terus berdatangan, perusahaan yang tengah berkembang tersebut memerlukan suntikan dana yang cukup besar untuk meningkatkan ukuran pabriknya, memperluas angkatan kerja penjualan dan produksinya, dan membeli lebih banyak peralatan. Selama waktu-waktu perluasan yang cepat ini, kebutuhan modal perusahaan yang sedang tumbuh menjadi sama dengan kebutuhan modal perusahaan yang baru mulai. Seperti halnya pemberi pinjaman modal tetap, pemberi pinjaman modal pertumbuhan berharap dana tersebut digunakan untuk

memperbaiki profitabilitas dan posisi arus kas perusahaan, sehingga menjamin pembayaran kembali.

C. Sumber-sumber Modal

Kebutuhan modal, baik modal investasi maupun modal dapat dicari dari berbagai sumber dana yang ada, yaitu modal sendiri atau modal pinjaman (modal asing. Modal sendiri adalah modal dari pemilik usaha sedangkan modal asing adalah modal yang berasal dari luar perusahaan.

Penggunaan modal tergantung kepada maksud dan tujuan usaha tersebut. Pertimbangan lainnya yaitu jangka waktu pengembalian yang dibutuhkan apakah jangka Pendek atau jangka panjang. Selain itu, jumlah atau nilai modal yang diinginkan perusahaan juga menjadi pertimbangan khusus. Pertimbangan yang paling utama yaitu faktor besarnya biaya yang harus dikeluarkan. Hal ini penting karena merupakan komponen biaya yang harus dikeluarkan.

Dalam membiayai suatu usaha bisa mempergunakan gabungan antara modal sendiri dan modal pinjaman. Semua itu tergantung dari jumlah modal yang dibutuhkan dan kebijakan dari pemilik usaha. Untuk pendirian awal usaha biasanya perusahaan lebih mengutamakan penggunaan modal sendiri, hal ini dilakukan karena untuk memperoleh pinjaman biasanya hanya pada usaha yang sudah berjalan. Sehingga akan mengalami kesulitan dalam memperoleh modal pinjaman.

Beberapa pertimbangan yang perlu diperhatikan apabila ingin memperoleh suatu modal adalah sebagai berikut (Kasmir, 2014: 94) :

1. Tujuan perusahaan

Perusahaan perlu mempertimbangkan tujuan penggunaan pinjaman tersebut, apakah untuk modal investasi atau modal kerja, apakah sebagai modal utama atau hanya sekadar modal tambahan, apakah untuk kebutuhan yang mendesak atau tidak

2. Masa pengembalian modal

Dalam jangka waktu tertentu pinjaman tersebut harus dikembalikan ke kreditor (bank). Bagi perusahaan jangka waktu pengembalian investasi perlu dipertimbangkan, sehingga juga tidak menjadi beban perusahaan dan tidak mengganggu *cash flow* perusahaan. Sebaiknya jangka waktu pinjaman disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan.

3. Biaya yang dikeluarkan

Faktor biaya yang harus dikeluarkan harus dipertimbangkan secara matang, misalnya biaya bunga, biaya administrasi, dan komisi, atau biaya lainnya. Hal ini penting karena biaya merupakan komponen produksi yang akan menjadi beban perusahaan dalam menentukan harga jual dan laba. Besarnya tingkat suku bunga dan biaya lain yang dibebankan bank atau lembaga keuangan kepada nasabah berbeda-beda antara satu dengan lainnya.

Sebaiknya dipilih bank yang mampu memberikan biaya (bunga dan biaya lainnya) yang paling rendah (kompetitif bagi perusahaan). Sekali lagi besarnya biaya yang dibebankan akan berakibat pada meningkatnya biaya operasi dan pada akhirnya dapat mengurangi keuntungan.

4. Estimasi Keuntungan

Besarnya keuntungan yang akan diperoleh pada masa-masa yang akan datang perlu menjadi pertimbangan. Estimasi keuntungan diperoleh dari selisih pendapatan dengan biaya dalam suatu periode tertentu. Besar kecilnya sangat berperan dalam pengembalian dana suatu usaha. Oleh karena itu, perlu dibuatkan estimasi pendapatan dan biaya sebelum memperoleh pinjaman modal.

Estimasi pendapatan yang akan diperoleh di masa yang akan datang perlu diperhitungkan secara teliti dan cermat dengan membandingkan data dan informasi yang ada sebelumnya. Estimasi biaya-biaya yang akan dikeluarkan selama periode tertentu, termasuk jenis-jenis biaya yang akan dikeluarkan pun perlu dibuat serinci mungkin. Pengertian masing-masing modal dapat dilihat dari sumber asalnya dapat diuraikan sebagai berikut.

a. Modal sendiri

Modal sendiri adalah modal yang sepenuhnya dimiliki oleh pemilik perusahaan. Menurut Kasmir (2012) modal sendiri adalah modal yang diperoleh dari pemilik Perusahaan dengan cara mengeluarkan saham. Saham yang dikeluarkan perusahaan bisa berbentuk saham tertutup ataupun saham terbuka. Dalam menggunakan modal sendiri biasanya usaha yang dilakukan relative kecil, hal ini disebabkan keterbatasan modal yang digunakan sehingga sulit untuk membuka usaha dengan skala besar sekaligus. Namun, menggunakan modal sendiri memiliki keuntungan seperti tidak adanya beban untuk pengembalian utang maupun bunga pinjaman.

Bagi perusahaan yang sudah atau sedang berjalan, modal selain berupa saham dapat juga diambil dari cadangan laba atau laba yang belum dibagi. Namun, modal ini tidak dapat digunakan untuk jangka panjang karena hanya bisa dipakai untuk sementara waktu guna menambah sumber modal. Untuk usaha tertentu seperti yayasan dapat menggunakan modal sumbangan atau hibah dari pihak lainnya.

Adapun menurut Leonardus (2014) modal sendiri (ekuitas) merupakan investasi pribadi dari seorang pemilik (atau beberapa pemilik) dalam suatu perusahaan dan kadang-kadang juga disebut modal risiko karena para investor ini menanggung risiko terbesar akan kehilangan dana mereka jika perusahaan tersebut gagal.

Modal ekuitas dapat diperoleh dari tabungan individu, teman atau saudara, investor perorangan lain, perusahaan-perusahaan besar, perusahaan modal ventura, dan penjualan saham. Bagi wirausahawan, keuntungan utama dari modal ekuitas adalah modal ini tidak harus dibayar kembali seperti pada pinjaman. Investor ekuitas berhak mendapatkan bagian dari keuntungan perusahaan (jika ada) dan biasanya memiliki suara berkaitan dengan masa depan perusahaan.

Sedangkan kelemahan utama dari modal ekuitas adalah bahwa wirausahawan tersebut harus memberikan beberapa bahkan sebagian besar dari kepemilikannya dalam perusahaan kepada orang-orang luar.

b. Modal Asing (Pinjaman)

Menurut Kasmir (2012) modal asing atau modal pinjaman adalah modal yang diperoleh dari pihak luar perusahaan dan biasanya diperoleh dari pinjaman. Sumber dana pinjaman ini bisa berasal dari Lembaga keuangan formal dan pinjaman lembaga informal (Safanah, 2018-68). Penggunaan modal pinjaman untuk membiayai suatu usaha akan menimbulkan beban biaya bunga, biaya administrasi, serta biaya provisi dan komisi bunga, yang besarnya relatif. Selain itu dengan digunakannya modal pinjaman, maka mewajibkan pengembalian pinjaman pada jangka waktu tertentu.

Kelebihan dari modal pinjaman ini adalah dapat membuat usaha dengan skala yang lebih besar karena modal yang digunakan jumlahnya tidak terbatas sehingga motivasi bekerja juga semakin tinggi dan bersungguh-sungguh. Sedangkan kelemahan dari penggunaan modal pinjaman ini adalah beban pikiran yang ditimbulkan karena harus membayar kewajiban pengembalian pinjaman dalam jangka waktu tertentu. Apabila tidak dilakukan pembayaran maka debitur akan terkena masalah seperti harus membayar biaya denda yang akan diakumulasikan setiap keterlambatannya.

Menurut Leonardus (2014) modal pinjaman adalah perolehan biaya yang didapatkan oleh pemilik perusahaan kecil dengan cara meminjam dana serta harus dikembalikan pada waktu tertentu beserta bunganya. Jumlah pemberi pinjaman modal lebih banyak dari investor, namun pinjaman untuk

perusahaan kecil lebih sulit untuk diperoleh walaupun modal pinjaman memungkinkan wirausahawan untuk mempertahankan kepemilikan bisnis mereka, hal tersebut dianggap sebagai kewajiban pada neraca dan harus dibayarkan kembali dengan bunga dimasa yang akan datang. Selain itu, karena menganggap perusahaan kecil memiliki risiko yang lebih besar, maka pemberi pinjaman menerapkan tingkat suku bunga yang lebih tinggi. Sumber dana dari modal asing dapat diperoleh dari (Kasmir, 2014: 96)

- 1) Pinjaman dari dunia perbankan, baik dari perbankan swasta, pemerintah, maupun perbankan asing;
- 2) Pinjaman dari lembaga keuangan seperti perusahaan pegadaian, modal ventura, asuransi, leasing, dana pensiun, koperasi atau lembaga pembiayaan lainnya;
- 3) Pinjaman dari perusahaan non keuangan

D. Kelebihan dan Kekurangan suatu Modal

Menurut Kasmir (2012) baik modal sendiri maupun modal pinjaman masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan. Kelebihan dan kekurangan masing-masing modal adalah sebagai berikut.

1. Kelebihan modal sendiri :
 - a. Tidak ada biaya seperti biaya bunga atau biaya administrasi sehingga tidak menjadi beban perusahaan.
 - b. Tidak tergantung kepada pihak lain, artinya perolehan dana diperoleh dari setoran pemilik modal.

- c. Tanpa memerlukan persyaratan yang rumit dan mesrakan waktu yang relatif lama.
 - d. Tidak ada keharusan pengembalian modal, artinya modal yang ditanamkan pemilik akan terunam lama dan tidak ada masalah seandainya pemilik modal mau mengalihkan ke pihak lain,
2. Kekurangan modal sendiri
- a. Jumlahnya terbatas, artinya untuk memperoleh dalam jumlah tertentu sangat tergantung dari pemilik dan jumlahnya relatif terbatas.
 - b. Perolehan dari modal sendiri dalam jumlah tertentu dari calon pemilik baru (calon pemegang saham baru) relatif lebih sulit karena mereka akan mempertimbangkan kaneria dan prospek usahanya.
 - c. Kurang motivasi, artinya pemilik usaha yang menggunakan modal sendiri motivasi usahanya lebih rendah dibandingkan dengan menggunakan modal asing.
3. Kelebihan modal pinjaman
- a. Jumlahnya tidak terbatas, artinya perusahaan dapat mengajukan modal pinjaman ke berbagai sumber, selama dana yang diajukan perusahaan layak, perolehan dana tidak terlalu sulit. Banyak pihak berusaha menawarkan dana ke perusahaan yang dinilai memiliki prospek cerah
 - b. Motivasi usaha tinggi. Hal ini merupakan kebalikan dari menggunakan modal sendiri. Jika menggunakan modal asing, motivasi pemilik untuk memajukan usaha tinggi, ini disebabkan adanya beban bagi

perusahaan untuk mengembalikan pinjaman. Selain itu, perusahaan juga menjaga image dan kepercayaan perusahaan yang memberi pinjaman agar tidak tercemar.

