

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Kewirausahaan

Menurut Drucker (dalam Kasmir, 2011:20) bahwa “Kewirausahaan merupakan kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda.”

Sementara itu menurut Zimmerer (dalam Kasmir, 2011:20) kewirausahaan ialah: “Sebagai suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan (usaha).

Sedangkan menurut Hisrich et al (dalam Echdar, 2013:19) definisi kewirausahaan ialah: “*Entrepreneurship is the dynamic process of creating incremental wealth. The wealth is created by individuals who assume the major risk in term of equity, time. And or carrier commitment or provide value for some product or service. The product or service may or may not be new or unique, but value must somehow be infused by the entrepreneur by receiving and locating the necessary skills and resources.*” Dengan kata lain berkewirausahaan adalah proses dinamis atas penciptaan tambahan kekayaan. Kekayaan diciptakan oleh individu yang berani mengambil risiko utama dengan syarat-syarat kewajaran, waktu dan atau komitmen karier atau penyediaan nilai untuk berbagai barang dan jasa. Produk dan jasa tersebut tidak atau mungkin baru atau unik, tetapi nilai tersebut bagaimanapun juga harus dipompa oleh usahawan dengan penerimaan dan penempatan kebutuhan keterampilan dan sumber-sumber daya.

Dari pengertian-pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan (*entrepreneurship*) merupakan suatu kemampuan dalam hal menciptakan kegiatan usaha dan kemampuan menciptakan itu membutuhkan adanya kreativitas dan inovasi yang terus menerus untuk menemukan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada sebelumnya, dimana kreativitas dan inovasi tersebut pada akhirnya mampu memberikan kontribusi bagi masyarakat banyak.

Dengan demikian secara sederhana dapat dikatakan bahwa wirausahawan (*entrepreneur*) adalah orang yang berjiwa berani mengambil risiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Berani menanggung risiko berarti bermental mandiri dan berani memulai usaha, tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi ketidakpastian.

2.1.1 Karakteristik Kewirausahaan

Sukses tidaknya seorang wirausaha dalam mengelola bisnisnya tidak hanya dipengaruhi oleh faktor banyaknya modal yang dimiliki, dan fasilitas atau kedekatan dengan sumbu kekuasaan yang dapat dinikmati. Hal ini menjelaskan bahwa yang menjamin berhasil atau suksesnya seorang wirausaha dalam mengemudikan bisnisnya terletak pada apakah ia memiliki jiwa *entrepreneur* atau tidak. Rye (dalam Echdar, 2013:29), merumuskan karakteristik sukses seorang wirausahawan sebagaimana terlihat pada tabel berikut.

Tabel 2.1 Karakteristik seorang Wirausahawan

Karakteristik	Ciri Sukses yang Menonjol
Pengendalian diri	Mereka ingin dapat mengendalikan semua usaha yang mereka lakukan
Mengusahakan selesainya urusan	Mereka menyukai aktivitas yang menunjukkan kemajuan yang berorientasi pada tujuan
Mengarahkan diri sendiri	Mereka memotivasi diri sendiri dengan suatu hasrat yang tinggi untuk berhasil
Mengelola dengan sasaran	Mereka cepat memahami rincian tugas yang harus diselesaikan untuk mencapai sasaran
Peng analisis kesempatan	Mereka akan menganalisis semua pilihan untuk memastikan kesuksesan dan meminimalkan risiko
Pengendali Pribadi	Mereka mengenali pentingnya kehidupan pribadi terhadap hidup bisnisnya
Pemikir kreatif	Mereka akan selalu mencari cara yang lebih baik dalam melakukan suatu usaha
Pemecah masalah	Mereka akan selalu melihat pilihan-pilihan untuk memecahkan setiap masalah yang menghadang

Adapun Stade et al (dalam Lupiyoadi, 2006:32), mengatakan ada lima tingkah laku berkualitas dari wirausaha (5P'S) yaitu:

1. *Purposeful*. Menetapkan tujuan dan mencapainya.
2. *Persuasive*. Dapat mempengaruhi orang lain untuk membantunya dalam mencapai tujuan.

