

TEORI & APLIKASI KEWIRAUSAHAAN

Editor : Ersis Warmansyah Abbas

Penulis :

Bambang Subiyakto

Jumriani

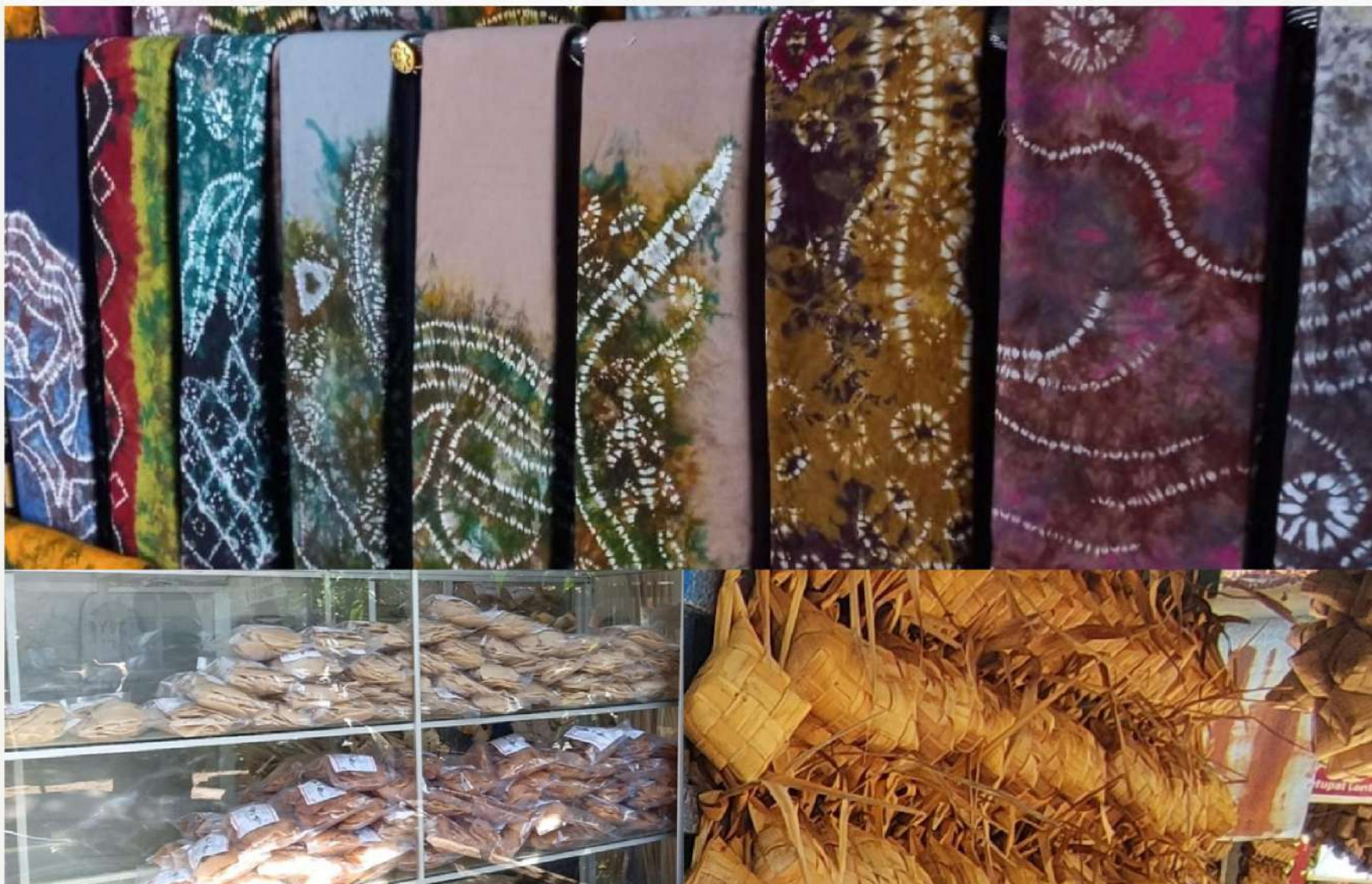
M. Ridha Ilhami

Muhammad Adhitya Hidayat Putra

Muhammad Rezky Noor Handy



**TEORI & APLIKASI
KEWIRAUSAHAAN**



Bambang Subiyakto
Jumriani
M. Ridha Ilhami
Muhammad Aditya Hidayat Putra
Muhammad Rezky Noor Handy

TEORI & APLIKASI
KEWIRAUSAHAAN

Editor :
Ersis Warmansyah Abbas
2022

Penerbit :
Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Lambung Mangkurat
Banjarmasin

Teori & Aplikasi Kewirausahaan
Copyright@2022, Bambang Subiyakto, Jumriani, M.Ridha Ilhami,
Rusmaniah
Hak Cipta dilindungi undang-undang

Penulis : Bambang Subiyakto
Jumriani
M. Ridha Ilhami
Muhammad Aditya Hidayat Putra
Muhammad Rezky Noor Handy
Setting/Layout : Ersis Warmansyah Abbas
Desain Sampul : Ersis Warmansyah Abbas
Pemeriksa Aksara : Ersis Warmansyah Abbas
Cetakan Pertama : 2022

Editor :
Ersis Warmansyah Abbas

Diterbitkan oleh:
Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Lambung Mangkurat
Banjarmasin

Bambang Subiyakto
Jumriani
M. Ridha Ilhami
Muhammad Aditya Hidayat Putra
Muhammad Rezky Noor Handy

TEORI & APLIKASI
KEWIRAUSAHAAN

Kulit Dalam

v

Sanksi Pelanggaran Pasal 72:
Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002
tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1997
tentang Hak Cipta

1. Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak mengumumkan atau memperbanyak suatu ciptaan atau memberi izin untuk itu, dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau dengan paling sedikit Rp1.000.000,00 (satu juta rupiah) atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Pengantar Penulis

Puji syukur kehadirat Allah SWT, akhirnya penulis dapat menyelesaikan Buku Teori dan Aplikasi Kewirausahaan. Buku ini disajikan dalam XVI Bab. Adapun materi disajikan mulai dari konseptual dan kontekstual praktik kewirausahaan di Banjarmasin. Buku Teori dan Aplikasi Kewirausahaan dapat digunakan sebagai bahan ajar pada Mata Kuliah Kewirausahaan berbagai Program Studi Universitas di Indonesia.

Buku Teori dan Aplikasi Kewirausahaan, disusun dengan menggunakan pendekatan penulisan yang disederhanakan. Hal ini dimaksudkan agar mahasiswa dapat memahami dengan mudah. Di samping itu, buku menyajikan UMKM Kampung Tematik yang ada di Kota Banjarmasin. Sehingga melalui deskripsi dari materi tersebut, mahasiswa diharapkan mampu termotivasi untuk melihat peluang usaha yang dapat dikembangkan.

Ucapan terimakasih kami tujukan pertama kepada Editor buku yang berkenan meluangkan waktu untuk melakukan pengecekan konten dan aksara sehingga lebih baik. Kedua, kepada Rektor Universitas Lambung Mangkurat (Prof. Dr. Ahmad, SE., M.Si.), dan Dekan FKIP Universitas Lambung Mangkurat (Dr. Chairil Faif Pasani, M.Si) telah memfasilitasi penulisan sehingga buku ini dapat diterbitkan.

Pada akhirnya Buku Teori dan Aplikasi Kewirausahaan dapat diselesaikan tim penulis, tapi tentunya mungkin masih ada kekeliruan dalam redaksi. Walaupun tim penulis sudah berupaya menghindari kekeliruan tersebut. Kesemuanya hal tersebut tentunya menjadi tanggung jawab tim penulis. Segala kritik dan saran sangat saya harapkan untuk perbaikan yang akan datang

Banjarmasin, November 2022

Tim Penulis



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
BAB I WIRUSAHA	1
1.1. Tujuan Pembelajaran	1
1.2. Definisi Wirusaha	1
1.3. Karakteristik Wirusaha	4
1.4. Unsur-Unsur Berwirusaha	8
1.5. Tugas	9
1.6. Referensi	10
BAB II KEWIRUSAHAAN	11
2.1. Tujuan Pembelajaran	11
2.2. Definisi Kewirusahaan	11
2.3. Kerangka Berpikir Kewirusahaan	14
2.4. Tugas	17
2.5. Referensi	17
BAB III PELUANG USAHA	19
3.1. Tujuan Pembelajaran	19
3.2. Definisi Peluang Usaha	19
3.3. Faktor-faktor yang mempengaruhi peluang usaha	20
3.4. Ciri-ciri peluang usaha	21
3.5. Sumber Peluang Usaha	22
3.6. Kemampuan Mengenali Peluang Usaha	23
3.7. Diskusi dan Tugas	25
3.8. Referensi	25

BAB IV MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN	27
4.1. Tujuan Pembelajaran	27
4.2. Definisi Manajemen	27
4.3. Definisi Manajemen usaha	29
4.4. Pola Manajemen Kewirausahaan	31
4.5. Tugas	37
4.6. Referensi	37
BAB V KEWIRAUSAHAAN DAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH ..	39
5.1. Tujuan Pembelajaran	39
5.2. Definisi Usaha Mikro Kecil dan Menengah	39
5.3. Karakteristik Usaha Mikro Kecil dan Menengah	41
5.4. Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah	41
5.5. Peran dan Fungsi Usaha Kecil dan Menengah	44
5.6. Kekuatan dan Kelemahan UMKM	45
5.7. Tugas	47
5.8. Referensi	48
BAB VI Program <i>One Village One Product</i>	51
6.1. Tujuan Pembelajaran	51
6.2. Latar Belakang Program <i>One Village One Product</i>	51
6.3. Pemberdayaan UMKM Berbasis <i>One Village One Product</i>	52
6.4. Tugas	61
6.5. Referensi	61
BAB VII TUGAS DAN PRESENTASI	63
7.1. Tujuan	63
7.2. Presentasi Tugas	66
7.3. Kriteria Penilaian Tugas dan Presentasi	67

BAB VIII UJIAN TENGAH SEMESTER	69
1.1. Tujuan Pembelajaran	69
1.2. Ujian Tengah Semester	69
BABIX KAMPUNG SASIRANGAN SUNGAI MESA KOTA BANJARMASIN ...	71
9.1. Tujuan Pembelajaran	71
9.2. Profil Kampung Sasirangan Sungai Mesa Kota Banjarmasin	71
9.3. Produk Usaha di Kampung Sasirangan Sungai Mesa Kota Banjarmasin	74
9.4. Diskusi dan Tugas	77
9.5. Referensi	79
BAB X KAMPUNG BANJAR SUNGAI JINGAH KOTA BANJARMASIN	83
10.1. Tujuan Pembelajaran	83
10.2. Profil Kampung Banjar Sungai Jingah Kota Banjarmasin	83
10.3. Produk Usaha di Kampung Banjar Sungai Jingah Kota Banjarmasin ...	85
10.4. Diskusi dan Tugas	92
10.5. Referensi	92
BAB XI KAMPUNG BIRU KOTA BANJARMASIN	95
11.1. Tujuan Pembelajaran	95
11.2. Profil Kampung Biru Kota Banjarmasin	95
11.3. Produk Usaha di Kampung Biru Kota Banjarmasin	97
11.4. Diskusi dan Tugas	98
11.5. Referensi	99

BAB XII	KAMPUNG HIJAU KOTA BANJARMASIN	101
12.1.	Tujuan Pembelajaran	101
12.2.	Profil Kampung Hijau Kota Banjarmasin	101
12.3.	Produk Usaha di Kampung Hijau Kota Banjarmasin	104
12.4.	Diskusi dan Tugas	106
12.5.	Referensi	106
BAB XIII	KAMPUNG SELANJUNG SUNGAI BIUKU KOTA BANJARMASIN	109
13.1.	Tujuan Pembelajaran	109
13.2.	Profil Kampung Selanjung Sungai Biuku Kota Banjarmasin	109
13.3.	Diskusi dan Tugas	113
13.4.	Referensi	113
BAB XIV	KAMPUNG KETUPAT KOTA BANJARMASIN	115
14.1.	Tujuan Pembelajaran	115
14.2.	Profil Kampung Ketupat Kota Banjarmasin	115
14.3.	Produk Usaha di Kampung Ketupat Kota Banjarmasin	117
14.4.	Diskusi dan Tugas	123
14.5.	Referensi	123
BAB XV	KAMPUNG BANJAR KUIN KOTA BANJARMASIN	125
15.1.	Tujuan Pembelajaran	125
15.2.	Profil Kampung Banjar Kuin Banjarmasin	125
15.3.	Produk Usaha di Kampung Banjar Kuin Kota Banjarmasin	127
15.4.	Diskusi dan Tugas	131
15.5.	Referensi	131
BAB XVI	UJIAN AKHIR SEMESTER	133
16.1.	Tujuan Pembelajaran	133
16.2.	Ujian Akhir Semester	133

BAB I

WIRAUSAHA

1.1. Tujuan Pembelajaran

- a. Mendeskripsikan definisi wirausaha
- b. Mengidentifikasi karakteristik wirausaha
- c. Mengidentifikasi unsur-unsur wirausaha

1.2. Definisi Wirausaha

Wirausaha berasal dari kata wira dan usaha. Wira berarti pejuang, pahlawan, manusia unggul, teladan, berbudi luhur, gagah berani dan berwatak agung. Sedangkan kata usaha berarti perbuatan untuk mencapai sebuah tujuan. Oleh karena itu dari asal kata wirausaha diartikan pejuang atau pahlawan yang melakukan perbuatan untuk mencapai sebuah tujuan. Pada Kamus Besar Bahasa Indonesia wirausaha diidentikkan dengan wiraswasta, sehingga wirausahawan dapat disebut sebagai orang yang pandai atau berbakat mengenalkan produk baru dengan kreativitas dan keunggulan, menentukan cara produksi baru, dan menyusun pedoman operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya.

Terdapat beberapa definisi wirausaha menurut para ahli. Beberapa definisi tersebut dikemukakan sebagai berikut:

- a. Meredith, et.al. (1996) mendefinisikan bahwa wirausaha adalah orang-orang yang mempunyai kemampuan, melihat dan menilai kesempatan bisnis, mengumpulkan sumber-sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan daripadanya serta mengambil tindakan yang tepat dan kreatif guna memastikan kesuksesan.

b. Winardi (2003) mendefinisikan wirausaha adalah seseorang yang berupaya untuk mereformasi dan merevolusionisasi pola produksi dengan mengeksploitasi sebuah penemuan baru atau sesuatu yang pernah dicoba guna menghasilkan sebuah komoditi baru atau memproduksi komoditi lama dengan cara yang baru.

c. Djatmiko (2011) mendefinisikan wirausaha atau wiraswasta atau saudagar merupakan istilah yang melekat pada diri seseorang yang mampu berdiri sendiri karena keunggulan yang dimiliki dalam bidang usaha.

d. Kasmir (2011) mendefinisikan bahwa secara sederhana arti wirausahawan adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan.

e. Menurut Sunarya (2011) Kreatif merupakan ciri dan sikap dasar dari seorang wirausaha, seorang wirausaha menunjukkan sikap kreatif, inovatif, memiliki keberanian mengambil resiko, mampu bekerja keras dalam membentuk dan mengembangkan usahanya.

Berdasarkan beberapa pendapat ahli tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa wirausaha adalah suatu ciri, dan watak yang ada didalam diri seseorang yang memiliki kemampuan mewujudkan gagasan kreatif dan inovatif dan menjadi dasar dalam menghadapi tantangan hidup melalui ciri mampu menilai peluang, melakukan penemuan baru, maupun memproduksi sesuatu yang lama dengan cara yang baru, sebagai seorang inovator yang kemampuan menilai peluang usaha.

Setiap orang memiliki persepsi yang tidak sama tentang istilah wirausaha. Sebagian besar menganggap bahwa wirausaha adalah seseorang yang berniaga, berjualan atau mendapatkan penghasilan melalui kegiatan berjual beli. Patut diketahui bahwa pengertian wirausaha tidak sesempit pengertian penjual, pedagang ataupun pengusaha. Mereka tidak dapat disamakan begitu saja dengan seorang penjual, seorang pedagang maupun seorang pengSecara lengkap definisinya sebagai berikut *Entrepreun is the person who perceives an opportunity and creates an organization to pursue it* (Bygrave, 1994). Dalam definisi ini ditekankan bahwa seorang wirausaha adalah orang yang

melihat adanya peluang kemudian menciptakan sebuah organisasi untuk memanfaatkan peluang tersebut. Pengertian wirausaha di sini menekankan pada setiap orang yang memulai sesuatu bisnis yang baru. Proses kewirausahaan meliputi semua kegiatan fungsi dan tindakan untuk mengejar dan memanfaatkan peluang dengan menciptakan suatu organisasi.

Wirausaha tidak hanya berkaitan dengan usaha yang menawarkan produk berupa barang jadi seperti industri, perdagangan, persewaan, makanan, tapi juga sektor jasa. Wirausaha lebih menekankan pada jiwa, semangat, kemudian diaplikasikan dalam segala aspek kehidupan. Apapun profesi seseorang, jika ia memiliki jiwa kewirausahaan maka jiwa dan semangatnya berbeda. Mereka akan menjadi lebih kreatif, efisien, inovatif, berpandangan terbuka (*open mind*).

Kemudian apa perbedaan wirausaha dengan pedagang. Berbeda dengan pedagang yang hanya melakukan aktivitas berjual beli tanpa memiliki beban dalam mengembangkan inovasi dalam memanfaatkan sumber daya yang ada. Seorang wirausaha dapat dikatakan sebagai pedagang atau pengusaha namun seorang pedagang atau pengusaha belum tentu adalah seorang wirausaha. Lebih spesifik lagi, perbedaan antara pengusaha dengan wirausaha terletak kepada karakteristik yang dimiliki, pengusaha adalah orang yang berusaha. Untuk mengenal dengan lebih mendasar mengenai istilah kewirausahaan pada bagian ini akan dikemukakan definisi definisi tentang wirausaha dan kewirausahaan.

Pengertian wirausaha sendiri berkembang sesuai dengan sudut pandang seseorang. Seperti halnya pengertian wirausaha yang diungkapkan oleh Joseph Schumpeter bahwa *entrepreneur as the person who destroys the existing economic order by introducing new products and services, by creating new forms of organization, or by exploitation new raw material* (Bygrave, 1994). Dari definisi atas dapat diartikan wirausaha adalah orang yang mendobrak sistem ekonomi yang ada dengan memperkenalkan barang dan jasa yang baru, dengan menciptakan bentuk organisasi baru atau mengolah bahan baku baru. Pengertian wirausaha yang lebih luas tercantum

dalam buku *The portable MBA In Entrepreneurship*. jalankan kegiatan usaha baik usaha jual beli, maupun usaha produksi, yang tujuan utamanya adalah mendapatkan keuntungan dan menanggung resiko yang akan terjadi dalam kegiatan usahanya. Sedangkan konsep sebagai seorang wirausaha lebih luas, cakupannya hingga pada tanggungjawab dalam mengembangkan usaha melalui peluang dan tantangan, serta nilai inovasi dan kreativitas dalam pembaharuan yang dilakukan dalam bisnisnya.

Berdasarkan beberapa uraian yang telah dikemukakan di atas maka dapat disimpulkan bahwa wirausaha adalah seseorang atau sekelompok orang, yang berinovasi mengembangkan serta memanfaatkan sumber daya yang ada untuk memiliki nilai jual sehingga dapat menghasilkan keuntungan bagi dirinya sendiri dan orang lain. Sumber daya yang dimanfaatkan untuk dikembangkan. Keuntungan yang dihasilkan tidak hanya menguntungkan dirinya tetapi seharusnya juga dapat menghasilkan keuntungan untuk lingkungan sekitar dan masyarakat. Makna ini menyiratkan bahwa wirausaha yang merupakan seseorang atau sekelompok orang adalah mereka yang tidak hanya peduli dan bertanggungjawab pada dirinya tetapi juga memiliki intuisi sosial untuk meningkatkan kesejahteraan lingkungannya.

1.3. Karakteristik Wirausaha

Karakteristik wirausaha memiliki peran penting dalam membentuk sikap mental seseorang, daya inovasi, kreatifitas, keberanian, ketekunan, semangat kerja keras, daya juang yang bersinergi dengan pengetahuan keterampilan dan kewaspadaan menentukan keberhasilan usaha. Pengusaha yang memiliki karakteristik wirausaha dapat menghadapi permasalahan dan hambatan yang dihadapinya. Wijayanto (2013) mengungkapkan bahwa karakteristik wirausaha memiliki motif berprestasi. Seorang wirausaha adalah seseorang yang kreatif dan inovatif, berani mengambil risiko melalui pemanfaatan kesempatan usaha yang potensial dan mensinergikan aset-aset dan kapabilitas sehingga aset dan kapabilitas tersebut dapat dikapitalisasikan (Alma, 2005).

Menurut Abdullah dan Mansor (2018), karakteristik wirausaha memainkan peranan penting dalam menjamin kesuksesan usaha UMKM. Karakteristik wirausaha menunjuk pada karakteristik demografi, karakteristik individu, sifat pribadi, orientasi berwirausaha dan kesiapan berwirausaha. Secara detail karakter wirausaha menunjuk pada karakter yang fokus dalam jangka panjang, memiliki banyak ide, percaya diri, tidak mudah menyerah, mandiri, berani mengambil risiko, memiliki kepekaan yang tinggi terhadap lingkungan.

Seorang wirausahawan haruslah memiliki watak yang mampu melihat ke depan, yaitu melihat, berpikir, dengan penuh perhitungan, mencari alternatif masalah dan pemecahannya. Secara umum dapat digambarkan kepribadian yang perlu dimiliki wirausahawan, sebagai berikut:

a. Percaya diri

Percaya diri adalah keyakinan yang tumbuh dalam diri seseorang setelah melakukan penilaian terhadap kemampuan yang dimiliki (Safriyani, 2000). Orang yang tinggi percaya dirinya adalah orang yang jiwanya sudah matang. Kematangan seseorang ditunjukkan dari sikap tidak tergantung pada orang lain, bertanggungjawab, obyektif, kritis, emosional stabil dan berjiwa sosial.

Percaya diri sangat dibutuhkan oleh seorang wirausahawan. Saat seseorang menawarkan produknya, dibutuhkan kepercayaan diri untuk bisa berinteraksi dengan baik dan meyakinkan. Saat seseorang akan memulai untuk berwirausaha, jika ia percaya diri maka ia akan berusaha agar usahanya bisa dibuka dan berjalan. Sebaliknya, orang yang tidak percaya diri akan kerap patah sebelum melangkah.

b. Pantang Menyerah

Seorang wirausahawan memiliki karakteristik pantang menyerah. Seorang wirausahawan membutuhkan semangat pantang menyerah saat berusaha mewujudkan inovasi maupun ide barunya. Tingkat kegigihan seseorang bisa dilihat dari kemampuannya untuk bertahan dalam situasi sulit. Kemampuan ini dikenal dengan *adversity intelligence* dan tingkat

penguasaannya dikenal dengan *adversity quotient* (Tunggal, A. W., 2008). *Adversity Quotient* memiliki empat dimensi yaitu:

1. *Control* yaitu berkaitan dengan seberapa besar individu mampu memberi pengaruh secara positif terhadap situasi
2. *Ownership* berkaitan dengan sejauh mana individu mengendalikan diri sendiri untuk memperbaiki situasi yang dihadapi tanpa mempedulikan penyebabnya
3. *Reach* berkaitan dengan penilaian seseorang mengenai seberapa jauh kesulitan akan menjangkau atau menyebar ke bagian-bagian lain dari kehidupannya
4. *Endurance* berkaitan dengan seberapa lama individu menganggap kesulitan akan berlangsung atau bertahan

c. Berani Mengambil Resiko

Wirausaha tidak lepas dengan adanya tantangan, dan terkadang spekulatif. Keberanian seseorang dalam mengambil resiko memiliki arti penting dalam hal ini. Persaingan, perubahan selera maupun kebutuhan pasar, harga bahan baku yang turun naik, kerugian mesti dihadapi jika memang berniat memasuki dunia wirausaha. Seseorang yang tidak memiliki keberanian mengambil resiko akan cenderung selalu memilih untuk berada di zona aman. Zona aman adalah wilayah dimana seseorang merasa nyaman, aman, terhindar dari resiko konflik atau situasi yang tidak menyenangkan. Seorang wirausahawan akan memilih untuk keluar dari zona aman, melakukan hal yang mungkin tidak dilakukan oleh orang lain, menelurkan ide-ide baru dan melaksanakannya, serta berani menghadapi resiko. Manajemen resiko menjadi faktor penting yang mendukung keberanian pengambilan resiko ini. Keberanian mengambil resiko juga perlu didukung oleh perhitungan yang matang. Semakin baik seseorang membuat pertimbangan, maka resiko akan semakin bisa terantisipasi.

d. Kepemimpinan

Kepemimpinan atau *leadership* dapat dilihat dari bagaimana seseorang mampu mempengaruhi, mengkoordinir, memimpin dan mengambil keputusan dalam sebuah tim. Gaya kepemimpinan bagi seorang wirausaha adalah pemimpin yang memiliki kemampuan mengendalikan diri dan mempengaruhi orang lain dengan tulus, dilakukan dengan kesadaran, tidak dipaksa atau memaksa. Karakteristik kepemimpinan wirausaha adalah jujur, berpedoman pada nurani dalam berpikir, bersikap dan bertindak, amanah, bertanggungjawab, berkomitmen tinggi dan dapat dipercaya

e. Keorisinilan

Orisinalitas dapat diartikan sebagai sesuatu yang baru atau belum ada sesuatu yang sama sebelumnya. Baru disini disini tidak selalu berarti belum pernah ada sama sekali, tapi bisa juga merupakan modifikasi, kombinasi atau reintegrasi dari komponen yang sudah ada, sehingga memunculkan fungsi, cita rasa maupun variasi baru. Bobot orisinalitas suatu ide maupun produk akan tampak dari sejauh manakah ia berbeda dari apa yang sudah ada sebelumnya.

f. Kreativitas

Kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata, yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya (Alma, 2005). Seorang wirausaha kreatif memiliki peluang lebih besar untuk menciptakan produk yang unik dan berbeda, serta dapat merespon kesempatan dengan lebih baik. Kemampuan berpikir kreatif menuntut beberapa hal, antara lain sikap terbuka, keberanian untuk berbeda dengan biasanya, menguasai satu bidang dengan sangat baik, *buying low, selling high*: melihat sesuatu dari yang tidak disukai banyak orang, kemudian mengolahnya dan memunculkan kembali menjadi sesuatu yang berbeda di saat yang tepat sehingga bernilai tinggi.

g. Inisiatif

Berinisiatif artinya selalu ingin mencari dan memulai sesuatu. Untuk memulai diperlukan adanya niat dan tekad yang kuat serta karsa yang besar. Dalam kewirausahaan, peluang hanya diperoleh apabila ada inisiatif. Perilaku inisiatif ini biasanya diperoleh melalui pelatihan dan pengalaman yang bertahun-tahun dan pengembangannya diperoleh dengan cara disiplin diri, berpikir kritis, tanggap, bergairah dan semangat.

h. Motivasi Berprestasi

Motivasi berprestasi merupakan dorongan untuk selalu berprestasi tinggi harus ada dalam diri seorang wirausaha, karena dapat membentuk mental pada diri mereka untuk selalu lebih unggul dan mengerjakan segala sesuatu melebihi standar yang ada. Motivasi berprestasi, pertama diartikan sebagai perilaku yang timbul karena melihat standar keunggulan dan dengan demikian dapat dinilai dari segi keberhasilan dan kegagalan. Kondisi kedua adalah individu sedikit banyak harus bertanggung jawab atas hasilnya. Ketiga, terdapat suatu tingkat tantangan dan timbul perasaan tidak pasti. Konsep motivasi berprestasi juga sangat menitik beratkan pada kerja dinamika batiniah. Seseorang yang memiliki motivasi prestasi maka dalam menjalankan usahanya ia akan berorientasi pada hasil dan wawasan ke depan.

