

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

1.1 Kewirausahaan

2.1.1 Pengertian Kewirausahaan

- a. Menurut Dharmawati (2016:4), Kewirausahaan adalah “Padanan kata dari *entrepreneurship* dalam bahasa Inggris, *unternehmer* dalam bahasa Jerman, *ondernemen* dalam bahasa Belanda.” Sedangkan di Indonesia diberi nama kewirausahaan yang berarti “Petualang, pengambil resiko, kontraktor, pengusaha (orang yang mengusahakan suatu pekerjaan tertentu) dan pencipta yang menjual hasil ciptanya”.
- b. Menurut Echdar (2013:20), kewirausahaan 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”.
- c. Menurut Anoraga (2014:28), kewirausahaan merupakan “Suatu profesi yang timbul karena interaksi antara ilmu pengetahuan yang diperoleh dari suatu rangkaian kerja yang didapat dalam praktik”.
- d. Menurut Saiman (2012:43), berkewirausahaan adalah “Hal-hal atau upaya-upaya yang berkaitan dengan penciptaan kegiatan atau usaha atau aktivitas bisnis atas dasar kemauan sendiri dan atau mendirikan usaha atau bisnis dengan kemauan dan kemampuan sendiri”.

Dari pengertian tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan merupakan suatu kemampuan dalam 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.

2.1.2 Karakteristik Sukses Seorang Wirausahawan

Sukses tidaknya seorang wirausaha dalam mengelola bisnisnya tidak hanya dipengaruhi oleh faktor yang banyaknya modal yang dimiliki, dan

fasilitas atau kedekatan dengan sumbu kekuasaan yang dapat dimiliki. Akan tetapi yang lebih menonjol adalah karena adanya fakta bahwa bisnisnya dapat dikelola oleh orang yang berjiwa *entrepreneur* dan tahu persis tentang apa, mengapa, dan bagaimana bisnis itu harus berjalan dan dikelolanya.

Menurut Rye dalam Saiman (2012:53), merumuskan karakteristik sukses bagi seorang wirausahawan yaitu:

Tabel 2.1
Karakteristik Sukses Seorang Wirausahawan

Karakteristik Sukses	Ciri Sukses yang Menonjol
Pengendalian diri	Mereka ingin dapat mengendalikan semua usaha yang mereka lakukan
Mengusahakan terselesaikannya urusan	Mereka menyukai aktivitas yang menunjukkan kemajuan yang berorientasi pada tujuan
Mengarahkan dengan sasaran	Mereka memotivasi diri sendiri dengan suatu hasrat yang tinggi untuk berhasil
Penganalisis kesempatan	Mereka akan menganalisis semua pilihan untuk memastikan kesuksesannya 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 semua usaha
Pemecah masalah	Mereka akan selalu melihat pilihan-pilihan untuk memecahkan setiap masalah yang menghadang
Pemikir objektif	Mereka tidak takut untuk mengakui jika melakukan kekeliruan.

Sumber: Saiman, 2012:53

Hal yang harus digaris bawahi pada karakteristik sukses bagi seorang wirausahawan dan perlu dilekatkan pada benak pikiran usahawan adalah bagaimana berpikir objektif dan kreatif sehingga mampu menganalisis setiap kesempatan bisnis yang mungkin muncul dan pengendalian diri secara matang sehingga mampu merencanakan dan mengendalikan bisnis secara objektif dan tidak mengandalkan diri pada pertolongan ataupun

fasilitas yang ada diluar kemampuannya atau mengandalkan fasilitas atau kemudahan dari pihak lain.

2.1.3 Karakteristik Kegagalan Seorang Wirausahawan

Kegagalan yang sering dialami oleh seorang wirausahawan dapat disebabkan karena faktor ketidakmampuannya dalam mengelola bisnisnya, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Kegagalan yang lebih sering dialami atau terjadi adalah karena mereka tidak dapat mengantisipasi terhadap faktor-faktor ketidakpastian dalam bisnis atau usahanya dikemudian hari.