3. *Persistent*. Mencapai tujuan secara bertahap walau kadang melewati masa sulit, kegagalan dan kekecewaan tidak dapat menghalangi usahanya.
4. *Presumptuous*. Berani bertindak sesuai keinginannya disaat orang lain masih ragu. Berani mengambil risiko yang sudah diperhitungkan dalam menggunakan pendekatan yang inovatif.
5. *Perceptive*. Mampu mengerti hubungan antara serangkaian pilihan dalam pencapaian tujuan.

2.1.2 Keuntungan dan Kerugian Wirausaha

Bagi wirausaha tentu tidak akan dengan sengaja bertindak atau mengambil keputusan tanpa pertimbangan dan perhitungan matang. Menurut Suparyanto (2015:18-28) ada beberapa keuntungan dan kerugian berwirausaha sebagai berikut.

Keuntungan wirausaha yaitu:

1. Dapat Memilih Bidang Usaha Sesuai Minat dan Bakat.

Seorang wirausahawan dapat memilih bidang usaha sesuai dengan minat dan bakatnya. Dengan begitu ia akan mencintai usahanya maka segenap perhatian dan kemampuan akan dicurahkan demi perkembangan usahanya.

2. Keuntungan Usaha Dapat Dinikmati Sendiri

Karena usaha yang sedang ia jalankan adalah usahanya sendiri maka keuntungan dari hasil usaha menjadi miliknya juga.

3. Memperoleh Kepuasan.

Mengelola usaha akan memberikan kepuasan tersendiri bagi seorang wirausahawan. Kepuasan ini secara tidak langsung akan memotivasinya untuk semakin mengembangkan usahanya sehingga semakin lama semakin baik dan kuat dalam menghadapi persaingan juga akan menambah kepercayaan diri dalam berinteraksi dengan pihak ketiga termasuk dengan pelanggan.

4. Tidak Ada yang Memerintah.

Seorang wirausahawan ia menjadi pemilik sekaligus manajer dari perusahaannya maka ia juga memegang jabatan tertinggi di perusahaan tersebut sehingga tidak ada seorangpun yang akan memerintahnya untuk melakukan tugas-tugas tertentu namun ia dapat memerintah orang lain yang bekerja kepada dirinya

5. Tidak Perlu Persetujuan Pihak Lain dalam Membuat Keputusan.

Saat tertentu seorang wirausahawan harus mengambil keputusan tentang sesuatu hal. Seorang wirusahawan sebagai pemilik sekaligus manajer perusahaan dapat memutuskan semua hal tersebut tanpa harus menunggu kebijakan dari pihak lain.

6. Mempunyai Peluang Membantu Orang Lain.

Seorang wirausahawan sebagai makhluk social mempunyai cukup peluang untuk saling membantu dengan orang disekitarnya seperti mengalokasikan zakat penghasilan ataupun mempekerjakan mereka yang mempunyai potensi tetapi belum bernasib baik mendapatkan pekerjaan.

Kerugian wirausaha yaitu:

1. Resiko dan Tanggung Jawab Luas.

Sehubungan dengan posisinya sebagai pemilik sekaligus manajer bagi usahanya sendiri maka seorang wirausahawan memiliki tanggung jawab yang luas terhadap keberhasilan dan kegagalan usahanya. Ia harus menanggung resiko pada saat terjadi kerugian pada usahanya.

2. Jam Kerja Panjang dan Tidak Teratur.

Tidak menutup kemungkinan wirausahawan akan bekerja dengan jam kerja yang sangat panjang. Waktu benar-benar tercurah kepada kepentingan usaha apalagi jika usaha tersebut baru dimulai.

3. Pendapatan Tidak Stabil.

Pendapatan wirausahawan seringkali tidak stabil atau tidak dapat dipastikan. Lalu ia harus berpikir keras untuk dapat mengalokasikan dana

yang ada untuk berbagai kepentingan usaha termasuk pembelian bahan baku, upah tenaga kerja, biaya promosi dan lain-lain.