1.4. Unsur-unsur Berwirausaha

Kegiatan berwirausaha terdiri dari beberapa unsur penting, diantaranya sebagai berikut:

- a. Unsur daya pikir (kognitif). Daya pikir adalah sumber dan awal kelahiran kreasi dan temuan baru
- b. Unsur keterampilan. Keterampilan merupakan tindakan raga untuk melakukan suatu kerja. Penguasaan keterampilan yang serba material ini juga merupakan tuntutan yang harus dilakukan untuk setiap muslim dalam rangka melaksanakan tugasnya.

c. Unsur sikap. Sikap hanya dapat diraih jika terjadi sinergi antara pemikiran, keterampilan dan seluruh aktivitas kesehariannya.

d. Unsur intuisi (kewaspadaan). Intuisi atau yang dikenal sebagai *feeling* adalah sesuatu yang abstrak, sulit digambarkan namun seringkali menjadi kenyataan jika dirasakan dan diyakini benar dan lalu diusahakan.

Adapun faktor-faktor yang menjadi melatarbelakangi karakter seorang wirausaha adalah berikut

a. Faktor lingkungan keluarga

Wirausahawan yang berhasil adalah mereka yang dibesarkan oleh orang tua yang memiliki pengalaman yang lebih luas dalam usaha. Selanjutnya pengaruh pekerjaan orang tua terhadap pertumbuhan semangat kewirausahaan ternyata memiliki pengaruh yang signifikan.

b. Faktor pendidikan

Pendidikan yang baik akan memberikan pengetahuan yang lebih baik dalam mengelola usaha. Hal tersebut akan mempengaruhi seseorang dalam mengatasi masalah dan mengoreksi penyimpangan dalam bisnis.

c. Faktor usia

Usia bisa terkait dengan keberhasilan bila dihubungkan dengan lamanya seseorang menjadi wirausahawan. Artinya dengan bertambahnya usia seorang maka semakin banyak pengalaman di bidang usahanya.

d. Faktor pengalaman kerja

Pengalaman kerja tidak sekedar menjadi salah satu hal yang menyebabkan seseorang untuk menjadi seorang entrepreneur. Pengalaman ketidakpuasan dalam bekerja juga turut menjadi salah satu pendorong dalam mengembangkan usaha baru.

1.5. Tugas

Buatlah tulisan sebanyak 5 halaman, mengenai apa yang akan anda lakukan untuk menjadi seorang wirausaha?

1.6. Referensi

- Alma, Buchari. 2005. *Kewirausahaan*. Alfabeta. Bandung.
- Bygrave, W. D. (1994). *The Portable MBA in Entrepreneurship*. John Willey & Sons. *Inc. New York*.
- HM, M. A. (2014). *Pengantar Kewirausahaan Teori dan Aplikasi*. Kencana.
- MM, I. D. S. (2007). *Menjadi Enterpreneur Jempolan*. Penerbit Republika.
- Siagian, V., Yuniwati, I., Rahman, A., Lifchatullaillah, E., Inayah, A. N., Nurbayani & Simarmata, J. (2020). *Pengantar Kewirausahaan*. Yayasan Kita Menulis.
- Tunggal, A. W. (2008). *Pengantar Kewirausahaan. Edisi Revisi*. Jakarta: Harvarindo.
- Widodo, S. A., Isi, T., Assafari, M. F., Kurniawan, H., Inspiratif, J., & Widodo, A. S. (2012). *Start Your Own Business. Inspirational Net*.
- Wijayanto, D., & SPi, M. M. (2013). *Pengantar manajemen*. Gramedia Pustaka Utama.

BAB II

KEWIRAUSAHAAN

2.1. Tujuan Pembelajaran

- a. Mendeskripsikan definisi kewirausahaan
- b. Mengidentifikasi kerangka berfikir kewirausahaan

2.2. Definisi Kewirausahaan

Secara etimologi, kewirausahaan berasal dari kata wira dan usaha. Wira berarti peluang, pahlawan, manusia unggul, teladan, berbudi luhur, gagah berani, dan berwatak agung. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, wirausaha adalah orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk mengadakan produk baru, mengatur permodalan operasinya, serta memasarkannya.

Uraian definisi dari istilah kewirausahaan dapat dikenali melalui definisi berikut: secara epistemologi, kewirausahaan merupakan suatu nilai yang diperlukan untuk memulai suatu usaha atau suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru dan berbeda. Istilah kewirausahaan merupakan padanan kata dari entrepreneurship dalam bahasa Inggris. Istilah ini semakin populer setelah digunakan oleh pakar ekonomi J.B. Say pada 1803 untuk menggambarkan para pengusaha yang mampu memindahkan sumber-sumber daya ekonomis dari tingkat produktivitas rendah ke tingkat produktivitas yang lebih tinggi dan menghasilkan lebih banyak keuntungan. Pada prinsipnya kewirausahaan (entrepreneurship) adalah suatu sikap, jiwa dan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dengan inovasi dan kreativitas yang sangat bernilai dan berguna bagi dirinya dan orang lain. Kewirausahaan

merupakan sikap mental dan jiwa yang selalu aktif atau kreatif berdaya, bercrepta, berkarya dan bersahaja dan berusaha dalam rangka meningkatkan pendapatan dalam kegiatan usaha atau kiprahnya. Dengan demikian kewirausahaan merupakan kegiatan atau proses ataupun aktivitas yang dilakukan oleh seorang wirausaha.

Menurut para pakar istilah Kewirausahaan memiliki pengertian sebagai berikut:

a. Winardi (2003) Kewirausahaan atau Entrepreneurship merupakan sebuah proses dinamik dimana orang menciptakan kekayaan yang berkembang secara sedikit demi sedikit dan teratur. Kekayaan tersebut diciptakan oleh individu-individu yang menanggung resiko utama dalam wujud resiko modal, waktu dan atau komitmen karier dalam hal menyediakan nilai untuk produk atau jasa tertentu.

b. Suryana (2010) menyatakan bahwa istilah kewirausahaan pada hakekatnya adalah sifat, ciri dan watak seseorang yang memiliki kemauan dalam mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia nyata secara kreatif.

c. Thomas W Zimmerer (2008), kewirausahaan merupakan penerapan kreativitas dan keinovasian untuk memecahkan permasalahan dan upaya untuk memanfaatkan peluang yang dihadapi sehari-hari. Kewirausahaan merupakan gabungan dari kreativitas, keinovasian dan keberanian menghadapi resiko yang dilakukan dengan cara kerja keras untuk membentuk dan memelihara usaha baru.

d. Buchari Alma (2004) memaparkan bahwa kewirausahaan adalah proses menciptakan sesuatu yang lain dengan menggunakan waktu dan kegiatan disertai modal dan resiko serta menerima balas jasa dan kepuasan serta kebebasan pribadi. Timmons (Lambing dan Kuehl, 2000: 14), menyatakan kewirausahaan merupakan sifat manusiawi untuk bertindak kreatif meningkatkan nilai sesuatu dengan memanfaatkan kesempatan dan sumber daya yang dilandasi visi, semangat dan komitmen dalam memimpin serta memperhitungkan resiko. Karena kewirausahaan merupakan sifat manusiawi, maka kewirausahaan berhubungan erat dengan perilaku.

e. Hisrich dan Peters (1989) menyatakan kewirausahaan adalah suatu proses mengkreasi sesuatu yang baru yang mempunyai nilai, dengan mencurahkan waktu dan upaya, serta berani menanggung resiko untuk mencapai keberhasilan.

f. Kuratko and Hoodgets (2004: 30), mendefinisikan bahwa, kewirausahaan adalah aktivitas manajemen strategik dimana dalam keputusan mempertimbangkan kekuatan dan kelemahan wirausaha (internal) dan juga peluang dan hambatan yang ada dalam lingkungan usaha (eksternal), bermanfaat untuk individu dan masyarakat.

g. Depdiknas (2004), mengartikan bahwa entrepreneurship (kewirausahaan) adalah sikap dan perilaku dalam memimpin dan mengelola suatu organisasi (termasuk sekolah) dengan selalu mencari dan menerapkan cara kerja dan teknologi baru sehingga dicapai efektivitas dan efisiensi yang tinggi.

Dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan merupakan kemampuan seseorang dalam menghadapi berbagai risiko dengan mengambil inisiatif untuk menciptakan dan melakukan hal-hal baru melalui pemanfaatan kombinasi berbagai sumber daya dengan tujuan untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada seluruh pemangku kepentingan dan memperoleh keuntungan sebagai konsekuensinya. Kewirausahaan adalah proses suatu kegiatan untuk meningkatkan nilai tambah sumber-sumber daya yang ada. Kewirausahaan merupakan suatu kemampuan dan watak dalam proses melaksanakan kegiatan berwirausaha, berupa nilai-nilai dan sikap yang diperlukan untuk berusaha.

Pada konteks kewirausahaan terdapat dua terminologi yang berbeda secara konsep namun memiliki kesamaan dalam praktik. Kedua terminologi tersebut adalah entrepreneurship dan intrapreneurship. Entrepreneurship diartikan sebagai kemampuan mengelola usaha sendiri (menjadi bos/atasan untuk dirinya sendiri) sedangkan intrapreneurship diartikan sebagai kemampuan menerapkan konsep wirausaha dalam mengelola usaha milik orang lain (memiliki bos/atasan yang bukan dirinya sendiri).

2.3. Kerangka Berpikir Kewirausahaan

Kewirausahaan adalah semangat, perilaku, dan kemampuan untuk memberikan tanggapan yang positif terhadap peluang memperoleh keuntungan untuk diri sendiri dan atau pelayanan yang lebih baik pada pelanggan dengan selalu berusaha mencari dan melayani langganan lebih banyak dan lebih baik, serta menciptakan dan menyediakan produk yang lebih bermanfaat dan menerapkan cara kerja yang lebih efisien, melalui keberanian mengambil resiko, kreativitas dan inovasi serta kemampuan manajemen. Adapun kerangka berpikir kewirausahaan sebagai berikut:

1. Wirausahawan Dilahirkan atau Diciptakan?

Pertanyaan ini sudah sering dan sejak lama menjadi fokus perdebatan. Apakah wirausahawan itu dilahirkan yang menyebabkan seseorang mempunyai bakat untuk menjadi wirausahawan atau sebaliknya wirausahawan itu dibentuk. Pada dasarnya berkaitan dengan perkembangan cara pendekatan, yakni pendekatan klasikal dan *event studies*. Pendekatan bersifat klasikal menjelaskan bahwa wirausaha dan ciri-ciri pembawaan atau karakter seseorang yang merupakan pembawaan sejak lahir (*innate*). Untuk menjadi wirausahawan tidak dapat dipelajari. Sedangkan pendekatan *event studies* menjelaskan bahwa faktor-faktor lingkungan yang menghasilkan wirausaha atau dengan kata lain wirausaha dapat diciptakan. Sifat wirausahawan merupakan bawaan lahir sebagaimana pendapat pakar yang menggunakan pendekatan klasikal sebenarnya sudah lazim diterima sejak lama.

Terlepas dari kedua pendapat dengan pendekatan yang berbeda tersebut, menjadi wirausahawan sebenarnya tidaklah cukup hanya karena bakat (dilahirkan) ataupun hanya karena dibentuk. Wirausahawan yang akan berhasil adalah wirausahawan yang memiliki bakat yang selanjutnya dibentuk melalui suatu pendidikan, pelatihan atau bergaul dalam komunitas dunia usaha. Tidak semua orang yang memiliki bakat berwirausaha mampu untuk menjadi wirausahawan tanpa adanya tempaan melalui suatu pendidikan.

2. Motivasi Berwirausaha

Kunci sukses untuk berhasil menjadi wirausahawan adalah adanya motivasi yang kuat untuk berwirausaha. Motivasi untuk menjadi seseorang yang berguna bagi diri sendiri, keluarga dan masyarakatnya melalui pencapaian prestasi kerja sebagai seorang wirausahawan. Apabila seseorang memiliki keyakinan bahwa bisnis yang digelutinya itu sangat bermakna bagi hidupnya, maka dia akan berjuang lebih keras untuk sukses. Terkait dengan motivasi untuk berwirausaha, setidaknya terdapat lima motivasi berwirausaha dan tentunya masing-masing memiliki indikator kesuksesan yang berbeda-beda, yaitu:

- a. Motivasi material, mencari nafkah untuk memperoleh pendapatan atau kekayaan.
- b. Motivasi rasional-intelektual, mengenali peluang dan potensialitas pasar, menggagas produk atau jasa untuk meresponnya.
- c. Motivasi emosional-ekosistemik, menciptakan nilai tambah serta memelihara kelestarian sumberdaya lingkungan.
- d. Motivasi emosional-sosial, menjalin hubungan dengan atau melayani kebutuhan sesama manusia.
- e. Motivasi emosional-intrapersonal merupakan aktualisasi jati diri dalam wujud suatu produk atau jasa yang layak pasar

3. Manfaat Berwirausaha

Beberapa manfaat yang dapat diperoleh melalui berwirausaha terdiri dari manfaat bagi diri sendiri dan bagi masyarakat, sebagaimana yang diuraikan berikut ini:

- a. Memiliki kebebasan untuk mengaktualisasikan potensi diri yang dimiliki. Dengan demikian dalam melaksanakan aktivitas pekerjaannya dengan sukacita tanpa terbebani. Berwirausaha menjadikan diri kita memiliki kebebasan untuk menentukan nasib sendiri dengan menentukan dan mengontrol sendiri keuntungan yang ingin dicapai dengan tanpa batas. Dengan adanya penentuan

keuntungan yang akan dicapai, kita juga memiliki kebebasan untuk mengambil tindakan dalam melakukan perubahan-perubahan yang menurut kita penting untuk dapat mencapainya.

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

c. Adanya manfaat bagi diri sendiri dan masyarakat dalam berwirausaha dapat menjadi motivasi tersendiri bagi kita tergerak untuk mulai berwirausaha. Perlu disadari bahwa pada dasarnya sebagian besar dipengaruhi oleh motivasi, bukan karena terpaksa. Kesuksesan atau ketidaksuksesan seseorang dalam karirnya sangat tergantung dari motivasinya untuk menjalankan karirnya tersebut.

4. Kewirausahaan Eksistensial

Konsep ini memfokuskan pemahaman kewirausahaan yang berorientasi pada aktualisasi jati diri dan potensi-potensi diri sebagai pembelajar kewirausahaan. Kata eksistensial dalam hal ini memiliki tiga arti, yaitu: (a) keberadaan manusia itu sendiri, atau, cara khusus manusia dalam menjalani hidupnya; (b) makna hidup; dan (c) perjuangan manusia untuk menemukan makna yang konkrit di dalam hidupnya, dengan kata lain, keinginan seseorang untuk mencari makna hidup.

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

a. Asas nilai-nilai terpadu. Produk yang diciptakan wirausaha merupakan pewujudan dan pembawa nilai tertentu, yang dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan dan peningkatan kualitas kehidupan sesama manusia.

b. Asas efektivitas pelayanan. Wirausaha menciptakan sistem penyampaian produk serta jasa-jasa pendukungnya hingga pengguna dapat menjangkaunya dan memanfaatkannya secara efektif.

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

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

e. Asas bisnis sebagai simpul komunitas. Wirausaha tidak membatasi kiprahnya hanya pada transaksi-transaksi bisnis semata, tapi berlanjut dengan merajut komunitas internal maupun komunitas eksternal antar *stakeholders*.

2.4. Tugas

1. Mengapa belajar mengenai kewirausahaan dianggap penting?
2. Jelaskan bagaimana menentukan potensi kewirausahawanan?
3. Mengapa inovasi merupakan kunci penting dalam kewirausahawanan?

2.5. Referensi

- Alma, Buchari. 2005. *Kewirausahaan*. Alfabeta. Bandung.
- Bygrave, W. D. (1994). *The Portable MBA in Entrepreneurship*. John Willey & Sons. Inc. New York.
- Gitosardjono, S. S. (2013). *Wirausaha berbasis Islam & kebudayaan*. Pustaka Bisnis Indonesia.
- HM, M. A. (2014). *Pengantar Kewirausahaan Teori dan Aplikasi*. Kencana.
- Irham, F. (2013). *Kewirausahaan teori, kasus dan solusi*. Bandung: Alfabeta.
- MM, I. D. S. (2007). *Menjadi Enterpreneur Jempolan*. Penerbit Republika.
- Rusdiana, A. (2017). *Kewirausahaan Teori dan Praktik*. CV Pustaka Setia.
- Siagian, V., Yuniwati, I., Rahman, A., Lifchatullailah, E., Inayah, A. N., Nurbayani & Simarmata, J. (2020). *Pengantar Kewirausahaan*. Yayasan Kita Menulis.

- Suryana, K. P. P. (2006). Kiat dan Proses Menuju. *Sukses, Edisi Ketiga, Jakarta: Penerbit Salemba.*
- Winarno, W. (2010). Studi Korelasional Gaya Kepemimpinan Terhadap Sikap Kewirausahaan Karyawan di Penerbit Gramedia Group. *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen, 2(1), 91-107.*
- Tunggal, A. W. (2008). Pengantar Kewirausahaan. *Edisi Revisi. Jakarta: Harvarindo.*
- Widodo, S. A., Isi, T., Assafari, M. F., Kurniawan, H., Inspiratif, J., & Widodo, A. S. (2012). Start Your Own Business. *Inspirational Net.*
- Wijayanto, D., & SPi, M. M. (2013). *Pengantar manajemen.* Gramedia Pustaka Utama.

BAB III

PELUANG USAHA

3.1. Tujuan Pembelajaran

- a. Mendeskripsikan definisi peluang usaha
- b. Mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi peluang usaha
- c. Menganalisis unsur pendukung dalam menentukan peluang usaha

3.2. Definisi Peluang Usaha

Peluang yang dalam bahasa Inggris disebut dengan *opportunity* memiliki arti sesuai dengan KBBI adalah kesempatan. Secara sederhana peluang diartikan sebagai kesempatan muncul atau terjadi pada satu peristiwa. Menurut Hendro (2011), peluang dalam bahasa Inggris adalah *opportunity* yang berarti sebuah atau beberapa kesempatan yang muncul dari sebuah kejadian atau “moment”. Jadi, asal dari peluang itu adalah kesempatan yang terjadi dan berkembang menjadi ide bagi seseorang.

Peluang berasal dari kata dasar *luang*. Kata peluang, jika dalam Bahasa Inggris *opportunity* dapat diartikan sebagai kesempatan yang muncul dari suatu kejadian. Istilah peluang usaha sendiri terdiri dari dua kata yaitu kata peluang dan kata “usaha”. Kata peluang memiliki pengertian sebagai suatu kesempatan yang datang atau sesuatu yang terjadi yang bisa menghasilkan keuntungan. Sedangkan kata usaha dapat diartikan sebagai suatu tindakan yang dilakukan untuk mengarahkan tenaga dan pikiran dalam mencapai target atau tujuan. Dengan demikian, peluang usaha adalah suatu kesempatan yang datang sehingga dapat dimanfaatkan untuk mendapatkan keuntungan.

Peluang usaha juga didefinisikan sebagai kesempatan yang muncul pada waktu tertentu yang dapat memberikan kesempatan besar untuk memperoleh keuntungan, jika dalam kesempatan itu dilakukan suatu tindakan dengan mengerahkan tenaga dan pikiran. Peluang usaha sendiri merupakan suatu ide investasi atau usulan bisnis yang menarik serta memberi kemungkinan untuk memberikan hasil bagi seseorang yang berani mengambil resiko.

Analisis peluang usaha adalah suatu analisis yang bertujuan untuk mengetahui apakah usaha yang tersebut dapat dikerjakan, dilaksanakan, dan memberikan keuntungan dikemudian hari. Peluang usaha adalah kesempatan yang dapat dimanfaatkan seseorang untuk mendapatkan apa yang diinginkannya dengan memanfaatkan berbagai sumber daya yang dimiliki.

Sifat seorang wirausahawan adalah selalu mencari dan melihat peluang yang tersembunyi dengan gagasan baru dan bekerja keras untuk merubah peluang menjadi kenyataan. Kreativitas dalam memunculkan ide memiliki peranan penting dalam inovasi produk sebuah usaha. Kreativitas menjadikan peluang sebagai ide praktis yang dapat diterapkan kepekerjaan sehari-hari yang memerlukan kemampuan pengembangan ide (*divergen*) dan kemampuan mengerucutkan ide (*konvergen*).

3.3. Faktor-faktor yang mempengaruhi peluang usaha

Seorang pengusaha baik pengusaha muda ataupun pengusaha yang sudah lama, ketika ia akan memanfaatkan peluang usaha yang ada pada waktu tertentu seorang pengusaha itu harus memiliki sikap dan mental yang percaya diri. Perlu pemikiran yang matang bagi seorang pengusaha agar usahanya dapat berjalan dengan tetap sasaran. Dalam menilai sebuah peluang usaha, tentu harus memperhatikan dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal ini bersumber dari individu itu sendiri misalnya bakat dan minat yang dimiliki oleh seseorang. Sementara faktor eksternal datang dari luar misalnya lingkungan sekitar. Ketika akan memanfaatkan peluang usaha maka harus memiliki daya analisa yang tinggi dalam memanfaatkan peluang usaha.

Seorang pengusaha yang cerdas adalah ia mampu melakukan inovasi dan Produk Kreatif dan Kewirausahaan kreativitas untuk kegiatan usahanya.

3.4. Ciri-ciri peluang usaha

Tidak semua peluang usaha dapat dimanfaatkan dan diubah menjadi suatu usaha bisnis yang baik. Kita harus memilih dan memilah peluang mana yang cocok dengan bakat dan kemampuan yang layak dikembangkan. Peluang usaha yang baik dan layak dikembangkan memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Peluang itu orisinal dan tidak meniru.
- b. Peluang itu harus dapat mengantisipasi perubahan persaingan dan kebutuhan pasar di masa mendatang. Dalam arti, peluang itu bisa terus ditingkatkan nilai jualnya serta bisa terus diinovasi.
- c. Benar-benar sesuai dengan keinginan agar peluang bisa bertahan lama.
- d. Tingkat kelayakan usaha benar-benar teruji untuk itu dilakukan riset
- e. Bersifat ide yang kreatif dan inovatif bukan tiruan dari ide orang lain.
- f. Ada keyakinan bisa mewujudkan dan sukses untuk menjalankannya.

Seorang wirausahawan harus memiliki pengetahuan dan keterampilan yang cukup untuk mengarahkan dirinya guna memperoleh peluang usaha. Banyak jenis usaha yang bisa dikelola, mana yang akan dipilih bergantung pada beberapa hal, antara lain minat seseorang, modal yang dimiliki, dan relasi yang dimiliki. Berbagai peluang lainnya Setiap usaha yang dijalani pasti berorientasi ingin mencari keuntungan. Namun, saat anda berusaha, tidak akan terlepas dari risiko yang akan dihadapi. Hal tersebut tidak perlu dicemaskan karena hanya akan memperlambat dan menghambat usaha. Untuk mengantisipasinya, persiapkan perhitungan secara matang langkah usaha yang akan ditempuh sehingga akan mengurangi risiko yang dihadapi.

3.5. Sumber Peluang Usaha

Usaha bagi pengusaha, terutama yang baru memulai atau sebagai calon pengusaha, peluang usaha tidak serta merta muncul dan kemudian berkembang serta berhasil. Berbagai sumber peluang usaha dapat diakses sebagai sarana untuk memulai usaha dan mengembangkannya, antara lain:

a. Dari diri sendiri. Peluang usaha yang memiliki potensi tinggi adalah dari diri sendiri, misalnya ide tersebut didapatkan dari hobi, keahlian, pengetahuan dan dari riset atau pengamatan lingkungan. Alasan mengapa peluang yang baik datang dari diri sendiri, yaitu karena Pertama, untuk menjalankan usaha harus konsisten dan berkomitmen, sehingga usahawan harus menyukai usaha tersebut. Kedua, untuk menjalankan usaha membutuhkan proses yang cukup panjang, sampai usaha tersebut membuat usahawan berhasil. Ketiga, keberhasilan dalam menjalankan usaha yaitu dengan terus mencoba dan pantang menyerah dengan didukung kreativitas dan inovasi serta memiliki pengetahuan yang mencukupi.

b. Dari lingkungan. Terdapat peluang untuk menjalankan usaha yang sumber idenya didapatkan dari lingkungan sekitar, antara lain Pertama lingkungan rumah, bisa saja peluang untuk menjalankan usaha dapat muncul dari lingkungan sekitar rumah. Kedua, kebiasaan diri sendiri juga dapat memunculkan ide atau peluang untuk menjalankan usaha, misalnya seseorang sering *online*, sehingga mendapatkan ide untuk berbisnis *online*.

Selain itu, peluang usaha juga dapat bersumber dari konsumen. Permintaan konsumen terhadap barang atau jasa di pasar dapat menjadi sumber ide untuk membuka usaha, diantaranya sebagai berikut:

a. Harapan konsumen terhadap barang dan jasa yang ada ataupun belum ada di pasar.

b. Saran dari konsumen terhadap barang atau jasa, dengan adanya saran tersebut usahawan dapat memperbaiki lagi barang atau jasa yang dijualnya atau membuat barang yang baru yang sesuai keinginan konsumen sehingga konsumen merasa puas.

c. Permintaan konsumen terhadap barang dan jasa, dengan keinginan konsumen terhadap barang atau jasa, jika seorang usahawan dapat membaca situasi ini dengan baik, maka akan menjadi sumber ide untuk membuka usaha sehingga mendapatkan keuntungan.

d. Dari perubahan-perubahan yang terjadi Peluang usaha dapat muncul dari berbagai perubahan lingkungan jika orang tersebut mampu membaca situasi untuk melihat peluang usaha.

3.6. Kemampuan Mengenali Peluang Usaha

Pengusaha yang mengawali usahanya dapat menghadapi kondisi yang tidak pasti. Dalam kondisi tersebut, sebenarnya dapat dihindari atau paling tidak dapat ditekan sekecil mungkin jika kita bisa memilih usaha yang benar-benar tepat, sesuai dengan kondisi dan kemampuan kita, yaitu usaha yang kita sukai atau kita mempunyai kompetensi dalam bidang usaha tersebut. Untuk memilih usaha yang sesuai dengan kondisi kita sebenarnya juga tidak terlalu sulit. Kita dapat memilih usaha yang sesuai dengan kondisi di sekitar lingkungan kita sendiri.

