

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Pengertian Kewirausahaan

- a. Menurut Zimmerer dalam Kasmir (2006:10) kewirausahaan sebagai suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan (usaha)
- b. Peter F. Drucker dalam Suryana (2013:13), kewirausahaan merupakan kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda.

Dari kedua pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan merupakan suatu kemampuan dalam hal menciptakan kegiatan usaha. Kemampuan menciptakan memerlukan adanya kreativitas dan inovasi tersebut pada akhirnya mampu memberikan kontribusi bagi masyarakat banyak.

#### 2.1.1 Karakteristik Kewirausahaan

Karakteristik merupakan kualitas tertentu atau ciri yang khas yang dimiliki oleh seseorang ataupun benda, sedangkan untuk menjadi seorang wirausahawan yang handal dan sukses harulah memiliki karakteristik kewirausahaan. Geoffrey G. Meredith dalam Suryana (2013:9) mengemukakan daftar ciri-ciri dan sifat-sifat sebagai profil wirausaha sebagaimana tersusun dalam tabel berikut :

Ciri-ciri	Watak
Percaya diri	Keyakinan, tidak tergantung, individualitas, optimis.
Berorientasikan tugas dan hasil	Kebutuhan akan prestasi, berorientasi laba, ketekunan, ketabahan, tekad kerja keras, mempunyai dorongan kuat, energetic, dan inisiatif.

Pengambil risiko	Kemampuan mengambil risiko Suka pada tantangan.
Kepemimpinan	Bertingkah laku sebagai pemimpin, dapat bergaul dengan orang lain, menganggapi saran-saran dan kritik
Keorisinilan	Inovatif dan kreatif, fleksibel, mengetahui banyak hal/
Orientasi masa depan	Pandangan jauh ke depan.

### 1. Percaya diri

Karakteristik kematangan seseorang adalah ia tidak tergantung pada orang lain, dia memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi, obyektif dan kritis. Dia tidak saja begitu menyerap pendapat atau opini orang lain, tetapi dia mempertimbangkan secara kritis. Emosionalnya boleh dikatakan sudah stabil, tidak gampang tersinggung dan tingkat sosialnya tinggi serta penolong.

### 2. Berorientasi tugas dan hasil

Seseorang yang tidak mengutamakan prestise, tapi prestasi terlebih dahulu, karena prestai yang berhasil akan menaikkan prestisenya. Berbagai motivasi akan muncul dalam bisnis jika wirausahawan mampu menyingkirkan prestise.

### 3. Pengambil resiko

Seseorang yang suka mengambil resiko akan memberikan kontribusi yang baik jika dibawa kedalam wirausaha, karena akan terbiasa dengan resiko dan tantangan seperti, persaingan harga turun naik, barang tidak laku, dan persaingan bisnis.

### 4. Kepemimpinan

Sifat kepemimpinan memang ada dalam diri masing-masing individu. Seorang pemimpin yang baik harus bersifat respinsive dan mau menerima kritikan dari bawahan.

### 5. Keorisinilan

Sifat orisinil tidak mengekor pada orang lain, tetapi memiliki pendapat sendiri, ada ide yang orisinil, dan ada kemampuan untuk melaksanakan sesuatu. Orisinil tidak berarti baru sama sekali, tetapi produk tersebut mencerminkan hasil kombinasi baru atau reintegrasi dari komponen-komponen yang sudah ada, sehingga melahirkan sesuatu yang baru.

### 6. Berorientasi masa depan

Seorang wirausahawan haruslah prespektif, mempunyai visi kedepan, oleh karena itu kontinuitasnya harus dijaga dan pandangan harus ditujukan jauh kedepan. Untuk menghadapi pandangan jauh kedepan, seorang wirausaha akan menyusun perencanaan dan strategi yang matang, agar jelas langkah-langkah yang akan dilaksanakan.

## 2.3 Pengertian dan Unsur Pengembangan Usaha

Menurut Glos, Stade dan Lawri dalam Winarto (2002:15) Pengembangan usaha adalah jumlah seluruh kegiatan yang diorganisir oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang niaga dan industri yang menyediakan barang dan jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki standar serta kualitas hidup mereka.

Adapun menurut Winarto (2012:16) unsur – unsur penting dalam mengembangkan usaha ada 2 unsur yaitu :

1. Unsur yang berasal dari dalam ( pihak *internal* ) :
  - a. Adanya niat atau minat dari si pengusaha untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih besar.
  - b. Mengetahui teknik memproduksi barang, seperti berapa banyak barang yang harus diproduksi, cara apa yang harus digunakan untuk mengembangkan barang atau produk, dan lain-lain.
  - c. Membuat anggaran yang bertujuan seberapa besar pemasukkan dan pengeluaran produk.