Menurut Rye dalam Saiman (2012:54), ada beberapa alasan mengapa wirausahawan gagal, karakteristik dan ciri kegagalan yang menonjol bagi seorang wirausahawan yaitu:

Tabel 2.2
Karakteristik Kegagalan Seorang Wirausaha

KarakteristikKegagalan	Ciri Kegagalan yang Menonjol
Pengalaman manajemen	Pemahaman umum mereka terhadap disiplin-disiplin manajemen yang utama rata-rata kurang
Perencanaan keuangan	Mereka meremehkan kebutuhan modal bisnis
Lokasi usaha	Mereka memilih lokasi awal yang buruk untuk perusahaanya
Pengendalian bisnis	Mereka gagal mengendalikan aspek-aspek utama dalam bisnisnya
Pembelanja besar	Mereka menghabiskan pengeluaran awal yang tinggi yang sebenarnya dapat ditunda/tidak perlu
Manajemen piutang	Mereka menimbulkan masalah arus kas yang butuk karena kurangnya perhatian akan piutang
Dedikasi	Mereka meremehkan waktu dan dedikasi pribadi yang diperlukan untuk memulai bisnis
Memperluas berlebihan	Mereka memulai suatu program perluasan sebeum mereka siap

Sumber: Saiman 2012:54

Dari karakteristik kegagalan tersebut dapat disimpulkan bahwa kegagalan utama dalam berwirausaha atau bisnis, diantaranya:

1. Karena pengetahuan dan pengalaman manajemen yang minim.
2. Perencanaan dan penggunaan uang perusahaan yang buruk (sering kali tidak ada pemisah antara uang untuk operasional dan biaya perusahaan dengan pengeluaran pribadi/keluarga) tidak memisahkan antara kebutuhan pribadi dengan kebutuhan bisnisnya.
3. Pengendalian bisnis yang kurang memadai dengan kata lain pengendalian bisnis yang longgar dan mungkin dipaksakan.
4. Pemilihan lokasi tempat usaha awal yang buruk berfokus pada lokasi pusat pemerintahan agar memperoleh berbagai kemudahan atau fasilitas dan atau menentukan lokasi sesuai dengan selera pribadi pemilik atau *feng shui*.
5. Perencanaan ekspansi usaha baru yang buruk, misalnya membuka usaha baru diluar usaha kompetensinya atau diluar inti bisnisnya (*core business*)
6. Tidak memiliki kemampuan menyusun rencana usaha (*business plan*).
7. Lemahnya pengelolaan usaha.
8. Keterbatasan akses kepada perbankan.
9. Keterbatasan dalam akses pasar.
10. Minimnya penguasaan teknologi dan informasi.

2.1.4 Prinsip-prinsip Berwirausaha

Prinsip-prinsip *entrepreneurship* menurut Machyudin dalam Saiman (2012:54), yaitu:

1. Harus optimis
2. Ambisius
3. Dapat membaca peluang pasar
4. Sabar
5. Jangan putus asa
6. Jangan takut gagal

7. Kegagalan pertama dan kedua itu biasa, anggaplah kegagalan adalah kesuksesan yang tertunda.

Ada pula prinsip *entrepreneurship* yang dapat diungkapkan oleh Ulum dalam Saiman (2012:56), ada tujuh prinsip yang diberikan, di antaranya:

1. *Passion* (semangat)
2. *ndependent* (mandiri)
3. *Marketing sensitivity* (peka terhadap pasar)
4. *Creative and innovative* (kreatif dan dan inovatif)
5. *Calculated risk taker* (mengambil risiko dengan penuh perhitungan)
6. *Persistent* (pantang menyerah)
7. *High ethical standard* (berdasar standar etika)

2.2 Pengembangan Usaha

2.2.1 Pengertian Usaha

Berdasarkan UU No. 9/1995 tentang Usaha Kecil (Anoraga, 2014: 63-64), yang dimaksud dengan usaha kecil adalah “kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dalam memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan seperti kepemilikan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.”

Usaha kecil yang dimaksud disini meliputi juga usaha kecil informal dan usaha kecil tradisional. Adapun usaha kecil informal adalah berbagai usaha yang belum terdaftar, belum tercatat, dan belum berbadan hukum, antara lain petani penggarap, industri rumah tangga, pedagang asongan, pedagang keliling, pedagang kaki lima, dan pemulung. Sedangkan usaha kecil tradisional adalah usaha yang menggunakan alat produksi sederhana yang telah digunakan secara turun temurun, dan atau berkaitan dengan seni dan budaya.

2.2.2 Perencanaan Pengembangan Usaha

Menurut Anoraga (2014:63-64), perencanaan pengembangan usaha dimulai pada tahap awal, sebelum memulai membuat sebuah konsep perencanaan pengembangan usaha, baik para pemilik usaha kecil ini melakukan identifikasi terhadap usahanya, yang secara garis besar meliputi:

- a. Kekuatan apa yang dimiliki.
- b. Kelemahan atau kendala yang dihadapi.
- c. Peluang-peluang apa yang muncul yang bisa diamati.
- d. Ancaman apa yang bisa menghambat berkembangnya usaha.