Satu diantaranya alat untuk mengukur penilaian awal dan pemberian informasi penting, yaitu menggunakan analisis terhadap kelemahan, kekuatan, peluang, dan ancaman atau yang lebih dikenal dengan sebutan analisis SWOT. Berikut adalah cara sederhana yang dapat dilakukan dalam menerapkan analisis SWOT:

1. Kekuatan. Melihat kekuatan yang dimiliki seperti lokasi, sumber-sumber bahan baku yang mudah didapat, mudah dijangkau oleh konsumen atau pelanggan, dan kekuatan lainnya yang dapat dimanfaatkan.
2. Kelemahan. Melihat kelemahan yang dimiliki agar kita tidak memaksakan diri melakukan usaha yang sebenarnya tidak dapat dilakukan karena kita memiliki kekurangan tertentu.
3. Peluang. Melihat peluang yang dapat dimanfaatkan dan memberikan keuntungan.

4. Ancaman. Melihat ancaman terhadap usaha-usaha yang berisiko tinggi, memiliki siklus hidup yang pendek, dan tidak terukur. Terlebih lagi jika pesaing-pesaing kita memiliki kemampuan yang lebih baik dari kita. ada di mana pun.

Menurut Hunter (2013) peluang menampakkan diri dalam cara yang berbeda dan dapat dikategorikan demikian. Salah satu cara paling sederhana dalam bentuk pemetaan peluang adalah dengan lokus dari perubahan mereka yang memanifestasikan ke lingkungan. Berikut adalah tipologi dari peluang

1. Peluang Berbasis Meniru (*Imitation-based Opportunities*). Wirausaha mulai meniru ide-ide orang lain, dan terkadang melakukan sedikit inovasi pada produknya. misalnya: memulai usaha barunya diawali dengan meniru usaha orang lain, dalam menciptakan jenis barang yang dihasilkan meniru yang sudah ada

2. Peluang Berbasis Alokatif (*Allocative-based Opportunities*). Peluang alokatif terjadi ketika ada ketidaksesuaian penawaran dan permintaan, sumber daya yang langka di daerah-daerah tertentu, individu atau perusahaan memiliki monopoli sumber daya, atau demografi perubahan memerlukan produk tertentu dan layanan untuk memenuhi kebutuhan yang muncul dan keinginan.

3. Peluang Berbasis Penemuan (*Discovery-based Opportunities*). Peluang berbasis penemuan dapat terjadi ketika adanya perubahan teknologi, peraturan, kondisi ekonomi dan kebutuhan konsumen, Sebenarnya kebutuhan akan suatu produk tersebut sudah ada, hanya saja belum ada pelaku usaha yang menyadarinya. (David dan Wina, 2015:65).

4. Peluang Berbasis Penciptaan (*Construction-based Opportunities*). Beberapa peluang tidak ada sampai mereka dibangun oleh seseorang. Peluang baru dapat muncul melalui entrepreneur yang memiliki pengalaman dan interaksi dengan lingkungan. Penciptaan peluang adalah proses yang dari jalan mana seorang pengusaha dapat belajar apa yang berhasil dan apa yang tidak berhasil seperti proses pengembangan sebuah usaha yang sedang berlangsung. Proses penciptaan atau disebut proses inovasi dan kreasi yang diawali dengan teknik

produksi baru, mencari bahan baku baru, organisasi usaha baru, dan metode pemasaran baru. seperti halnya proses inovasi.

3.7. Diskusi dan Tugas

Hendro dan Candra (2006) menjelaskan tentang konsep peluang usaha yaitu merebut pasar dari pesaing, menggantikan posisi yang ada di pesaing, mengisi kekosongan yang diperlukan, menghancurkan pimpinan pasar dan melengkapi ketidaksempurnaan pasar. Secara umum berbagai hal yang dapat menjadi gagasan dalam menangkap peluang berwirausaha harus memenuhi unsur-unsur berikut:

1. Apakah sedang diperlukan oleh pasar?
2. Apakah peluang tersebut memecahkan kesulitan atau masalah yang sedang dihadapi pasar?
3. Apakah peluang tersebut menyempurnakan dari produk sebelumnya?
4. Apakah peluang tersebut benar-benar beda dan ada nilai tambah?
5. Apakah peluang tersebut merupakan temuan yang original?
6. Apakah peluang tersebut memberikan keuntungan yang nyata?
7. Apakah peluang tersebut ada yang dibanggakan oleh konsumen?
8. Apakah peluang tersebut dapat diwujudkan?

Berdasarkan hal tersebut, pada tugas berikut ini, setiap mahasiswa ditugaskan untuk membuat tulisan tentang keterkaitan unsur tersebut dalam menentukan peluang usaha. Tulisan dimaksud harus memuat referensi ilmiah yang relevan dengan topik pembahasan

3.8. Referensi

Alma, Buchari. 2005. *Kewirausahaan*. Alfabeta. Bandung.

Bygrave, W. D. (1994). *The Portable MBA in Entrepreneurship*. John Willey & Sons. *Inc. New York*.

- HM, M. A. (2014). *Pengantar Kewirausahaan Teori dan Aplikasi*. Kencana.
- MM, I. D. S. (2007). *Menjadi Enterpreneur Jempolan*. Penerbit Republika.
- Siagian, V., Yuniwati, I., Rahman, A., Lifchatullaillah, E., Inayah, A. N., Nurbayani & Simarmata, J. (2020). *Pengantar Kewirausahaan*. Yayasan Kita Menulis.
- Tunggal, A. W. (2008). *Pengantar Kewirausahaan. Edisi Revisi*. Jakarta: Harvarindo.
- Widodo, S. A., Isi, T., Assafari, M. F., Kurniawan, H., Inspiratif, J., & Widodo, A. S. (2012). *Start Your Own Business. Inspirational Net*.
- Wijayanto, D., & SPi, M. M. (2013). *Pengantar manajemen*. Gramedia Pustaka Utama.

BAB IV

MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN

4.1 Tujuan Pembelajaran

- a. Menjelaskan definisi manajemen
- b. Menjelaskan definisi manajemen usaha
- c. Mengidentifikasi pola manajemen usaha

4.2 Definisi Manajemen

Secara etimologi manajemen berasal dari kata kerja *to manage* yang berarti mengatur. Sementara pada Kamus Besar Bahasa Indonesia menjelaskan bahwa kata manajemen berarti pimpinan, direksi dan pengurus, yang diambil dari kata kerja *manage* yang dalam bahasa perancis berarti tindakan membimbing atau memimpin. Sedangkan dalam bahasa latin manajemen berasal dari kata *managiere* terdiri dari dua kata yaitu *manus* dan *agere*. *Manus* berarti tangan dan *agere* berarti melakukan atau melaksanakan.

Terdapat beberapa ahli yang mendefinisikan manajemen sebagai berikut:

- a. Mary Parker Follet (2002) mendefinisikan manajemen sebagai seni menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Definisi ini berarti bahwa seorang manajer bertugas mengatur dan mengarahkan orang lain untuk mencapai tujuan organisasi.
- b. Ricky W. Griffin (2004) mendefinisikan manajemen sebagai sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran secara efektif dan efisien. Efektif berarti bahwa

tujuan dapat dicapai sesuai dengan perencanaan, sementara efisien berarti bahwa tugas yang ada dilaksanakan secara benar, terorganisir, dan sesuai dengan jadwal.

c. George R. Terry (2003) mendefinisikan bahwa manajemen merupakan proses yang khas yang terdiri dari Tindakan perencanaan, pengorganisasian, menggerakkan dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia serta sumber-sumber lain.

d. Hasibuan (2007) mendefinisikan manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan tertentu.

e. Pangabean (2003) mendefinisikan manajemen adalah sebuah proses yang terdiri atas fungsi-fungsi perencanaan, perorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian kegiatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efisien.

f. Wijayanti (2008) mendefinisikan manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya manusia organisasi lainnya agar mencapai tujuan.

Berdasarkan beberapa definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah pengaturan suatu sistem, baik orang dan perangkat lain agar dapat berjalan dan bekerja sesuai dengan ketentuan dan tujuan yang terdiri dari berbagai aktivitas. Beberapa definisi tersebut juga mendeskripsikan bahwa manajemen dalam ekonomi adalah suatu keadaan yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian, yang saling berkaitan. Manajemen dapat dikatakan pula sebagai suatu ilmu yang mengatur manusia dalam membentuk suatu organisasi untuk memanfaatkan sumber daya yang ada dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien, sehingga berhasil dan berdaya guna. Oleh karena itu, manajemen adalah seni dalam mengatur sistem baik orang dan perangkat lain agar dapat berjalan

dan bekerja sesuai dengan ketentuan dan tujuan entitas yang terdiri dari berbagai aktivitas sebagaimana disebutkan.

4.3 Definisi Manajemen Usaha

Kata manajemen jika dikaitkan dengan usaha dapat diartikan sebagai suatu hal yang dapat diterapkan dalam melaksanakan kegiatan berwirausaha. Pengelolaan manajemen wirausaha dibutuhkan dalam kegiatan internal usaha, agar usaha yang dilaksanakan benar-benar memiliki arah dalam menjalankan usaha, terukur, dan terencana dengan baik. Perencanaan usaha juga akan menjadi *controlling tools* apakah dalam perjalanannya nanti, bisnis yang dijalankan berada dalam aturan dan garis perencanaan yang benar atau tidak.

Secara garis besar penerapan manajemen lebih kepada fungsi dan tugas manager. Pada usaha berskala besar tugas manager telah dipilah-pilah sedemikian rupa sesuai strategi dan struktur organisasi yang tertata secara bertingkat. Sementara pada usaha kecil, seluruh sumberdaya sangat terbatas, fungsi dan tugas seorang manager berbur menjadi satu karena memang dalam usaha kecil belum diperlukan manager. Manager pada usaha kecil seringkali juga merupakan pendiri atau pemilik (Robbins, (2010).

Aktivitas yang dilakukan oleh seorang wirausaha dalam memajemen usahanya tidak hanya terkait dengan perwujudan gagasan menjadi produk yang dapat menembus pasar, namun juga terkait dengan bagaimana mengelola usaha sebagai sebuah sistem agar tetap berjalan mencapai tujuan usaha yang efektif. Hal ini menuntut kerja keras dalam meningkatkan kemampuan manajerial dari seorang wirausaha. Tanpa kemampuan manajerial yang mumpuni usaha tidak akan bertahan, karena manajemen menjamin segala unsur usaha berjalan dan bergerak dengan sinergi untuk mencapai tujuan usaha.

Mahasiswa yang akan berwirausaha sebagian besar merencanakan bentuk organisasi usaha dalam skala kecil atau usaha kecil dan berbentuk usaha mikro dimana wirausaha merupakan pemilik usaha dan pengelola usaha dengan karyawan orang-orang terdekat dan keluarga. Oleh karena itu kajian dalam buku ajar ini dikaitkan dengan bagaimana manajemen usaha skala kecil,

agar wirausaha pemula seperti mahasiswa dapat mencapai tujuannya dengan melaksanakan fungsi manajemen sebaik mungkin

Secara garis besar manajemen usaha yang dilakukan bermanfaat untuk menjamin pelaksanaan usaha berjalan sesuai dengan perencanaan untuk mencapai hasil yang dilandaskan tujuan usaha. Namun pada dasarnya terdapat beberapa manfaat yang dapat diperoleh dengan menjalankan manajemen usaha yang baik. Dengan menyadari manfaat dilaksanakannya manajemen usaha, seorang wirausaha akan lebih termotivasi melaksanakan manajemen usaha dengan baik. Menurut (Simamora, 2006) beberapa manfaat yang diperoleh dari pelaksanaan pengelolaan usaha dengan manajemen yang baik adalah sebagai berikut:

- a. Studi kelayakan yang dilakukan memungkinkan wirausaha dapat memilih bisnis yang feasible untuk dijalankan.
- b. Dapat memilih untuk memiliki bentuk usaha yang berbadan hukum
- c. Laporan keuangan yang dilakukan dapat bermanfaat untuk kelangsungan usaha
- d. Sebagai dasar dalam pengembangan dan operasional usaha yang jelas
- e. Membantu dalam peningkatan produktivitas kerja dari berbagai komponen organisasi
- f. Memantapkan penerapan pendekatan kesisteman dalam menjalankan roda organisasi.
- g. Memungkinkan manajemen pada berbagai tingkat untuk menentukan strategi yang tepat.
- h. Membantu menilai perilaku bawahan dalam menyediakan informasi bagi pimpinan
- i. Membantu pewirausaha membuat strategi yang lebih baik dengan menggunakan pendekatan yang lebih sistematis, logis, rasional pada pilihan strategis dalam berwirausaha

Dengan mempelajari uraian manfaat manajemen di atas, maka manfaat manajemen dalam kegiatan wirausaha adalah membantu para wirausaha dalam

membuat strategi dan menilai sumber daya yang dimilikinya sehingga peningkatan produktivitas usaha dapat dicapai. Berwirausaha dengan menerapkan manajemen adalah langkah dalam mengenal usaha sendiri sehingga mampu menyediakan informasi yang dibutuhkan, baik untuk wirausaha sendiri atau bagi orang lain yang memiliki maksud dengan kegiatan usahanya.

4.4 Pola Manajemen Kewirausahaan

Pengelolaan manajemen dalam berwirausaha dibutuhkan agar usaha yang dilaksanakan benar-benar memiliki arah yang terukur dan terencana dengan baik. Manajemen menjadi pengendali dari kegiatan usaha untuk memastikan bahwa usaha yang dilakukan berjalan sesuai dengan arah tujuan usaha. Manajemen dibutuhkan tidak hanya untuk usaha yang baru didirikan, namun seluruh unit usaha yang sedang berjalan membutuhkan manajemen yang baik. Pengertian kewirausahaan dalam konteks manajemen adalah kemampuan dalam menggunakan sumber daya, seperti finansial, bahan mentah dan tenaga kerja untuk menghasilkan suatu produk baru, bisnis baru, proses produksi ataupun pengembangan organisasi (Widodo,2012).

A. Perencanaan

Perencanaan yang efektif memiliki hubungan dengan produktivitas organisasi. Perencanaan mengarah pada kinerja karyawan dalam sebuah organisasi dengan memanfaatkan sumber daya dalam mencapai hasil yang diinginkan secara spesifik. Perencanaan (*planning*) adalah upaya menyusun berbagai keputusan yang bersifat pokok, yang akan dilaksanakan menurut urutannya guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Machfoedz (2005) mengemukakan bahwa perencanaan (*planning*) adalah penetapan pekerjaan yang harus dilaksanakan oleh organisasi untuk mencapai tujuan yang digariskan.

Perencanaan adalah alat manajemen yang paling penting. Tujuan perencanaan adalah agar organisasi dapat berkinerja baik, sumber daya

dimanfaatkan dengan baik, dan pelanggan dapat dilayani dengan baik maka semua sumber daya manusia dan material organisasi harus dimanfaatkan secara tepat. Hal ini bertujuan agar perusahaan dapat menciptakan produk berkualitas tinggi dengan biaya minimal

Penguatan fungsi perencanaan dengan pernyataan bahwa sebagian besar kegagalan perencanaan timbul dari ketidakmampuan manajer mereka untuk benar-benar mengerti tentang apa yang akan direncanakan dan bagaimana implementasinya dengan baik. Berdasarkan kajian di atas maka dapat dikatakan bahwa perencanaan merupakan satu fungsi manajemen yang terkait dengan penyusunan tindakan usaha yang akan dilakukan oleh organisasi atau perusahaan dengan menetapkan alternatif utama dari banyaknya pilihan tindakan usaha yang akan dilakukan dimasa yang akan datang. Perencanaan yang baik menentukan kualitas produktivitas usaha, oleh karenanya perencanaan harus benar-benar dilakukan dengan baik agar tidak terjadi kegagalan dalam melakukan tindakan.

Perencanaan lebih dari sekedar pengambilan keputusan, inti dari perencanaan yang baik harus memuat:

- 1) Mensyaratkan adanya alternatif untuk dipilih
- 2) Menentukan terlebih dahulu tentang: Apa yang harus dilakukan? Bagaimana melakukannya? Kapan harus melakukannya? Siapa yang melakukannya? Sebagai salah satu fungsi dasar manajerial, perencanaan merupakan tindakan memilih dari beberapa alternatif, tindakan masa depan perusahaan secara keseluruhan dan untuk setiap berangkat yang ada di dalam organisasi.
- 3) Perencanaan harus mempertimbangkan sifat lingkungan masa depan di mana keputusan dan tindakan perencanaan dimaksudkan untuk beroperasi.
- 4) Perencanaan terkait dengan semua fungsi manajerial lainnya. Meskipun semua fungsi manajerial saling terkait dalam praktek sebagai sebuah sistem tindakan, perencanaan berada pada posisi yang unik dan istimewa, karena menetapkan tujuan yang diperlukan bagi setiap kelompok yang diupayakan.
- 5) Perencanaan mencakup seluruh aspek yang terkait dengan organisasi dan tidak dapat dipisahkan.

B. Mendefinisikan kompetensi inti perusahaan

Dalam jangka panjang, yang membedakan perusahaan-perusahaan bertumbuh dengan perusahaan-perusahaan yang berjuang untuk tetap hidup adalah kemampuannya dalam mengembangkan seperangkat kompetensi inti yang memungkinkannya untuk melayani pelanggan dengan lebih baik. Kompetensi inti (*core competencies*) adalah seperangkat kemampuan dan keunikan yang dikembangkan dalam daerah-daerah operasional kunci, seperti mutu, layanan, inovasi, pembangunan tim, fleksibilitas tinggi, cepat tanggap dan hal lainnya yang dapat dilakukan untuk melebihi para pesaing.

Kompetensi inti akan menjadi dasar dari keunggulan kompetitif perusahaan dan biasanya bertahan cukup lama. Kompetensi inti perusahaan kecil sering kali berasal dari ukuran perusahaan yang masih kecil sehingga memiliki kelincahan, kecepatan dan kedekatan dengan pelanggan serta kemampuan untuk melakukan inovasi. Ringkasnya, ukurannya yang kecil membuat usaha kecil dapat melakukan sesuatu yang tidak dapat dilakukan oleh perusahaan besar.

Setiap usaha harus memiliki keunggulan yang menjadi nilai lebih dari usahanya. Kompetensi utama atau keunggulan menjadi kekuatan dari sebuah usaha kecil yang berhasil, mengetahui segmen-segmen pasar dimana mereka bersaing dan membangun serta memelihara kompetensi ini yang langsung berpengaruh pada efektivitas jangka panjang mereka.

Kompetensi inti dari sebuah usaha yang dilaksanakan merupakan kelebihan yang memungkinkan wirausaha mengandalkannya untuk tetap bertahan dan bahkan berkembang menjadi sebuah usaha yang lebih maju. Mengembangkan kemampuan inti usaha untuk mendapatkan kemenangan dalam bersaing adalah penting. Wirausaha dalam skala kecil lebih mampu mendekati kompetensi intinya dengan menekankan pelayanan yang lebih dekat dengan konsumennya. Karena hal tersebut lebih mungkin dilakukan oleh perusahaan kecil dari pada perusahaan besar. Miliki kompetensi inti dan dorong kemampuan usaha untuk memiliki dan mengembangkannya dengan perencanaan yang benar.

C. Menilai Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman (SWOT)

Setelah mengidentifikasi kompetensi inti dan posisi yang diinginkan di pasar, wirausaha dapat mengalihkan perhatiannya untuk menilai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan. Membangun strategi bersaing yang berhasil mengharuskan perusahaan untuk memperbesar kekuatan untuk mengatasi kelemahan yang dimilikinya.

1) Kekuatan (*strength*) adalah faktor-faktor internal positif yang berperan terhadap kemampuan perusahaan untuk mencapai misi, cita-cita dan tujuan organisasi.

2) Kelemahan (*weakness*) Merupakan faktor-faktor internal negatif yang merintangi kemampuan perusahaan untuk mencapai misi, cita-cita dan tujuan perusahaan. Dengan melakukan identifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan dapat memberikan suatu manfaat bagi pemilik perusahaan memahami situasi perusahaan.

3) Peluang (*opportunity*) setelah wirausaha memiliki data kekuatan dan kelemahan internal, selanjutnya harus beralih ke lingkungan eksternal untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman apa saja yang kiranya membawa dampak nyata terhadap bisnis. Peluang (*opportunity*) adalah opsi-opsi eksternal positif yang dapat dimanfaatkan oleh suatu bisnis untuk mencapai misi, cita-cita dan tujuannya.

4) Ancaman (*threat*) adalah kekuatan-kekuatan luar negatif yang merintangi kemampuan perusahaan untuk mencapai misi, cita-cita, dan tujuan.

Seorang wirausaha harus menyiapkan sebuah rencana untuk melindungi bisnis mereka dari ancaman, untuk itu harus pula dijabarkan dalam sebuah neraca dimana disebelah kanan berisi tentang peluang yang dimiliki dan pada sisi sebelah kiri berisi tentang ancaman utama yang perusahaan hadapi. Dari kegiatan ini akan diperoleh suatu gambaran peluang dan ancaman adalah hasil dari interaksi antara kekuatan, kecenderungan dan kejadian diluar kendali langsung sang wirausaha. Kekuatan luar akan mempengaruhi perilaku pasar tempat perusahaan dijalankan, perilaku pesaing dan perilaku konsumen.

D. Mengidentifikasi Faktor-Faktor Keberhasilan

Setiap bisnis dicirikan oleh variabel yang dapat dikendalikan yang menentukan keberhasilan relatif dipasar. Mengidentifikasi dan mengubah variabel-variabel adalah cara bisnis kecil untuk memperoleh keunggulan kompetitifnya. Melalui usaha yang berfokus pada memaksimalkan kinerja dari faktor-faktor kunci keberhasilan ini. Faktor kunci keberhasilan muncul dalam berbagai bentuk tergantung pada jenis industrinya. Para wirausaha harus menggunakan informasi ini untuk menganalisa bisnis mereka, kompetensi, dan industrinya untuk mendapatkan sumber keunggulan kompetitif yang paling tepat. Perusahaan yang sangat berhasil memahami factor-faktor kunci keberhasilan ini dan bagaimana keunggulan ini bisa digunakan untuk mempengaruhi persaingan di pasar.

E. Analisa Persaingan

Kegiatan strategis yang sangat penting lainnya adalah tetap waspada terhadap persaingan melalui suatu program intelejen kompetitif. Tujuan utama dari program intelejen kompetitif ini meliputi:

- 1) Menghindari kejutan yang berasal dari strategi dan taktik baru pesaing
 - 2) Mengidentifikasi pesaing baru yang potensial dan ancaman yang mungkin diakibatkannya.
 - 3) Memperbaiki waktu reaksi terhadap tindakan pesaing
 - 4) Menyiasati para pesaing pada medan-medan strategis kunci dengan mengetahui apa yang akan mereka perbuat dan tetap satu langkah di depan.
- Hal yang perlu dilakukan oleh para wirausaha adalah mengumpulkan, menyimpan dan menggunakan data dalam mengamati pesaing. Memperkirakan tingkat persaingan akan memberikan para pemilik perusahaan sebuah sudut pandang yang lebih realistis mengenai pasar dan posisi mereka di dalamnya.

F. Menciptakan Cita-Cita dan Tujuan Perusahaan

Sebelum seorang wirausaha dapat menyusun seperangkat strategi yang komprehensif, pertama kali dia harus menetapkan cita-cita dan tujuan perusahaan, yang mempunyai sasaran sebagai dasar penilaian kegiatan

perusahaan. Tanpa cita-cita dan tujuan, pemilik tidak dapat mengetahui akan kemana bisnis ini dikembangkan dan seberapa baik bisnis berjalan. Cita-cita adalah atribut-atribut yang berusaha dicapai oleh suatu bisnis; cenderung bersifat umum dan kadang-kadang bersifat abstrak. Cita-cita tidak dimaksudkan untuk cukup spesifik dan mendasari semua tindakan dari manajer, melainkan hanya sekedar menyatakan tingkat pencapaian umum yang ingin dicapai. Tujuan adalah tujuan-tujuan yang lebih spesifik mengenai kinerja.

G. Merumuskan Opsi-Opsi dan Memilih Strategi

Seorang wirausaha sudah harus memiliki gambaran yang jelas tentang hal terbaik apa yang harus dikerjakan dan apa keunggulan kompetitifnya. Demikian juga pemilik harus mengetahui kelemahan dan keterbatasan perusahaannya maupun pesaingnya. Langkah selanjutnya adalah menilai strategi yang akan dipilih dan mempersiapkan rencana untuk mencapai tujuan organisasi. Strategi adalah suatu peta taktik dan tindakan yang disusun oleh seorang wirausaha untuk memenuhi nilai misi, cita-cita dan tujuan perusahaan. Strategi adalah suatu peta taktik dan tindakan yang disusun oleh seorang wirausaha untuk memenuhi nilai misi, cita-cita dan tujuan perusahaan. Dengan kata lain, misi, cita-cita dan tujuan menyatakan sebuah tujuan yang hendak dicapai, sedangkan strategi adalah proses mencapai tujuan tersebut. Strategi adalah rencana besar mencakup semua semua bagian utama dan menggabungkannya sebagai suatu kesatuan.

H. Menjabarkan Perencanaan Strategis ke Dalam Rencana Tindakan

Tidak ada rencana strategis yang selesai sebelum ditindaklanjuti dengan tindakan. Manajer bisnis kecil harus mengubah rencana-rencana strategis ke dalam rencana operasional menjadi bagian yang terlihat nyata. Usaha kecil tidak akan mendapat manfaat dari rencana strategis yang hanya ditempatkan pada rak hingga berdebu. Bila orang-orang dalam organisasi telah dilibatkan dalam proses manajemen strategi sampai disini, mereka akan lebih memahami langkah-langkah yang harus ditempuh untuk mencapai cita-cita organisasi. Keterlibatan dini dari seluruh karyawan merupakan suatu hal yang mewah yang tidak dapat dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang

besar. Komitmen untuk meraih cita-cita perusahaan merupakan gaya berkekuatan besar untuk mencapai keberhasilan. Keterlibatan dan kesepakatan seluruh karyawan adalah syarat awal untuk pencapaian tujuan.

4.5 Tugas

1. Jelaskan tentang definisi manajemen!
2. Jelaskan tentang definisi manajemen wirausaha!
3. Kemukakanlah apa manfaat melakukan penerapan fungsi Manajemen dalam wirausaha!
4. Jelaskan tentang fungsi Manajemen dalam kegiatan wirausaha!
5. Jelaskan fungsi perencanaan dalam manajemen usaha!
6. Jelaskan manfaat manajemen pemasaran dalam wirausaha dan wirausaha internet!
7. Jelaskan manfaat manajemen keuangan wirausaha dan usaha kecil dan manfaat melaksanakan manajemen keuangan dalam usaha!

4.6 Referensi

- HM, M. A. (2014). *Pengantar Kewirausahaan Teori dan Aplikasi*. Kencana.
- Machfoedz, M. U., & Machfoedz, M. (2005). *Kewirausahaan: Metode, Manajemen, dan Implementasi*. Yogyakarta: BPEE Yogyakarta.
- MM, I. D. S. (2007). *Menjadi Entrepreneur Jempolan*. Penerbit Republika.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2010). *Manajemen edisi ke-10*. Jakarta: PT. Erlangga.
- Suharno, B. (2007). *Langkah Jitu Memulai Bisnis dari Nol*. Niaga Swadaya.
- Siagian, V., Yuniwati, I., Rahman, A., Lifchatullaillah, E., Inayah, A. N., Nurbayani & Simarmata, J. (2020). *Pengantar Kewirausahaan*. Yayasan Kita Menulis.