4. Kekurangan modal pinjaman
 - a. Dikenakan berbagai biaya seperti bunga dan biaya administrasi. Pinjaman yang diperoleh dari lembaga lain sudah pasti disertai berbagai kewajiban untuk membayar jasa seperti bunga, biaya administrasi, biaya komisi, dan provisi, materai dan asuransi.
 - b. Harus dikembalikan. Modal Asing wajib dikembalikan dalam jangka waktu yang telah disepakati. Hal ini bagi perusahaan yang sedang mengalami likuiditas merupakan beban yang harus ditanggung.
 - c. Beban moral. Perusahaan yang mengalami kegagalan masalah yang mengakibatkan kerugian berdampak akan terhadap pinjaman sehingga akan menjadi beban moral atas utang yang belum atau akan dibayar.

5. Kelebihan modal campuran

Dapat mengatur komposisi modal yang diperlukan secara seimbang. Artinya, persentase modal pinjaman disesuaikan dengan kebutuhan atas kekurangan modal sendiri.

BAB V

BANK DAN LEMBAGA KEUANGAN BUKAN BANK

A. Pengertian Bank

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Sejarah mencatat mulai dikenalnya kegiatan perbankan adalah pada zaman kerajaan tempo dulu di daratan Eropa. Melalui Negara-negara jajahannya seperti Asia, Afrika dan Amerika bangsa Eropa berhasil mengenalkan perbankan di Negara-negara tersebut.

Usaha perbankan itu sendiri baru di mulai dari zaman Babylonia kira – kira tahun 2000 SM. Kemudian dilanjutkan ke zaman Yunani Kuno dan Romawi. Namun pada saat itu tugas utama bank hanyalah sebagai tempat tukar menukar uang. Seiring dengan perkembangan perdagangan semula hanya di daratan Eropa akhirnya menyebar ke Asia Barat, dan akhirnya ke seluruh penjuru dunia.

Menurut UU RI nomor 10 tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan Bank adalah *”badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.”*

Beberapa kegiatan yang dilakukan oleh Bank adalah sebagai berikut :

1. Menghimpun Dana (*Funding*)
Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan. Baik itu dalam bentuk simpanan tabungan, simpanan giro maupun simpanan deposito.
2. Menyalurkan Dana (*Landing*)
Menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk memberikan pinjaman (kredit) kepada masyarakat.
3. Memberikan Jasa-jasa bank lainnya (*Services*)
Jasa-jasa yang diberikan bank selain simpanan dan pemberian kredit antara lain pengiriman uang, penagihan surat-surat berharga, *letter of credit*, *safe deposit box*, dan jasa lainnya.

Fungsi utama perbankan Indonesia adalah sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat. Dalam menjalankan tugasnya, bank harus memperhatikan hal-hal berikut.

1. *Rentabilitas*, yaitu kemampuan bank untuk memperoleh keuntungan.
2. *Likuiditas*, yaitu kemampuan bank untuk melunasi kewajiban pada saat jatuh tempo.
3. *Solvabilitas*, yaitu kemampuan bank untuk memenuhi seluruh kewajibannya saat bank tersebut bubar (dilikuidasi).

B. Jenis-jenis Bank

Secara umum bank dapat dibagi menjadi :

1. Bank Sentral

Bank sentral adalah bank yang memiliki tugas menetapkan kebijakan moneter yang juga terkait dengan kestabilan nilai mata uang baik itu terhadap barang dan jasa maupun terhadap mata uang negara lain, menjaga dan mengatur kelancaran sistem pembayaran, serta mengatur dan mengawasi bank lainnya. Bank sentral yang ada di Indonesia bernama Bank Indonesia, yaitu lembaga Negara yang independen, bebas dari campur tangan pemerintah, dan berkedudukan di ibukota. Tujuan Bank Indonesia adalah untuk mencapai dan memelihara kestabilan rupiah.

Adapun tugas bank sentral antara lain sebagai berikut.

- a. Menetapkan dan melaksanakan kebijakan moneter.
- b. Mengatur dan menjaga kelancaran sistem pembayaran.
- c. Mengatur dan mengawasi bank.
- d. Sebagai penyedia dana terakhir bagi bank umum dalam bentuk Bantuan Likuiditas Bank Indonesia (BLBI).

2. Bank Umum

Bank umum adalah bank yang melayani seluruh lapisan masyarakat, kegiatannya meliputi menyimpan dana dari masyarakat, menyalurkan dana, dan aktivitas jasa bank lainnya. Secara umum kegiatan bank umum bisa dilakukan secara konvensional maupun berdasarkan prinsip syariah (Sihombing, Siagian, 2021). Kegiatan usaha bank umum antara lain:

- a. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa giro, deposito berjangka, sertifikat deposito, tabungan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu;
- b. Memberikan kredit;
- c. Menerbitkan surat pengakuan utang;
- d. Membeli, menjual, atau menjamin atas risiko sendiri maupun untuk kepentingan dan atas perintah nasabahnya.
- e. Kegiatan-kegiatan lain yang lazim dilakukan bank sepanjang tidak bertentangan dengan undang-undang dan peraturan yang berlaku.

Kegiatan usaha yang tidak boleh dilakukan oleh bank umum antara lain :

- a. Melakukan penyertaan modal, kecuali dalam hal tertentu seperti yang diatur dalam undang-undang.
- b. Melakukan usaha perasuransian.
- c. Melakukan usaha lain seperti yang diatur dalam undang-undang.

3. Bank Perkreditan Rakyat (BPR)

BPR adalah bank yang tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran karena BPR dilarang menerima simpanan giro, kegiatan valas, dan asuransi. Kegiatan yang boleh dilakukan BPR antara lain : menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa deposito berjangka, tabungan, dan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu; memberikan kredit; dan Menempatkan dananya dalam bentuk Sertifikat Bank

Indonesia (SBI), deposito berjangka, sertifikat deposito, dan atau tabungan pada bank lain.

4. Bank Syariah

Bank syariah adalah bank yang melakukan kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah. Bank syariah memiliki beberapa prinsip dalam mengoperasikan kegiatannya.

Berikut ini prinsip-prinsip dari bank syariah :

- a. Wadi'ah, perjanjian antara pemilik barang dengan menyimpan dimana pihak penyimpan bersedia untuk menyimpan dan menjaga keselamatan barang yang dititipkan kepadanya.
- b. Mudharabah, perjanjian antara pemilik modal dengan pengusaha.
- c. Musyarakah, perjanjian kerja sama antara dua pihak atau lebih pemilik modal membiayai suatu usaha.
- d. Murabahah, persetujuan jual beli suatu barang dengan harga sebesar harga pokok ditambah keuntungan yang disepakati bersama. Persetujuan tersebut juga meliputi cara pembayaran sekaligus.

Manfaat Bank Syariah adalah sebagai berikut :

- a. Saling membantu diantara masyarakat demi kebaikan.
- b. Menghindari adanya dana menganggur.
- c. Tidak ada unsur riba.
- d. Investasi yang dilakukan adalah halal bagi masyarakat.
- e. Menggunakan sistem bagi hasil, sehingga jika mendapat keuntungan banyak maka kewajibannya harus besar, tetapi jika keuntungannya kecil, maka kewajibannya juga kecil.

Ditinjau dari segi kepemilikannya bank dapat dibagi menjadi sebagai berikut :

1. Bank milik pemerintah
Bank milik pemerintah merupakan bank yang akta pendirian maupun modal sepenuhnya dimiliki pemerintah, sehingga keuntungan sepenuhnya dimiliki pemerintah pula. Contoh bank milik pemerintah adalah Bank Mandiri, Bank Negara Indonesia (BNI), Bank Rakyat Indonesia (BRI), Bank Tabungan Negara (BTN).
2. Bank milik swasta nasional
Bank milik swasta nasional merupakan bank yang seluruh atau sebagian besar sahamnya dimiliki oleh swasta nasional, sehingga keuntungannya menjadi milik swasta pula. Contoh bank milik swasta nasional antara lain Bank Central Asia (BCA), Bank Lippo, Bank Mega, Bank Danamon, Bank Permata, Bank Mayapada.
3. Bank milik koperasi
Bank milik koperasi merupakan bank yang kepemilikan saham-sahamnya oleh perusahaan yang berbadan hukum koperasi. Contoh bank milik koperasi adalah Bank Umum Koperasi Indonesia (Bukopin).
4. Bank milik swasta asing
Bank milik swasta asing merupakan cabang dari bank yang ada di luar negeri, atau seluruh sahamnya dimiliki oleh pihak asing (luar negeri). Contohnya Bank of America.
5. Bank milik campuran
Bank milik campuran adalah bank yang kepemilikannya bercampur antara pihak asing dan pihak swasta nasional. Contohnya Bank Commonwealth

Jenis-jenis Bank dilihat dari statusnya adalah sebagai berikut :

1. Bank Devisa

Adalah bank yang dapat melaksanakan transaksi ke luar negeri atau yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan. Persyaratan untuk menjadi bank devisa ini ditentukan oleh Bank Indonesia.

2. Bank Non-Devisa

Adalah bank yang belum mempunyai izin untuk melakukan kegiatan transaksi layaknya bank devisa. Jadi, bank non-devisa hanya melakukan kegiatan transaksi hanya dalam batas-batas wilayah negara yang terbatas.

Jenis-jenis Bank berdasarkan kegiatan operasionalnya dapat digolongkan sebagai berikut :

1. Bank Konvensional

Bank konvensional memperoleh keuntungan dengan cara menetapkan bunga sebagai harga, baik untuk simpanan tabungan, giro maupun deposito. Harga yang dibayarkan tergantung besaran tingkat suku bunga yang berlaku.

2. Bank Syariah

Bank syariah memperoleh keuntungan dengan sistem bagi hasil, tidak seperti bank konvensional dengan menggunakan sistem bunga.

C. Pengertian Simpanan

Simpanan adalah dana yang berasal dari nasabah dan dititipkan untuk disimpan di bank dengan memperoleh imbalan balas jasa atas simpanan tersebut berupa bunga bagi bank konvensional dan bagi hasil bagi bank syariah dengan

besaran jumlah tergantung dari masing-masing bank. Baik bank konvensional maupun bank syariah memiliki bentuk-bentuk simpanan yang sama, perbedaannya hanya terletak pada sistem bunga pada bank konvensional dan sistem bagi hasil pada bank syariah. Berikut simpanan di Bank Konvensional dibagi menjadi beberapa macam, antara lain :

1. Simpanan Tabungan (*Save Deposit*)

Simpanan tabungan adalah dana yang berasal dari nasabah dan disimpan di bank yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat baik dengan melakukan penarikan langsung di bank melalui teller dengan menggunakan buku tabungan maupun melalui Anjungan Tunai Mandiri (ATM).

2. Simpanan giro (*Demand Deposit*)

Giro adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindah bukuan. Penarikan menggunakan cek merupakan surat perintah kepada bank untuk membayar sejumlah uang seperti yang tertera dalam cek kepada nama yang tertera dalam cek. Sedangkan menggunakan bilyet giro merupakan surat perintah kepada bank untuk memindahbukukan sejumlah uang seperti yang tertera dalam BG kepada nama atau nomor rekening pada tanggal yang diperintahkan. Bilyet Giro tidak dapat ditunaikan karena hanya dapat dilakukan pemindahbukuan.

3. Simpanan deposito (*Time Deposit*)

Simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu atau jatuh tempo. Jangka waktu

penarikan berdasarkan kesepakatan antara nasabah dengan pihak bank.