Barulah jika semua itu sudah dilakukan, dilanjutkan dengan membuat sebuah perencanaan tentang langkah apa yang perlu dipersiapkan pada masa yang akan datang agar usaha yang dijalankan dapat menjadi lebih besar lagi dan dikelola secara lebih tertib.

Pada aspek perencanaan pengembangan usaha ini meliputi perencanaan di bidang pemasaran, sumber daya manusia, produksi, dan permodalan. Dibiidang pemasaran dirumuskan langkah pembinaan dan pengembangan, baik dalam maupun luar negeri.

Langkah-langkahnya antara lain mencakup:

- a. Pasar mana yang bisa dimasuki.
- b. Produk baru apa yang bisa dikembangkan.
- c. Cara apa yang bisa dilakukan untuk lebih mengenalkan produk.
- d. Berapa harga yang seharusnya ditetapkan untuk dapat bersaing dengan usaha sejenis.
- e. Pihak-pihak mana saja yang bisa diajak bekerja sama untuk memasarkan produk.

2.2.3 Strategi-Strategi Untuk Menghadapi Persaingan

Menurut Sutrasnawati (2008: 92) adapun strategi-strategi dalam menghadapi persaingan yaitu dengan cara:

- a. Inovation Product

Yaitu mengklasifikasikan inovasi dengan mengajukan kalau pengetahuan sebelumnya mempengaruhi:

1. Pengertian pelanggan (*customer*) akan produk baru.
2. Persepsi (*customer*) dari keuntungan relatif produk.
3. Resiko relatif produk.

b. Differentiation Product

Yaitu melalui pengembangan karakteristik diferensiasi produk yang disajikan melalui perubahan model demikian cepat dan bervariasi. Pendekatan didalam mendiferensiasi produk dapat mengambil bentuk seperti desain, image, merek, teknologi, bentuk atau wujud kemasan, dan dimensi-dimensi lain yang terpusat pada terciptanya berbagai point of differentiation.

c. Variety Product (Diversification Product)

Yaitu salah satu cara untuk dapat bersaing secara efektif adalah dengan memenuhi kebutuhan customer dengan cara menawarkan lini produk yang bervariasi tinggi. Adapun motivasi untuk strategi lini produk yang bervariasi tinggi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kemungkinan setiap pelanggan (*customer*) untuk menemukan secara tepat apa yang mereka inginkan (*variety across consumers*).
2. Tendensi/kecenderungan dari seseorang untuk mencari perbedaan dari seseorang untuk mencari perbedaan pada pilihan mereka terhadap barang atau jasa yang tersedia (*variety seeking strategies*).

2.3 Hambatan-Hambatan Dalam Pengembangan Usaha

Menurut Purwanti (2011, 18), dalam menjalankan sebuah usaha, salah satu faktor pendukung yang dibutuhkan adalah modal. Beberapa modal yang dibutuhkan dalam menjalankan bisnis, antara lain tekad, pengalaman, keberanian, pengetahuan, net working, serta modal uang, namun kebanyakan orang terhambat memulai usaha karena sulit untuk mendapatkan modal uang.

Adapun jenis-jenis modal yaitu modal investasi, modal kerja dan modal operasional.

a. Modal Investasi

Adalah jenis modal usaha yang harus dikeluarkan yang biasanya dipakai dalam jangka panjang. Modal usaha untuk investasi nilainya cukup besar karena dipakai untuk jangka panjang, namun modal investasi akan menyusut dari tahun ke tahun. Bahkan bisa dari bulan ke bulan.

b. Modal Kerja

Modal usaha yang harus dikeluarkan untuk membuat atau membeli barang danggan. Modal kerja ini dapat dikeluarkan tiap bulan atau pada waktu-waktu tertentu.

c. Modal Operasional

Modal usaha yang harus dikeluarkan untuk membayar biaya operasi bulanan misalnya pembayaran gaji pegawai, listrik dan sebagainya.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa hambatan dalam menghadapi dunia bisnis adalah permodalan dengan minimnya modal tersebut juga dapat menghambat dalam melakukan pengembangan usaha atau perluasan usaha, baik dalam memulai, mempertahankan dan melakukan ekspansi bisnis tersebut.