- Simamora, H. (2006). *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi 2, STIE YKPN.
- Susilo, N. B. (2006). *Wisdom entrepreneur*. Galangpress Group.
- Widodo, S. A., Isi, T., Assafari, M. F., Kurniawan, H., Inspiratif, J., & Widodo, A. S. (2012). *Start Your Own Business. Inspirational Net*.
- Tunggal, A. W. (2008). *Pengantar Kewirausahaan. Edisi Revisi. Jakarta: Harvarindo*.

BAB V

KEWIRAUSAHAAN DAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH

5.1 Tujuan Pembelajaran

- a. Menjelaskan definisi manajemen
- b. Menjelaskan definisi manajemen usaha
- c. Mengidentifikasi pola manajemen usaha

5.2 Definisi Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil. Sedangkan usaha mikro adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha mikro (Tambunan, 2012). Definisi UMKM di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM Pasal 1 dinyatakan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM adalah nilai kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan.

UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Seperti diatur dalam peraturan perundang-undangan No. 20 tahun 2008, maka kriteria UMKM dibedakan secara masing-masing meliputi usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. UMKM sendiri adalah bentuk badan usaha yang legal dan mengantongi izin resmi. Segala persyaratan harus dipenuhi untuk mendapatkan Izin Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sehingga para Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (PUMKM) akan lebih lancar dalam menjalankan usahanya.

Bank Indonesia (Widodo, 2008) mengemukakan terdapat beberapa negara yang mendefinisikan UMKM berdasarkan jumlah tenaga kerja, diantaranya yaitu:

- a. El Salvador (kurang dari empat orang untuk usaha mikro, antara lima hingga 49 orang untuk usaha kecil, dan antara 50 – 99 orang untuk usaha menengah)
- b. Ekuador (kurang dari 10 orang untuk usaha mikro)
- d. Kolombia (kurang dari 10 orang untuk usaha mikro, antara 10 – 50 orang untuk usaha kecil, dan antara 51 – 200 orang untuk usaha menengah)
- e. Maroko (kurang dari 200 orang)
- f. Brazil (kurang dari 100 orang)
- g. Algeria (institusi non formal memiliki jumlah karyawan kurang dari 10 orang)

Beberapa negara memiliki standar yang berbeda dan ada pula yang menggunakan kombinasi dari berbagai tolok ukur dalam mendefinisikan UMKM berkaitan dengan dasar hukum. Afrika Selatan contohnya, menggunakan kombinasi antara jumlah karyawan, pendapatan usaha, dan total aset sebagai ukuran dalam kategorisasi usaha. Peru mendasarkan klasifikasi UMKM berdasarkan jumlah karyawan dan tingkat penjualan

Pada prinsipnya, perbedaan antara Usaha Mikro (UMI), Usaha Kecil (UK), Usaha Menengah (UM), dan Usaha Besar (UB) umumnya didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata per tahun, atau jumlah pekerja tetap yang memiliki kekayaan bersih paling

banyak Rp200 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan usaha yang berdiri sendiri.

5.3 Karakteristik Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting dan strategis untuk mengantisipasi perekonomian ke depan terutama dalam memperkuat struktur perekonomian nasional. Ketika terjadi krisis perekonomian nasional sangat mempengaruhi stabilitas nasional, ekonomi dan politik yang berdampak pada kegiatan-kegiatan usaha besar yang semakin terpuruk. Sementara UMKM serta koperasi relatif masih dapat mempertahankan kegiatan usahanya. UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi.

Usaha kecil di Indonesia mempunyai potensi yang besar untuk dikembangkan karena pasar yang luas, bahan baku yang mudah didapat serta sumber daya manusia yang besar merupakan variabel pendukung perkembangan dari usaha kecil tersebut akan tetapi perlu dicermati beberapa hal seiring perkembangan usaha kecil rumahan seperti: perkembangan usaha harus diikuti dengan pengelolaan manajemen yang baik, perencanaan yang baik akan meminimalkan kegagalan, penguasaan ilmu pengetahuan akan menunjang keberlanjutan usaha tersebut, mengelola sistem produksi yang efisien dan efektif, serta melakukan terobosan dan inovasi yang menjadikan pembeda dari pesaing merupakan langkah menuju keberhasilan dalam mengelola usaha tersebut (Robbins, 2010). Secara umum, sektor usaha memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Sistem pembukuan yang relatif sederhana dan cenderung tidak mengikuti kaidah administrasi pembukuan standar. Kadangkala pembukuan tidak di *up to date* sehingga sulit untuk menilai kerja usahanya.
- b. Margin usaha yang cenderung tipis mengingat persaingan yang sangat tinggi.

- c. Modal terbatas
- d. Pengalaman manajerial dalam mengelola perusahaan masih sangat terbatas.
- e. Skala ekonomi yang terlalu kecil sehingga sulit mengharapakan untuk mampu menekan biaya mencapai titik efisiensi jangka panjang.
- f. Kemampuan pemasaran dan negosiasi serta diversifikasi pasar sangat terbatas.
- g. Kemampuan untuk sumber dana dari pasar modal terendah, mengingat keterbatasan dalam sistem administrasinya.

Karakteristik yang dimiliki oleh usaha mikro menyiratkan adanya kelemahan-kelemahan yang sifatnya potensial terhadap timbulnya masalah. Hal ini menyebabkan berbagai masalah internal terutama yang berkaitan dengan pendanaan.

Berikut ini ciri-ciri dari UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Menengah):

- a. Jenis komoditi/ barang yang ada pada usahanya tidak tetap, atau bisa berganti sewaktu-waktu.
- b. Tempat menjalankan usahanya bisa berpindah sewaktu-waktu.
- c. Usahanya belum menerapkan administrasi, bahkan keuangan pribadi dan keuangan usaha masih disatukan.
- d. Sumber daya manusia (SDM) didalamnya belum punya jiwa wirausaha yang mumpuni.
- e. Tingkat pendidikan SDM nya masih rendah
- f. Pelaku UMKM belum memiliki akses perbankan, namun sebagian telah memiliki akses ke lembaga keuangan non bank.
- g. Pada umumnya belum punya surat izin usaha atau legalitas, termasuk NPWP.

5.4 Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Untuk mengetahui jenis usaha apa yang sedang dijalankan perlu memperhatikan kriteria-kriterianya terlebih dahulu. Hal ini penting digunakan untuk pengurusan surat izin usaha dan juga menentukan besaran pajak yang

akan dibebankan kepada pemilik UMKM (Tambunan, 2012). Berikut masing-masing pengertian UMKM dan kriterianya:

a. Usaha Mikro diartikan sebagai usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria usaha mikro. Usaha yang termasuk kriteria usaha mikro adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih mencapai Rp 50.000.000,- dan tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha. Hasil penjualan usaha mikro setiap tahun nya paling banyak Rp 300.000.000,-

b. Usaha Kecil merupakan suatu usaha ekonomi produktif yang independen atau berdiri sendiri baik yang dimiliki perorangan atau kelompok dan bukan sebagai badan usaha cabang dari perusahaan utama. dikuasai dan dimiliki serta menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah. Usaha yang masuk kriteria usaha kecil adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih Rp 50.000.000,- dengan maksimal yang dibutuhkannya mencapai Rp 500.000.000,-. Hasil penjualan bisnis setiap tahunnya antara Rp 300.000.000,- sampai paling banyak Rp 2,5.000.000.000,-.

c. Usaha Menengah adalah usaha dalam ekonomi produktif dan bukan merupakan cabang atau anak usaha dari perusahaan pusat serta menjadi bagian secara langsung maupun tak langsung terhadap usaha kecil atau usaha besar dengan total kekayaan bersihnya sesuai yang sudah diatur dengan peraturan perundang-undangan. Usaha menengah sering dikategorikan sebagai bisnis besar dengan kriteria kekayaan bersih yang dimiliki pemilik usaha mencapai lebih dari Rp500.000.000,- hingga Rp10.000.000.000,- dan tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha. Hasil penjualan tahunannya mencapai Rp2.500.000.000, sampai Rp50.000.000.000,-.

Berikut ini adalah klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM):

a. *Livelihood Activities*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum biasa disebut sektor informal. Contohnya pedagang kaki lima.

b. *Micro Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.

c. *Small Dynamic Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.

d. *Fast Moving Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar (UB).

5.5 Peran dan Fungsi Usaha Kecil dan Menengah

Fungsi dan peran Usaha Kecil dan Menengah sangat besar dalam kegiatan ekonomi masyarakat. Fungsi dan peran itu meliputi:

- a. Penyediaan barang dan jasa
- b. Penyerapan tenaga kerja
- c. Pemerataan pendapatan
- d. Sebagai nilai tambah bagi produk daerah
- e. Peningkatan taraf hidup masyarakat

Bentuk pembinaan bagi Usaha Kecil dan Menengah sebagai upaya untuk meningkatkan pendapatan sebagai sarana, bantuan serta bentuk nyata pembinaan usaha kecil yang tercatat selama ini diantaranya adalah : sistem kemitraan usaha, dana pembinaan BUMN 1-5 persen dari keuntungan bersih, pembentukan lembaga penjamin kredit usaha kecil, fasilitas kredit perbankan khususnya untuk pengusaha kecil, kredit tanpa agunan (kredit kelayakan usaha), pembentukan proyek pengembangan usaha kecil, pembentukan proyek pengembangan hubungan bank dengan kelompok swadaya masyarakat, dan pembentukan forum komunikasi perbankan untuk pengembangan usaha kecil.

5.6 Kekuatan dan Kelemahan UMKM

UMKM memiliki beberapa kekuatan potensial yang merupakan andalan yang menjadi basis pengembangan pada masa yang akan datang adalah:

- a. Penyediaan lapangan kerja peran industri kecil dalam penyerapan tenaga kerja patut diperhitungkan, diperkirakan maupun menyerap sampai dengan 50% tenaga kerja yang tersedia
- b. Sumber wirausaha baru keberadaan usaha kecil dan menengah selama ini terbukti dapat mendukung tumbuh kembangnya wirausaha baru
- c. Memiliki segmen usaha pasar yang unik, melaksanakan manajemen sederhana dan fleksibel terhadap perubahan pasar
- d. Memanfaatkan sumber daya alam sekitar, industri kecil sebagian besar memanfaatkan limbah atau hasil sampai dari industri besar atau industri yang lainnya
- e. Memiliki potensi untuk berkembang. Berbagai upaya pembinaan yang dilaksanakan menunjukkan hasil yang menggambarkan bahwa industri kecil mampu untuk dikembangkan lebih lanjut dan mampu untuk mengembangkan sektor lain yang terkait.

Kelemahan, yang sering juga menjadi faktor penghambat dan permasalahan dari Usaha Mikro terdiri dari 2 faktor:

a. Faktor Internal

Faktor internal, merupakan masalah klasik dari UMKM yaitu diantaranya:

- 1) Masih terbatasnya kemampuan sumber daya manusia.
- 2) Kendala pemasaran produk sebagian besar pengusaha Industri Kecil lebih memprioritaskan pada aspek produksi sedangkan fungsi-fungsi pemasaran kurang mampu dalam mengakseskannya, khususnya dalam informasi pasar dan jaringan pasar, sehingga sebagian besar hanya berfungsi sebagai tukang saja.

3) Kecenderungan konsumen yang belum mempercayai mutu produk Industri Kecil.

4) Kendala permodalan usaha sebagian besar Industri Kecil memanfaatkan modal sendiri dalam jumlah yang relatif kecil.

b. Faktor eksternal

Faktor eksternal merupakan masalah yang muncul dari pihak pengembang dan pembina UMKM. Misalnya solusi yang diberikan tidak tepat sasaran tidak adanya monitoring dan program yang tumpang tindih.

Ada beberapa pendekatan yang dapat dilakukan guna meningkatkan kinerja dan daya saing Usaha Kecil dan Menengah. Pendekatan pertama, adalah memberdayakan Usaha Kecil dan Menengah agar mampu menghasilkan produk dan jasa yang berkualitas. Beberapa dimensi kualitas produk adalah:

a. Kinerja. Dimensi ini mengenai seberapa baik suatu produk melakukan apa yang semestinya dilakukan.

b. *Features*. Menggambarkan pernak-pernik yang melengkapi atau meningkatkan fungsi dasar produk.

c. Keandalan. Dimensi kualitas ini berkaitan dengan kemampuan produk untuk bertahan selama penggunaan yang biasa.

d. Kesesuaian. Dimensi ini berkaitan dengan seberapa baik produk tersebut sesuai dengan standar. Untuk konsumen individu, kesesuaian lebih pada tercapainya standar – standar subyektif.

e. Daya tahan. Daya tahan adalah ukuran umur produk, dan teknologi modern.

f. Kemudahan perbaikan. Produk yang digunakan untuk jangka waktu lama sering harus diperbaiki atau dipelihara dan rancangan produk yang memudahkan perbaikan menambah nilai produk.

g. Keindahan. Kualitas tidak selalu bergantung pada kemampuan fungsional. Keindahan suatu produk bagaimana produk tersebut dilihat dan dirasakan dapat menjadi dimensi yang penting.

i. Persepsi terhadap kualitas. Dimensi ini tidak didasarkan pada produk itu sendiri tetapi pada citra atau reputasinya. Iklan, peringkat dari para pakar, dan pendapat teman dan keluarga dapat mempengaruhi persepsi kita pada kualitas produk.

5.7 Tugas

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting dan strategis untuk mengantisipasi perekonomian ke depan terutama dalam memperkuat struktur perekonomian nasional. Penyusunan rancangan usaha pada pembelajaran ini diharapkan bukan sebagai sebuah formalitas untuk dapat melulusi mata kuliah Kewirausahaan. Namun lebih daripada itu, rancangan usaha yang dibuat dapat melatih setiap pembelajar kewirausahaan untuk dapat mengenal pengelolaan usaha, meskipun hanya dalam tataran rancangan. Tidak hanya itu, masih banyak manfaat yang dapat diperoleh dengan rancangan usaha yang disusun. Sebuah rancangan usaha perlu disusun agar dapat diperoleh dan mudah dimengerti oleh pembacanya. Untuk itu, sebuah rancangan usaha harus mengandung unsur-unsur:

- a. Rencana, bahwa rancangan usaha harus memuat sesuatu rencana berikut maksud dan tujuan dari rencana tersebut.
- b. Usulan, bahwa rancangan usaha harus diusulkan kepada pihak lain untuk diketahui dan dipertimbangkan oleh pihak lain.
- c. Sistematis, bahwa hal-hal yang dimuat dalam rancangan usaha tersebut harus disusun mulai dari yang sifatnya makro sampai kepada yang bersifat mikro; atau yang bersifat umum sampai ke yang bersifat khusus/spesifik.

Format rancangan usaha pada dasarnya terdiri dari 3 (tiga) bagian, yaitu bagian pendahuluan yang memuat alasan-alasan penyusunan, isi yang memuat aspek-aspek perusahaan yang dirancang dan penutup yang memuat pelajaran-pelajaran penting yang diperoleh dari proses pembelajaran ini.

Berdasarkan deskripsi tersebut, maka susunlah rancangan usaha sesuai dengan gagasan usaha anda. berdasarkan aspek-aspek yang dibahas di

pembelajaran V pada Bagian Bab V. Gunakan format rancangan usaha sebagaimana yang diuraikan pada pembelajaran ini.

5.8 Referensi

- Abdullah, Yousif Aftan, 2018, The Moderating Effect of Business Environment on the Relationship between Entrepreneurial Skills and Small Business Performance in
- HM, M. A. (2014). *Pengantar Kewirausahaan Teori dan Aplikasi*. Kencana.
- Jhingan, M. L. (2008). *Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan*, (terjemahan oleh D. Guritno). *PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta*.
- Machfoedz, M. U., & Machfoedz, M. (2005). *Kewirausahaan: Metode, Manajemen, dan Implementasi*. Yogyakarta: BPEE Yogyakarta.
- MM, I. D. S. (2007). *Menjadi Enterpreneur Jempolan*. Penerbit Republika.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2010). *Manajemen edisi ke-10*. Jakarta: *PT. Erlangga*.
- Siagian, V., Yuniwati, I., Rahman, A., Lifchatullaillah, E., Inayah, A. N., Nurbayani & Simarmata, J. (2020). *Pengantar Kewirausahaan*. Yayasan Kita Menulis.
- Simamora, H. (2006). *Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi 2*, STIE YKPN.
- Soejoedono, A. R. (2004). *Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi*.
- Suharno, B. (2007). *Langkah Jitu Memulai Bisnis dari Nol*. Niaga Swadaya.
- Susilo, N. B. (2006). *Wisdom entrepreneur*. Galangpress Group.
- Tambunan, T. (2012). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: isu-isu penting*. Lp3es.
- Tambunan, T. (2012). *UMKM Indonesia. Buku Dosen-2014*.

- Tunggal, A. W. (2008). Pengantar Kewirausahaan. *Edisi Revisi. Jakarta: Harvarindo*
- Widodo, S. A., Isi, T., Assafari, M. F., Kurniawan, H., Inspiratif, J., & Widodo, A. S. (2012). Start Your Own Business. *Inspirational Net.*



50



BAB VI

PROGRAM *ONE VILLAGE ONE PRODUCT*

6.1. Tujuan Pembelajaran

- a. Menjelaskan latar belakang program *One Village One Product*
- b. Mengidentifikasi pemberdayaan UMKM berbasis *One Village One Product*
- c. Menganalisis program *One Village One Product* pada UMKM di Kota Banjarmasin

6.2. Latar Belakang Program *One Village One Product*

Program *One Village One Product* (OVOP) pertama kali diinisiasi di Oita, Jepang. OVOP merupakan suatu pendekatan pengembangan potensi daerah di satu wilayah untuk menghasilkan produk yang mampu bersaing di pasar global, dengan tetap memiliki ciri khas keunikan karakteristik dari daerah tersebut. *One Village One Product* (OVOP) pertama kali dicetuskan oleh Morihiko Hiramatsu saat menjabat sebagai Gubernur Prefektur Oita di timur laut Kyushu, Jepang. Morihiko Hiramatsu mengentaskan kemiskinan warganya dengan menerapkan konsepsi pembangunan wilayah. Gerakan OVOP kemudian secara pesat memberikan kontribusi sangat besar bagi pembangunan regional di Prefektur Oita.

OVOP bertujuan untuk mengembangkan produk yang mampu bersaing di pasar global dengan tetap menekankan pada nilai tambah lokal dan mendorong semangat menciptakan kemandirian masyarakat. Ketika itu OVOP dijadikan sebagai kebijakan dalam rangka mengatasi masalah depopulasi yang disebabkan generasi muda yang meninggalkan daerah asalnya dan menyebabkan lesunya industri setempat. Selain itu, konsepsi yang

ditekankan dalam program ini, bahwa yang penting bukan hanya kemakmuran dari segi ekonomi (*Gross National Product*) tetapi juga kepuasan batin (*Gross National Satisfaction*) masyarakat setempat (Fitriati, 2015).

Konsep One Village One Product (OVOP) sejak tahun 2006 mulai dipelajari dan diadopsi oleh berbagai negara, khususnya di Asia. OVOP diterapkan pada umumnya untuk menyelesaikan permasalahan kesenjangan sosial dan ekonomi yang terjadi antara desa dan kota di negara-negara Asia. Selain itu, OVOP juga mulai dipelajari oleh negara-negara di Afrika terutama sebagai salah satu solusi bagi daerah-daerah miskin yang masih sangat bergantung pada pemerintah pusatnya. Negara-negara yang mengadopsi OVOP di Asia diantaranya adalah Thailand (*One Tambon One Product*), Taiwan (*One Town One Product*), Malaysia (*Satu Distrik Satu Industri*), Filipina (*One Town One Product*), dan Kamboja (*One Village One Product*).

Produk yang dihasilkan adalah produk yang memanfaatkan sumber daya lokal, baik sumber daya alam, maupun sumber daya manusia. Penerapan OVOP di Indonesia dilaksanakan melalui program Kementerian Perindustrian sejak tahun 2008 untuk mengembangkan potensi industri kecil dan menengah pada berbagai sektor, termasuk diantaranya sektor kerajinan. Pengembangan desain produk kerajinan pada berbagai wilayah merupakan salah satu aspek dari keseluruhan aspek yang terkait dalam pendekatan OVOP untuk mengembangkan potensi suatu daerah (Sugiharto, 2008)

6.3. Pemberdayaan UMKM Berbasis *One Village One Product*

Pemerintah Indonesia melaksanakan program OVOP sebagai satu upaya untuk memajukan potensi industri kecil dan menengah di daerah. Dengan tujuan ini, pelaksanaan program OVOP masih difokuskan hanya pada pengrajin dan pengusaha pada suatu daerah. Dikaitkan dengan prinsip-prinsip mendasar OVOP, program OVOP yang dilaksanakan oleh pemerintah memiliki perbedaan yang cukup mendasar (Cahyani, 2013).

a. Prinsip pertama yaitu *Local but Global* yang bermakna menghasilkan produk atau jasa yang bernilai lokal dan dapat diterima secara global dalam

dalam prinsip OVOP, dilaksanakan dengan cara meningkatkan kualitas produk melalui proses pelatihan teknis peningkatan mutu produksi dan desain.

b. Prinsip dasar kedua OVOP yaitu *self reliance and creativity* yang bermakna memanfaatkan potensi yang dimiliki secara kreatif dengan usaha-usaha yang mandiri.

c. Prinsip ketiga yaitu *human resource development* memiliki makna mengembangkan potensi masyarakat agar memiliki semangat untuk kreatif dan mampu menghadapi tantangan.

d. Prinsip keempat OVOP sebagai program pemerintah tidak difokuskan pada pengembangan potensi masyarakat daerah secara menyeluruh sehingga semangat OVOP seolah-olah hanya diperkenalkan pada peserta program, yaitu pengrajin dan pengusaha saja.

Pada dasarnya One Village One Product (OVOP) adalah satu program yang diprakarsai oleh pemerintah dalam rangka meningkatkan kesejahteraan pedesaan dan kesetaraan melalui pemberdayaan UMKM. UMKM merupakan satu badan usaha yang menjiwai falsafah demokrasi ekonomi pancasila. UMKM banyak didirikan dari masyarakat, dikelola oleh masyarakat dan hasilnya dinikmati oleh masyarakat. Keberadaan UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian antara lain mampu menyerap tenaga kerja sehingga dapat mengurangi pengangguran, meningkatkan pendapatan nasional serta memacu pertumbuhan ekonomi daerah. UMKM sebagai pelaku utama industri yang berbasis potensi daerah.

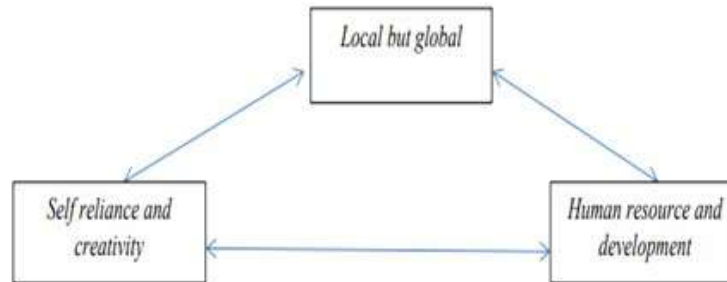
UMKM merupakan sektor usaha yang paling banyak memberikan kontribusi terhadap perekonomian di Indonesia. Potensi UMKM yang sedemikian besar ternyata belum mampu mengimbangi persoalan rendahnya daya saing produk lokal baik di tingkat nasional dan juga internasional. Kenyataan yang terjadi di lapangan menunjukkan UMKM mengalami berbagai persoalan sehingga sulit berkembang. Permasalahan tersebut mulai dari minimnya inovasi baik dalam produk maupun proses, standarisasi produk yang rendah, terbatasnya jangkauan pemasaran, keterbatasan modal dan minimnya jaringan kemitraan keluar.

Satu diantaranya upaya dalam rangka memberdayakan UMKM adalah melalui pemberdayaan berbasis *One Village One Product*. Pemberdayaan UMKM berbasis *One Village One Product* adalah upaya bersama baik dari pihak UMKM, pemerintah, masyarakat dan seluruh *stakeholder* dalam rangka meningkatkan *added value* serta kemandirian UMKM dengan mendasarkan pada potensi khas daerah yang dimiliki. Hal ini bukan hanya semata dalam rangka kepentingan ekonomi tetapi juga mampu mendorong kesetaraan antara pedesaan dan perkotaan. Dengan demikian program tersebut diharapkan mampu meminimalisasi gap antar desa dan kota. Sehingga berbagai persoalan sosial yang sering terjadi seperti urbanisasi, pengangguran, kemiskinan dan pertumbuhan ekonomi yang lambat dapat terurai.

Kemudian untuk aspek aspek OVOP untuk setiap cluster UMKM memiliki keunikan tersendiri yang berbeda dengan cluster UMKM lainnya. Pelaksanaan program OVOP di daerah Plered masih belum maksimal sesuai dengan prinsip yang dikembangkan. Perlu adanya dukungan dan keterlibatan seluruh *stakeholder* guna mendukung keberhasilannya. Penelitian tentang Pendekatan *One Village One Product* untuk Meningkatkan Kreativitas UMKM dan Kesejahteraan Masyarakat yang dilakukan oleh Rusnandari (2013) menghasilkan bahwa terdapat beberapa hambatan dalam mengembangkan OVOP antara lain lemahnya koordinasi antar *stakeholder*, kurangnya kesadaran masyarakat akan potensi ekonomi di daerahnya serta kurangnya dukungan dana pemerintah pusat dan pemerintah daerah. Namun disatu sisi pengembangan OVOP cukup signifikan dengan telah terbentuknya koperasi simpan pinjam yang membantu UMKM di sektor permodalan.

Pengembangan OVOP dilaksanakan dengan mendasarkan pada tiga prinsip utama yang saling terkait, seperti pada skema berikut:

Skema 1
Prinsip *One Village One Product*



(Sumber: Dikutip dari Friedmann, 1992)

- a. Prinsip *local but global* merupakan prinsip yang berarti UMKM di desa dengan mengoptimalkan potensi lokal yang dimiliki namun menghasilkan produk dengan kualitas dan mampu diterima secara global
- b. Prinsip *human resource and development* merupakan prinsip yang berarti program OVOP harus mampu mengembangkan sumber daya manusia yang ada agar lebih kreatif dan mandiri.
- c. Prinsip *human resource and development* merupakan prinsip yang berarti program OVOP harus mampu mengembangkan sumber daya manusia yang ada agar lebih kreatif dan mandiri.

Pada petunjuk teknis pelaksanaan dan pengembangan IKM melalui pendekatan OVOP yang dikeluarkan oleh Kementerian Perindustrian terdapat persyaratan produk yang harus dipenuhi, meliputi kategori produk, persyaratan produk, persyaratan IKM dan jumlah contoh produk. Kategori produk yang dapat masuk sebagai seleksi OVOP dapat berupa makanan, minuman dan kerajinan. Persyaratan umum yang harus dimiliki oleh produk harus memiliki keunikan / kearifan tunggal, berpotensi diekspor serta proses produksi berlangsung secara kontinyu. Sedangkan bagi pengrajin atau pelaku IKM nya harus memiliki legalitas usaha baik berupa TDI (tanda daftar Industri) atau IUI (izin usaha industri). Menurut Peraturan Menteri Perindustrian No 78 tahun 2007 Strategi pengembangan UMKM dengan pendekatan OVOP dapat dilakukan antara lain:

- a. Kolaborasi antara pemerintah pusat, pemerintah daerah, sektor swasta dan masyarakat lokal
- b. Pemanfaatan pengetahuan, tenaga kerja dan sumber daya lokal lainnya yang memiliki keunikan khas daerah
- c. Perbaikan mutu dan penampilan produk
- d. Promosi dan pemasaran pada tingkat nasional dan global.