4. Belajar Tidak Ada Akhirnya.

Wirausahawan dituntut untuk selalu mengadaptasi berbagai perubahan yang terjadi. Harus selalu mengikuti perkembangan zaman terkait usaha yang dijalankan.

2.2 Pengembangan Usaha

Menurut Anoraga (2011:66) “Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas. Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar”.

Menurut Afuah (2004:48) “Pengembangan usaha merupakan sekumpulan aktifitas yang dilakukan untuk menciptakan dengan cara mengembangkan dan mentransformasi berbagai sumber daya menjadi barang/jasa yang diinginkan konsumen”.

Sedangkan pengembangan usaha menurut Steinfeld adalah “Aktivitas yang menyediakan barang atau jasa yang diperlukan oleh konsumen yang memiliki badan usaha”.

2.2.1 Tahapan Pengembangan Usaha

Menurut Budiarta (2009:153) dalam melakukan kegiatan pengembangan usaha, seseorang wirausaha pada umumnya melakukan pengembangan kegiatan usaha tersebut melalui tahap-tahap pengembangan usaha sebagai berikut:

1. Memiliki Ide Usaha

Awal usaha seorang wirausaha berasal dari suatu ide usaha. Ide usaha yang dimiliki seorang wirausaha dapat berasal dari berbagai sumber. Ide usaha dapat muncul setelah melihat keberhasilan bisnis orang lain dengan pengamatan. Selain itu ide usaha juga dapat timbul karena adanya sense of business yang kuat dari seorang wirausaha.

2. Penyaringan Ide/Konsep Usaha

Pada tahap selanjutnya, wirausahawan akan menuangkan ide usaha ke dalam konsep usaha yang merupakan tahap lanjut ide usaha ke dalam bagian bisnis yang lebih spesifik. Penyaringan ide-ide usaha akan dilakukan melalui suatu aktifitas penilaian kelayakan ide usaha secara formal maupun yang dilakukan secara informal.

3. Pengembangan Rencana Usaha (*Business Plan*)

Wirausaha adalah orang yang melakukan penggunaan sumber daya ekonomi untuk memperoleh keuntungan. Maka komponen utama dari perencanaan usaha yang akan dikembangkan oleh seorang wirausaha adalah perhitungan perkiraan rugi-laba dari bisnis yang dijalankan yaitu perencanaan bisnis yang bersifat operasional. Dalam menyusun rencana usaha (*business plan*), para wirausahawan memiliki perbedaan dalam membuat rincian rencana usaha.

4. Implementasi Rencana Usaha dan Pengendalian Usaha

Rencana usaha yang telah dibuat baik secara rinci maupun global, tertulis maupun tidak tertulis selanjutnya akan diimplementasikan dalam pelaksanaan usaha. Rencana usaha akan menjadi panduan bagi dalam pelaksanaan usaha yang akan dilakukan seorang wirausaha. Dalam kegiatan implementasi rencana usaha, seorang wirausaha akan mengerahkan berbagai sumber daya yang dibutuhkan seperti modal, material, dan tenaga kerja untuk menjalankan kegiatan usaha.