Sedangkan simpanan di Bank Syariah (Islam) dibagi menjadi 3, yaitu :

1. Rekening Tabungan
Simpanan ini sama dengan simpanan tabungan yang ada pada bank konvensional, namun perbedaannya terletak pada sistem bagi hasil yang diterapkan..
2. Rekening Giro Wadiah
Simpanan yang dijalankan berdasarkan akad wadiah yang telah disepakati antara nasabah dengan pihak bank.
3. Rekening Deposito
Simpanan dengan sistem bagi hasil yang dihitung dari rata-rata saldo perbulan, bentuk simpanan ini hanya dapat dilakukan pada jangka waktu tertentu atau jatuh tempo sesuai kesepakatan antara nasabah dengan pihak bank syariah.

D. Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB)

Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) adalah lembaga keuangan non bank yang melakukan kegiatan di bidang keuangan namun tidak boleh menerima dana dari masyarakat dalam bentuk giro, tabungan dan deposito. Tujuan didirikannya lembaga keuangan bukan bank adalah untuk mendorong pengembangan pasar uang dan pasar modal, serta membantu penyediaan modal bagi perusahaan terutama perusahaan yang mengalami kesulitan dana.

Adapun lembaga keuangan bukan bank yang ada di Indonesia saat ini antara lain :

1. Pasar Modal
Pasar modal adalah tempat bertemunya pihak yang kelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana dengan instrumen utamanya saham dan obligasi.
2. Koperasi Simpan Pinjam
Koperasi simpan pinjam melakukan kegiatannya dengan menghimpun dana dari para anggota kemudian menyalurkan dana tersebut kepada anggota koperasi yang memerlukan dana.
3. Pegadaian
Pegadaian memberikan pinjaman dana kepada masyarakat dengan persyaratan penyerahan barang jaminan.
4. Perusahaan Asuransi
Merupakan perusahaan yang bergerak dalam usaha pertanggungan. Asuransi adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih, dengan menerima premi asuransi, untuk memberikan penggantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin akan diderita tertanggung, yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti, atau untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungjawabkan.
5. Sewa Guna Usaha (*Leasing*)
Sewa guna usaha bergerak dibidang pembiayaan untuk keperluan barang-barang modal yang diinginkan oleh nasabah. Pihak leasing dapat membiayai keinginan

nasabah sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati oleh kedua belah pihak.

6. Modal Ventura

Pembiayaan oleh perusahaan-perusahaan yang usahanya mengandung risiko tinggi dengan keputusan yang telah dipertimbangkan sebelumnya tentunya. Perusahaan modal ventura adalah pemberian fasilitas berupa modal kerja dalam bentuk pinjaman dengan sistem bagi hasil dan jaminan tanggung jawab renteng secara terikat (Widowati, Budi Sulistyowati, 2018).

7. Dana Pensiun

Perusahaan yang kegiatannya mengelola dana pensiun suatu perusahaan pemberi kerja. Dengan memberikan program jasa pension para karyawan merasa aman terutama bagi mereka yang menganggap pada usia pensiun sudah tidak produktif lagi.

BAB VI

CARA MENGAJUKAN PINJAMAN

A. Pengertian Pinjaman

Pinjaman adalah peminjaman sejumlah uang oleh seseorang atau perusahaan kepada seseorang, perusahaan, bank maupun lembaga keuangan lainnya untuk suatu keperluan. Dalam melakukan pinjaman beberapa hal yang dipertimbangkan yaitu kepercayaan, kesepakatan, jangka waktu, risiko, dan balas jasa. Pinjaman bisa juga disebut kredit. Nasabah yang mengajukan kredit juga dikenakan persyaratan sesuai dengan ketentuan masing-masing pihak yang meminjamkan seperti bank maupun lembaga keuangan lainnya. Bank konvensional menyebut pinjaman dengan kata kredit, sedangkan dalam bank syariah pinjaman disebut pembiayaan. Sehingga bank syariah membiayai usaha nasabah berdasarkan prinsip-prinsip islam.

Beberapa hal yang berkaitan dengan pinjaman adalah sebagai berikut :

1. Syarat Pengajuan

Syarat pengajuan ini biasanya bervariasi, tergantung dengan kebutuhan pihak pemberi pinjaman. Beberapa hal umum yang harus dipersiapkan untuk mengajukan pinjaman antara lain, KTP yang masih berlaku, Kartu Keluarga, buku tabungan atau rekening Koran 3 bulan terakhir, dan dokumen jaminan lain yang diperlukan oleh pihak yang meminjamkan.

2. Jaminan Pinjaman

Tujuan diberlakukannya jaminan pinjaman adalah untuk mencegah terjadinya kredit macet di kemudian hari. Jaminan pinjaman ini akan menjadi hak penyedia kredit jika dikemudian hari sang peminjam tidak bisa melunasi pinjaman. Jaminan pinjaman bisa berupa rumah, kendaraan bermotor, tanah, dan harta lainnya.

3. Jumlah Pinjaman

Besar kecilnya jumlah pinjaman yang diberikan disesuaikan dengan kemampuan finansial atau jaminan pinjaman yang disertakan. Semakin lengkap dokumen persyaratan yang dipenuhi biasanya proses peminjaman akan semakin cepat pula disetujui.

4. Tingkat Suku Bunga

Dalam setiap angsuran pinjaman yang dibayarkan akan ada besaran beban bunga dengan jumlah tertentu. Tingkatan suku bunga yang berlaku bagi setiap lembaga pemberi kredit tidak selalu sama besarnya. Bunga merupakan balas jasa yang diterima oleh pihak pemberi pinjaman.

5. Jangka Waktu Pengembalian (Tempo)

Semakin lama jangka waktu pengembalian dana, maka semakin besar bunga yang turut menyertainya. Namun semakin cepat jangka waktu pengembalian pinjaman, maka jumlah angsuran yang dibayarkan akan semakin besar pula. Pilihlah jangka waktu pengembalian sesuai dengan kemampuan finansial si peminjam agar tidak memberatkan dikemudian hari.

6. Biaya Denda

Biaya denda akan dikenakan jika si peminjam tidak dapat melakukan pembayaran sesuai dengan jangka

waktu jatuh tempo yang telah ditentukan. Besaran biaya denda yang dibayarkan pada umumnya tertera pada kontrak perjanjian pinjaman.

B. Jenis-jenis Pinjaman

Pinjaman dibagi menjadi beberapa jenis antara lain:

1. Kredit investasi

Kredit yang diberikan kepada pengusaha yang telah melakukan investasi dengan jangka waktu yang menengah/panjang, biasanya lebih dari satu tahun. Kredit ini diperlukan untuk keperluan rehabilitasi, modernisasi, ekspansi, maupun relokasi proyek atau untuk mendirikan usaha baru.

2. Kredit modal kerja

Kredit yang digunakan sebagai modal usaha dengan jangka waktu pendek. Biasanya kredit ini digunakan untuk membiayai kegiatan operasional maupun produksi suatu usaha.

3. Kredit perdagangan

Kredit yang diberikan kepada para pedagang untuk memperlancar, memperluas atau memperbesar dagangannya dengan menambah jumlah barang maupun membuka cabang.

4. Kredit produktif

Kredit yang berupa investasi, modal kerja /perdagangan. Kredit produktif ini digunakan untuk membiayai kegiatan yang menghasilkan keuntungan.

5. Kredit konsumtif

Kredit yang digunakan untuk keperluan pribadi. Kredit ini tidak dipergunakan untuk mencari keuntungan, namun lebih kepada pemenuhan keperluan pribadi

debitur. Misalnya KPR, kredit mobil pribadi, kredit kendaraan pribadi.

6. Kredit profesi

Kredit yang diberikan kepada kalangan profesional seperti guru, dosen, polisi, dan tenaga profesional lainnya.

C. Pengertian Angsuran Pinjaman

Menurut Dendy Sugono (2008: 73) sistem angsuran merupakan suatu pembayaran atau pelunasan atas uang, barang atau jasa secara bertahap atau berkala dengan cara cicilan atau pembayaran sebagian dengan besar pembayaran dan jangka waktunya telah ditentukan sesuai kesepakatan kedua belah pihak yang membayar dan penerima pembayaran.

Angsuran pinjaman ialah pembayaran kredit dengan mengembalikan pinjaman pada periode yang telah disepakati dengan cara berangsur-angsur. Angsuran pinjaman terdiri dari jumlah pokok pinjaman dan bunga. Besarnya pokok pinjaman dihitung dari jumlah pinjaman dibagi jangka waktu pinjaman. Sementara besarnya bunga adalah persentase bunga dikalikan jumlah pinjaman dibagi per tahun. Selain itu juga ada biaya administrasi, provisi dan komisi yang besarnya dihitung dari jumlah kredit yang didapat dengan persentase tertentu dan hanya untuk satu kali akad kredit atau perjanjian kredit.

Untuk menghitung besarnya angsuran, pokok pinjaman dan bunga adalah sebagai berikut :

Angsuran = pokok pinjaman + bunga

Pokok pinjaman = jumlah pinjaman / jangka waktu pinjaman

$$\text{Bunga} = \% \text{ bunga} \times \text{jumlah pinjaman} \times 1 / 1 \text{ tahun}$$

Contoh kasusnya adalah sebagai berikut:

Perusahaan “A” meminjam uang untuk menambah modal usaha kepada bank sebesar Rp. 100.000.000,- dengan jangka waktu peminjaman 2 tahun. Saat itu berlaku suku bunga *plate rate* dengan tingkat suku bunga 3%. Maka besarnya angsuran yang harus dibayar oleh Perusahaan “A” setiap bulan adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Bunga} &= 3/100 \times \text{Rp. } 100.000.000,- \times 1 : 12 \\ \text{Bunga} &= \text{Rp. } 250.000,- \\ \text{Pokok Pinjaman} &= \text{Rp. } 100.000.000,- : 24 \\ \text{Pokok Pinjaman} &= \text{Rp. } 4.166.666,67 \\ \text{Angsuran} &= \text{Pokok Pinjaman} + \text{Bunga} \\ \text{Angsuran} &= \text{Rp. } 4.166.666,67 + \text{Rp. } 250.000,- \\ &= \text{Rp. } 4.416.666,67 \end{aligned}$$

D. Prosedur dan Syarat Pinjaman

Secara umum prosedur dan proses pengajuan kredit pada suatu bank antara lain:

1. Calon debitur mengajukan secara tertulis permohonan pengajuan kredit
2. Calon debitur melengkapi semua persyaratan yang telah ditetapkan oleh pihak bank
3. Pihak bank akan mempelajari permohonan dana apabila terdapat kekurangan persyaratan, calon debitur diminta untuk melengkapinya.
4. Apabila persyaratan yang diajukan sudah dianggap memenuhi, calon debitur dipanggil untuk diwawancarai

seputar kehendaknya, maksud dan tujuan memperoleh kredit.

5. Kemudian bank akan melakukan penelitian dokumen dan penelitian ke lapangan (*survey*).
6. Apabila hasil *survey* dengan persyaratan yang dilengkapi oleh calon debitur telah dirasa mencukupi maka pihak bank akan memanggil calon debitur untuk melakukan akad kredit.
7. Setelah akad kredit ditandatangani, bank akan menyetor uang tersebut ke rekening nasabah.