Menurut UU No. 20 tahun 2008, Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kekayaan bersih maksimal Rp. 50.000.000,00 dengan hasil penjualan tahunan maksimal Rp. 300.000.000,00. Sedangkan yang disebut dengan Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memiliki kekayaan Rp. 50.000.000,00 sampai dengan Rp. 500.000.000,00, serta memiliki hasil penjualan tahunan antara Rp. 300.000.000,00 sampai dengan Rp. 2.500.000.000,00. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,00 sampai dengan Rp. 10.000.000.000,00 dengan total penjualan total Rp. 2.500.000.000,00 sampai dengan Rp. 50.000.000.000,00. Upaya memajukan ekonomi rakyat melalui pemberdayaan UMKM dengan konsep OVOP dapat dilakukan melalui (Sumodiningrat, 2015:):

- a. Keberpihakan
- b. Pemberdayaan
- c. Perlindungan
- d. Kemitraan

- e. Peraturan pemerintah
- f. Subsidi
- g. Pajak
- h. Inovasi
- i. Subsidi bukan harga
- j. Pasar Global: pasar bebas tidak terkendali

Ekonomi rakyat pada prinsipnya adalah ekonomi yang berasal dari rakyat, oleh rakyat dan untuk rakyat (Hikmat, 2001). Dalam sistem ekonomi kerakyatan, peran pemerintah diwujudkan dalam bentuk:

- a. Memberikan dan membuka lapangan kerja seluas luasnya untuk setiap warga negara demi mendapat penghidupan yang layak
- b. Membangun koperasi sebagai wadah semangat membangun perekonomian rakyat
- c. Mengembangkan perusahaan milik negara (BUMN) untuk kesejahteraan rakyat
- d. Memelihara fakir miskin dan anak terlantar.

Sebagaimana penelitian tentang pendekatan *One Village One Product* untuk meningkatkan kreativitas UMKM dan kesejahteraan masyarakat yang dilakukan oleh Rusnandari (2015) menjelaskan bahwa sentra dan Produk OVOP ditentukan sesuai dengan kriteria daerah antara lain wilayah dengan potensi.

Melalui program OVOP diharapkan UMKM mampu berdaya saing terhadap sektor-sektor usaha lain terutama perusahaan multinasional. Keberadaan UMKM juga diharapkan mampu memperkuat struktur industri nasional, menyerap angkatan kerja yang signifikan serta mengurangi angka kemiskinan. Sesuai dengan prinsip dasar OVOP, yang pertama adalah *local but global*. Hal ini berarti desa harus mampu menghasilkan produk dengan memanfaatkan sumber daya baik alam maupun manusia lokal tetapi memiliki kualitas dan daya saing yang bersifat global. Dalam rangka mencapai hal

tersebut UMKM dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif sehingga mampu menghasilkan produk yang *only one dan number one*.

Prinsip OVOP yang kedua adalah *selfreliance and creativity* yang berarti dalam pengembangan OVOP harus mendasarkan pada kemandirian, inisiatif dan kreatifitas masyarakat setempat. Prinsip *human resource and development* merupakan prinsip yang berarti program OVOP harus mampu mengembangkan sumber daya manusia yang ada agar lebih kreatif dan mandiri. Konsep OVOP merupakan konsep yang terbuka dalam arti konsep ini dapat diaplikasikan dalam berbagai situasi daerah yang berbeda dengan tetap menjunjung tinggi kearifan lokal dari masing masing daerah.

Konsep OVOP juga banyak mengalami perubahan yang lebih dinamis. Pada awalnya OVOP lebih cenderung terhadap produk yang *tangible* (terlihat) dalam arti barang (*goods*), saat ini OVOP sudah masuk pada produk yang bersifat *intangibile* (tak terlihat) dalam arti jasa seperti kebudayaan, pariwisata dan teknologi. Sebagai sebuah program, OVOP perlu dilakukan evaluasi untuk melihat efektifitas pencapaiannya. Parameter pemberdayaan OVOP dapat dilihat dari:

1. Tujuan

Tujuan merupakan hal yang ingin dicapai dalam pelaksanaan suatu program. Secara umum OVOP memiliki tujuan antara lain:

- a. Mengoptimalkan potensi yang dimiliki desa
- b. Mengurangi gap/kesenjangan ekonomi dan pembangunan antara desa dan kota
- c. Mengatasi permasalahan populasi penduduk usia produktif di desa
- d. Meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat desa
- e. Memberikan nilai tambah terhadap aktivitas masyarakat yang telah dilakukan turun temurun

Pengembangan OVOP tidak terlepas dari tujuan OVOP. Namun, tujuan pengembangan OVOP lebih ditekankan pada untuk meningkatkan daya

saing dan bargaining position produk lokal yang dihasilkan agar dapat sejajar bahkan lebih unggul dari produk luar negeri.

2. Inisiator

Sebuah kebijakan yang dijalankan di lapangan dapat bersifat *top button* atau *button up*, tergantung dari pihak mana inisiasi kebijakan tersebut dimulai. Kebijakan bersifat *top button* jika kebijakan tersebut diinisiasi oleh pemerintah, sedangkan masyarakat sebagai pelaku utama. Berbeda dengan *top button*, kebijakan yang bersifat *button up* cenderung diinisiasi oleh masyarakat sesuai dengan kondisi dan potensi yang ada di masyarakat. Peran pemerintah sebagai pendukung, pendamping dan pengarah kebijakan tersebut. Sebagaimana pendapat Tambunan (2005) menyatakan bahwa strategi pengembangan UMKM yang sangat baik diterapkan di negara berkembang adalah pengelompokan (*clustering*). Dengan pengelompokan pada sub sektor usaha yang sama, kerjasama sekaligus persaingan yang terjadi antar UMKM akan dapat meningkatkan efisiensi bersama (*collective efficiency*) dalam proses produksi, spesialisasi yang fleksibel (*flexible specialization*) dan pertumbuhan yang tinggi.

3. Pihak yang terlibat

Selain inisiator pengembangan OVOP tidak dapat dijalankan secara independen hanya oleh pelaku UMKM semata. Perlu adanya dukungan pihak lain yang terlibat di dalamnya. Pemerintah dan UMKM hingga pemerintah tingkat desa memberikan dukungan yang cukup besar melalui berbagai kebijakan yang memihak (*affirmative policy*). Bantuan permodalan, bantuan alat serta jaringan pemasaran melalui berbagai event kerap diberikan oleh pemerintah setempat.

4. Sumber pendanaan

Terkait sumber pendanaan, pengembangan OVOP tetap masuknya dana dari pihak lain tetap ada, satu diantaranya adalah pemerintah. Penyaluran dan nominal besarnya dana bantuan harusnya disesuaikan dengan komitmen dan dedikasi tiap UMKM. Harapannya dengan sistem *reward* yang lebih ini

dapat memotivasi UMKM untuk mengembangkan diri. Tahap pelaksanaan rencana pengembangan OVOP meliputi:

- a. Koordinasi dengan *stakeholder* di daerah dan penyusunan rencana tindak lanjut ke depan
- b. Pengenalan akses pasar melalui promosi produk dan temu bisnis baik di pasar lokal maupun internasional
- c. Pendampingan baik terkait desain, teknis produksi maupun *packaging*
- d. Fasilitasi penguatan sarana pendukung
- e. Promosi melalui pameran, publikasi maupun festival
- f. Peningkatan kualitas sumber daya manusia
- g. Temu bisnis dengan calon pembeli.

5. Tahap perencanaan.

Pada tahap ini tidak hanya melibatkan pelaku usaha, tetapi juga pemerintah dan masyarakat sekitar. Pada tahap ini telah menghasilkan rencana aksi yang perlu diimplementasikan secara riil.

6. Tahap pelaksanaan.

Pada tahap ini beberapa kegiatan yang telah dilaksanakan adalah melakukan riset lapangan, penetapan produk, pendampingan teknis, pembentukan kelompok usaha bersama, perluasan pasar melalui jaringan online, pameran dan *event event* nasional lainnya.

7. Jalur pemasaran.

Keberhasilan sebuah usaha tidak hanya berhenti pada aspek teknis produksi semata. Tetapi cukup memegang peran adalah bagaimana memasarkan produk tersebut hingga sampai ke tangan dan memberikan kepuasan bagi konsumen. Karena kepuasan konsumen inilah yang menjadi kunci perusahaan tetap *going concern* di tengah persaingan bisnis. Berbagai model dan sistem pemasaran dewasa ini berkembang sangat cepat dengan dukungan perkembangan sistem informasi dan teknologi. Pemasaran tidak hanya dilakukan secara offline di pasar saja tetapi lebih pada sistem pemasaran online dengan jangkauan tidak hanya nasional bahkan internasional.

8. Evaluasi.

Tahap ini dilakukan secara rutin dan berkesinambungan baik dari pengurus UMKM setempat dan pemerintah. Hasil dari pantauan menjadi *feedback* dalam membuat dan menentukan kebijakan berikutnya.

6.4. Tugas

Pada dasarnya One Village One Product (OVOP) adalah satu program yang diprakarsai oleh pemerintah dalam rangka meningkatkan kesejahteraan pedesaan dan kesetaraan melalui pemberdayaan UMKM. UMKM merupakan satu badan usaha yang menjiwai falsafah demokrasi ekonomi pancasila. UMKM banyak didirikan dari masyarakat, dikelola oleh masyarakat dan hasilnya dinikmati oleh masyarakat. Keberadaan UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian antara lain mampu menyerap tenaga kerja sehingga dapat mengurangi pengangguran, meningkatkan pendapatan nasional serta memacu pertumbuhan ekonomi daerah. UMKM sebagai pelaku utama industri yang berbasis potensi daerah.

Berkaitan dengan deskripsi tersebut, lakukanlah penelitian ilmiah bagaimana program One Village One Product (OVOP) yang diterapkan pada UMKM di Kota Banjarmasin dengan memperhatikan beberapa hal berikut:

- a. Profil UMKM
- b. Identifikasi produk lokal pada UMKM tersebut
- c. Penerapan program One Village One Product (OVOP) pada UMKM tersebut.

Hasil penelitian dilaporkan dalam bentuk laporan penelitian ilmiah.

6.5. Referensi

Fitriati, R. (2015). *Menguak Daya Saing UMKM Industri Kreatif: Sebuah Riset Tindakan Berbasis Soft Systems Methodology*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

- MATSUI, K. (2012). Locality and Dynamics in OVOP Promotion. *Significance of the Regional One-Product Policy*, 39.
- Sugiharto, Y., & Rizal, S. (2008). Gerakan OVOP sebagai Upaya Peningkatan Pembangunan Daerah. *Jakarta: Benchmark*.
- Murayama, H., Dua, N., & City, D. (2009, November). A Case Study Archive of OVOP for Regional Development. In *The 6th OVOP International Seminar, Bali-Indonesia*.
- Cahyani, R. R. (2013). Pendekatan One Village One Product (OVOP) untuk Meningkatkan Kreativitas UMKM dan Kesejahteraan Masyarakat. *Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, 3(1).
- Perindustrian, K. (2010). Pedoman Umum dan Petunjuk Teknis Pengembangan IKM melalui Pendekatan Satu Desa Satu Produk (One Village One Product–OVOP). *Jakarta: Dirjen IKM Kementerian Perindustrian*.
- Friedmann, J. (1992). *Empowerment: The politics of alternative development*. Blackwell.
- Hikmat, R. H. (2001). Strategi Pemberdayaan Masyarakat, Cetakan ke-1. *Bandung: Humaniora Utama Press (HUP)*.

BAB VII TUGAS DAN PRESENTASI

7.1. Tugas

Pemerintah Indonesia melaksanakan program One Village One sebagai satu upaya untuk memajukan potensi industri kecil dan menengah di daerah. Dengan tujuan ini, pelaksanaan program OVOP masih difokuskan hanya pada pengrajin dan pengusaha pada suatu daerah. Dikaitkan dengan prinsip-prinsip mendasar OVOP, program OVOP yang dilaksanakan oleh pemerintah memiliki perbedaan yang cukup mendasar. Berkaitan dengan hal tersebut konsep inipun juga diterapkan di Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan. Hal ini dikaitkan dengan dibuat beberapa desa wisata, antara lain sebagai berikut:

Tabel 7.1 Desa Wisata Kota Banjarmasin

No	Desa Wisata	Alamat
1	Kampung Sasirangan Sungai Mesa	Jl. Sungai Jingah, Sungai Jingah, Kec. Banjarmasin Utara, Kota Banjarmasin, Provinsi Kalimantan Selatan
2	Kampung Ketupat	<i>Sungai Baru</i> , Banjarmasin Tengah, Kota Banjarmasin Provinsi Kalimantan Selatan
3	Kampung Banjar Kuin	Kuin Utara kecamatan Banjarmasin Utara, Kota Banjarmasin, Provinsi Kalimantan Selatan
4	Kampung Banjar Sungai Jingah	Sungai Jingah Kecamatan Banjarmasin Utara, Kota Banjarmasin, Provinsi Kalimantan Selatan

5	Kampung Biru	Kelurahan Kampung Melayu, Banjarmasin Tengah, Kota Banjarmasin, Provinsi Kalimantan Selatan
6	Kampung Hijau	Kelurahan Sungai Bilu Kecamatan Banjarmasin Timur, Kota Banjarmasin, Provinsi Kalimantan Selatan
7	Kampung Selanjung Sungai Biuku	Kelurahan Sungai Jingah, Kecamatan Banjarmasin Utara, Kota Banjarmasin, Provinsi Kalimantan Selatan

Berdasarkan tabel tersebut di atas, mahasiswa diwajibkan untuk membuat kelompok dengan jumlah anggota 3 orang. Setiap kelompok ditugaskan untuk membuat makalah dengan memilih 2 desa wisata sesuai yang termuat di tabel. Adapun struktur makalah dipaparkan sebagai berikut;

1. Judul/sampul

Sampul sebuah makalah memuat; judul makalah, nama penulis, logo lembaga/institusi, tempat dan tahun terbit. Nama penulis ditulis dengan mencantumkan nama asli dan nama lengkap, tidak diperbolehkan untuk disingkat dilengkapi dengan nim

2. Abstrak

Abstrak ditulis dengan Bahasa Indonesia. Abstrak dapat berisi ringkasan atau bahasan inti dari makalah; latar belakang, tujuan penulisan makalah, metode penulisan makalah, hasil temuan, simpulan, dan ditutup dengan kata kunci.

3. Daftar Isi

Daftar isi harus memuat informasi mengenai halaman dari isi makalah. Bab dan sub-bab dalam makalah diberikan keterangan halaman. Hal tersebut agar memudahkan pembaca menemukan bahan yang ingin dibaca. Selain itu,

jika pada makalah terdapat gambar atau tabel, pada daftar isi perlu dimuat daftar gambar dan daftar tabel.

4. Kata Pengantar

Kata pengantar mencakup isi keseluruhan makalah yang membahas isi makalah secara menyeluruh tetapi tidak spesifik dan detail. Hal ini bertujuan agar pembaca mempunyai pandangan umum mengenai arah dari penelitian yang ada dalam makalah tersebut.

5. Bab I Pendahuluan

Pendahuluan adalah pembahasan dari awal topik penelitian dalam makalah, disusun oleh dan dari sudut pandang penulis. Pendahuluan dapat dijelaskan secara umum dan singkat namun tujuan dan makna yang disampaikan jelas. Bab I Pendahuluan bersisikan;

a. Latar Belakang

Latar belakang menjelaskan permasalahan yang ditemukan dan alasan mengapa masalah tersebut penting untuk diteliti serta di analisa dalam makalah. Latar belakang dijelaskan dengan penjelasan yang umum dan mudah dimengerti.

b. Rumusan Masalah

Rumusan masalah berisi pokok masalah yang ditemukan. Rumusan masalah biasanya singkat dan padat, berisi poin-poin pertanyaan atau masalah yang diteliti. Rumusan masalah adalah hasil dari bahasan pada latar belakang yang telah diulas sebelumnya.

c. Tujuan Pembahasan

Tujuan pembahasan berisi manfaat penelitian yang akan dilakukan. Manfaat diperoleh setelah ditemukan hasil atau simpulan dari permasalahan.

6. Bab II Isi dan Pembahasan

Isi menjelaskan tentang permasalahan, dan deskripsi dari data yang ditemukan. Data yang diperoleh dapat merupakan data kualitatif, data kuantitatif, maupun campuran.

7. Bab III Simpulan dan Saran

- a. Simpulan adalah penjabaran dari hasil penelitian yang didapatkan. Simpulan juga menjabarkan jawaban dari rumusan masalah
- b. Saran ditujukan kepada pembaca. Saran diambil dari simpulan makalah agar dapat dikembangkan, ditindaklanjuti, maupun diterapkan.

8. Daftar Pustaka

Daftar pustaka berisi referensi yang dicantumkan atau yang digunakan dalam penyusunan makalah. Referensi tersebut bisa berasal dari jurnal, maupun buku. Penulisan daftar pustaka harus disusun secara sistematis serta diurutkan secara sistematis berdasarkan abjad nama pengarang.

7.2. Presentasi Tugas

Presentasi akan dilakukan secara berurutan pada pertemuan kesembilan. Setiap pertemuan terdapat tiga kelompok yang akan presentasi. Presentasi adalah metode pengungkapan ide, gagasan, perasaan di depan umum oleh satu atau lebih presenter dengan menyertakan naskah makalah yang dimodifikasi dalam bentuk powerpoint (ppt).

7.3. Kriteria Penilaian Makalah dan Presentasi

a. Indikator Penilaian Makalah, sebagai berikut;

Tabel 7.2 Indikator Penilaian Makalah

No	Unsur	Standar	Kriteria Penilaian
1	Pendahuluan	20	<ul style="list-style-type: none">• latar belakang• rumusan• logis• berdasarkan Fakta• Sistematis
2	Sistematika Pembahasan	35	<ul style="list-style-type: none">• Berdasarkan Fakta• Sesuai dengan rumusan masalah• Deskripsi logis dan memadai tentang pemetaan pokok masalah• Mengembangkan holistik yang logis, runtut, holistik dan komprehensif
3	Simpulan	20	<ul style="list-style-type: none">• Menjawab rumusan masalah• Isi simpulan efektif dan komprehensif
4	Daftar Pustaka	25	<ul style="list-style-type: none">• Pemilihan buku rujukan maksimal 10 tahun ke belakang• Menuliskan semua sumber secara lengkap



BAB VIII
UJIAN TENGAH SEMESTER

8.1. Tujuan Pembelajaran

1. Mengidentifikasi kerangka berfikir kewirausahaan
2. Menganalisis unsur pendukung dalam menentukan peluang usaha
3. Mengidentifikasi pemberdayaan UMKM berbasis *One Village One Product*
4. Menjelaskan definisi manajemen usaha
5. Mengidentifikasi pola manajemen usaha

8.2. Ujian Tengah Semester

1. Jelaskan definisi dan kriteria UMKM berdasarkan para ahli!
2. Bagaimana motivasi yang dibutuhkan untuk menjadi wirausahawan? Jelaskan bagaimana *mindset* wirausahawan terbentuk dan bagaimana cara membangun *mindset* wirausahawan tersebut?
3. Bagaimana cara menumbuhkan keterampilan berfikir kreatif yang menjadi modal utama entrepreneur? Apa saja metode berfikir kreatif yang biasa dilakukan oleh para wirausahawan sehingga dapat melahirkan produk-produk inovatif? berikan contoh orisinil Anda.
4. Jelaskan pengembangan UMKM di Indonesia dengan data yang dapat Anda peroleh dari internet dan fakta yang ada di lingkungan Anda!
5. Jelaskan tahapan dalam membuat usaha mikro kecil menengah yang ideal!
6. Jelaskan perbedaan antara manejer usaha kecil dengan wirausahawan! Serta sebutkan kelebihan dan kekurangan antara menjadi seorang pekerja dengan pengusaha!

Buatlah rencana bisnis sederhana dengan menggunakan bahan di bawah ini (bohlam bekas)! Cukup pada rencana merek, konsep ide, operasional dan pemasaran.

BAB IX

KAMPUNG SASIRANGAN SUNGAI MESA KOTA BANJARMASIN

9.1. Tujuan Pembelajaran

- a. Mengidentifikasi Profil Kampung Sasirangan Sungai Mesa Kota Banjarmasin
- b. Menganalisis unsur wirausaha pada setiap usaha Sasirangan di Kampung Sasirangan Sungai Mesa Kota Banjarmasin.

9.2. Profil Kampung Sasirangan Sungai Mesa Kota Banjarmasin

Kampung Sasirangan awalnya dikenal dengan sebutan Kampung Seberang Masjid yang saat ini nama kampung ini menjadi nama kelurahan. Kampung di sekitar wilayah seberang masjid ini merupakan bagian sejarah Kota Banjarmasin yang sejak dahulu sudah eksis sebagai wilayah permukiman. Kampung Seberang Masjid tumbuh sebagai permukiman terluar dari jalur transportasi Kerajaan Banjar yang awalnya hanya berorientasi pada Sungai Barito-Sungai Kuin-Sungai Martapura (Hadinata, 2010). Pada era ini wilayah Seberang Masjid tidak berbentuk kampung melainkan hanya dalam bentuk rumah-rumah tinggal dengan jarak yang tidak rapat (Saleh, 1980).

Pada era reformasi hingga tahun 2010 secara umum Kampung Sasirangan tumbuh sebagai kampung pada umumnya di Kota Banjarmasin. Perubahan orientasi sungai ke jalan yang menjadi realitas kota juga dialami oleh Kampung Sasirangan. Ditinjau dari aspek sarana prasarana sungai merupakan jaringan transportasi yang awalnya digunakan sebagai jalur transportasi antar rumah ke rumah, antar permukiman dan pusat perdagangan serta mata pencaharian. Ditinjau dari aspek ekonomi masyarakat sebagian

besar mata pencaharian penduduk yang bermukim di kampung sasirangan adalah wiraswasta, buruh lepas, pedagang, pengangkutan, dan jasa.

Kampung Sasirangan adalah nama baru yang muncul atas adanya upaya dari pemerintah untuk mengangkat potensi industri sasirangan menjadi identitas kawasan ini. Pada tahun 2010, Kampung Sasirangan adalah hasil kolaborasi *community social responsibility* (CSR) dengan satu diantara Bank BUMN dan Pemerintah Kota Banjarmasin khususnya Dinas Pariwisata Kota Banjarmasin. Hingga saat ini tumbuh kembang menjadi kampung wisata. Secara lebih spesifik, Kampung Sasirangan terletak di Kelurahan Seberang Masjid khususnya di wilayah RT. 02, 03, 04, 05, dan 06. Kelima rukun tetangga ini umumnya memiliki usaha dibidang industri sasirangan yang hingga saat ini berada di sepanjang jalan seberang masjid.

Gambar 9.1

Kampung Sasirangan



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022

Pembentukan kampung sasirangan oleh Dinas Pariwisata Pemerintah Kota Banjarmasin ini bertujuan memudahkan pembeli sekaligus sarana pembinaan kepada usaha mikro kecil dan menengah. Pada dasarnya kain Sasirangan ini asal mulanya digunakan atau dipercaya untuk kesembuhan bagi orang yang tertimpa suatu penyakit (pamintaan). Kain ini dipakai pada upacara

adat suku daerah Banjar. Kain sasirangan ini berbentuk laung (ikat kepala), kekamban (kerudung) dan tapih bumin (kain sarung). Sebagai bahan pewarna diambil dari bahan-bahan pewarna alam seperti jahe, air pohon pisang, daun pandan dan bahan alami lainnya.

Kain sasirangan merupakan hasil karya cipta masyarakat Banjar yang banyak diminati oleh masyarakat lokal, domestik maupun mancanegara. Kain sasirangan menjadi ikon khas Kalimantan Selatan yang sudah dikenal luas karena motif dan keunikannya. Kain sasirangan merupakan kain yang diberi corak dan warna tertentu kemudian dipolakan secara tradisional disesuaikan dengan cita rasa budaya etnis Banjar. Sebenarnya, arti dari sasirangan itu sendiri adalah dibuat menjadi satu jelujur (Artistiana, 2002).

Keberadaan kampung sasirangan merupakan bagian dari pelestarian budaya. Secara umum pelestarian budaya dapat didefinisikan segala perilaku atau tindakan yang bertujuan untuk mempertahankan keadaan dan keberadaan suatu peninggalan generasi masa lampau melalui proses inventarisasi, dokumentasi, dan revitalisasi. Hal ini bermanfaat untuk mengetahui, memahami dan menghargai budaya.

Nama sasirangan yang berasal dari kata “sirang” yang berarti diikat, atau dijahit dengan tangan kemudian ditarik benangnya. Pada mulanya kain sasirangan dikenal sebagai kain pamintan. Istilah pamintan ini adalah singkatan permintaan (permintaan), maksudnya adalah selembar kain yang diberi warna tertentu dengan motif tertentu pula atas permintaan seseorang yang berobat kepada seorang pengrajin kain pamintan. Kain pamintan tersebut berfungsi sebagai sarana pengobatan. Pada pembuatan kain sasirangan dilakukan dengan cara menyirang, yaitu mengikat kain dengan motif yang diinginkan menggunakan benang, kemudian kain tersebut dicelupkan ke dalam pewarna. Hasil produksi pengrajin kain sasirangan bisa berupa laung, serudung, baju (kaos, hem, daster dan lain-lain) sesuai dengan kegunaan yang diinginkan.

Gambar 9.2
Produk Sasirangan



Sumber: Dokumentasi pribadi, 2022

Di Kampung Sasirangan terdapat 10 usaha pengrajin kain sasirangan, dimana masing-masing usaha tersebut menjual berbagai motif kain sasirangan yang merupakan hasil usaha buatan mereka sendiri. Setiap pengrajin kain sasirangan di Kampung Sasirangan memiliki berbagai motif.

Kain sasirangan di Kampung Sasirangan dibuat dengan mengikuti perkembangan zaman serta menambah motif-motif dengan tetap mempertahankan motif yang lama tanpa mengurangi kualitas daripada pembuatan kain sasirangan itu sendiri. Motif kain sasirangan terdiri dari gigi haruan, kambang sakaki, kambang kacang, hiris gagatas, daun jaruju, tampuk manggis, bintang, kulat karikil, kangkung kaumbakan, ombak sinampur karang, bayam raja, hiris pundak, ular lidi, ramak sahang, galombang.

9.3. Produk Usaha di Kampung Sasirangan Sungai Mesa Kota Banjarmasin

Kampung Sasirangan Banjarmasin sejak tahun 2010 telah dijadikan salah satu obyek wisata souvenir kerajinan kain dan busana Sasirangan. Bagi penggemar kain tradisional khas nusantara, tentu berburu kain etnik dapat

menjadi salah satu aktivitas mengasyikkan saat mengisi waktu liburan. Destinasi wisata ini merupakan pusat perbelanjaan kain tradisional yang ada di Kalimantan Selatan. Di tempat ini, para wisatawan dapat membeli kain sasirangan baik dalam bentuk kain, dompet hingga aksesoris.