2.3 Analisis *Strength*, *Weakness*, *Opportunity* dan *Threats* (SWOT)

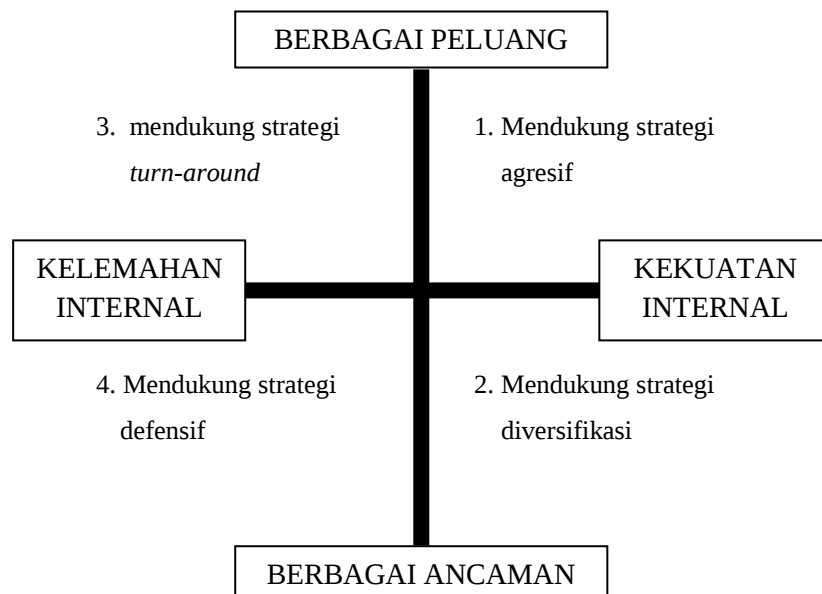
Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan (Rangkuti, 2016:19). SWOT adalah singkatan dari *Strength*, *Weakness*, *Opportunities*, dan *Threats*. Seperti namanya, Analisis SWOT merupakan suatu teknik perencanaan strategi yang bermanfaat untuk mengevaluasi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*), peluang

(*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek, baik yang sedang berlangsung maupun dalam perencanaan baru. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencanaan strategis (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan Analisis Situasi.

Menurut Fahmi (2016:356) penerapan SWOT pada suatu perusahaan bertujuan untuk memberikan suatu panduan agar perusahaan menjadi lebih fokus, sehingga dengan penempatan analisis SWOT tersebut nantinya dapat dijadikan sebagai bandingan pikir dari berbagai sudut pandang, baik dari segi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang mungkin bisa terjadi di masa – masa yang akan datang.

Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah Analisis SWOT.

Gambar dibawah ini ialah Diagram Cartesius SWOT, yaitu:



Gambar 1 Diagram Cartesius SWOT (Rangkuti, 2016)

Kuadran 1: ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

Kuadran 2: meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran 3: perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 4: Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

2.3.1 Faktor Eksternal dan Internal dalam Perspektif SWOT

Untuk menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT, maka perlu dilihat faktor eksternal dan internal sebagai bagian penting dalam analisis SWOT.

Tabel dibawah ini ialah Matriks SWOT, yaitu:

Tabel 2.2 Matriks SWOT

IFAS EFAS	STRENGTHS (S)	WEAKNESS (W)
	Faktor-faktor kelemahan internal	Kekuatan internal
OPPORTUNITIES (O) Faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T) Faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Freddy Rangkuti (2016:82)

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor – faktor strategis perusahaan adalah matriks SWOT. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis yakni:

a. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b. Strategi ST

Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

c. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Metode analisis SWOT merupakan alat yang tepat untuk menemukan masalah dari 4 (empat) sisi yang berbeda, di mana aplikasinya adalah:

1. Bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu mengambil keuntungan dari sebuah peluang (*opportunities*) yang ada.
2. Bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mencegah keuntungan.
3. Bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu menghadapi ancaman (*threats*) yang ada.
4. Bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mampu membuat ancaman (*threats*) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru.

Tabel dibawah ialah faktor-faktor analisis SWOT, yaitu:

Tabel 2.3 Faktor-Faktor Analisis SWOT

INTERNAL	EKSTERNAL
1. Kekuatan/ <i>Strength</i> a. Kompetensi inti b. Kekuatan keuangan c. Strategi perencanaan yang baik d. Manajemen keterampilan	3. Peluang/ <i>Opportunity</i> a. Potensi pasar yang belum dimanfaatkan b. Perubahan yang menyenangkan dalam pasar c. Munculnya teknologi baru d. Produk baru
2. Kelemahan/ <i>Weakness</i> a. Inefisiensi produksi b. Sumber-sumber keuangan tidak mencukupi c. Manajemen buruk d. Strategi perencanaan yang buruk	4. Ancaman/ <i>Threats</i> a. Persaingan/kompetisi baru b. Meningkatkan permintaan c. Majunya/kemajuan berbagai regulasi pemerintah.