2. Unsur dari pihak luar (Pihak *Eksternal*)
  - a. Mengikuti perkembangan informasi dari luar usaha.
  - b. Mendapatkan dana tidak hanya mengandalkan dari dalam, seperti meminjam dari luar.
  - c. Mengetahui kondisi lingkungan sekitar yang baik atau kondusif untuk usaha.
  - d. Harga dan kualitas ialah unsur strategi yang paling umum ditemui. Strategi ini biasa digunakan untuk menghasilkan produk atau jasa berkualitas prima dan harga yang sesuai atau menghasilkan barang berbiaya rendah dan menjualnya dengan harga yang murah.
  - e. Cakupan jajaran produk.

#### **2.4 Unsur dari Dalam (Pihak *Internal*)**

Dalam pengembangan usaha, terdapat unsur yang berasal dari dalam atau yang disebut dengan pihak *internal*. Unsur dari pihak internal adalah sebagai berikut:

##### **2.4.1 Adanya niat atau minat dari pengusaha untuk mengembangkan usaha**

Menurut Suryana (2008:11) Niat atau minat wirausaha adalah kemampuan untuk memebankan diri dalam memenuhi kebutuhan hidup serta memecahkan permasalahan hidup, memajukan usaha atau menciptaka usaha baru dengan keukatan yang ada pada diri sendiri. Berdasarkan definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa minat adalah keinginan, ketertarikan serta kesedian untuk bekerja keras atau berkemauan keras dengan adanya pemusatan perhatian untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut akan resiko yang akan

dihadapi, senantiasa belajar dari kegagalan yang dialami, serta mengembangkan usaha yang diciptakan.

Adapun faktor yang mempengaruhi minat antara lain:

Minat pada hakekanya merupakan sebab akibat dari pada pengalaman, minat berkembang sebagai hasil dari pada sesuatu kegiatan yang menjadi sebab yang akan dipakai lagi dalam kegiatan yang sama. Secara umum ada beberapa factor yang mempengaruhi minat:

- a. *The factor inner urge* adalah rangsangan yang datang dari lingkungan atau ruang lingkup yang sesuai dengan keinginan atau kebutuhan seseorang akan mudah menimbulkan minat.
- b. *The factor of social motive* adalah minat seseorang terhadap obyek atau sesuatu hal, disamping hal dipengaruhi oleh factor dari dalam diri manusia juga dipengaruhi oleh motif social.
- c. *Emotional factor* adalah faktor perasaan dan emosi mempunyai pengaruh terhadap obyek missal perjalanan sukses yang dipakai individu dalam suatu kegiatan tertentu dapat membangkitkan perasaan senang dan dapat menamambah semangat atau kuatnya minat dalam kegiatan tersebut.

Minat bukan merupakan suatu hal yang didapat sejak lahir, namun minat merupakan keseluruhan yang dapat berubah-ubah karena sejak kecil minat itu selalu mengalami perubahan. Jadi, minat dapat dikembangkan sesuai potensi pada diri seseorang. Selain itu minat juga tercipta dan dapat dilihat dari karakteristik seseorang,

karakteristik dan minat atau keinginan merupakan sesuatu yang saling berhubungan, dimana karakteristik menentukan minat dari individu untuk melakukan sesuatu yang diinginkan.

#### **2.4.2 Proses Produksi**

Menurut Retno Dewanti (2008:125) Proses produksi adalah suatu cara, metode ataupun teknik menambah kegunaan suatu barang dan jasa dengan menggunakan faktor produksi yang ada. Dari pengertian tersebut dapat diartikan bahwa proses produksi dalam konteks kewirausahaan adalah merupakan kegiatan untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa dengan menggunakan faktor-faktor produksi seperti tenaga kerja, mesin, bahan baku, agar menghasilkan produk yang dibutuhkan dan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen.

Sebelum melaksanakan teknik produksi yang akan digunakan, terlebih dahulu perlu dirancang kebutuhan sarana dan prasarana yang akan digunakan dalam menghasilkan produk, sarana dan perasarana inilah yang sering disebut sebagai input produksi yang meliputi bahan, tenaga kerja, mesin/peralatan.