Gambar 9.3

Kain Sasirangan



Sumber: Dokumentasi probadi, 2022

Di Kampung Sasirangan tersedia berbagai toko yang menjual sasirangan dalam beragam bentuk, mulai dari kain, pakaian, selendang, sprei, taplak meja, tas, sandal, dompet, hingga sapatangan. Selain berbelanja, para perajin juga dapat melihat proses pembuatannya.

Gambar 9.4
Proses Produksi Kain Sasirangan




Sumber, Diakses melalui Banjarmasin tourism, 2022

Adapun bahan dasarnya pembuatan kain sasirangan berupa benang kapas atau serat kulit kayu. Namun seiring perkembangan zaman, bahan tersebut digantikan oleh sutra, satin, rayon, dan sebagainya. Pewarnaannya pun tak lagi hanya menggunakan bahan-bahan alami, karena kini banyak perajin yang memanfaatkan pewarna sintetis.

Terdapat beragam motif kain sasirangan yang tersedia mulai dari sari gading yang digunakan untuk ritual, gigi haruan dan bayam raya yang tradisional, hingga jajumputan, bintang, dan daun katuk yang modern. Upaya untuk melindungi budaya Banjar ini, telah diakui oleh pemerintah melalui Dirjen HAKI Departemen Hukum dan HAM RI beberapa motif sasirangan sebagai berikut :

1. Iris Pudak
2. Kambang Raja
3. Bayam Raja
4. Kulit Kurikit

- 
- 
- 
5. Ombak Sinapur Karang
 6. Bintang Bahambur
 7. Sari Gading
 8. Kulit Kayu
 9. Naga Balimbur
 10. Jajumputan
 11. Turun Dayang
 12. Kambang Tampuk Manggis
 13. Daun Jaruju
 14. Kangkung Kaombakan
 15. Sisik Tanggiling
 16. Kambang Tanjung

Adapun harga kain sasirangan tergantung tingkat kerumitan motif maupun bahannya, yakni berkisar mulai puluhan ribu hingga ratusan ribu rupiah. Sementara untuk sasirangan dalam bentuk seperti sandal, dompet, dan sebagainya, harganya dipatok mulai Rp10.000 hingga ratusan ribu rupiah.

9.4. Diskusi dan Tugas

Kampung Sasirangan merupakan satu contoh kegiatan wirausaha untuk menghasilkan produk lokal yang dikembangkan dalam kegiatan industri. Pada konteks wirausaha, terdapat tiga tahapan yang harus dipersiapkan yaitu tahap persiapan, tahap produksi, dan tahap evaluasi. Berkaitan dengan hal tersebut lakukanlah observasi dan analisis ketiga tahapan tersebut pada usaha sasirangan di Kampung Sasirangan Kota Banjarmasin. Hasil analisis dikumpulkan dalam bentuk laporan penelitian.

Adapun struktur makalah dipaparkan sebagai berikut;

1. Judul/sampul

Sampul sebuah makalah memuat; judul makalah, nama penulis, logo lembaga/institusi, tempat dan tahun terbit. Nama penulis ditulis dengan

mencantumkan nama asli dan nama lengkap, tidak diperbolehkan untuk disingkat dilengkapi dengan nim

2. Abstrak

Abstrak ditulis dengan Bahasa Indonesia. Abstrak dapat berisi ringkasan atau bahasan inti dari makalah; latar belakang, tujuan penulisan makalah, metode penulisan makalah, hasil temuan, simpulan, dan ditutup dengan kata kunci.

3. Daftar Isi

Daftar isi harus memuat informasi mengenai halaman dari isi makalah. Bab dan sub-bab dalam makalah diberikan keterangan halaman. Hal tersebut agar memudahkan pembaca menemukan bahan yang ingin dibaca. Selain itu, jika pada makalah terdapat gambar atau tabel, pada daftar isi perlu dimuat daftar gambar dan daftar tabel.

4. Kata Pengantar

Kata pengantar mencakup isi keseluruhan makalah yang membahas isi makalah secara menyeluruh tetapi tidak spesifik dan detail. Hal ini bertujuan agar pembaca mempunyai pandangan umum mengenai arah dari penelitian yang ada dalam makalah tersebut.

5. Bab I Pendahuluan

Pendahuluan adalah pembahasan dari awal topik penelitian dalam makalah, disusun oleh dan dari sudut pandang penulis. Pendahuluan dapat dijelaskan secara umum dan singkat namun tujuan dan makna yang disampaikan jelas. Bab I Pendahuluan berisikan;

a. Latar Belakang

Latar belakang menjelaskan permasalahan yang ditemukan dan alasan mengapa masalah tersebut penting untuk diteliti serta dianalisa dalam makalah. Latar belakang dijelaskan dengan penjelasan yang umum dan mudah dimengerti.

b. Rumusan Masalah

Rumusan masalah berisi pokok masalah yang ditemukan. Rumusan masalah biasanya singkat dan padat, berisi poin-poin pertanyaan atau masalah yang diteliti. Rumusan masalah adalah hasil dari bahasan pada latar belakang yang telah diulas sebelumnya.

c. Tujuan Pembahasan

Tujuan pembahasan berisi manfaat penelitian yang akan dilakukan. Manfaat diperoleh setelah ditemukan hasil atau simpulan dari permasalahan.

6. Bab II Isi dan Pembahasan

Isi menjelaskan tentang permasalahan, dan deskripsi dari data yang ditemukan. Data yang diperoleh dapat merupakan data kualitatif, data kuantitatif, maupun campuran.

7. Bab III Simpulan dan Saran

- a. Simpulan adalah penjabaran dari hasil penelitian yang didapatkan. Simpulan juga menjabarkan jawaban dari rumusan masalah
- b. Saran ditujukan kepada pembaca. Saran diambil dari simpulan makalah agar dapat dikembangkan, ditindaklanjuti, maupun diterapkan.

8. Daftar Pustaka

Daftar pustaka berisi referensi yang dicantumkan atau yang digunakan dalam penyusunan makalah. Referensi tersebut bisa berasal dari jurnal, maupun buku. Penulisan daftar pustaka harus disusun secara sistematis serta diurutkan secara sistematis berdasarkan abjad nama pengarang.

9.5.Referensi

- ABBAS, E. W., & Jumriani, J. (2021). Pengembangan Pariwisata Berbasis River Tourism Di Bantaran Sungai Kota Banjarmasin.
- Artistiana, Nn. R. (2002). Pesta Budaya Masyarakat Banjarmasin. PT.Multajam Mulia Utama.

sia. Pustaka Belajar.

- Jumriani, J., Syaharuddin, S., Abbas, E. W., Mutiani, M., & Handy, M. R. N. (2021). The traditional clothing industry of Banjarmasin Sasirangan: A portrait of a local business becoming an industry. *Journal of Socioeconomics and Development*, 4(2), 236-244.
- Jumriani, J. (2020). Interaksi Sosial Pedagang Kain Sasirangan di Kampung Sasirangan Banjarmasin untuk Mempertahankan Kelangsungan Industri.
- Jumriani, J., Subiyakto, B., & Syaharuddin, S. (2019). Social Interaction Sasirangan Traders Village in The City of Banjarmasin as a Learning Resources on Social Studies. *The Innovation of Social Studies Journal*, 1(1), 65-77.
- Jumriani, J. (2018). Kegiatan Produksi dan Distribusi Di Kampung Sasirangan Sebagai Sumber Belajar IPS. *Jurnal Socius*, 7(1).
- Muchamad, B. N., & Mentayani, I. (2002). Karakteristik Perumahan Di Tepi Sungai Martapura Tinjauan Aspek Fisik Tradisional. *INFO-TEKNIK*, 3(1), 1-7.
- Nadia, N., Syaharuddin, S., Jumriani, J., Putra, M. A. H., & Rusmaniah, R. (2022). Identification of The Process for Establishing Tourism Awareness Group (Pokdarwis) Kampung Banjar. *The Kalimantan Social Studies Journal*, 3(2), 116-125.
- Nuryatin, S., Abbas, E. W., Jumriani, J., Mutiani, M., & Ilhami, M. R. (2022). Description of The Function of Ceria Tourism Awareness Group (Pokdarwis) in The Culinary Tourism Area of Banua Anyar. *The Kalimantan Social Studies Journal*, 3(2), 152-160.
- Putri, M. A., Abbas, E. W., & Jumriani, J. (2021). Strategies in Developing Creative Economic Activities Based on Local Wisdom. *The Innovation of Social Studies Journal*, 3(1), 42-48.
- Putro, H. P. N., Jumriani, J., Darmawan, D., & Nuryatin, S. (2020). Social Life of the Community: Perspective of Riverbanks Community in

Sungai Jingah, Banjarmasin. *The Kalimantan Social Studies Journal*, 1(2), 151-158.



BAB X

KAMPUNG BANJAR SUNGAI JINGAH KOTA BANJARMASIN

10.1. Tujuan Pembelajaran

1. Mengidentifikasi Profil Kampung Banjar Sungai Jingah Kota Banjarmasin
2. Menganalisis unsur wirausaha pada setiap usaha di Kampung Banjar Sungai Jingah Kota Banjarmasin.

10.2. Profil Kampung Banjar Sungai Jingah Kota Banjarmasin

Secara administratif, kampung banjar Sungai Jingah berada di dua kelurahan yaitu, Kelurahan Surgi Mufti dan Kelurahan Sungai Jingah. Kedua kelurahan ini masuk dalam wilayah Kecamatan Banjarmasin Utara. Dua kelurahan ini dipisahkan oleh batas fisik alamiah berupa handil yang disebut dengan Sungai Jingah. Pada tahun 2016, Kampung Sungai Jingah ditetapkan menjadi satu diantara 36 destinasi wisata yang ada di Kota Banjarmasin oleh Dinas Pariwisata Kota, dengan kekhususan wisata pada objek wisatanya yaitu Rumah Banjar dan Kain Sasirangan.

Kampung Sungai Jingah saat ini memiliki 22 Rumah Banjar yang tersusun *linear* di sepanjang Jalan Surgi Mufti dan Jalan Sungai Jingah. Selain Rumah Banjar, di kawasan ini juga terdapat situs Makam Syekh Jamaluddin (Kubah Surgi Mufti). Makam ini menjadi objek wisata ziarah yang dikelola oleh pemerintah dan telah ditetapkan sebagai benda cagar budaya (BCB) yang dilindungi oleh Undang-Undang Republik Indonesia, Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya.

Gambar 10.1

Rumah Banjar di Kampung Banjar Sungai Jingah Kota Banjarmasin



Sumber, Dokumentasi 2022

Ciri fisik Kampung Sungai Jingah sangat dipengaruhi oleh gaya arsitektur tradisional Rumah Banjar. Keberadaan Rumah Banjar ini menjadi satu bukti bahwa Kampung Sungai Jingah merupakan pusat perkembangan permukiman lama yang terbentuk secara tradisional. Tipologi Rumah Banjar pada Kampung Sungai Jingah umumnya terdiri dari tipe Rumah Gajah Menyusu, Rumah Palimasan, Rumah Balai Laki, Rumah Balai Bini, dan variasi antara satu dan lainnya.

Rumah Banjar yang dicanangkan menjadi objek Wisata Kampung Banjar di Kampung Sungai Jingah. Sebagian besar kondisi Rumah Banjar ini tidak terawat, rusak berat, hancur bahkan hilang. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk memetakan kondisi rumah banjar dan merumuskan konsep pelestarian yang tepat untuk setiap Rumah Banjar tersebut, sehingga dapat menjadi dasar perancangan Wisata Rumah Banjar di Kampung Sungai Jingah. Kampung Banjar Sungai Jingah juga merupakan tempat sentra pembuatan kain tradisional yakni kain sasirangan yang berlokasi di Jalan Sungai Jingah, Kec. Banjarmasin Utara, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan. Di kampung tersebut terdapat beberapa fasilitas yang tersedia. Tidak jauh berbeda dengan

kampung-kampung pada umumnya seperti ada mesjid, musholla, pos kamling, sekolah, warung sembako dan tempat makan. Adapun waktu yang ditempuh untuk sampai ke kampung sasirangan dari Siring Banjarmasin kurang lebih 5 menit. Akses jalan mudah ditempuh baik menggunakan kendaraan roda dua ataupun roda 4.

10.3. Produk Usaha di Kampung Banjar Sungai Jingah Kota Banjarmasin

Kampung Sasirangan merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan satu daerah di Banjarmasin yang dijadikan sebagai sentra industri dari produk-produk Sasirangan. Adanya kampung Sasirangan dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat yang berminat untuk mendapatkan berbagai varian dari produksi kain Sasirangan. Kawasan industri merupakan suatu istilah yang memiliki arti adanya pengkonsentrasian secara geografis suatu sektor-sektor industri yang sama. kawasan industri merupakan satuan geografis yang di dalamnya berkembang kegiatan industri dalam kegiatan ekonomi dan memiliki daya ikat spasial.

Proses pembuatan kain Sasirangan di Kampung Sasirangan harus terlebih dahulu melalui berbagai tahapan mulai dari pemotongan kain, pembuatan pola, penjahitan, pewarnaan, pelepasan jahitan, pencucian, penjemuran hingga kain tersebut disetrika. Adapun penjelasan dari berbagai tahapan tersebut diuraikan sebagai berikut:

a. Tahap pemotongan kain

Tahap pemotongan kain merupakan tahap pertama yang dilakukan dalam pembuatan kain Sasirangan. Adapun ukuran dari setiap kain yang dipotong disesuaikan dengan panjang kain yang dibutuhkan. Pemotongan kain disini dilakukan secara bergantian. Selain itu, kegiatan pemotongan kain ini juga dilakukan oleh pekerja setiap kain yang telah dipotong sebelumnya selesai di pola. Adapun terkait jumlah lembaran kain setiap kali pemotongan sekitar 15-20 lembar per sekali pemotongan.

Gambar 10.1

Proses Pengukuran untuk Pemotongan Kain



Sumber: Dokumentasi, 2022

b. Tahapan Pembuatan Pola

Tahap kedua dalam proses pembuatan kain Sasirangan adalah tahap untuk melukis pola pada kain yang telah dipotong. Tahapan ini sangat memerlukan adanya kehati-hatian dalam melukis pola yang diinginkan, karena kerapian pembuatan pola akan berpengaruh kepada kualitas hasil produksi. Oleh karena itu, untuk menjaga kerapian tersebut, digunakan berbagai macam pensil dengan berbagai ukuran yang nantinya digunakan disesuaikan dengan jenis pola yang dibuat. Berbagai keahlian setiap pekerja disini terlihat dalam pembuatan pola.

Gambar 10.2
Proses Melukis Pola Motif Sasirangan



Sumber: Dokumentasi, 2022

Motif pola yang dilukis oleh pekerja tidak hanya motif tradisional, melainkan juga ada motif-motif yang bersifat modern. Semakin berkembangnya zaman, maka sekarang ini berkembang pula motif-motif dari kain Sasirangan. Motif-motif dimodifikasi sehingga menciptakan motif yang indah, meskipun tidak meninggalkan ciri khas dari motif aslinya.

c. Tahap Penjahitan

Tahap selanjutnya adalah tahap penjahitan yang biasanya disebut dengan menyirang dengan menggunakan teknik jelujur. Proses kegiatan penjahitan dengan teknik jelujur di Kampung Sasirangan dikerjakan oleh orang-orang yang merupakan pekerja lepas, bukan pekerja tetap dalam sebuah rumah produksi kain Sasirangan di Kampung Sasirangan. Adapun cara penjahitan atau penyirangan dengan teknik jelujur adalah dengan menjahit pola-pola yang sudah dibuat, kemudian ditarik atau dalam bahasa Banjar disebut dengan *disisit* hingga kain mengerut. Tujuannya adalah agar ketika memasuki proses pewarnaan pada tahap pertama, pewarna tidak masuk ke dalam jahitan tersebut. Berkembangnya desain-desain dari kain Sasirangan, satu diantaranya ditentukan oleh tehnik jahitan.

Gambar 10.3
Proses Jelujur Kain Sasirangan



Sumber: Dokumentasi, 2022

dalam sebuah kain Sasirangan. Selanjutnya pewarnaan variasi dilakukan pencelupan kembali serta dilakukan pencoletan jika ingin adanya pewarnaan yang berbeda di setiap motif yang telah dibuat

Gambar 10.4
Proses Pewarnaan Kain Sasirangan



Sumber: Dokumentasi, 2022

e. Tahap Pelepasan Jahitan dan Pencucian

Setelah melakukan proses pewarnaan, maka tahapan selanjutnya yang dilakukan oleh para pengrajin adalah tahap pelepasan jahitan. Pelepasan jahitan ini dilakukan dengan menggunakan peralatan yang bisa membantu melepas

jahitan sebagai perintang di Kain Sasirangan yang telah diwarnai. Ketika melakukan proses pelepasan jahitan diperlukan adanya kecermatan, karena ketika tidak cermat melakukan pelepasan benang, maka akan menyebabkan rusaknya kualitas dari kain Sasirangan, sehingga tahapan-tahapan sebelumnya akan mengalami kegagalan. Selanjutnya yang dilakukan oleh pengrajin adalah melakukan pencucian kain. Pencucian kain ini bertujuan untuk menghilangkan sisa pewarna yang ada di kain Sasirangan.

f. Tahap Pengeringan dan Penyetrikaan kain Sasirangan

Setelah proses pencucian kain terlalui, maka dua langkah terakhir yang dilakukan oleh para pengrajin di Kampung Sasirangan sebelum kain tersebut didistribusikan ke pembeli, adalah melakukan pengeringan dari kain Sasirangan. Proses pengeringan di Kampung Sasirangan sudah menggunakan peralatan modern, yang mana mereka sudah mulai memanfaatkan mesin cuci untuk mengeringkan kain Sasirangan. Tujuannya agar proses pengeringan ini bisa cepat selesai, dan pengeringan tidak perlu menggunakan sinar matahari yang terlalu lama, sehingga bisa mengurangi kualitas dari kain Sasirangan. Selain itu, penggunaan mesin cuci tersebut juga bertujuan untuk membantu para pengrajin ketika memasuki musim penghujan, sehingga mereka tetap bisa melakukan pengeringan kain Sasirangan. Setelah kain Sasirangan tersebut melalui tahapan pengeringan di mesin cuci dan penjemuran, maka langkah selanjutnya adalah kain tersebut disetrika. Proses penyetrikaan yang dilakukan oleh pengrajin disini tidak lain agar hasil produk mereka terlihat rapi, sehingga berpengaruh terhadap kualitas dari hasil produksi.

Kegiatan oleh pelaku usaha tidak hanya sampai pada penyelesaian kegiatan produksi. Namun juga terjadi kegiatan distribusi di dalamnya. Pada kegiatan ini berbagai teknik yang digunakan oleh para pelaku usaha industri agar mampu menarik minat pembeli. Adapun teknik tersebut mulai dari variasi jenis produksi, variasi penetapan harga dari kain Sasirangan, hingga teknik dalam pemasaran.

Gambar 10.5
Pengemasan Kain Sasirangan



Sumber: Dokumentasi, 2022

Variasi jenis produk disini merupakan satu teknik oleh pelaku usaha industri kain Sasirangan dalam menarik minat pembeli. Adanya berbagai produk dari kain Sasirangan mulai dari baju formal, baju kaos, celana, mukenna, hingga beranekaragam jilbab dari kain Sasirangan, sehingga para pembeli tidak hanya bisa membeli kain Sasirangan dalam bentuk kain saja, melainkan bisa disesuaikan dengan keperluan mereka. Selain itu, variasi produk juga dilakukan dengan melakukan pengembangan motif dari setiap kegiatan produksi kain Sasirangan, sehingga motif yang dilukis pada kain tidak hanya motif yang bersifat tradisional, tetapi juga motif modern. Semakin berkembangnya zaman, maka sekarang ini berkembang pula motif-motif dari kain Sasirangan. Motif-motif dimodifikasi sehingga menciptakan motif yang indah, meskipun tidak meninggalkan ciri khas dari motif aslinya.

Gambar 10.6
Produk Sasirangan



Sumber: Dokumentasi, 2022

Kampung Banjar Sungai Jingah dapat dikatakan sebagai bagian dari program *One Village One Product* (OVOP) yang dikembangkan oleh Kementerian Perindustrian. Satu diantara pendekatan yang digunakan untuk meningkatkan produk unggulan suatu daerah adalah dengan menerapkan *pendekatan One Village One Product*. Menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia program ini dilakukan pada produk yang memiliki ciri khas suatu daerah setempat. Dengan kata lain, OVOP merupakan suatu program yang memanfaatkan produk hasil dari kultural masyarakat. Sesuai dengan pendapat tersebut, kain Sasirangan yang awalnya merupakan suatu produk lokal sebagai kain khas daerah, sekarang ini sudah memiliki nilai ekonomi, yang dapat diperjualbelikan. Ada dua keuntungan yang didapatkan dari pengembangan OVOP. Pertama, dapat meningkatkan pendapatan masyarakat sebagai pelaku usaha. Kedua, dapat meningkatkan rasa kebanggaan serta percaya diri masyarakat terhadap produk lokal yang memiliki nilai tambah setelah dimanfaatkan menjadi sebuah produk.

10.4. Diskusi dan Tugas

Kampung Banjar Sungai Jingah merupakan satu kampung tematik yang menyediakan aspek budaya lokal masyarakat Banjar yaitu rumah banjar dan kain Sasirangan. Berkaitan dengan hal tersebut, maka diskusikanlah tugas berikut:

- a. Terdapat beragama jenis rumah banjar, oleh karena itu identifikasi jenis rumah banjar yang ada di Kelurahan Sungai Jingah. Hasil identifikasi dituliskan dalam bentuk essay.
- b. Produksi kain Sasirangan merupakan satu diantara produk lokal yang dikembangkan di Kampung Sungai Jingah Kota Banjarmasin. Berkaitan dengan hal tersebut, maka identifikasi jumlah usaha industry Sasirangan di Kampung tersebut. Buatlah deskripsi profil setiap usaha industry yang ada di Kampung tersebut.
- c. Hasil analisis dikumpulkan dalam bentuk laporan penelitian.

10.5. Referensi

- ABBAS, E. W., & Jumriani, J. (2021). Pengembangan Pariwisata Berbasis River Tourism Di Bantaran Sungai Kota Banjarmasin.
- Artistiana, Nn. R. (2002). Pesta Budaya Masyarakat Banjarmasin. PT.Multajam Mulia Utama.
- Dewantara. (2010). Membangun Kepribadian dan Watak Bangsa Indonesia. Pustaka Belajar.
- Jumriani, J., Syaharuddin, S., Abbas, E. W., Mutiani, M., & Handy, M. R. N. (2021). The traditional clothing industry of Banjarmasin Sasirangan: A portrait of a local business becoming an industry. *Journal of Socioeconomics and Development*, 4(2), 236-244.
- Jumriani, J. (2020). Interaksi Sosial Pedagang Kain Sasirangan di Kampung Sasirangan Banjarmasin untuk Mempertahankan Kelangsungan Industri.

- Jumriani, J., Subiyakto, B., & Syaharuddin, S. (2019). Social Interaction Sasirangan Traders Village in The City of Banjarmasin as a Learning Resources on Social Studies. *The Innovation of Social Studies Journal*, 1(1), 65-77.
- Jumriani, J. (2018). Kegiatan Produksi dan Distribusi Di Kampung Sasirangan Sebagai Sumber Belajar IPS. *Jurnal Socius*, 7(1).
- Muchamad, B. N., & Mentayani, I. (2002). Karakteristik Perumahan Di Tepi Sungai Martapura Tinjauan Aspek Fisik Tradisional. *INFO-TEKNIK*, 3(1), 1-7.
- Nadia, N., Syaharuddin, S., Jumriani, J., Putra, M. A. H., & Rusmaniah, R. (2022). Identification of The Process for Establishing Tourism Awareness Group (Pokdarwis) Kampung Banjar. *The Kalimantan Social Studies Journal*, 3(2), 116-125.
- Nuryatin, S., Abbas, E. W., Jumriani, J., Mutiani, M., & Ilhami, M. R. (2022). Description of The Function of Ceria Tourism Awareness Group (Pokdarwis) in The Culinary Tourism Area of Banua Anyar. *The Kalimantan Social Studies Journal*, 3(2), 152-160.
- Putri, M. A., Abbas, E. W., & Jumriani, J. (2021). Strategies in Developing Creative Economic Activities Based on Local Wisdom. *The Innovation of Social Studies Journal*, 3(1), 42-48.
- Putro, H. P. N., Jumriani, J., Darmawan, D., & Nuryatin, S. (2020). Social Life of the Community: Perspective of Riverbanks Community in Sungai Jingah, Banjarmasin. *The Kalimantan Social Studies Journal*, 1(2), 151-158.



BAB XI

KAMPUNG BIRU KOTA BANJARMASIN

11.1. Tujuan Pembelajaran

1. Mengidentifikasi Profil Kampung Biru Kota Banjarmasin
2. Menganalisis unsur wirausaha pada setiap usaha di Kampung Biru Kota Banjarmasin

11.2. Profil Kampung Biru Kota Banjarmasin

Secara administratif Kampung Biru berada di bantaran Sungai Martapura, Kelurahan Melayu, Kota Banjarmasin, Provinsi Kalimantan Selatan. Kampung Biru dibentuk sejak tahun 2018. Awalnya kawasan tersebut merupakan sebuah perkampungan tradisional di sepanjang bantaran Sungai Martapura tepatnya di Kelurahan Kampung Melayu. Kampung biru dan Kampung Hijau yang berada di Kelurahan Sungai Bilu merupakan upaya pengembangan wisata susur sungai dengan titik awal perjalanan berada di Siring Pierre Tendeau.

Kampung Biru terdiri dari beberapa RT yang dapat diakses melalui transportasi darat dan sungai. Jika melalui transportasi darat maka wisatawan dapat melalui Kampung Melayu, tepatnya di Gang Istiqamah, Gang 2 dan Gang PDAM, Kelurahan Kampung Melayu. Adapun transportasi sungai dilakukan dengan menggunakan klotok wisata dari kawasan Siring Pierre Tendeau.

Gambar 11.1
Kampung Biru Kota Banjarmasin



Sumber: Dokumentasi, 2022

Berkaitan dengan atraksi wisata, para wisatawan dapat melihat daya tarik wisata sebuah perkampungan yang bernuansa warna biru di bantaran sungai. Rumah warga hingga atribut lainnya secara khusus dicat berwarna biru. Para masyarakat di Kampung Biru juga turut berpartisipasi dengan melakukan penanaman tanaman seperti Bunga dan tanaman hias lainnya. Selain itu, di Kampung Biru juga tersedia kawasan kuliner yaitu berupa warung makan Soto Apung. Terdapat beberapa menu yang tersedia yang dapat dinikmati wisatawan di warung makan tersebut. Adapun daftar menu sebagai berikut

Gambar 11.2

Menu di Warung Makan Soto Apung



Sumber: Dokumentasi, 2022

Pengelola warung Soto Banjar juga membuat warungnya semakin cantik dengan hiasan-hiasan dari kayu kering hingga lampu warna-warni. Jadi, Anda jangan khawatir kehabisan spot foto di tempat wisata ini. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa konsep Kampung Biru ini menjadikan sungai sebagai beranda depan halaman rumah sehingga tidak lagi membuang sampah ke halaman depan. Pengembangan Kampung Biru tidak hanya untuk menata kawasan pemukimannya menjadi terlihat indah, namun juga bertujuan mengurangi kebiasaan masyarakat membuang sampah di sungai.