BAB VII

STRATEGI PEMASARAN

A. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu proses usaha untuk memudahkan barang dan jasa dari lokasi produsen sampai ke konsumen akhir. Sebagaimana kita ketahui bahwa produk ataupun jasa yang dihasilkan oleh perusahaan tidak mungkin dapat mencari sendiri pembeli ataupun peminatnya. Oleh karena itu, produsen dalam kegiatan pemasaran produk atau jasanya harus membutuhkan sebagai pengguna barang dan jasa yang dihasilkan. Suatu produk tidak akan dibeli bahkan dikenal apabila konsumen tidak mengetahui kegunaannya, keunggulannya, dimana produk dapat diperoleh dan berapa harganya. Untuk itulah konsumen yang menjadi sasaran produk atau jasa perusahaan perlu diberikan informasi yang jelas. Dan untuk memasarkan suatu barang juga sangat dibutuhkan Trik atau strategi pemasaran.

American Marketing Association 1960, mengartikan pemasaran sebagai berikut: Pemasaran adalah pelaksanaan dunia usaha yang mengarahkan arus barang-barang dan jasa-jasa dari produsen ke konsumen atau pihak pemakai. Sedangkan definisi lain, dikemukakan oleh Philip Kotler dalam bukunya *Marketing Management Analysis, Planning, and Control*, mengartikan pemasaran secara lebih luas, yaitu

Pemasaran adalah: Suatu proses sosial, dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan, dan mereka inginkan dengan menciptakan dan mempertahankan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya. Sedangkan Menurut W.J Stanton (2003), pemasaran merupakan keseluruhan aktivitas perdagangan yang meliputi penjualan, pembelian, pergudangan atau penyimpanan, dan promosi. Pergudangan mencakup kegiatan memelihara atau menjaga barang yang akan dijual tidak mengalami kerusakan atau turun kualitasnya sehingga benar-benar dapat memuaskan pembeli. Jika memungkinkan, dalam pergudangan diadakan pengolahan lebih lanjut dan pemeliharaan sehingga dapat meningkatkan potensi penjualan. Disini perlu ditetapkan aturan mengenai bagaimana barang yang dibutuhkan oleh bagian penjualan untuk segera dikirim ke pelanggan dapat berjalan lancar, hemat biaya, dan memuaskan pelanggan.

Pemasaran juga bisa diartikan sebagai tindakan yang menyebabkan berpindahnya hak milik atas barang dan jasa dari penjual kepada pembeli yang melalui kegiatan atas penyaluran barang tersebut. Tujuan akhir dari kegiatan pemasaran adalah memindahtangankan barang dari produsen kepada konsumen.

Di dalam pemasaran, untuk mencapai tujuan akhir diperlukan suatu cara agar tujuan ini tidak hanya satu kali berlangsung namun bisa berkelanjutan, cara inilah disebut dengan strategi pemasaran. Strategi pemasaran adalah alat untuk mencapai tujuan dan sasaran pemasaran agar perusahaan mampu merebut pelanggan. Strategi pemasaran harus konsisten dan layak

dilaksanakan oleh perusahaan guna mencapai sasaran pasar yang dituju (*target market*) dalam jangka panjang dan dalam situasi persaingan tertentu.

Dalam strategi pemasaran ini terdapat strategi acuan/bauran pemasaran (*marketing mix*), yang menetapkan komposisi terbaik dari keempat variabel pemasaran, untuk dapat mencapai sasaran pasar yang dituju sekaligus mencapai tujuan dan sasaran perusahaan.

Ada 5 konsep yang mendasari suatu strategi pemasaran, yaitu :

a. *Segmentasi pasar*

Merupakan dasar untuk mengetahui bahwa setiap pasar itu terdiri atas beberapa segmen yang berbeda-beda. Dalam setiap segmen terdapat pembeli-pembeli yang mempunyai :

- Kebutuhan yang berbeda-beda
- Pola pembelian yang berbeda-beda
- Tanggapan yang berbeda-beda terhadap berbagai macam penawaran

b. *Penentuan Posisi Pasar*

Perusahaan berusaha memilih pola konsentrasi pasar khusus yang dapat memberikan kesempatan maksimum untuk mencapai tujuan sebagai pelopor. Perusahaan baru dapat beroperasi setelah memperoleh posisi tertentu di pasar. Untuk mencapai posisi yang kuat perusahaan harus dapat memasuki segmen pasar yang menghasilkan penjualan serta tingkat laba paling besar.

c. *Strategi Memasuki Pasar*

Adalah menentukan bagaimana memasuki segmen pasar yang dituju. Perusahaan dapat menempuh beberapa cara untuk memasuki segmen pasar yang dituju, yaitu :

- Membeli perusahaan lain
- Berkembang sendiri
- Mengadakan kerjasama dengan perusahaan lain

Masalah-masalah yang harus diperhatikan dalam memilih cara memasuki pasar adalah :

1) *Membeli perusahaan lain*

- Perusahaan yang membeli tidak banyak mengetahui tentang pasar dari perusahaan yang dibeli
- Sangat menguntungkan untuk memasuki pasar dari perusahaan yang dibeli secepatnya

2) *Berkembang Sendiri*

- Memperoleh hak paten
- Skala produksi yang paling ekonomis
- Memperoleh saluran distribusi
- Menentukan *supplier* yang paling menguntungkan
- Biaya promosi yang mahal

3) *Kerjasama dengan perusahaan lain*

- Risiko ditanggung bersama-sama, jadi risiko masing-masing perusahaan menjadi berkurang

- Perusahaan dapat saling melengkapi atau menutupi kekurangan-kekurangan yang ada, karena mereka memiliki keahlian dan sumber sendiri-sendiri.

d. *Strategi Marketing Mix*

Marketing Mix adalah kombinasi dari empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan, yaitu : produk, struktur harga, kegiatan promosi dan sistem distribusi. Variabel-variabel marketing mix ini dapat dipakai sebagai dasar untuk mengambil suatu strategi dalam usaha mendapatkan posisi yang kuat di pasar.

e. *Strategi Penentuan Waktu*

Perusahaan dapat mengalami kegagalan dalam mencapai tujuan apabila bergerak terlalu cepat atau terlalu lambat. Oleh karena itu masalah penentuan waktu yang tepat sangat penting bagi perusahaan untuk melaksanakan program pemasarannya.

Dalam strategi pemasaran ini terdapat strategi acuan/bauran pemasaran (*marketing mix*), yang menetapkan komposisi terbaik dari keempat variabel pemasaran, untuk dapat mencapai sasaran pasar yang dituju sekaligus mencapai tujuan dan sasaran perusahaan.

Keempat variabel strategi acuan/baur pemasaran tersebut adalah:

a. Strategi Produk (*product*)

Untuk mempertahankan dan meningkatkan penjualan perusahaan perlu mengadakan penyempurnaan usaha dan perubahan produk yang dihasilkan kearah yang lebih baik, sehingga dapat memberikan daya guna dan daya pemuas serta daya tarik yang lebih besar. Strateginya adalah menetapkan cara dan penyediaan produk yang tepat bagi pasar yang dituju, sehingga dapat memuaskan para konsumennya dan sekaligus dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang sebab dengan kepuasan yang dirasakan konsumen maka konsumen akan selalu menggunakan barang atau jasa tersebut.

Dalam strategi marketing mix, strategi produk merupakan unsur yang paling penting karena dapat mempengaruhi strategi pemasaran lain. Strategi produk merupakan hal yang pertama kali terlihat oleh konsumen, jadi sedemikian rupa produsen harus berusaha keras untuk menarik hati konsumen pada tahapan ini terlebih dahulu. Strategi produk yang dapat dilakukan mencakup keputusan tentang acuan/bauran produk (*Product Mix*), merk dagang (*Brand*), cara pembungkusan atau kemasan produk (*Product Packaging*), tingkat mutu/kualitas dari produk dan pelayanan (*services*) yang diberikan.

Tujuan utama strategi produk adalah untuk dapat mencapai sasaran pasar yang dituju dengan meningkatkan kemampuan bersaing atau mengatasi

persaingan. Sebagai contoh keripik singkong yang dijual oleh perusahaan-perusahaan ternama dengan merek seperti Kusuka dan Qtela memiliki harga yang jauh lebih tinggi daripada keripik singkong yang dijual oleh pedagang kaki lima. Mengapa hal ini bisa terjadi? Hal ini salah satunya didukung oleh kemasan yang menarik dari produk tersebut, ada kemasan yang besar sampai yang paling kecil sehingga untuk memakannya bisa digunakan sesuai kebutuhan.

Pada hakikatnya, seseorang membeli produk bukan karena fisik produk itu semata-mata tapi karena manfaat yang ditimbulkan dari produk yang dibelinya. Pada dasarnya, produk yang dibeli konsumen itu dapat dibedakan atas tiga tingkatan, yaitu:

- 1) Produk inti (*Core Product*), merupakan inti yang sesungguhnya dari produk yang ingin diperoleh oleh seorang pembeli (konsumen) dari produk tersebut. Contohnya : banyak sekali produk *handphone* , mereka bersaing dari segi harga; kualitas; bentuk; dll. Namun konsumen akan mencari *handphone* sesuai dengan kebutuhan inti mereka. Misalnya bisa digunakan untuk internet, bisa digunakan saat keperluan rapat dll sehingga meskipun tampilan luar tidak begitu menarik namun fitur yang diberikan produk tersebut sesuai kebutuhan maka konsumen tetap akan memilihnya.
- 2) Produk formal (*Formal Product*), merupakan bentuk, model, kualitas/mutu, merek dan kemasan yang

menyertai produk tersebut. Seperti ketika konsumen ingin membeli baju, tentunya baju yang dicari bentuknya bagus; warnanya menarik hati konsumen; serta tidak mudah sobek.

- 3) Produk tambahan (*augmented product*), merupakan tambahan produk formal dengan berbagai jasa yang menyertainya, seperti pemasangan (instalasi), pelayanan, pemeliharaan dan pengangkutan secara cuma-cuma. Misalnya ketika konsumen ingin membeli lemari, maka pilihan konsumen kepada toko yang menjual lemari dengan harga barang sudah termasuk biaya pengiriman.

b. Strategi Harga (*price*)

Harga merupakan satu-satunya unsur marketing mix yang menghasilkan penerimaan penjualan. Dalam menentukan harga jual atau harga beli pihak perusahaan harus berhati-hati. Sebab, kesalahan dalam penentuan harga akan menyebabkan kerugian bagi perusahaan. Dalam menentukan harga harus dipertimbangkan berbagai hal, misalnya tujuan penentuan harga tersebut, hal ini disebabkan dengan diketahuinya tujuan penentuan harga tersebut menjadi mudah. Sedangkan tujuan penentuan harga secara umum adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk bertahan hidup. Apabila harga yang ditetapkan terlalu rendah dari harga pasar maka akan menyebabkan perusahaan merugi sehingga kelangsungan hidup usaha akan terhambat. Begitu pula jika harga yang ditetapkan terlalu tinggi dari harga pasar maka akan menyebabkan konsumen

beralih kelain hati, produk menjadi tidak laku dipasaran dan hal ini pun akan menyebabkan perusahaan merugi bahkan bangkrut.

- 2) Untuk memaksimalkan laba. Jika harga yang ditetapkan produsen mampu bersaing di pasaran maka laba yang diperoleh juga akan maksimal.
- 3) Untuk memperbesar market share atau pangsa pasar. Jika harga sudah mampu bersaing maka pangsa pasar juga bisa diperluas dengan menjaga kepercayaan konsumen. Salah satu tolak ukur konsumen terhadap suatu barang adalah harga yang konsisten.
- 4) Mutu produk. Semakin baik mutu suatu produk maka harga yang ditetapkan juga semakin tinggi, hal ini tentu tidak menjadi masalah bagi konsumen yang mengutamakan kualitas diatas segalanya.
- 5) Karena pesaing. Harga yang ditetapkan tentunya mampu bersaing di pasar.