##### **a. Bahan baku**

Dalam menyusun kebutuhan bahan baku untuk digunakan dalam proses produksi harus mengacu pada karakteristik produk yang akan dihasilkan. Agar produksi dapat berjalan lancar maka dalam pemilihan bahan baku yang digunakan setidaknya memenuhi syarat;

1. Kualitasnya baik
2. Mudah di peroleh
3. Mudah diolah

#### 4. Harga yang relatif murah

##### b. Tenaga kerja

Tenaga kerja atau sumberdaya manusia merupakan asset penting perusahaan. Dalam proses produksi, tenaga kerja merupakan penggerak berjalannya proses produksi. Meski bahan baku yang digunakan telah memenuhi standar kualitas, peralatan yang digunakan telah memadai, jika tenaga kerja yang menjalankan operasional produksi tidak sesuai dalam hal jumlah dan kualifikasi yang diharapkan, maka mustahil perusahaan dapat menghasilkan produk yang berkualitas sebagaimana yang diharapkan oleh konsumen.

##### c. Mesin/Peralatan

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

Kebutuhan mesin dan peralatan produksi baik jumlah, jenis, kapasitas dan spesifikasi lainnya seharusnya telah diidentifikasi saat gambaran produk yang akan dihasilkan telah ditetapkan.

Dihasilkannya produk sesuai dengan jumlah dan mutu yang diharapkan oleh pasar dan perusahaan, selain ditentukan oleh input sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya, juga sangat ditentukan oleh kegiatan yang dilaksanakan selama proses pembuatan produk berlangsung, yang dikenal dengan istilah proses produksi.

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

- a. Proses produksi berdasarkan wujudnya;
  1. Proses kimiawi  
Proses kimiawi, yaitu proses pengolahan bahan menjadi produk dengan mendasarkan pada sifat kimiawi bahan yang diolah.
  2. Proses mengubah bentuk  
Yaitu proses pengolahan bahan menjadi produk jadi atau setengah jadi dengan cara mengubah bentuk bahan menjadi bentuk yang lebih bermanfaat.
  3. Proses Perakitan  
Yaitu proses menggabungkan komponen-komponen produk menjadi produk yang lebih bermanfaat.
  4. Proses Transportasi  
Yaitu proses memindahkan sumber atau produk dari tempat asal ke tempat dimana produk tersebut dibutuhkan.
  
- b. Proses produksi berdasarkan tipenya, terdiri atas;
  1. Proses berkesinambungan  
Adalah dimana proses produksi dilakukan terus menerus melalui system yang telah distandarisasi untuk menghasilkan produk yang homogen.  
Bentuk produk yang dihasilkan bersifat standard an tidak tergantung pada spesifikasi pemesan. Tujuan produksi umumnya untuk persediaan kemudain dipasarkan.
  2. Proses terputus-putus  
Proses yang biasanya menghasilkan produk yang berbeda beda, prosedur yang berbeda-beda. Bentuk produknya disesuaikan dengan pesanan konsumen. Tujuan produksi adalah untuk melayani pesanan konsumen.

### 2.4.3 Membuat Anggaran

Anggaran disini bertujuan dibuat untuk mengetahui seberapa besar pemasukan dan pengeluaran sebuah usaha ataupun perusahaan.

## 2.5 Unsur dari Luar (Pihak *Eksternal*)

### 2.5.1 Sumber-Sumber Keuangan

Ditinjau dari asalnya, sumber dana menurut Suryana (2008:196) dapat dibagi menjadi dua golongan yaitu sebagai berikut;

- a. Dana yang berasal dari perusahaan disebut pembelanjaan *Internal*.

Penggunaan dana ini merupakan cara yang paling mudah dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dana perusahaan. Oleh karena itu, sumber dana *internal* biasanya sangat terbatas.

Ada tiga jenis sumber dana internal yang dapat dijadikan sumber keuangan perusahaan, antara lain;

1. Penggunaan dana perusahaan.
2. Penggunaan cadangan
3. Penggunaan laba yang tidak dibagi/ditahan.

- b. Dana yang berasal dari luar perusahaan atau pembelanjaan *eksternal*.

Sumber dana *eksternal* mencakup hal-hal berikut;

1. Dana dari pemilik atau penyertaan

Dalam perusahaan harus adanya pemisahan yang tegas antara dan milik pribadi atau pembelanjaan sendiri (misalnya, saham) dengan dana milik perusahaan.

2. Dana yang berasal dari utang/pinjaman

3. Dana bantuan dari program pemerintah pusat dan daerah.
4. Dana dari teman atau keluarga yang ingin menanamkan modalnya.
5. Dana ventura, yaitu dana dari perusahaan yang ingin menginvestasikan dananya pada perusahaan kecil yang memiliki potensi.

### **2.5.1 Lingkungan Industri**

Lingkungan industri dapat digambarkan sebagai serangkaian perusahaan yang bersaing satu sama lain untuk konsumen barang dan jasa. Unsur lingkungan industri yang berhubungan dengan pasar modal antara lain investor, kreditur, *share holder* dan pemasok modal yang lain. Lingkungan industri yang berhubungan dengan organisasi yaitu, pekerja, pemerintah dan serikat pekerja. Lingkungan industri yang berhubungan dengan pasar yakni konsumen, pemasok bahan baku, dan distributor.