11.3. Produk Usaha di Kampung Biru Kota Banjarmasin

Satu diantara upaya untuk mengembangkan potensi masyarakat serta membangun masyarakat yang mandiri adalah melahirkan sebanyak-banyaknya wirausahawan. Kewirausahawan pada dasarnya adalah kemandirian, terutama kemandirian ekonomis. Banyak lembaga-lembaga sosial dan program pemerintah untuk meningkatkan kesejahteraan salah satunya dengan program kampung tematik. Dengan adanya pengembangan kampung tematik maka

dibuatlah produk-produk yang di produksi dan dipasarkan bersamaan dengan kampung wisata ini, maka dari itu terbentuklah beberapa usaha usaha mikro kecil menengah atau UMKM yang bergerak pada sektor-sektor ekonomi perkembangan wisata.

Di Kampung Biru Kota Banjarmasin, produk UMKM yang dikembangkan yaitu berupa sabun dari minyak jelantah (minyak sisa).

Gambar 11.3
Produk Sabun Minyak Jelantah



Sumber: Dokumentasi, 2022

Awal mula produksi sabun minyak jelantah karena banyaknya minyak sisa yang dihasilkan masyarakat dan menjadi limbah. Hal tersebut yang membuat Bapak Redho beserta timnya mulai memanfaatkan minyak sisa tersebut diubah menjadi sabun mulai pada tahun 2019. Namun produksi sabun ini hanya digunakan di wilayah kampung saja, sampai saat ini belum dilakukan pemasaran secara luas.

11.4. Diskusi dan Tugas

Kampung Biru merupakan satu kampung tematik yang memiliki karakteristik dan membuat daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Kampung Biru memiliki karakteristik berupa bangunan serta atap rumah yang berwarna biru yang berjejer di sepanjang bantaran Sungai. Berkaitan dengan karakteristik hal tersebut, maka kerjakan tugas berikut:

a. Lakukanlah observasi dan wawancara di Kampung Biru dan diskusikan beberapa hal berikut:

1. Bagaimana pengelolaan Kampung Biru di Kelurahan Kampung Melayu Kota Banjarmasin?
2. Bagaimana pemberdayaan kelompok usaha di Kampung Biru sebagai unsur pendukung daya tarik wisata?

b. Hasil analisis dikumpulkan dalam bentuk laporan penelitian.

11.5. Referensi

- ABBAS, E. W., & Jumriani, J. (2021). Pengembangan Pariwisata Berbasis River Tourism Di Bantaran Sungai Kota Banjarmasin.
- Artistiana, Nn. R. (2002). Pesta Budaya Masyarakat Banjarmasin. PT.Multajam Mulia Utama.
- Dewantara. (2010). Membangun Kepribadian dan Watak Bangsa Indonesia. Pustaka Belajar.
- Jumriani, J., Syaharuddin, S., Abbas, E. W., Mutiani, M., & Handy, M. R. N. (2021). The traditional clothing industry of Banjarmasin Sasirangan: A portrait of a local business becoming an industry. *Journal of Socioeconomics and Development*, 4(2), 236-244.
- Jumriani, J. (2020). Interaksi Sosial Pedagang Kain Sasirangan di Kampung Sasirangan Banjarmasin untuk Mempertahankan Kelangsungan Industri.
- Jumriani, J., Subiyakto, B., & Syaharuddin, S. (2019). Social Interaction Sasirangan Traders Village in The City of Banjarmasin as a Learning Resources on Social Studies. *The Innovation of Social Studies Journal*, 1(1), 65-77.
- Jumriani, J. (2018). Kegiatan Produksi dan Distribusi Di Kampung Sasirangan Sebagai Sumber Belajar IPS. *Jurnal Socius*, 7(1).

- Muchamad, B. N., & Mentayani, I. (2002). Karakteristik Perumahan Di Tepi Sungai Martapura Tinjauan Aspek Fisik Tradisional. *INFO-TEKNIK*, 3(1), 1-7.
- Nadia, N., Syaharuddin, S., Jumriani, J., Putra, M. A. H., & Rusmaniah, R. (2022). Identification of The Process for Establishing Tourism Awareness Group (Pokdarwis) Kampung Banjar. *The Kalimantan Social Studies Journal*, 3(2), 116-125.
- Nuryatin, S., Abbas, E. W., Jumriani, J., Mutiani, M., & Ilhami, M. R. (2022). Description of The Function of Ceria Tourism Awareness Group (Pokdarwis) in The Culinary Tourism Area of Banua Anyar. *The Kalimantan Social Studies Journal*, 3(2), 152-160.
- Putri, M. A., Abbas, E. W., & Jumriani, J. (2021). Strategies in Developing Creative Economic Activities Based on Local Wisdom. *The Innovation of Social Studies Journal*, 3(1), 42-48.
- Putro, H. P. N., Jumriani, J., Darmawan, D., & Nuryatin, S. (2020). Social Life of the Community: Perspective of Riverbanks Community in Sungai Jingah, Banjarmasin. *The Kalimantan Social Studies Journal*, 1(2), 151-158.

BAB XII

KAMPUNG HIJAU KOTA BANJARMASIN

12.1. Tujuan Pembelajaran

1. Mengidentifikasi Profil Kampung Hijau Sungai Jingah Kota Banjarmasin
2. Menganalisis unsur wirausaha pada setiap usaha di Kampung Hijau Kota Banjarmasin

12.2. Profil Kampung Hijau Kota Banjarmasin

Kampung Hijau merupakan kampung tematik pada pemukiman masyarakat di bantaran sungai yang terletak di Kelurahan Sungai Bilu, Kecamatan Banjarmasin Timur, Kota Banjarmasin, Provinsi Kalimantan Selatan. Sesuai namanya, Kampung Hijau Sungai Bilu ini memiliki khas warna hijau pada setiap rumah, bahkan hingga pagar dan atap bangunan.

Gambar 12.1 Kampung Hijau



Sumber: Dokumentasi, 2022

Kampung Hijau dulunya merupakan pemukiman yang tidak beraturan dikarenakan dari struktur bangunan yang mana bagian arah sungai ada yang menghadap kekanan, kekiri dan ke belakang, serta lingkungan yang tidak terawat, karena masyarakatnya yang membuang sampah sembarangan ke sungai. Melalui program yang diadakan pemerintah memilih bantaran Sungai Bilu dijadikan Kampung Hijau sebagai destinasi wisata. Jalanan yang ada tepatnya di bantaran sungai menjadi jalan utama masyarakat Kampung Hijau dahulunya adalah sebuah papan-papan sebagai penghubung jalan ke rumah-rumah, namun setelah dijadikannya Kampung Hijau sebagai destinasi wisata, maka jalan-jalan tersebut diperbaiki menjadi jalanan semen bukan papan lagi, bangunan pemukiman dirombak menghadap arah depannya ke arah sungai. Bangunan dan pagar pembatas dicat dengan warna hijau. Disediaknya juga tempat sampah di bahu jalan Kampung Hijau, sehingga masyarakat tidak membuang sampah sembarangan lagi.

Gambar 12.2 Obyek Wisata Kampung Hijau Banjarmasin



Sumber: Dokumentasi 2022

Kampung Hijau ditetapkan pada tahun 2016, dengan konsep pemukiman yang berwarna hijau. Kampung Hijau adalah contoh dari penataan pinggir sungai atau bisa dikatakan dengan konsep *waterfront city* yang

mana konsep dari Kampung Hijau menjadikan sungai sebagai bagian depan atau halaman depan rumah dengan kata lain rumah yang menghadap ke sungai. Kampung Hijau termasuk dalam bagian RW 01 yaitu, RT 01, 02, 03, 04, 05 dengan panjang dari RT 01- RT 05 ± 660 Meter dengan 800 kepala keluarga. Kampung Hijau sendiri dikembangkan dengan pendekatan *Community-based Tourism* (CBT) yang mana pendekatan tersebut memberikan tawaran daya tarik dengan ciri khas budaya banjar yang berbasis sungai. Pendekatan *Community based Tourism* (CBT) merupakan pendekatan yang melibatkan masyarakat lokal secara langsung sebagai pengambilan keputusan dan menerima kebermanfaatannya dari pembangunan pariwisata.

Kampung Hijau sendiri memiliki keunikan yang membuat daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Kampung Hijau memiliki karakteristik berupa bangunan serta atap rumah yang berwarna hijau botol yang berjejer di sepanjang bantaran Sungai. Inilah yang menyebabkan Kampung ini disebut sebagai Kampung Hijau. Selain rumah, segala benda yang berada di Kampung ini dicat berwarna hijau seperti vas bunga, dan pagar siring pembatas juga dicat dengan nuansa hijau agar menjadikan kampung ini semakin terlihat karakteristiknya. Adapun bangunan pada perkampungan ini awalnya menggunakan bahan kayu, akan tetapi semenjak Kampung Hijau ini didirikan, Rumah-rumah kayu tersebut disulap menjadi rumah beton sehingga menjadikan rumah di perkampungan ini lebih kokoh dan berbentuk bagus. Sehingga, secara signifikan menjadikan kampung ini sebagai destinasi wisata unggulan yang ada di kota Banjarmasin hingga masuk nominasi 10 besar. Lokasi ini juga sangat bagus untuk dijadikan sebagai acuan bagi perkampungan tidak hanya di Kalimantan Selatan saja melainkan seluruh perkampungan di Indonesia dikarenakan tatanannya yang terbilang sangat rapi.

Untuk mendukung pengembangan kampung hijau ini juga memiliki fasilitas yang terbilang standar untuk sebuah objek wisata. Kampung Hijau tidak memiliki fasilitas yang dapat dikatakan unik, akan tetapi, fasilitas yang disediakan oleh Kampung Hijau ini dapat dimanfaatkan oleh para wisatawan atau bahkan warga. Fasilitas tersebut berupa tempat ibadah umat Muslim

yaitu Masjid, toilet umum yang dikhususkan untuk para wisatawan, dan warung-warung makan yang menyajikan makanan ringan hingga makanan berat khas Banjar untuk wisatawan atau warga ketika sedang lapar atau untuk kegiatan Mawarung sambil menikmati pemandangan sungai. Sementara itu, ada beberapa fasilitas yang berada pada RT.002 Kampung Hijau Sungai Bilu yaitu:

Tabel 12.1 Fasilitas Umum

No	Fasilitas Umum	Jumlah
1	Jalan	3
2	Angkutan Umum	0
3	Saluran Air	0
4	Alat Penerangan Umum	15
5	Tempat Pembuangan Sampah	10
6	Lainnya	0

Sumber: Data Sekunder, 2022

12.3. Produk Usaha di Kampung Hijau Kota Banjarmasin

Kegiatan yang dilakukan oleh warga untuk memajukan Kampung Hijau tidak hanya bergantung kepada pemerintah untuk mempercantik perkampungan ini, melainkan atas tumbuhnya kesadaran akan pentingnya. Selain untuk perekonomian masyarakat Kampung Hijau itu sendiri, perkampungan ini juga dapat menjadi peningkatan standar atau mutu kehidupan masyarakat bantaran sungai yang biasanya banyak terdapat pemukiman kumuh.

Adapun produk lokal UMKM yang dikembangkan di Kampung Hijau yaitu berupa kerupuk ikan gabus dan udang. Produksi kerupuk tersebut dikelola berkelompok. Dalam hal ini dikenal dengan kelompok “Usaha Manuntung”

Kelompok Usaha Perikanan di Kampung Hijau



Sumber: Dokumentasi, 2022

Berdasarkan Keputusan Menteri Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia Nomor KEP.14/MEN/2012 Tentang Pedoman Umum Penumbuhan dan Pengembangan Kelembagaan Pelaku Utama Perikanan, bahwa tujuan dari Pembangunan nasional sektor kelautan dan perikanan adalah untuk memperkuat posisi pelaku utama dan keluarganya serta pelaku usaha di semua sektor sesuai dengan usahanya, agar lebih baik, lebih menguntungkan, lebih sejahtera, mandiri, terampil, dinamis, efisien dan professional, serta berdaya guna dengan tetap memperhatikan lingkungan yang terpelihara dan lestari. Dilihat berdasarkan program pembentukan kelompok berdasarkan potensi bahan baku, maka tujuan ini sudah terlaksanakan sesuai dengan kebutuhan. Di mana pembentukan kelompok pengolah hasil perikanan adalah kelompok usaha masyarakat pengolah hasil perikanan yang domisili dan tempat usaha pengolahan hasil perikanannya berada di dekat sungai besar dan sedang serta daerah dekat dengan lokasi pasar penjualan hasil perikanan. Lokasi itu, berdampak kepada kemudahan kelompok usaha hasil perikanan untuk mudah mendapatkan bahan baku yang dibutuhkan untuk pengolahan hasil perikanan seperti kerupuk haruan dan kerupuk udang, dan lain-lain. Pada dimensi ini, maka strategi pemberdayaan kelompok sudah sesuai dengan tujuan yang diinginkan, dilihat dari potensi bahan bakunya

12.4. Diskusi dan Tugas

Kampung Hijau merupakan satu kampung tematik yang memiliki karakteristik dan membuat daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Kampung Hijau memiliki karakteristik berupa bangunan serta atap rumah yang berwarna hijau botol yang berjejer di sepanjang bantaran Sungai. Berkaitan dengan karakteristik hal tersebut, maka kerjakan tugas berikut:

- a. Lakukanlah observasi dan wawancara di Kampung Hijau dan diskusikan beberapa hal berikut:
 1. Bagaimana pengelolaan Kampung Hijau di Kelurahan Sungai Bilu Kota Banjarmasin?
 2. Bagaimana pemberdayaan kelompok usaha di Kampung Hijau sebagai unsur pendukung daya tarik wisata?
- b. Hasil analisis dikumpulkan dalam bentuk laporan penelitian.

12.5. Referensi

- ABBAS, E. W., & Jumriani, J. (2021). Pengembangan Pariwisata Berbasis River Tourism Di Bantaran Sungai Kota Banjarmasin.
- Artistiana, Nn. R. (2002). Pesta Budaya Masyarakat Banjarmasin. PT.Multajam Mulia Utama.
- Dewantara. (2010). Membangun Kepribadian dan Watak Bangsa Indonesia. Pustaka Belajar.
- Jumriani, J., Syaharuddin, S., Abbas, E. W., Mutiani, M., & Handy, M. R. N. (2021). The traditional clothing industry of Banjarmasin Sasirangan: A portrait of a local business becoming an industry. *Journal of Socioeconomics and Development*, 4(2), 236-244.
- Jumriani, J. (2020). Interaksi Sosial Pedagang Kain Sasirangan di Kampung Sasirangan Banjarmasin untuk Mempertahankan Kelangsungan Industri.
- Jumriani, J., Subiyakto, B., & Syaharuddin, S. (2019). Social Interaction Sasirangan Traders Village in The City of Banjarmasin as a Learning

Resources on Social Studies. *The Innovation of Social Studies Journal*, 1(1), 65-77.

- Jumriani, J. (2018). Kegiatan Produksi dan Distribusi Di Kampung Sasirangan Sebagai Sumber Belajar IPS. *Jurnal Socius*, 7(1).
- Muchamad, B. N., & Mentayani, I. (2002). Karakteristik Perumahan Di Tepi Sungai Martapura Tinjauan Aspek Fisik Tradisional. *INFO-TEKNIK*, 3(1), 1-7.
- Nadia, N., Syaharuddin, S., Jumriani, J., Putra, M. A. H., & Rusmaniah, R. (2022). Identification of The Process for Establishing Tourism Awareness Group (Pokdarwis) Kampung Banjar. *The Kalimantan Social Studies Journal*, 3(2), 116-125.
- Nuryatin, S., Abbas, E. W., Jumriani, J., Mutiani, M., & Ilhami, M. R. (2022). Description of The Function of Ceria Tourism Awareness Group (Pokdarwis) in The Culinary Tourism Area of Banua Anyar. *The Kalimantan Social Studies Journal*, 3(2), 152-160.
- Putri, M. A., Abbas, E. W., & Jumriani, J. (2021). Strategies in Developing Creative Economic Activities Based on Local Wisdom. *The Innovation of Social Studies Journal*, 3(1), 42-48.



BAB XIII
KAMPUNG SELANJUNG SUNGAI BIUKU KOTA
BANJARMASIN

13.1. Tujuan Pembelajaran

1. Mengidentifikasi Profil Kampung Selanjung Sungai Biuku Kota Banjarmasin
2. Menganalisis unsur pengembangan Kampung Selanjung Sungai Biuku sebagai Kampung tematik di Kota Banjarmasin.

13.2. Profil Kampung Selanjung Sungai Biuku Kota Banjarmasin

Kampung Selanjung Sungai Biuku berada di Kelurahan Sungai Andai RT 39, Kecamatan Banjarmasin Utara, Kota Banjarmasin, Provinsi Kalimantan Selatan. Sungai Biuku merupakan satu diantaranya sungai yang berada di kota Banjarmasin. Saat ini Sungai Biku tidak hanya dimanfaatkan sebagai jalur lalu lintas perairan. Namun, dengan potensi sumber daya hayati yang tersedia, sungai biuku menjadi satu kawasan wisata di Kota Banjarmasin.

Sejak Juli, 2019 Sungai Biuku ditetapkan sebagai kampung wisata di Kota Banjarmasin. Sampai saat ini, kampung selanjung sungai biuku sebagai kampung wisata yang baru tersedia 3 tahun terakhir terus dibenahi oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. Satu diantaranya dengan melibatkan masyarakat sekitar melalui pelatihan tentang kepariwisataan.

Gambar 13.1 Gerbang Kawasan Wisata Selanjung Sungai Biuku



Sumber, Dokumentasi 2022

Memasuki kampung ini, pengunjung disuguhi segala hasil olahan tangan warga. Dari tempat rehat berbentuk gazebo, spot foto, hingga miniatur menara pandang dari kayu. Di sepanjang tepi jalan, berjejer obor-obor kecil.

Gambar 13.2 Gazebo dan Spot Foto di Kampung Selanjung Sungai Biuku



Sumber, Dokumentasi 2022

Selain itu, berkaitan dengan nama reptil yang menjadi nama kampung, dibangun dua patung biuku. Patung pertama tak jauh dari pintu gerbang. Patung kedua di depan kolam. Biuku merupakan jenis kura-kura air payau. Bedanya, biuku memiliki tempurung berbentuk panjang dengan kaki berselaput. Saat ini populasinya menyusut, menempatkan biuku ke dalam daftar merah. Artinya, reptil dengan status langka.

Kampung wisata ini dikelola masyarakat secara swadaya. Masyarakat setempat bergantian memberi makan hewan-hewan di kolam. Menuanya juga variatif. Dari buah seperti pisang, atau sayur seperti kangkung. Adapun pemasukan dana datang dari wahana rekreasi. Pengunjung bisa menyusuri sungai dengan naik sampan. Tarifnya, Rp 3000 untuk dewasa dan Rp 2.000 untuk anak kecil. Kampung selanjung sungai biuku berpotensi menjadi kawasan wisata yang mengunggulkan lingkungan yang asri. Oleh karena itu, tata kelola dari sungai Biuku perlu direncanakan agar dapat dijadikan daerah wisata alam.

Gambar 13.3 Backdrop Pelaksanaan Deklarasi Obyek Wisata Kampung Selanjung Sungai Biuku



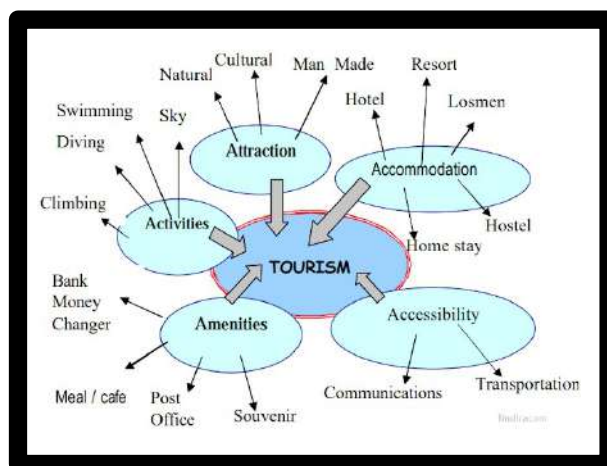
Sumber: Dokumentasi, 2022

Pemerintah Kota Banjarmasin terus mendorong kawasan Sungai Biuku di Kelurahan Sungai Andai, Kecamatan Banjarmasin Utara, sebagai kampung wisata berbasis alam. Terciptanya kampung selanjung sungai biuku tidak lepas dari adanya dampak positif program pemerintah Kota Banjarmasin yaitu program *Maharagu Sungai*. Pengunjung dapat menikmati wisata susur sungai di sungai Biuku menggunakan jukung dan menikmati hidangan khas tradisional Banjar yang dijual oleh masyarakat bantaran sungai. Obyek wisata ini juga menyediakan spot yang menarik untuk pengunjung berswafoto. Sungai Biuku sebagai salah satu destinasi wisata sampai saat ini terus berkembang. Hal ini membuktikan bahwa sungai yang bersih adalah potensi bagi pengembangan daerah dan juga berdampak pada peningkatan pemberdayaan ekonomi bagi masyarakat sekitar. Pemerintah Kota Banjarmasin, khususnya Dinas Lingkungan Hidup, berencana melaksanakan kegiatan *Maharagu Sungai* secara berkelanjutan setiap tahunnya.

Pelaksanaan program ini harus ditunjang pembenahan untuk peningkatan kualitas pelaksanaan program pada tahun-tahun mendatang. *Maharagu Sungai* adalah salah satu rangkaian program kampanye komunikasi lingkungan yang berfokus pada revitalisasi sungai yang dilakukan oleh Dinas Lingkungan Hidup Kota Banjarmasin. *Maharagu Sungai* dapat dikatakan sebagai salah satu program inovasi yang sesuai dengan khalayak serta tujuan kampanye komunikasi lingkungan. Pendekatan komunikasi persuasif secara personal serta melibatkan masyarakat yang berdampak pada peningkatan kesadaran masyarakat untuk turut ikut secara berpartisipasi dalam pemeliharaan kebersihan sungai dan pengembangan sungai sebagai sebuah destinasi wisata. Salah satu keberhasilan program ini adalah kemunculan tempat wisata baru berbasis sungai bernama Sungai Biuku. Tempat wisata ini berpotensi peningkatan pengembangan daerah dan pemberdayaan ekonomi masyarakat.

13.3. Diskusi dan Tugas

Terdapat 5 unsur yang harus terpenuhi dalam pengembangan suatu kawasan wisata, yaitu tergambar pada skema berikut:



Berkaitan dengan hal tersebut, analisis bagaimana ketersediaan unsur-unsur wisata di Kampung Selanjung Sungai Biuku. Hasil Analisis dituliskan dalam bentuk deskripsi hasil analisis.

13.4. Referensi

- ABBAS, E. W., & Jumriani, J. (2021). Pengembangan Pariwisata Berbasis River Tourism Di Bantaran Sungai Kota Banjarmasin.
- Artistiana, Nn. R. (2002). Pesta Budaya Masyarakat Banjarmasin. PT.Multajam Mulia Utama.
- Dewantara. (2010). Membangun Kepribadian dan Watak Bangsa Indonesia. Pustaka Belajar.
- Jumriani, J., Syaharuddin, S., Abbas, E. W., Mutiani, M., & Handy, M. R. N. (2021). The traditional clothing industry of Banjarmasin Sasirangan: A portrait of a local business becoming an industry. *Journal of Socioeconomics and Development*, 4(2), 236-244.

- Jumriani, J. (2020). Interaksi Sosial Pedagang Kain Sasirangan di Kampung Sasirangan Banjarmasin untuk Mempertahankan Kelangsungan Industri.
- Jumriani, J., Subiyakto, B., & Syaharuddin, S. (2019). Social Interaction Sasirangan Traders Village in The City of Banjarmasin as a Learning Resources on Social Studies. *The Innovation of Social Studies Journal*, 1(1), 65-77.
- Jumriani, J. (2018). Kegiatan Produksi dan Distribusi Di Kampung Sasirangan Sebagai Sumber Belajar IPS. *Jurnal Socius*, 7(1).
- Muchamad, B. N., & Mentayani, I. (2002). Karakteristik Perumahan Di Tepi Sungai Martapura Tinjauan Aspek Fisik Tradisional. *INFO-TEKNIK*, 3(1), 1-7.
- Nadia, N., Syaharuddin, S., Jumriani, J., Putra, M. A. H., & Rusmaniah, R. (2022). Identification of The Process for Establishing Tourism Awareness Group (Pokdarwis) Kampung Banjar. *The Kalimantan Social Studies Journal*, 3(2), 116-125.
- Nuryatin, S., Abbas, E. W., Jumriani, J., Mutiani, M., & Ilhami, M. R. (2022). Description of The Function of Ceria Tourism Awareness Group (Pokdarwis) in The Culinary Tourism Area of Banua Anyar. *The Kalimantan Social Studies Journal*, 3(2), 152-160.
- Putri, M. A., Abbas, E. W., & Jumriani, J. (2021). Strategies in Developing Creative Economic Activities Based on Local Wisdom. *The Innovation of Social Studies Journal*, 3(1), 42-48.
- Putro, H. P. N., Jumriani, J., Darmawan, D., & Nuryatin, S. (2020). Social Life of the Community: Perspective of Riverbanks Community in Sungai Jingah, Banjarmasin. *The Kalimantan Social Studies Journal*, 1(2), 151-158.

BAB XIV

KAMPUNG KETUPAT KOTA BANJARMASIN

14.1. Tujuan Pembelajaran

1. Mengidentifikasi Profil Kampung Ketupat Kota Banjarmasin
2. Menganalisis unsur pengembangan Kampung Ketupat sebagai Kampung tematik di Kota Banjarmasin

14.2. Profil Kampung Ketupat Kota Banjarmasin

Kampung ketupat berada di jalan Sungai Baru, Kecamatan Banjarmasin Tengah, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan. Kampung ketupat memiliki batas wilayah yaitu sebelah utara berbatasan dengan Kelurahan Melayu, sebelah Barat berbatasan dengan Kelurahan Gedang, sebelah Timur berbatasan dengan Kelurahan Karang Mekar, sebelah Selatan berbatasan dengan Kelurahan Pekapuran Laut. Pada pembagiannya kampung ketupat terbagi menjadi 2 RW, RW 01 meliputi RT.01, RT. 02, RT.03, RT.04, RT.05, RT.06, RT.07, RT.17, RT.18. dan RW 02 meliputi RT. 08, RT.09, RT.10, RT.11, RT.12, RT.14, RT.15, RT.16. Pada awalnya kampung ketupat hanyalah kampung biasa namun seiring waktu berubah menjadi nama Kampung Ketupat dikarenakan sebagian masyarakatnya menjual ketupat. Terdapat ketupat jadi, kulit ketupat, maupun lontong dijajakan di sepanjang kawasan kampung tersebut. Kampung ketupat bahkan sekarang ini menjadi satu diantara destinasi wisata di Kota Banjarmasin.