Sumber: Saban Echdar (2013:87)

Terdapat 2 faktor pokok yang akan mempengaruhi keempat komponen dasar pada analisis SWOT yaitu:

1. Faktor Internal (*Strength* dan *Weakness*)

Untuk faktor internal atau faktor yang berasal dari dalam terdiri dari dua poin yaitu kekuatan dan kelemahan. Keduanya akan berdampak lebih baik dalam sebuah penelitian ketika kekuatan lebih besar dibandingkan kelemahan. Dengan demikian kekuatan internal yang maksimum jelas akan memberikan hasil penelitian yang jauh lebih baik. Adapun bagian bagian dari faktor internal itu sendiri ialah:

- a. Sumber daya yang dimiliki
- b. Keuangan atau finansial
- c. Kelebihan atau kelemahan internal organisasi
- d. Pengalaman-pengalaman organisasi sebelumnya (baik yang berhasil maupun yang gagal)

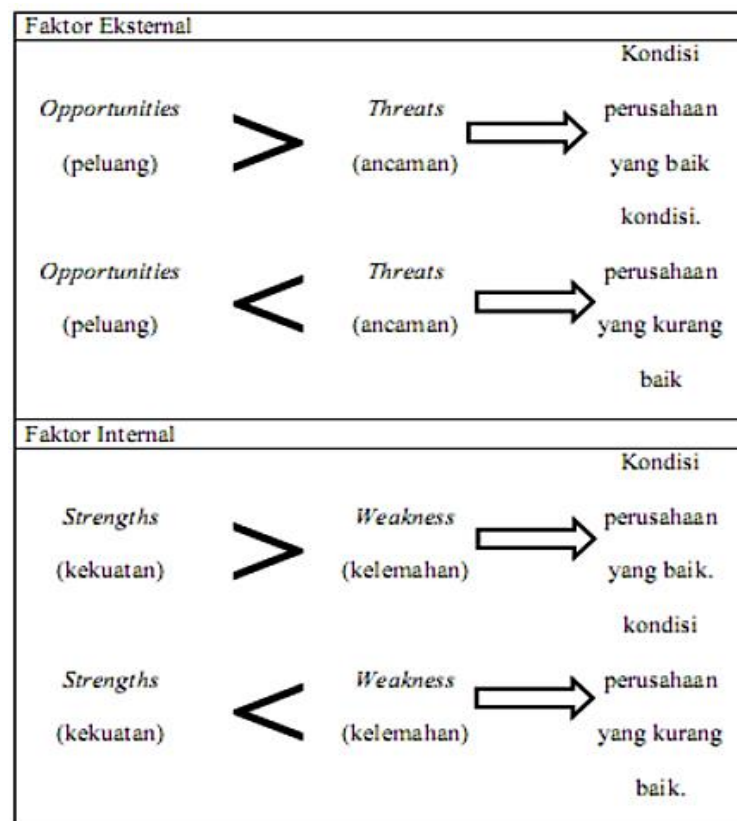
2. Faktor Eksternal (*Opportunities* dan *Threats*)

Ini merupakan faktor dari luar entitas, di mana faktor ini tidak secara langsung terlibat pada apa yang sedang diteliti dan terdiri dari 2 poin yaitu ancaman dan peluang. Adanya peluang serta ancaman ini tentu saja

akan memberikan data yang harus dimasukkan dalam jurnal penelitian sehingga menghasilkan strategi untuk menghadapinya. Beberapa poin yang termasuk pada faktor eksternal ialah:

- a. Tren
- b. Budaya, sosial politik, ideologi, perekonomian
- c. Sumber-sumber permodalan
- d. Peraturan pemerintah
- e. Perkembangan teknologi
- f. Peristiwa-peristiwa yang terjadi
- g. Lingkungan

Berikut adalah gambar faktor eksternal dan internal perusahaan dalam perspektif SWOT.