Unsur lingkungan turut menentukan hubungan industri dan lingkungannya, karena lingkungan yang berubah akan menentukan perubahan organisasi. Persaingan yang cukup tinggi dan pertaturan pemerintah biasanya turut andil menentukan perubahan yang berarti. Persaingan mencakup semua tawaran dari pesaing serta barang pengganti yang aktual dan potensial yang mungkin dipertimbangkan oleh seorang pembeli.

Menurut Retno Dewanti (2008:47) Terdapat lima level persaingan berdasarkan tingkat kemampuan produk untuk menggantikan:

1. Persaingan merk

Perusahaan memandang perusahaan lain yang menawarkan produk dan jasa serupa dengan harga yang sama sebagai pesaingnya.

2. Persaingan Industri

Perusahaan memandang semua perusahaan yang menghasilkan produk atau jenis produk yang sama sebagai pesaingnya.

3. Persaingan bentuk

Perusahaan memandang semua perusahaan penghasil produk yang memasok jasa yang sama sebagai pesaingnya.

4. Persaingan generik

Perusahaan melihat semua perusahaan yang bersaing untuk mendapatkan uang konsumen yang sama sebagai pesaingnya.

5. Persaingan geografis

Perusahaan melihat semua perusahaan penghasil produk yang sama yang berada di lokasi yang sama sebagai pesaingnya.

### **2.5.2 Harga dan Kualitas**

Harga yang tepat adalah harga yang terjangkau dan paling efisien bagi konsumen. Wirausahawan bisa menciptakan harga yang paling efisien dengan inovasi dan kreativitasnya. Menentukan harga yang tepat memerlukan banyak pilihan tidak saja berdasarkan pada intuisi, perasaan, tetapi juga harus berdasarkan pada informasi, fakta dan analisis di lapangan.

Menurut Suryana (2008:210) harga merupakan sejumlah nilai (dalam mata uang) yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa

yang ditawarkan. Penentuan harga yang ditetapkan harus disesuaikan dengan tujuan perusahaan.

Adapun tujuan penentuan harga oleh suatu perusahaan secara umum adalah sebagai berikut:

a. Untuk bertahan hidup

Jika tujuan perusahaan dalam menentukan harga adalah untuk bertahan hidup, penentuan harga dilakukan semurah mungkin. Tujuannya adalah agar produk atau jasa yang ditawarkan laku dipasaran dengan harga murah, tetapi masih dalam kondisi yang menguntungkan.

b. Untuk memaksimalkan laba

Penentuan harga bertujuan agar penjualan meningkat sehingga laba menjadi maksimal. Penentuan harga biasanya dapat dilakukan dengan harga murah atau tinggi.

c. Untuk memperbesar *market share*

Untuk memperbesar *market share* maksudnya adalah untuk memperluas atau memperbesar jumlah pelanggan. Penentuan harga yang murah diharapkan dapat meningkatkan jumlah pelanggan dan pelanggan pesaing beralih ke produk yang ditawarkan.

d. Mutu produk

Dalam menetapkan harga yang tinggi atau mahal, para pengecer biasanya menonjolkan reputasi produk, nama merek, perwujudan fisik dari barang tersebut berupa warna dan bentuk. Jika menetapkan harga barang yang murah, maka perbedaan harga dengan pesaing harga harus ditonjolkan.

Dengan demikian, berarti ada hubungan antara suatu barang dengan kualitas barang tersebut. Maksudnya adalah bahwa harga suatu barang sesuai dengan mutunya, dan mutu barang sesuai dengan mutunya, dan mutu barang sesuai dengan harganya. Sehingga kita dapat menetapkan harga sesuai dengan tingkat mutu barang.

### **2.5.3 Cakupan Jajaran Produk**

Jajaran produk bisa disebut dengan lini produk, Lini produk adalah sekelompok produk yang berhubungan oleh suatu perusahaan. Suatu perusahaan dapat memiliki lebih dari satu lini produk dan tiap produk dalam satu lini tersebut dapat dijual secara terpisah. Lini produk atau jajaran produk dapat terdiri atas produk yang berhubungan dengan berbagai ukuran, jenis, warna kualitas, atau harga.

Perusahaan yang ingin memperoleh pangsa pasar dan pertumbuhan yang besar akan menggunakan lini yang lebih panjang. Sedangkan perusahaan yang mementingkan laba yang tinggi akan menggunakan lini yang lebih pendek yang terdiri atas beberapa unit produk yang dipilih dengan cermat.