Gambar 14.1 Kampung Ketupat Kota Banjarmasin



Sumber: Dokumentasi, 2022

Pemerintah Kota Banjarmasin membenahi kawasan Kampung Ketupat dengan membangun siring dan memperkuat ikon dengan membuat bangunan berbentuk ketupat. Kampung ketupat di Kelurahan Sungai Baru Banjarmasin termasuk dalam destinasi wisata sekaligus sentra kuliner dikarenakan ada yang khas perkampung Sungai Baru ini yang mana hampir sebagian masyarakatnya banyak berprofesi sebagai pedagang ketupat. Ketupat sendiri tidak lepas dengan makanan khas Banjarmasin yaitu soto Banjar, yang berbahan dasar beras, air dan daun nipah yang dianyam untuk dijadikan kulit ketupat (urung). Ketupat di daerah lain biasanya banyak dijual menjelang bulan Ramadhan saat hari raya Idul Fitri ataupun hari raya pada Idul Adha. Namun, berbeda dengan Kampung Ketupat di Sungai Baru Kota Banjarmasin ini yang mana tidak perlu menunggu pada saat bulan Ramadhan, Hari Raya Idul Fitri dan juga Hari Raya Idul Adha untuk mencari ketupat, di kampung ketupat Sungai Baru ini selalu tersedia kapanpun yang diinginkan mulai dari pagi, siang, sore, maupun malam hari.

Masyarakat di Kelurahan Sungai Baru dapat membuat ketupat terutama anyamannya diperlukan kreatifitas yang tinggi agar dapat menghasilkan kulit-kulit ketupat atau disebut juga urung ketupat. Bentuk ketupat yang beragam, mencerminkan berbagai kebudayaan dan filosofi yang berbeda di masing-masing daerah, yang mana ketupat adalah sebagai hasil dari budaya. Pada aktivitas masyarakat kampung ketupat bukan hanya banyakarganya berprofesi sebagai pengrajin ketupat saja ada juga sebagai pedagang.

Usaha yang berada di Kampung Ketupat adalah usaha turun temurun yang sudah dilakukan oleh nenek maupun orang tua mereka sejak bertahun tahun sampai puluhan tahun yang lalu. Dalam menjalankan usaha ini kendala yang sering dialami oleh pedagang Ketupat tidak banyak seperti keterlambatan datangnya bahan baku seperti daun nipah, cara mereka mengatasi tersebut mereka memesan lebih banyak untuk disimpan. Sedangkan dalam persaingan perdagangan di wilayah Kampung Ketupat sendiri sangat banyak pedagang ketupat dulunya namun karena adanya inisiatif dari pedagang-pedagang mereka membuka usaha di wilayah lain untuk lebih banyak menarik pelanggan dari luar daerah

14.3. Produk Usaha di Kampung Ketupat Kota Banjarmasin

Kelurahan Sungai Baru terkenal dengan pengolahan ketupat namun bukan hanya pengolahan ketupat saja tapi masyarakat Kelurahan Sungai Baru juga menjualkan hasil olahan kerajinan tangannya berupa anyaman urung ketupat di sejajaran tiap rumah yang ada di Kampung Ketupat maka disebutlah Kelurahan Sungai Baru sebagai Kampung Ketupat

Gambar 14.2 Produk Urung Ketupat di Kampung Ketupat



Sumber: Dokumentasi, 2022

Kegiatan produksi ketupat di Kelurahan Sungai Baru dilakukan melalui berbagai tahapan, diantaranya terlebih dahulu melakukan persiapan sebelum melakukan pengolahan ketupat. Pada tahap persiapan ada tiga hal yang perlu disiapkan pada kegiatan produksi, yakni modal, bahan baku, dan tenaga kerja serta kewirausahaan. Penyediaan modal untuk kegiatan produksi di kampung ketupat ini bersumber dari modal pribadi.

Pada proses pengolahan ketupat tentu tidak lepas dari adanya bahan baku dan peralatan sebagai hal penting dalam pembuatan suatu produk. Sebagaimana dikemukakan dalam peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 1993 dikatakan bahwa kawasan industri merupakan pusat kegiatan industri pengolahan yang dilengkapi dengan sarana, prasarana dan fasilitas penunjang lainnya yang disediakan dan dikelola oleh sentral industri tersebut. Maka dari itu dalam pengolahan ketupat diperlukannya berbagai bahan baku dan peralatan, tenaga kerja, modal dan kewirausahaan untuk menunjang produksi ketupat.

Secara umum mengenai bahan baku merupakan bahan mentah yang menjadi dasar pembuatan suatu produk yang mana bahan tersebut dapat diolah melalui proses tertentu untuk dijadikan wujud yang lain. Bahan baku merupakan faktor penting yang ikut menentukan tingkat harga pokok dalam kelancaran proses produksi usaha (Wibowo, 2014). Pengertian bahan baku adalah barang- barang yang akan dijadikan bagian dari produk jadi. Bahan baku sama halnya dengan bahan mentah yang dijadikan sebagai bahan dasar pembuatan suatu produk. Bahan baku Pada pembuatan ketupat yang digunakan untuk bahan bakunya antara lain yaitu daun nipah, beras, dan air. Pada produksi ketupat di Kampung Ketupat mendapatkan bahan baku daun nipah dengan cara membelinya di pasar hanyar yang ada menyediakan daun nipah dan ada yang sudah berlangganan yang akan diantarkan dengan kelotok setiap minggunya

Gambar 14.3 Bahan Baku (Daun Nipah)



Sumber: Dokumentasi, 2022

Sedangkan pemasok beras yang dijadikan bahan baku pembuatan ketupat, mereka memasok dari kampung beras yang ada di kelayan, dikarenakan di sana adalah sentral penjualan beras yang ada di Banjarmasin. Jadi setiap kurang lebih satu minggu mereka memesan dari kampung beras untuk dijadikan sebagai ketupat.

Bahan baku yang digunakan pada saat kegiatan produksi hanya akan berfungsi jika difungsikan menggunakan berbagai peralatan. Peralatan juga termasuk faktor penting yang mendukung jalannya proses produksi, dengan adanya peralatan maka proses produksi. Oleh karena itu peralatan yang digunakan untuk membuat ketupat di Kelurahan Sungai Baru Banjarmasin diantaranya kompor gas, gas elpiji, dandang, keranjang, baskom besar. Semua peralatan tersebut memiliki fungsi-fungsi tersendiri dalam setiap bagian pengolahan ketupat di kampung ketupat.

Pada kelurahan sungai baru ini Kegiatan produksi yang ada di Kelurahan Sungai Baru Banjarmasin ini tidak lepas dari adanya peran pekerja. Perkembangan usaha kerajinan sangat berpengaruh terhadap adanya sumber daya manusia dan pendidikan, produksi yang berkualitas berpengaruh hingga banyak diminati karena adanya sumber daya manusia yang terampil dan profesional, dan juga berpengaruh terhadap usaha kerajinan yang dijalankan.

Kegiatan produksi ketupat yang ada di Kelurahan Sungai Baru Banjarmasin berlangsung setiap hari tanpa adanya hari libur, mereka setiap hari selalu memproduksi ketupat untuk dijual. Sama halnya dengan proses pembuatan ketupat pada umumnya, mereka harus menyediakan bahan baku untuk membuat ketupat yang akan diolah, seperti halnya daun nipah, serta beras yang akan dijadikan ketupat. Daun nipah sendiri didatangkan dari pasar hanyar dekat dengan kelurahan sungai baru yang didatangkan setiap seminggu sekali, yang mana setiap harinya mereka membuat urung ketupat, di kelurahan sungai baru ini terkenal juga dengan pengrajin kulit ketupatnya, mereka menganyam sendiri kulit nipah yang di pesan dari pasar hanyar untuk dijadikan kulit ketupat, dapat dilihat dari penampakannya jika memasuki daerah kelurahan sungai baru berjejer di setiap rumah bergelantungan ketupat yang jadi maupun hanya urung ketupatnya saja.

Pada kegiatan produksi yang ada di Kampung Ketupat ini terkenal bukan hanya olahan makanan ketupatnya saja melainkan Urung ketupat. Urung Ketupat ialah daun nipah yang di anyam membentuk seperti jajargenjang yang

dijadikan kulit atau pembungkus ketupat nantinya. Pembuatan urung di masyarakat Kampung Ketupat ini dijadikan sebagian besar masyarakatnya sebagai mata pencaharian membuat kerajinan urung ketupat khususnya olahan dari daun nipah ini, yang mana pengrajin urung ini setiap harinya mengisi waktu luang mereka dengan menganyam daun nipah yang akan dijadikan sebagai pembungkus ketupat. Dengan demikian proses kegiatan produksi pembuatan ketupat sudah dapat dilaksanakan dengan beberapa tips pembuatan ketupat yang benar yaitu:

- a. Menyiapkan beras yang akan digunakan dan harus dicuci bersih, lalu direndam selama 3 jam dan setelah ditiriskan.
- b. Masukkan beras ke dalam urung ketupat tapi jangan sampai penuh dari kulit ketupat sisakan ruang untuk membuat beras menjadi mengembang seperti nasi.
- c. Didihkan terlebih dahulu air yang akan dipakai untuk merebus ketupat.
- d. Ketupat merebus kurang lebih 5 jam dan selama itu ketupat harus dalam keadaan terendam penuh.
- e. Setelah ketupat matang, ketupat harus digantung sampai kering lalu siap untuk dipasarkan

Di Kampung Ketupat Sungai Baru Kota Banjarmasin, produk lokal yang dihasilkan sebagai bagian ekonomi masyarakat tidak hanya berupa produksi urung ketupat. Melainkan juga terdapat anyaman purun, dan kerajinan lainnya sebagai berikut:

Gambar 14.4 Produk UMKM di Kampung Ketupat



Sumber: Dokumentasi 2022

Adapun untuk pemasaran beragam produk lokal di Kampung Ketupat Kota Banjarmasin tidak hanya dipasarkan oleh setiap pemilik usaha namun juga dikelola oleh pemasaran secara kelompok yang di kenal dengan sebutan “Koperasi Pemasaran Dangsanak Kriya Ketupat”.

Gambar 14.5 Tempat Koperasi Pemasaran Dangsanak Kriya Ketupat



Sumber: Dokumentasi, 2022

Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa Kelurahan Sungai Baru bukan hanya sebagai tempat pengolahan ketupat saja tapi masyarakat Kelurahan Sungai Baru juga menjualkan hasil olahan kerajinan tangannya berupa produk anyaman.

14.4. Diskusi dan Tugas

Pada perspektif pengelolaan, umumnya, kegiatan UMKM (khususnya usaha mikro dan kecil) tidak membedakan berbagai persoalan yang ada di dalam perusahaan dengan berbagai persoalan pribadi, terutama menyangkut kepemilikan, pembiayaan, dan keuntungan perusahaan. Keduanya sering kali tercampur sehingga berbagai fungsi manajemen dalam menjalankan perusahaan tidak dilakukan sebagaimana mestinya, baik menyangkut perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), penggerakan (activating), maupun pengawasan (controlling). Berkaitan dengan hal tersebut, analisis unsur perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), penggerakan (activating), maupun pengawasan (controlling) pada produk lokal di Kampung Ketupat Kota Banjarmasin.

14.5. Referensi

- ABBAS, E. W., & Jumriani, J. (2021). Pengembangan Pariwisata Berbasis River Tourism Di Bantaran Sungai Kota Banjarmasin.
- Artistiana, Nn. R. (2002). Pesta Budaya Masyarakat Banjarmasin. PT.Multajam Mulia Utama.
- Dewantara. (2010). Membangun Kepribadian dan Watak Bangsa Indonesia. Pustaka Belajar.
- Jumriani, J., Syaharuddin, S., Abbas, E. W., Mutiani, M., & Handy, M. R. N. (2021). The traditional clothing industry of Banjarmasin Sasirangan: A portrait of a local business becoming an industry. *Journal of Socioeconomics and Development*, 4(2), 236-244.

- Jumriani, J. (2020). Interaksi Sosial Pedagang Kain Sasirangan di Kampung Sasirangan Banjarmasin untuk Mempertahankan Kelangsungan Industri.
- Jumriani, J., Subiyakto, B., & Syaharuddin, S. (2019). Social Interaction Sasirangan Traders Village in The City of Banjarmasin as a Learning Resources on Social Studies. *The Innovation of Social Studies Journal*, 1(1), 65-77.
- Jumriani, J. (2018). Kegiatan Produksi dan Distribusi Di Kampung Sasirangan Sebagai Sumber Belajar IPS. *Jurnal Socius*, 7(1).
- Muchamad, B. N., & Mentayani, I. (2002). Karakteristik Perumahan Di Tepi Sungai Martapura Tinjauan Aspek Fisik Tradisional. *INFO-TEKNIK*, 3(1), 1-7.
- Nadia, N., Syaharuddin, S., Jumriani, J., Putra, M. A. H., & Rusmaniah, R. (2022). Identification of The Process for Establishing Tourism Awareness Group (Pokdarwis) Kampung Banjar. *The Kalimantan Social Studies Journal*, 3(2), 116-125.
- Nuryatin, S., Abbas, E. W., Jumriani, J., Mutiani, M., & Ilhami, M. R. (2022). Description of The Function of Ceria Tourism Awareness Group (Pokdarwis) in The Culinary Tourism Area of Banua Anyar. *The Kalimantan Social Studies Journal*, 3(2), 152-160.
- Putri, M. A., Abbas, E. W., & Jumriani, J. (2021). Strategies in Developing Creative Economic Activities Based on Local Wisdom. *The Innovation of Social Studies Journal*, 3(1), 42-48.
- Putro, H. P. N., Jumriani, J., Darmawan, D., & Nuryatin, S. (2020). Social Life of the Community: Perspective of Riverbanks Community in Sungai Jingah, Banjarmasin. *The Kalimantan Social Studies Journal*, 1(2), 151-158.

BAB XV

KAMPUNG BANJAR KUIN KOTA BANJARMASIN

15.1. Tujuan Pembelajaran

1. Mengidentifikasi Profil Kampung Banjar Kuin Kota Banjarmasin
2. Menganalisis unsur pengembangan Kampung Banjar Kuin sebagai Kampung tematik di Kota Banjarmasin

15.2. Profil Kampung Banjar Kuin Banjarmasin

Kampung Kuin merupakan kawasan permukiman di pinggiran Kota Banjarmasin yang dilalui oleh sebuah sungai bernama sungai Kuin, yakni sungai yang menghubungkan sungai Barito dengan sungai Martapura. Secara administrasi kampung kuin terletak di Kecamatan Banjarmasin Utara, Kota Banjarmasin. Di sepanjang sungai Kuin inilah muncul permukiman pertama di Banjarmasin sehingga menjadikan Kampung Kuin sebagai kampung tertua dari kampung-kampung yang ada di Banjarmasin dan sekitarnya.

Kuin adalah wilayah sepanjang daerah aliran Sungai Kuin yang terletak di kota Banjarmasin. Lebar Sungai Kuin ± 40 m yang dipengaruhi oleh kondisi pasang surut Sungai Barito. Kelurahan yang kini dikenal dengan nama Kelurahan Kuin Utara ini memiliki luas sebesar 14,45 ha. Kelurahan Kuin Utara sebelah utara berbatasan dengan Kelurahan Alalak, sebelah timur dengan Kelurahan Pangeran, sebelah barat berbatasan dengan Sungai Barito dan selatan berbatasan dengan Kelurahan Kuin Cerucuk.

Kampung Kuin adalah kawasan kampung tua bersejarah karena dari kawasan Kampung Kuin inilah cikal bakal Kerajaan Banjar pertama menuju suatu pemerintahan Kerajaan Islam Banjar dengan nama Kesultanan Banjarmasin yang berpusat di Kuin.

Gambar 15.1 Gernang Kawasan Wisata Kampung Kuin Utara



Sumber: Dokumentasi, 2022

Ciri khas yang membedakan Kampung Kuin dengan permukiman tradisional lainnya adalah letaknya yang berada di sepanjang tepian Sungai Kuin. Pola awal permukiman masyarakat di Kampung Kuin dibangun sejajar dan berorientasi menghadap sungai yang menggambarkan betapa pentingnya arti sungai bagi masyarakat permukiman ini. Namun, dengan adanya perkembangan pada kawasan ini arah orientasi rumah dan pola permukiman yang awalnya mengikuti sungai kini berubah. Perubahan juga terjadi pada bangunan dan struktur serta fungsi rumah tradisional. Rumah tradisional yang ada saat ini telah mengalami perubahan arsitektur. Hal ini dikarenakan rumah tradisional yang ada sudah terlampau tua dan tidak bisa dipertahankan lagi. Rumah tersebut tidak hanya dijadikan sebagai tempat tinggal tetapi beberapa rumah juga dijadikan sebagai sarana perdagangan dan jasa. Selain rumah tradisional, terdapat pula Masjid Sultan Suriansyah yang telah berumur lebih dari 400 tahun dan Makam Sultan Suriansyah.

Gambar 15.2 Masjid Sultan Suriansyah



Sumber: Dokumentasi, 2022

Selain kegiatan ziarah dan kunjungan ke makam dan mesjid Sultan Suriansyah, atraksi yang dapat ditemukan di Kampung Kuin yaitu wisata air. Masyarakat sekitar biasanya menyewakan perahu/*jukung* mereka untuk melayani wisatawan dengan tujuan mengitari sungai Kuin dan menuju ke Pasar Terapung yang terdapat di Kekurahan Alalak Selatan. Tidak lupa pula kegiatan tahunan seperti Upacara *Baayun Mulud* yang biasanya digelar tiap tahunnya setiap tangga halaman Mesjid Sultan Suriansyah.

15.3. Produk Usaha di Kampung Banjar Kuin Kota Banjarmasin

Kampung Banjar Kuin, khususnya di sekitar lokasi Masjid Sultan Suriansyah menjadi sentra pembuatan *Tajau*. Peminatnya pun bertambah banyak, terlebih untuk daerah yang mata pencahariannya mayoritas sebagai petani, maka *tajau* diperlukan untuk menyimpan air cadangan jika tiba musim kemarau. Pada masa itu produk yang dihasilkan juga berbagai, ragamnya tidak ditentukan oleh bentuk tetapi ukuran dari *tajau* dengan muatan mulai dari tiga blek, enam, tujuh, sepuluh dan dua belas blek, dengan hitungan satu blek berjumlah 10 liter.

Kampung Kuin yang dikenal dengan produksi *Tajau* adalah satu diantara 36 titik destinasi wisata yang telah ditetapkan oleh Pemerintah Kota Banjarmasin. Usaha pembuatan *tajau* ini berada di RT.5 Kelurahan Kuin Utara, Kecamatan Banjarmasin Utara, Banjarmasin. Usaha pembuatan *tajau* yang dijadikan Kampung *Tajau* sebagai destinasi wisata berada diantara dua destinasi wisata terkenal di Banjarmasin, yaitu Masjid Sultan Suriansyah dan Komplek Makam Sultan Suriansyah. Meskipun demikian, berdasarkan data yang di dapat dari Kelurahan Kuin Utara hanya terdapat tiga pengrajin *tajau* tersisa.

Gambar 15.3 Kerajinan Tajau di Kampung Kuin



Sumber: Dokumentasi, 2022

Proses pembentukan badan *tajau* dengan menempelkan adonan sedikit demi sedikit harus dilakukan dengan cepat dikarenakan adonan yang terbuat dari semen. Adonan semen jika lambat diolah maka akan mengeras dan tidak dapat digunakan lagi. Selain itu, keahlian yang dimiliki oleh pengrajin adalah ketepatan. Ketepatan dalam membentuk badan *tajau* sehingga mengikuti bentuk cetakan di dalamnya, ketepatan dalam memperkirakan ketebalan sisi lapisan *tajau* agar sama rata dari bagian atas hingga bawah dan keseluruhan badan *tajau*.

Gambar 15.4 Proses Pembuatan Kerajinan Tajau



Sumber: Dokumentasi, 2022

Kegiatan produksi *tajau* di Kuin Utara dilakukan langsung oleh pengrajin *tajau* dengan memanfaatkan bahan dan alat seperti, semen, pasir putih, serbuk kayu, air, kain blacu, alat penumbuk, lembaran aluminium, dan sekop. Berdasarkan hasil penelitian, kegiatan produksi *tajau* terbagi menjadi beberapa tahapan dimulai dari tahap persiapan, tahap pengolahan bahan, tahap pembentukan badan *tajau*, dan tahap pengeringan serta *finishing* yang dilakukan dengan melapisi permukaan *tajau* dengan adonan semen halus. Produksi *tajau* saat ini dilakukan oleh pengrajin hanya berdasarkan pesanan dari pelanggan, karena minat dari masyarakat terhadap *tajau* sangat berkurang tergantikan oleh wadah plastik yang ringan dan distribusi air dari PDAM yang semakin luas.

Adapun produk UMKM Lainnya yang berada di Kampung Kuin yaitu berupa usaha pembuatan kerupuk ikan.

Gambar 15.5 Produk Kerupuk Ikan



Sumber Dokumentasi, 2022

Pembuatan kerupuk ikan dilakukan oleh Kelompok Citra Sari. Kelompok ini memproduksi kerupuk ikan haruan dan kerupuk ikan. Adapun jumlah anggota kelompok yaitu 10 orang.

Gambar 15.6 Kelompok Pemasaran Kerupuk Ikan



Sumber: Dokumentasi 2022

Usaha ini sudah dilakukan secara turun temurun yang sudah berusia puluhan tahun. Pada tahun 2015, kelompok usaha ini mendapatkan bantuan usaha dari PT Pertamina yang pada awalnya berkontrak 5 tahun namun terputus hanya 2 tahun saja. Kelompok usaha ini mengolah ikan haruan sebagai bahan utamanya yang didapatkan dari nelayan yang sudah menjadi langganan. Kelompok usaha ini bisa membuat kerupuk hingga 12 kg sekali membuat dan dipasarkan keberbagai tempat.

15.4. Diskusi dan Tugas

Selain ketidakmampuan dalam mengelola perusahaan (kemampuan manajemen yang rendah), persoalan yang sering menghambat UMKM untuk berkembang adalah keterbatasan fungsi-fungsi perusahaan, terutama dalam produksi dan pemasaran. Oleh karena itu, berkaitan dengan hal tersebut identifikasi dan diskusikan bagaimana pengelolaan produk UMKM di Kampung Kuin Kota Banjarmasin. Hasil identifikasi dan diskusi tersebut, dituliskan dalam bentuk essay maksimal 5 halaman.

15.5. Referensi

- ABBAS, E. W., & Jumriani, J. (2021). Pengembangan Pariwisata Berbasis River Tourism Di Bantaran Sungai Kota Banjarmasin.
- Artistiana, Nn. R. (2002). Pesta Budaya Masyarakat Banjarmasin. PT.Multajam Mulia Utama.
- Dewantara. (2010). Membangun Kepribadian dan Watak Bangsa Indonesia. Pustaka Belajar.
- Jumriani, J., Syaharuddin, S., Abbas, E. W., Mutiani, M., & Handy, M. R. N. (2021). The traditional clothing industry of Banjarmasin Sasirangan: A portrait of a local business becoming an industry. *Journal of Socioeconomics and Development*, 4(2), 236-244.

- Jumriani, J. (2020). Interaksi Sosial Pedagang Kain Sasirangan di Kampung Sasirangan Banjarmasin untuk Mempertahankan Kelangsungan Industri.
- Jumriani, J., Subiyakto, B., & Syaharuddin, S. (2019). Social Interaction Sasirangan Traders Village in The City of Banjarmasin as a Learning Resources on Social Studies. *The Innovation of Social Studies Journal*, 1(1), 65-77.
- Jumriani, J. (2018). Kegiatan Produksi dan Distribusi Di Kampung Sasirangan Sebagai Sumber Belajar IPS. *Jurnal Socius*, 7(1).
- Muchamad, B. N., & Mentayani, I. (2002). Karakteristik Perumahan Di Tepi Sungai Martapura Tinjauan Aspek Fisik Tradisional. *INFO-TEKNIK*, 3(1), 1-7.
- Nadia, N., Syaharuddin, S., Jumriani, J., Putra, M. A. H., & Rusmaniah, R. (2022). Identification of The Process for Establishing Tourism Awareness Group (Pokdarwis) Kampung Banjar. *The Kalimantan Social Studies Journal*, 3(2), 116-125.
- Nuryatin, S., Abbas, E. W., Jumriani, J., Mutiani, M., & Ilhami, M. R. (2022). Description of The Function of Ceria Tourism Awareness Group (Pokdarwis) in The Culinary Tourism Area of Banua Anyar. *The Kalimantan Social Studies Journal*, 3(2), 152-160.
- Putri, M. A., Abbas, E. W., & Jumriani, J. (2021). Strategies in Developing Creative Economic Activities Based on Local Wisdom. *The Innovation of Social Studies Journal*, 3(1), 42-48.
- Putro, H. P. N., Jumriani, J., Darmawan, D., & Nuryatin, S. (2020). Social Life of the Community: Perspective of Riverbanks Community in Sungai Jingah, Banjarmasin. *The Kalimantan Social Studies Journal*, 1(2), 151-158.

BAB XVI

UJIAN AKHIR SEMESTER

16.1. Tujuan Pembelajaran

1. Mengidentifikasi Profil Kampung Tematik di Kota Banjarmasin
2. Menganalisis unsur wirausaha pada setiap usaha UMKM di Kampung Tematik Kota Banjarmasin

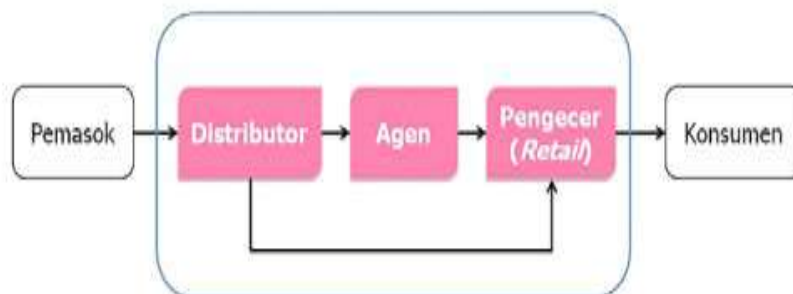
16.2. Ujian Akhir Semester

Rantai nilai bisnis menggambarkan tahapan aktivitas produksi dari awal sampai ketangan konsumen akhir. Rantai nilai bisnis pada sektor UMKM terdiri atas beberapa unsur, yaitu:

1. Produsen/pemasok
2. Distributor Distributor adalah seseorang/perusahaan yang membeli produk dari produsen yang memproduksinya langsung dan menjual kembali kepada pengecer. Distributor diperbolehkan untuk mengambil produk-produk dari beberapa produsen untuk dijual kembali kepada pengecer.
3. Agen Agen adalah seseorang/perusahaan yang menjual barang dari distributor ke retailer (pengecer). Terkadang agen juga bisa bersifat sebagai perantara antara distributor dan retailer. Pendapatan agen adalah komisi penjualan dari distributor atau selisih harga jual dari harga retailer.
4. Retailer (Pengecer). Dalam hal kebutuhan untuk adanya pemasok barang tersebut maka perlu adanya keyakinan dari pengecer untuk bekerjasama dengan agen/distributor yang dapat diandalkan.
5. Konsumen

Adapun mekanisme dari keseluruhan proses rantai bisnis sektor perdagangan dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 16.1 Rantai Usaha UMKM



Berdasarkan deskripsi tersebut diatas, identifikasi dan analisis rantai usaha pada UMKM di Kmapung Tematik Kota Banjarmasin. Adapun hasil analisis dituliskan dalam bentuk narasi, yang dimuat dengan bentuk laporan penelitian.



TEORI & APLIKASI KEWIRAUSAHAAN



**PENERBIT :
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN IPS
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**