Faktor-faktor yang mempengaruhi harga:

- 1) Kebutuhan dana
- 2) Persaingan
- 3) Kebijakan pemerintah
- 4) Target laba yang diinginkan
- 5) Jangka waktu
- 6) Kualitas jaminan
- 7) Reputasi perusahaan
- 8) Produk yang kompetitif
- 9) Hubungan baik

Menurut Kotler dan Amstrong (2016:349) terdapat beberapa strategi harga sebagai berikut :

1) *Market Skimming Pricing* (Penetapan harga pemerahan)

Yaitu harga awal produk yang ditetapkan setinggi-tingginya dengan tujuan produk atau jasa memiliki kualitas tinggi. Penetapan harga pemerahan pasar dapat diterapkan dalam kondisi berikut :

- a) Kualitas produk dan citra harus mendukung harga yang lebih tinggi dan harus ada cukup pembeli yang menginginkan produk pada harga tersebut.
- b) Biaya satuan memproduksi volume kecil tidak begitu tinggi hingga menghilangkan keuntungan.
- c) Pesaing tidak dapat memasuki pasar dengan mudah dan melemahkan harga tinggi.

2) *Market penetration pricing* (harga pangsa pasar)

Yaitu menetapkan harga serendah mungkin dengan tujuan untuk menguasai pasar. Beberapa kondisi yang harus dipenuhi untuk strategi harga rendah ini agar bekerja, antara lain :

- a) Pasar harus sangat sensitive terhadap harga sehingga harga yang rendah menghasilkan pertumbuhan pasar yang lebih.
- b) Biaya produksi dan distribusi harus menurun untuk meningkatkan volume penjualan.
- c) Harga yang lebih rendah harus membantu menjaga persaingan diluar dan harga penetrasi harus mempertahankan posisi harga rendah.

Jika tidak, keuntungan harga yang didapat hanya sementara.

c. Strategi penyaluran/distribusi (*Place*)

Dalam usaha untuk mencapai tujuan dan sasaran perusahaan dibidang pemasaran, setiap perusahaan melakukan kegiatan penyaluran. Penyaluran merupakan kegiatan penyampaian produk ke tangan konsumen atau si pemakai pada waktu yang tepat. Yang dimaksud dengan saluran distribusi adalah lembaga-lembaga yang memasarkan produk berupa barang atau jasa dari produsen sampai ke konsumen. Bentuk pola saluran distribusi dapat dibedakan menjadi:

1) Saluran langsung:

Produsen → konsumen

2) Saluran tidak langsung:

- Produsen → Pengecer → Konsumen

- Produsen → Pedagang besar / menengah → Pengecer → Konsumen

- Produsen → Pedagang besar → Pedagang menengah → Pengecer → Konsumen

d. Strategi promosi

Promosi merupakan salah satu konsep dari Marketing Mix. Promosi lebih kepada menawarkan access/channel kepada pembeli. Promosi adalah bentuk penyampaian informasi mengenai produk kepada pembeli/konsumen dengan begitu konsumen dapat mengetahui dengan baik kelebihan dari produk

yang ingin dibeli. Beberapa sarana promosi yang dapat digunakan antara lain :

1) Periklanan (*advertising*)

Iklan merupakan sarana yang seringkali digunakan oleh perusahaan untuk menginformasikan produknya kepada konsumen. Menurut Hedynata dan Radianto (2016: 89) iklan merupakan presentasi non personal berupa pengenalan ide, barang atau jasa melalui sponsor yang jelas melalui media cetak (koran dan majalah), media siaran (radio dan televisi), media jaringan (telepon, kabel, *satellite*, *wireless*), media elektronik (rekaman suara, rekaman video, CD-ROM, halaman *website*), dan media pameran (*billboard*, papan petunjuk, dan poster). Beberapa contoh iklan dapat dilakukan dengan berbagai media seperti *billboard* di jalan, brosur, spanduk, melalui koran dan majalah serta internet.

2) Promosi penjualan, yaitu suatu bentuk penyajian dan promosi dan gagasan, barang, atau jasa yang dibiayai oleh suatu sponsor tertentu. Promosi penjualan biasanya dilakukan dengan cara pemberian harga khusus, pemberian undian setiap beberapa kali pembelian, pemberian cinderamata dan bentuk-bentuk promosi penjualan lainnya.

3) Penjualan pribadi (*Personal Selling*), yaitu penyajian secara lisan atau tatap muka dalam suatu pembicaraan dengan seseorang atau lebih calon pembeli dengan tujuan agar dapat terealisasinya penjualan melalui hubungan pelanggan.

- 4) Publisitas, yaitu usaha untuk merangsang permintaan dari suatu produk secara massif seperti layanan masyarakat, berderma dan kegiatan sosial lainnya yang menyangkut nama baik perusahaan dan diliput oleh pers.

2. Memahami Perubahan Pasar

Dunia akan selalu mengalami perubahan, hal ini dikarenakan bumi berputar setiap waktu dan kehidupan manusia juga selalu berubah. Perputaran kehidupan mengakibatkan berbagai perubahan terhadap kondisi alam sekitarnya. Ada yang semakin baik dan ada pula yang semakin buruk, ada yang mati dan yang baru hidup, ada yang tua dan ada yang muda.

Kehidupan manusia dari waktu ke waktu selalu mengalami perubahan. Kelahiran, dewasa, dan kematian sudah menjadi rutinitas. Hal ini tentu saja mempengaruhi pola pikir manusia. Perkembangan manusia tidak lepas dari pengaruh kemajuan zaman dan teknologi yang begitu cepat, sehingga manusia mulai terarah menuju suatu proses yang namanya modern.

Produsen dan para penjual harus bisa menyesuaikan diri atas dampak kemajuan zaman ini, mereka harus berpikir keras agar tetap eksis di dunianya. Perubahan ini disebabkan oleh pesatnya pertumbuhan dan perkembangan teknologi, baik teknologi mesin maupun alat-alat berat, terlebih lagi teknologi telekomunikasi. Perkembangan teknologi mesin dari manual sampai mesin yang serba otomatis telah mampu mengubah mutu atau kualitas produk, mulai dari kemasan sampai pada isinya yang semakin menarik dan kompetitif.

Perubahan teknologi yang begitu cepat berimbas juga terhadap perubahan perilaku masyarakat. Informasi yang masuk dari berbagai sumber dengan mudah diperoleh dan diserap oleh berbagai masyarakat meskipun di pelosok pedesaan yang terpencil. Imbas yang paling nyata adalah masyarakat begitu cepat pandai dalam memilih produk yang disukai dengan membandingkan produk yang sejenis sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka.

Kemajuan teknologi menyebabkan informasi yang masuk begitu cepat, hanya dalam hitungan detik informasi bisa tersebar dengan luasnya baik itu melalui televisi, radio, koran, atau majalah telah menjadikan masyarakat semakin cerdas dan sulit untuk dibohongi. Produsen satu dengan produsen lainnya saling berebut pasar, persaingan antara mereka semakin ketat. Oleh karena itu, kemajuan teknologi ini dimanfaatkan sebesar-besarnya untuk merebut hati konsumen agar membeli dan mengkonsumsi produknya hanya melalui pemahaman perubahan secara utuh dengan menjalankan strategi yang tepat.

Perubahan teknologi juga berdampak positif terhadap perkembangan dunia perbankan. Produk yang ditawarkan kepada pelanggannya menjadi lebih cepat dan efisien. Sebagai contoh, pengiriman uang (transfer) dapat dilakukan kapan pun dan langsung sampai di tempat tujuan saat itu juga dengan sistem *on line* komputer. Padahal, sebelumnya untuk mengirim uang dari satu bank ke lokasi lainnya memerlukan waktu beberapa hari.

Penarikan uang pun tidak perlu diajukan ke bank, tetapi cukup di mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM) yang tersebar di berbagai tempat strategis maupun melalui telepon pintar yang sudah banyak dimiliki oleh masyarakat. Oleh karena itu, dalam era teknologi yang berkembang demikian pesat ini saatnya perusahaan menjemput bola dengan mengejar calon pelanggan bukan menunggu pelanggan seperti zaman dahulu. Perusahaan (pengusaha) harus pandai membaca keinginan dan kebutuhan konsumennya melalui berbagai cara, misalnya dengan melakukan riset pemasaran. Tanpa riset pemasaran yang andal pengusaha tidak dapat mengetahui keinginan dan kebutuhan pelanggannya secara tepat. Bahkan, bukan tidak mungkin pengusaha akan ketinggalan informasi dibandingkan dengan pesaing.

Seorang pengusaha harus mampu dan pandai membaca situasi pada masa sekarang dan akan datang agar produk yang mereka jual tidak akan mengalami lesu penjualan. Pengusaha harus cepat tanggap terhadap kebutuhan masyarakat yang bersifat dinamis dan mampu mengkomunikasikan mengenai kelebihan produk mereka dibandingkan produk yang dihasilkan pesaing. Hal ini tentu

Kepuasan konsumen adalah salah satu prestasi yang dicapai oleh produsen atau pengusaha. Pengusaha yang berhasil adalah mereka yang pandai menyesuaikan diri dengan perubahan. Perusahaan juga harus mampu memprediksi kebutuhan dimasa yang akan datang.

BAB VIII

ANALISIS PESAING

A. Pengertian Pesaing

Dalam dunia usaha tidak pernah lepas dari yang namanya persaingan, karena tidak ada satu usaha pun yang bisa bebas menikmati penjualan dan keuntungan. Setiap pengusaha harus mampu bertahan bahkan mengunggulkan dirinya dibandingkan pesaing, bahkan ada istilah jika memang pesaing harus bangkrut karena kita harus hidup, apa boleh buat.

Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu *competition* yang artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan, dan kompetisi. Menurut Mudrajad Kuncoro (2005: 86) Persaingan adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan

Analisis pesaing merupakan suatu perbuatan menganalisa atau mengidentifikasi apa-apa saja yang dilakukan oleh pihak pesaing atau perusahaan yang menghasilkan barang atau jasa yang mirip dengan produk kita. Menurut Kasmir (2014: 279) pesaing adalah perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang dan jasa yang sama atau mirip dengan produk yang ditawarkan. Kualitas manusia akan meningkat akibat adanya persaingan yang sehat. Manusia pesaing adalah orang - orang yang secara sadar berlatih dan bekerja keras untuk bersaing dan memenangkan persaingan itu. Dalam dunia usaha pesaing

memiliki sasaran pasar yang sama persis, sehingga membandingkan produk, harga, dan distribusi harus selalu dilakukan agar tidak kalah dari pesaing.

B. Analisis Pesaing

Menurut Kasmir (2014: 280) untuk memantau kegiatan pesaing perlu dilakukan analisis pesaing, kegiatan tersebut meliputi :

1. Mengidentifikasi Pesaing

Identifikasi pesaing adalah kegiatan yang dilakukan dalam rangka mencari tahu secara utuh kondisi pesaing. Beberapa kegiatan yang dilakukan untuk mengidentifikasi pesaing adalah sebagai berikut (Kasmir, 2014: 282) :

- a. Jenis produk yang ditawarkan. Perusahaan perlu mencari tahu mengenai produk yang dijual oleh pesaing secara lengkap dan benar agar dapat meminimalisir ancaman yang akan menyerang perusahaan baik sekarang maupun masa yang akan datang.
- b. Melihat besarnya pasar yang dikuasai. Untuk melihat besarnya pasar yang dikuasai pesaing, dapat dilakukan melalui segmen pasar yang akan dimasuki. Tahap prosedur yang dilakukan dalam segmentasi pasar antara lain : tahap survey, pada tahap ini dilakukan wawancara kepada target segmen pasar untuk mendapatkan pemahaman terhadap sikap, motivasi, dan perilaku konsumen; tahap analisis, pada tahapan ini dilakukan pengelompokan sesuai kebutuhan yang sama; dan tahap pembentukan, pada tahapan ini dibentuklah kelompok berdasarkan

perbedaan sikap, perilaku, demografis, psikologis, psikografis, dan pola media. Dari sifat dominan yang ditemukan pada kelompok tersebut, berikanlah nama profil pada kelompok segmen itu.