Gambar 2 Faktor Eksternal dan Internal Perusahaan dalam Perspektif SWOT (Fahmi, 2016: 362)

Berdasarkan pada gambar di atas maka ada dua kesimpulan yang bisa diambil dan layak diterapkan oleh suatu perusahaan, yaitu:

1. Sebuah perusahaan yang baik adalah jika *opportunities* (peluang) lebih besar dibandingkan *threats* (ancaman), dan begitu pula sebaliknya.
2. Sebuah perusahaan yang baik adalah jika *strengths* (kekuatan) lebih besar dibandingkan *weaknesses* (kelemahan), dan begitu pula sebaliknya.

Sebagaimana sebuah metode pada umumnya, analisis SWOT ini hanya dapat membantu menganalisa situasi yang sedang dihadapi oleh perusahaan atau sebuah organisasi. Dan metode ini bukan sebuah jawaban pasti yang mampu memberikan solusi pada tiap masalah yang sedang dihadapi, namun minimal akan memecah persoalan yang ada dengan mengurainya menjadi bagian-bagian kecil yang akan lebih tampak sederhana.

2.4 Fungsi Perusahaan

2.4.1 Fungsi Personalia

Denyer (dalam Sayuti, 2015:152) mengatakan, semua kelengkapan dalam perusahaan seperti; mesin, peralatan, bahan baku, dan bahkan kantor perusahaan dapat dengan mudah diganti dan dipindahkan sekalipun hal itu mengandung risiko, karena risiko yang akan timbul dapat diminimalkan, namun seorang karyawan atau team kerja yang baik dan loyal terhadap perusahaan tidak mudah didapat.

2.4.2 Fungsi Pemasaran

Menurut Sayuti (2015:140) pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan guna mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan.

Dalam kegiatan pemasaran dikenal ada enam konsep artinya fokus kegiatan pemasaran itu adalah kepuasan konsumen dan keuntungan bagi produsen, yaitu:

- a. Konsep produksi (barang ada dimana-mana dengan harga yang murah)
- b. Konsep produk (kualitas dan ciri-ciri produk untuk membedakan dengan produk yang lain)
- c. Konsep penjualan (penjualan dan promosi yang agresif atau kegiatan yang proaktif)
- d. Konsep pemasaran (menentukan kebutuhan dan keinginan konsumen atau menentukan agar barang cocok dengan selera konsumen)
- e. Konsep pemasaran sosial (melestarikan kesejahteraan konsumen)
- f. Konsep pemasaran global (memahami faktor lingkungan)

2.4.3 Fungsi Produksi

Produksi menurut Swasta (dalam Sayuti, 2015:132) yakni pengubahan bahan-bahan dari sumber-sumber menjadi hasil yang diinginkan oleh konsumen yang dapat berupa barang atau jasa. Berdasarkan pengertian ini dapat diketahui bahwa kegiatan produksi adalah suatu proses mentransfer masukan-masukan (*input*) dari sumber daya menjadi keluaran (*output*) yang dapat dibutuhkan konsumen, berupa: wujud barang dan atau jasa.

Proses produksi dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

- a. Proses produksi yang terus-menerus (*continuous process*)
- b. Proses produksi yang terputus-putus (*intermittent process*)

Proses produksi di 3 Srikandi Wedding Organizer termasuk ke dalam proses produksi yang terputus-putus.

2.4.4 Fungsi Keuangan (Pembelanjaan)

Menurut Sayuti (2013:205). Salah satu fungsi perusahaan yang penting juga adalah fungsi keuangan atau pembelanjaan, karena berkaitan

dengan keuangan atau permodalan. Dapat kita ketahui bahwa tanpa modal maka kegiatan bisnis atau kegiatan perusahaan tidak akan dapat berjalan dengan lancar bahkan dapat terhenti.

Adapun tujuan pokok pembelanjaan perusahaan adalah:

- a. Memperoleh dana dengan sedikit pengorbanan (biaya minimal – bunga kecil).
- b. Menggunakan dana dengan manfaat yang maksimum (sebaik mungkin – produktif).
- c. Mengelola dana untuk mendapatkan laba maksimum.