- c. Identifikasi peluang dan ancaman. Seorang wirausaha sejati harus mampu melihat dan memanfaatkan peluang. Setiap peluang yang ada hendaknya selalu dimasuki dan diusahakan untuk menciptakan peluang baru sebesar-besarnya. Dalam dunia usaha tentunya tidak pernah lepas dari yang namanya ancaman. Ancaman yang timbul harus segera diantisipasi sehingga tidak akan menimbulkan masalah-masalah lainnya.
- d. Identifikasi keunggulan dan kelemahan. Mengidentifikasi keunggulan pesaing agar dapat meningkatkan keunggulan produk kita, serta mengidentifikasi kelemahan pesaing agar dapat menjadikan itu sebagai senjata dalam menonjolkan produk kita.

2. Menentukan Sasaran Pesaing

Setiap pesaing memiliki sasaran yang tentunya persis bahkan sama dengan produk yang kita jual. Pesaing ada dua jenis, yaitu pesaing terdekat dan pesaing jauh. Pesaing terdekat adalah perusahaan yang mempunyai produk sejenis, misal warung bakso, maka produk yang dijual adalah sama-sama bakso. Sedangkan pesaing jauh adalah perusahaan yang memiliki produk yang mirip. Contoh usaha cafe. Cafe sama-sama menjual makanan seperti nasi goreng, mie goreng, roti, bahkan bakso juga terkadang ada.

Sasaran dari pesaing seperti mencapai laba maksimal, memperluas pangsa pasar, meningkatkan mutu produk, bahkan menghambat atau mematikan usaha pesaing adalah hal-hal yang perlu diketahui oleh perusahaan agar perusahaan dapat menentukan langkah yang tepat untuk menghadapi hal tersebut. Kunci dari permasalahan tersebut antara lain peningkatan mutu produk, promosi gencar-gencaran dan kepuasan konsumen

3. Identifikasi Strategi Pesaing dan menghadapi Pesaing

Perusahaan harus memantau strategi pesaingnya secara terus menerus, karena pesaing yang cerdas akan mengubah strategi mereka dari waktu ke waktu. Jelaslah, bahwa perusahaan juga harus mewaspadaai perubahan-perubahan yang diinginkan pelanggan dan bagaimana para pesaing mengubah strategi mereka untuk memenuhi hasrat yang diinginkan oleh para pelanggan tersebut.

Ada beberapa macam strategi yang dapat dijalankan, antara lain:

a. Strategi pemimpin pasar (*Market Leader*)

Pemimpin pasar adalah perusahaan yang menguasai pangsa pasar sebesar 40%. Disini perusahaan merupakan saingan terberat dari perusahaan-perusahaan lainnya. Perusahaan yang dominan selalu ingin tetap nomor satu. Sikap ini mendorongnya untuk mengambil tindakan ke tiga arah. Pertama, perusahaan harus menemukan cara untuk mengembangkan jumlah permintaan keseluruhan. Kedua, perusahaan harus menjaga tingkat pasar yang dikuasainya dengan cara bertahan maupun menyerang dengan baik. Ketiga, berikutnya

nanti perusahaan dapat mencoba meningkatkan pangsa pasarnya meskipun luas pasar tidak berubah.

b. Strategi penantang pasar

Penantang pasar adalah perusahaan yang menguasai pangsa pasar sebesar 30%. Dalam artian disini perusahaan masih memiliki saingan berat yaitu pemimpin pasar.

Pada dasarnya, penyerang dapat memilih salah satu jenis perusahaan :

1) Perusahaan menyerang pemimpin pasar

Pada strategi ini merupakan strategi yang paling berisiko tinggi, karena menyerang pemimpin yang menguasai pasar lebih tinggi. Namun jika berhasil maka akan benar-benar mampu masuk ke dalam pasar apabila pemimpin pasar ternyata tidak memenuhi kebutuhan pasar dengan sempurna. Perusahaan menyerang perusahaan-perusahaan regional yang lebih kecil yang kurang berhasil serta kekurangan dana.

2) Serangan pengikut pasar

Pengikut pasar adalah perusahaan yang menguasai pangsa pasar sebesar 20%. Dalam strategi ini perusahaan berusaha untuk mengikuti pasar dengan cara mengadaptasi, meniru, menyamai dan memalsukan (membuat produk yang sama).

3) Strategi penggarap relung pasar

Dalam hampir setiap industri, selalu terdapat perusahaan-perusahaan besar dan perusahaan kecil. Perusahaan kecil yang menghususkan diri

pada sebagian dari pasar dan menghindari bentrok dengan perusahaan-perusahaan besar, sehingga tidak dipedulikan oleh perusahaan-perusahaan tersebut. Penggarap relung pasar adalah perusahaan yang menguasai pangsa pasar sebesar 10%.

Perusahaan yang tergabung dalam penggarap relung pasar mencoba masuk ke satu atau lebih celah-celah pasar yang aman dan menguntungkan. Satu relung atau celah pasar yang ideal akan memiliki beberapa ciri sebagai berikut:

- a) Memiliki luas cukup besar dan daya beli yang cukup agar bisa menguntungkan.
- b) Memiliki potensi untuk berkembang.
- c) Diabaikan oleh perusahaan besar.
- d) Perusahaan memiliki keterampilan dan sumber daya untuk memenuhi kebutuhan relung pasar tersebut secara efektif.
- e) Perusahaan mampu membela diri dari serangan pesaing besar dengan membina “*Goodwill*” atas produknya.

Untuk menghadapi pesaing yang semakin kompetitif, diperlukan usaha untuk melakukan berbagai serangan terhadap pesaing. Beberapa strategi penyerangan tersebut antara lain (Kasmir, 2014: 290) :

1) Serangan Frontal (*Frontal Attack*)

Serangan frontal dilakukan dengan menyerang secara penuh dan langsung terhadap kekuatan pesaing. Misalnya saat pesaing menurunkan harga maka kita juga mengikuti menurunkan harga.

Namun pertimbangan utama dalam melakukan serangan ini adalah kekuatan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan.

2) Serangan Samping (*Flanking Attack*)

Penantang yang melakukan serangan ini biasanya melihat sisi kelemahan pesaing dan mencari celah atas kelemahan pesaing untuk menjadi kekuatan dalam menyerang.

3) Serangan Pengepungan (*Encirclement Attack*)

Penantang dalam hal ini melakukan serangan dari segala arah. Untuk melakukan strategi ini diperlukan energy yang besar untuk melumpuhkan pesaing.

4) Serangan Melambung (*Bypass Attack*)

Penantang dalam hal ini melakukan serangan secara tidak langsung. Penantang melakukan diversifikasi produk yang terkait dengan memasuki pasar di wilayah-wilayah baru untuk melakukan dan membidik sasaran yang lebih luas.

5) Serangan Gerilya (*Guerilla Attack*)

Pada serangan gerilya, penantang melakukan serangan secara kecil-kecilan dan terbatas karena penantang tidak memiliki kekuatan yang memadai terutama dalam hal keuangan. Serangan biasanya dilakukan secara berkala sesuai dengan kemampuan penantang.

4. Analisis Kekuatan dan Kelemahan Pesaing

Setelah kita tahu siapa saja pesaing kita, tentukan kekuatan mereka dan cari tahu kerentanan mereka. Identifikasi kekuatan dan kelemahan dapat

dilakukan melalui tahap-tahap sebagai berikut (Kasmir, 2014: 285) :

- a. Mencari dan mengumpulkan data tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan sasaran, strategi dan kinerja pesaing.
- b. Mencari tahu kekuatan dan kelemahan pesaing baik itu dalam hal keuangan, sumber daya manusia, teknologi maupun dalam hal letak/posisi di pasar.
- c. Mengetahui market share yang dikuasai oleh pesaing serta tindakan yang dilakukan pesaing terhadap pelanggan.

Michael Porter telah mengidentifikasi lima kekuatan, dan lima kekuatan tersebut adalah para pesaing industri, calon pendatang substitusi, pembeli dan pemasok. Adapun lima ancaman yang ditimbulkan kekuatan tersebut antara lain:

- a. Ancaman persaingan segmen yang ketat
Segmen tertentu menjadi tidak menarik, jika ia telah memiliki pesaing yang banyak, kuat, atau agresif.
- b. Ancaman pendatang baru
Daya tarik segmen berbeda-beda menurut tingginya hambatan untuk masuk dan keluarnya.
- c. Ancaman produk substitusi
Segmen tertentu menjadi tidak menarik jika terdapat substitusi produk yang aktual atau potensial.
- d. Ancaman peningkatan kekuatan posisi tawar pembeli
Segmen tertentu menjadi tidak menarik jika pembeli memiliki kekuatan posisi tawar (*bargaining power*) yang kuat atau semakin meningkat.

- e. Ancaman peningkatan kekuatan posisi tawar pemasok
Segmen tertentu menjadi tidak menarik jika para pemasok perusahaan mampu menaikkan harga atau mengurangi kuantitas yang mereka pasok.

5. Identifikasi Reaksi Pesaing

Reaksi pesaing merupakan cara dan strategi yang digunakan pesaing dalam merebut segmen pasar yang ada, dan bagaimana perusahaan harus mampu melakukan terobosan dan strategi jitu agar mampu lebih unggul dari pesaing yang ada.

Adapun bentuk-bentuk reaksi umum dari para pesaing, yaitu:

- a. Pesaing yang santai, yaitu pesaing yang tidak bereaksi dengan cepat terhadap tindakan / serangan pesaing. Pesaing seperti ini biasanya menganggap santai atas keberadaan perusahaan-perusahaan lainnya.
- b. Pesaing selektif, yaitu pesaing yang hanya bereaksi terhadap serangan tertentu yang dianggap membahayakan usahanya.
- c. Pesaing penyerang, yaitu pesaing yang bereaksi dengan gesit dan kuat terhadap setiap serangan dari pesaing-pesaingnya.
- d. Pesaing stokastik (tak terduga), yaitu pesaing yang tidak menunjukkan pola reaksi yang dapat diramalkan. Pesaing seperti ini sangat sulit untuk dibaca karakternya dikemudian hari.

Reaksi pesaing sangat beragam. Pesaing biasanya mengikuti pola yang digunakan oleh perusahaan kita.

Misalnya perusahaan kita menurunkan harga maka pesaing akan mengikuti menurunkan harga. Hal ini tentunya membuat perusahaan harus pandai dalam melakukan penyerangan terhadap pesaing, perusahaan harus mampu membandingkan antara kekuatan dan kelemahan nya dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki pesaing.

BAB IX

PENGELOLAAN RISIKO BISNIS

A. Pengertian Risiko Bisnis

Memulai suatu usaha tentu tidak akan lepas dari yang namanya risiko. Risiko usaha tak dapat dihindari, namun untuk mengurangi risiko bisa dilacak dan direncanakan cara penyelesaiannya. Risiko usaha adalah hasil kegiatan usaha yang menunjukkan kerugian dan beberapa masalah pada jangka waktu tertentu. Pengelolaan risiko merupakan bagian penting dalam merencanakan sebuah bisnis, karena berkaitan dengan rencana keputusan dan tindakan yang harus diambil oleh manajemen ketika akan menghadapi permasalahan tertentu (Wijayantini, 2012:57). Kemunculan risiko tentunya disebabkan oleh beberapa faktor pendukung baik dari segi kondisi internal sampai eksternalitas (seperti bencana, guncangan ekonomi, dan semacamnya). Permasalahan internal bisa disebabkan dari faktor manajemen, sistem perusahaan serta strategi yang kurang baik. Selain itu risiko pada sebuah usaha juga bisa muncul dikarenakan oleh faktor individu maupun karyawan. Ada tiga hal yang memang mempengaruhi risiko yang terjadi seperti yang dikatakan oleh Abbas Salim, yaitu adanya ketidakpastian secara ekonomi atau bisa disebut juga dengan *economic uncertainty caused*. Adanya ketidakpastian disebabkan oleh alam, yang biasa disebut dengan istilah *nature uncertainty caused*. Serta adanya ketidakpastian yang disebabkan oleh perilaku manusia atau dengan istilah lain *human uncertainty caused*. Persaingan atau kompetisi merupakan salah satu contoh risiko usaha yang

harus dihadapi oleh setiap pengusaha. Contoh risiko usaha lainnya misalnya kehilangan kepercayaan konsumen, kecurangan laporan keuangan, dan gagal dalam memperdagangkan produk. Hal ini disebabkan oleh semakin majunya sebuah bisnis secara otomatis akan bermunculan pesaing usaha yang sejenis. Hal-hal tersebut mungkin saja dialami oleh setiap usaha. Beberapa Pengertian risiko usaha menurut para ahli :

1. Arthur Williams dan Richard, M H : Risiko adalah suatu variasi dari hasil-hasil yang dapat terjadi selama periode tertentu.
2. Abas Salim : Risiko adalah ketidakpastian yang mungkin melahirkan peristiwa kerugian.
3. Soekarto : Risiko adalah ketidakpastian atas terjadinya suatu peristiwa.
4. Herman Darmawi : Risiko adalah penyebaran penyimpangan hasil aktual dari hasil yang diharapkan. Jadi, Risiko adalah sesuatu yang selalu dikaitkan dengan kemungkinan terjadinya keadaan yang merugikan dan tidak diduga sebelumnya bahkan bagi kebanyakan orang tidak menginginkannya. Dari definisi risiko usaha yang telah disampaikan, risiko usaha memiliki beberapa karakteristik. Risiko memiliki ciri atau karakteristik. Hal-hal berikut ini merupakan karakteristik risiko yang sering dihadapi dalam usaha, antara lain:
 - a. Kejadian risiko akan terulang terus dan cenderung dapat diukur.
 - b. Jenis-jenis risiko yang masih sangat baru dan sulit diukur.
 - c. Sangat tergantung satu sama lain.

- d. Bersifat kompleks. Terdapat risiko yang saling berkaitan satu sama lain dan bahkan yang tidak berkaitan sama sekali, juga terdapat risiko yang saling menguatkan.

Dengan demikian, dalam mengelola risiko harus dilakukan secara efektif, dan harus mengenali macam-macam risiko yang menjadi dasarnya, dan juga hubungan-hubungan yang terkait dengan risiko yang sedang dihadapi.

B. Macam – macam Risiko Bisnis

Terdapat beberapa klasifikasi risiko bisnis yang harus diketahui sebagai pengusaha. Simak penjelasan lengkapnya berikut ini.

1. Berdasarkan Sifatnya

Klasifikasi risiko usaha adalah berdasarkan sifatnya yang terbagi menjadi lima poin penting, antara lain:

- a. Risiko murni, dimana tingkat kepastian adanya kerugian dinilai besar. Contoh risiko murni misalnya seperti bencana alam, pandemi, dan sejenisnya.
- b. Risiko spekulatif, risiko ini disebabkan karena keputusan dan tindakan yang tidak dipertimbangkan secara matang sehingga mencelakai perusahaan. Risiko ini memang sengaja ditimbulkan guna memberikan keuntungan bagi pihak tertentu. Misalnya seperti hutang.
- c. Risiko fundamental, merupakan klasifikasi risiko bisnis yang ditanggung sendiri oleh pihak internal perusahaan dan tidak bisa dilimpahkan kepada pihak lain

- d. Risiko khusus risiko khusus adalah risiko yang berasal dari peristiwa di luar kendali dan bisa dimaklumi, contohnya seperti kapal tenggelam, kebakaran, dan sebagainya.
- e. Risiko dinamis, risiko usaha yang timbul akibat perkembangan dan kemajuan teknologi.

2. Berdasarkan Perpindahannya

Setelah dilakukan klasifikasi risiko usaha, hal lainnya yang dilakukan adalah berdasarkan perpindahan, yaitu meliputi:

- a. Risiko dapat dipindahkan, merupakan klasifikasi risiko yang beban kerugiannya bisa dipindahkan atau dialihkan pada pihak lain sehingga akibat yang timbul bisa teratasi. Misalnya asuransi.
- b. Risiko tidak dapat dipindahkan, risiko ini tidak bisa dipindahkan beban kerugian kepada pihak lain, sehingga perusahaan harus bersedia menanggungnya.

3. Berdasarkan Sumbernya

Klasifikasi risiko usaha berdasarkan sumbernya terdiri dari risiko internal dan eksternal, berikut ini penjelasannya.

- a. Risiko Internal, merupakan risiko yang timbul sebagai akibat dari dalam perusahaan, seperti karyawan, kerusakan operasional, kebocoran data, dan sebagainya.
- b. Risiko Eksternal, adalah risiko yang disebabkan karena tindakan pihak lain yang ada di luar kendali perusahaan, misalnya pencurian, bencana alam, regulasi pemerintah, dan sebagainya.

4. Pengklasifikasian secara umum.
- Pembagian risiko juga bisa dikelompokkan secara umum, yaitu sebagai berikut :
- a. Risiko pada perusahaan : Keadaan pada perusahaan dan saham yang ada akan mengalami kerugian atau berdampak pada keadaan perusahaan, itulah risiko yang akan terjadi di dalam ruang lingkup usaha.
 - b. Keuangan yang berisiko: Risiko keuangan merupakan suatu hal yang sering terjadi dan akan mengakibatkan adanya dampak yang terjadi pada aspek keuangan perusahaan yang mengalami kerugian.
 - c. Adanya risiko permodalan: Sebuah penyebab dari kerugian likuiditas penjualan serta keuangan yang menjadi sebab modal usaha menurun drastis disebut risiko permodalan.
 - d. Risiko terjadi pada pasar : Adanya hal yang terjadi karena adanya persaingan pada usaha dengan gaya hidup para konsumen. Pola persaingan yang berubah tersebut serta adanya pesaing baru yang potensial muncul pada pasar produk, itulah yang disebut risiko pasar.
 - e. Risiko operasional: adalah suatu hal yang terjadi karena adanya hasil prediksi yang menyimpang. Masalah tersebut terjadi karena kurang sempurna nya keputusan yang ditetapkan, adanya SDM, pengaruh teknologi dan terjadinya perubahan pada sistem inovasi serta mutu sebuah produk.

C. Langkah Dasar Mengelola Risiko Bisnis

Agar mampu menangani risiko yang mungkin terjadi dalam perusahaan, sebaiknya mulai mengetahui cara mengidentifikasi risiko usaha sejak dini, berikut ulasannya.

1. Melatih Kemampuan *Helicopter View*. Kemampuan ini mengajarkan untuk melihat dari banyak sisi bisnis. Jadi tidak hanya berfokus dan perhatian pada satu bagian saja, tetapi juga memperhatikan perbaikan bidang lainnya dalam perusahaan.
2. Menyusun perencanaan bisnis dengan matang, merupakan cara selanjutnya yang harus dipersiapkan. Sebelum menjalankan bisnis, sebaiknya membuat rencana tindakan beserta risikonya. Sehingga dapat melihat kegiatan mana yang memiliki risiko tingkat tinggi dan harus diatasi segera.
3. Analisa tingkat *product maturity* adalah menganalisa tingkat kematangan produk. Sebelum produk mengalami penurunan penjualan akibat kejenuhan konsumen, perusahaan harus bersiap-siap membuat diversifikasi produk baru. Sehingga saat penjualan satu produk turun, sudah ada produk lain yang menggantikannya.
4. Melakukan Analisa SWOT adalah cara mengidentifikasi risiko bisnis selanjutnya. Penting sekali untuk mengetahui *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman) suatu perusahaan. Dengan demikian, dapat memberikan treatments terbaik untuk menghindari potensi risiko.
5. Merencanakan strategi mitigasi risiko adalah aktivitas terencana dan berkelanjutan dalam mengurangi pengaruh akan suatu hal yang memungkinkan adanya

bahaya risiko sehingga dapat mengatasi risiko secara perlahan.

6. Mendokumentasikan proses dengan baik, merupakan cara penting guna menghindari risiko seperti kesalahan prosedur dan kegagalan proses produksi. Seluruh rencana dari strategi dan tindakan yang pernah diterapkan dalam bisnis dicatat dalam laporan perusahaan secara teratur. Hal ini membantu untuk menganalisis dan mengidentifikasi tindakan mana yang berhasil dan meminimalisir risiko.
7. Mengevaluasi kinerja secara berkelanjutan, cara terakhir adalah mengidentifikasi risiko usaha adalah mengevaluasi kinerja secara berkelanjutan.

Dari seluruh tindakan dan rencana yang dijalankan, harus melakukan evaluasi atas hasil tersebut. Dengan demikian, dapat menghindari potensi terulangnya risiko sebelumnya dan mencegah terjadinya risiko lebih besar di masa depan.

D. Metode Pengendalian Risiko

Setelah manajer risiko melakukan identifikasi dan mengukur risiko, maka tahap selanjutnya adalah memilih cara pengendalian risiko. Upaya-upaya untuk menanggulangi risiko harus selalu dilakukan, sehingga kerugian dapat dihindari atau diminimumkan. Sesuaikan dengan sifat objek yang terkena risiko, ada beberapa cara yang dapat dilakukan (perusahaan) untuk meminimumkan risiko kerugian , antara lain :

1. Melakukan pencegahan dan pengurangan terhadap kemungkinan terjadinya peristiwa yang menimbulkan kerugian, misalnya membangun gedung dengan bahan-bahan yang anti terbakar untuk mencegah bahaya kebakaran, memagari mesin-mesin untuk menghindari kecelakaan kerja, melakukan pemeliharaan dan penyimpanan yang baik terhadap bahan dan hasil produksi untuk menghindari risiko pencurian dan kerusakan, mengadakan pendekatan kemanusiaan untuk mencegah terjadinya pemogokan, sabotase dan pengacuan.
2. Melakukan retensi, mentolerir membiarkan terjadinya kerugian, dan untuk mencegah tergantungnya operasi perusahaan akibat kerugian tersebut disediakan sejumlah dana untuk menanggulangnya (contoh: pos biaya lain-lain atau tak terduga dalam anggaran perusahaan).
3. Melakukan pengendalian terhadap risiko, contohnya melakukan hedging(perdagangan berjangka) untuk menanggulangi risiko kelangkaan dan fluktuasi harga dan bahan baku/pembantu yang diperlukan.
4. Mengalihkan/memindahkan risiko kepada pihak lain, yaitu dengan cara mengadakan kontrak pertanggungan (asuransi) dengan perusahaan asuransi terhadap risiko tertentu, dengan membayar sejumlah premi asuransi yang telah ditetapkan, sehingga perusahaan asuransi akan mengganti kerugian bila betul-betul terjadi kerugian yang sesuai perjanjian. Tugas dari seorang manajer risiko adalah berkaitan erat dengan upaya memilih dan

menentukan cara-cara/metode yang paling efisien dalam pengendalian risiko yang dihadapi perusahaan. Seorang manajer risiko pada prinsipnya dapat menggunakan dua pendekatan/cara menanggulangi risiko:

- a. Penanganan Risiko (*Risk Control*)
- b. Pembiayaan Risiko (*Risk Financing*)

PROPOSAL USAHA KEWIRAUSAHAAN

FORMAT

Penulisan proposal usaha harus memenuhi syarat-syarat tata tulis dan format sebagai berikut:

1. Ukuran kertas : A 4
2. Warna sampul : Putih
3. Font : 12 point
4. Huruf : Times New Roman

SISTEMATIKA PROPOSAL

Halaman Sampul

Halaman Pengesahan

BAB. I. PENDAHULUAN

- A. Judul Kegiatan: Uraikan secara singkat dan jelas jenis kegiatan /usaha yang akan dilakukan.
- B. Status Usaha: Jelaskan status usaha yang akan dilakukan, usaha baru atau pengembangan.
- C. Rasional Kegiatan: Uraikan secara jelas alasan yang melatar-belakangi dipilihnya kegiatan usaha yang akan dilakukan,
- D. Tujuan Kegiatan: Uraikan tujuan yang ingin dicapai dari kegiatan usaha yang akan dilakukan.

BAB. II. METODE PELAKSANAAN

- A. Produk: Uraikan jenis produk (barang/jasa) yang akan dijual, karakteristik produk, kualitas dan kuantitas produk yang ditawarkan

- B. Bahan Baku: Uraikan jenis bahan baku yang akan digunakan untuk produksi, tingkat ketersediaan bahan baku, prosedur perolehan bahan baku. Sumber bahan baku.
- C. Proses Produksi: Uraikan alur proses produksi, teknologi yang digunakan, keterampilan tenaga kerja yang dibutuhkan, jumlah tenaga kerja yang terlibat.
- D. Pemasaran: Uraikan dengan jelas kategori/kelas dan perkiraan jumlah konsumen yang dibidik, strategi pemasaran yang dilakukan, sebutkan daerah cakupan pemasaran lokal/regional/nasional.
- E. Tempat Produksi: uraikan dengan jelas alamat tempat usaha dilakukan, jelaskan karakteristik tempat usaha, uraikan pula pengaruhnya terhadap prospek usaha.

BAB. III. TARGET LUARAN

- A. Target produk: Uraikan jenis produk (barang/jasa) yang akan dijual, karakteristik produk, kualitas dan kuantitas yang akan ditawarkan.
- B. Target konsumen: Uraikan jenis dan jumlah calon sasaran yang ditargetkan akan menjadi konsumen.
- C. Target pendapatan: Uraikan jumlah pendapatan yang ingin dicapai.

BAB.IV. RENCANA BIAYA

- A. Rencana biaya usaha: Jelaskan secara rinci rancangan usaha yang akan dilakukan , perhitungan pembiayaan bahan baku, tenaga kerja, alat produksi, harga jual, dan prediksi aliran kas.
- B. Rancangan Pengembangan & Investasi: Uraikan rencana pendapatan yang akan diperoleh dan akan

digunakan untuk pengembangan modal usaha, jumlah rupiah yang dapat disetor untuk pengembalian modal,

BAB. V. JADWAL PELAKSANAAN

Jadwal pelaksanaan: Uraikan jadwal perincian kegiatan, durasi waktu yang dibutuhkan dan waktu pelaksanaan dalam minggu atau bulan. dan besaran volume pekerjaan serta besaran biaya yang dibutuhkan

BAB. VI. ORGANISASI PELAKSANA

- A. Personil: Uraikan nama, kualifikasi, dan deskripsi tugas dari personil yang terlibat dalam pelaksanaan usaha.
- B. Pendamping: Uraikan nama, kualifikasi personil/ lembaga pendamping, peran tugas pendamping yang diharapkan

BAB. VII. POTENSI KHUSUS

- A. Peluang Komersial: Uraikan peluang komersial dari produk yang akan dijual/ditawarkan
- B. Peluang Paten atau Haki: Uraikan peluang produk yang akan dibuat untuk memperoleh paten atau Haki
- C. Peluang Legalitas: Uraikan peluang untuk memperoleh legalitas usaha.

LAMPIRAN :

- 1. Foto
- 2. Video

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. I., & Helmarini, H. (2021). NILAI-NILAI AJARAN ISLAM DAN ETIKA WIRAUSAHA DALAM PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN. *Jurnal Economic Edu*, 1(2).
- Alma, Buchari. 2010. Pengantar Bisnis. Bandung : Alfabeta
- American Marketing Association (AMA) yang dikutip oleh Philip Kotler dan Keller Kevin Lane yang diterjemahkan oleh Bob Sabran. 2009.
- Anoraga, P. 2002. Kooperasi, Kewirausahaan dan Usaha Kecil. Jakarta : Rineka Cipta.
- Assauri. 1992). Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi. Jakarta: Rajawali Pers.
- Budi Sulistyowati, A. (2006). Karakteristik modal ventura sebagai lembaga pembiayaan. *Yustisia Law Journal*, 57-62.
- Byrd, J & Brown, P.L. 2003. The Innovation Equation. Building Creativity and Risk Taking in Your Organization. San Francisco: Jossey-Bass/Pfeiffer. A Wiley Imprint. www.pfeiffer.com
- Diani, R., & Kusuma, M. (2020). Persekutuan Komanditer (Commanditaire Vennootschap Atau Cv) Sebagai Badan Usaha Dalam Kajian Hukum Perusahaan. *Justici*, 12(1), 79-97.
- De Jong, JPJ & Kemp, R. 2003. Determinants of Co-workers Innovative Behavior: An Investigation into Knowledge Intensive Service. *International Journal of*

- Innovation Management. 7 (2) (Juni 2003) 189 - 212.
Diakses melalui EBSCO Publisher 22 Maret 2005.
- Dendy, Sugono, (2008). Kamus Besar Bahasa Indonesia. Edisi Keempat. Jakarta :Gramedia
- Devine, G. 1997. 101 Tanya Jawab Tentang Etika Bisnis. Obor, Jakarta.
- Direktorat Pembinaan Kursus dan Kelembagaan. 2010. Konsep Dasar Kewirausahaan. Jakarta: Direktorat Jenderal Pendidikan NonFormal dan Informal Kementerian Pendidikan Nasional.
- Hedynata, M. L., & Radianto, W. E. (2016). Strategi promosi dalam meningkatkan Penjualan luscious chocolate potato snack. *Strategi Promosi, 1*, 1-10.
- Hendro. 2011. Dasar-dasar Kewirausahaan Panduan Bagi Mahasiswa untuk Mengenal, Memahami, dan Memasuki Dunia Bisnis. Jakarta: Erlangga.
- Indriyo. (1994). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: BPFE.
- Junaedi. 2012. Membangun dan Mengembangkan Kewirausahaan Siswa. Depok: Literatur Media Sukses.
- Kasali, Rhenaldi. 2010. Modul Kewirausahaan. Bandung: PT Mizan Republika
- Kasmir. 2012. Kewirausahaan. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada
- Kasmir. 2014. Kewirausahaan Edisi-Revisi. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2016. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga
- Khan, T., Aksara, H. A.-J. P. B., & 2008, undefined. (n.d.). A. Manajemen Risiko. Repo.Iain-Tulungagung.Ac.Id.

- Retrieved February 21, 2022, from <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/7557/5/BAB II.pdf>
- Kotler, Philips. 2009. Manajemen Pemasaran (Terjemahan) Jilid 9. Jakarta: PT.Prenhallindo.
- Kurnia Ulah, A. Z., Simarmata, H. M. P., Sari, A. P., Sisca, S., Mardia, M., Lie, D., ... & Fajrillah, F. (2021). *Kewirausahaan dan Bisnis*. Yayasan Kita Menulis.
- Lawrence R. 1993. Manajemen Strategis Dan Kebijakan Perusahaan. Jakarta: Erlangga.
- Mubarok, Mufti. 2013. Manajemen Praktis Kewirausahaan. Surabaya : PT Luxima Metro Media.
- Mudrajad Kuncoro,2005. StrategiBagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif, Jakarta: Erlangga.
- Muis, Ismarli, dkk. 2015. Kewirausahaan untuk Mahasiswa. Makassar: Pusat Kewirausahaan UNM.
- Porter Michael, E. 2008. Strategi Bersaing (Competitive strategy). Tangerang: Karisma publishing group.
- Safanah, E. (2018). Sumber Modal Pada Usaha Kecil Makanan Ringan Desa Klangonan Gresik. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 1(2), 64-76.
- Saiman, Leonardus. 2014. Kewirausahaan. Jakarta:Salemba Empat.
- Sony Keraf, 1998. Etika Bisnis. Yogyakarta: Kanisius.
- Stanton, William J. 2003. Prinsip Pemasaran. Alih Bahasa oleh
- Sadhu Sundar. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta :Erlangga.
- Sarwanti, A., Hasiholan, L. B., & Wulan, H. S. (2017). Pengaruh modal usaha, biaya bahan baku dan tenaga kerja terhadap kinerja usaha industri tahu di kabupaten sukoharjo. *Journal of Management*, 3(3).

- Sihombing, S., & Siagian, L. (2021). BANK dan Lembaga Keuangan Bukan BANK.
- Suhardi, Yusuf. 2011. Kewirausahaan. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suharyono, 2017. Sikap dan Perilaku Wirausahawan. Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol.40,No.56.6556.http://journal.unas.ac.id/ilmu_budaya/article/view/422/323.
- Sukardewi, Nyoman, et. all. 2013. Kontribusi Adversity Quotient (AQ) Etos Kerja dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja Guru SMA Negeri di Kota Amlapura. Jurnal Akuntansi Pascasarjana Universitas Syiah Kuala, volume 4.
- Suryana, Yuyus & Kartib Bayu. 2015. Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses. Jakarta: Kencana.
- Suryana. 2003. Memahami Karakteristik Kewirausahaan. Direktorat Pendidikan Menengah Kejuruan. Direktorat Jenderal Pendidikan Dasar dan Menengah Departemen Pendidikan Nasional.
- Suryana. 2006. Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses. Jakarta: Salemba 4.
- Suryanto, D., & Sumartono, E. (2016). Analisis finansial usaha keramba jaring apung di perusahaan perseorangan Dobro. *Jurnal AGRISEP: Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 15(1), 1-14
- Suwardi, S. (2019). Langkah sukses memulai usaha. *Orbith: Majalah Ilmiah Pengembangan Rekayasa dan Sosial*, 14(3), 195-201.
- Swastha. (1990). Manajemen pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.

- Velasques, M. G. 2005. Etika Bisnis Konsep dan Kasus. Penerbit Andi, Yogyakarta
- Wijyantini, B. (2012). Model pendekatan manajemen risiko. *Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen*, 11(2).
- Winardi, 1981. Manajemen Pemasaran, Bandung: Sinar Baru.
- Zimmerer, Thomas W., dkk. 2009. Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil. Jakarta:Salemba Empat.