

INKUBATOR BISNIS UNTUK PEMBELAJARAN KEWIRAUSAHAAN DAN IMPLEMENTASI QUALITY ASSURANCE

by Cek turnitin

Submission date: 26-Mar-2024 11:30PM (UTC-0600)

Submission ID: 2328479911

File name:

INKUBATOR_BISNIS_UNTUK_PEMBELAJARAN_KEWIRAUSAHAAN_DAN_IMPLEMENTASI_QUALITY_ASSURANCE.docx
(3.6M)

Word count: 20983

Character count: 154690

INKUBATOR BISNIS

UNTUK PEMBELAJARAN KEWIRAUSAHAAN
DAN IMPLEMENTASI *QUALITY ASSURANCE*

DR. SYAIFUL ARIFIN, S.E., M.SI.



**INKUBATOR BISNIS UNTUK PEMBELAJARAN KEWIRAUSAHAAN
DAN IMPLEMENTASI *QUALITY ASSURANCE***

Penulis : DR. Syaiful Arifin, S.E., M.Si.

ISBN :

Copyright © Januari 2024

Ukuran: 15.5 cm X 23 cm; hlm.: viii + 114

Desainer sampul : Noufal

Fahriza Penata isi :

Noufal Fahriza

Cetakan I: Januari 2024

Diterbitkan, dicetak, dan didistribusikan oleh

CV. Literasi Nusantara Abadi

Perumahan Puncak Joyo Agung Residence Kav. B11

Merjosari Kecamatan Lowokwaru Kota Malang

Telp : +6285887254603, +6285841411519

Email: penerbitlitnus@gmail.com

Web: www.penerbitlitnus.co.id

Anggota IKAPI No. 340/JTI/2022

Hak Cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang mengutip atau memperbanyak baik sebagian atau keseluruhan isi buku dengan cara apa pun tanpa izin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	v

BAB I

INKUBATOR BISNIS	1
A. Pengertian Inkubator Bisnis	1
B. Manfaat Inkubator Bisnis	2
C. Jenis-jenis Inkubator Bisnis.....	5
D. Tahapan Inkubasi	6
E. Peran Inkubator Bisnis	7
F. Manfaat Mengikuti Inkubator Bisnis.....	8
G. Metode Pendekatan Dalam Penyusunan Model Inkubator Bisnis.....	9
H. Kendala Pengembangan Inkubator Bisnis	19
I. Tantangan dalam Inkubator Bisnis	25

BAB II

KARAKTER WIRAUSAHA SUKSES: MEMOTIVASI DIRI SENDIRI (SELF MOTIVATED)	27
A. Definisi Karakter Kewirausahaan	27

- B. Karakteristik Wirausahawan 29
- C. Faktor-faktor yang Menyebabkan Kegagalan Wirausaha 47

BAB III

KARAKTER WIRAUSAHA SUKSES: MENYELESAIKAN MASALAH 1: MENJALANKAN USAHA (PROBLEM SOLVING) 51

- A. Menemukan Peluang Usaha 52
- B. Memilih Lapangan Usaha dan Mengembangkan
Gagasan Usaha 53

BAB IV

KARAKTER WIRAUSAHA SUKSES: MENYELESAIKAN MASALAH 2: KETEGASAN 57

- A. Pendahuluan..... 57
- B. Definisi Produksi..... 58
- C. Kebutuhan Proses Produksi 59
- D. Bahan Baku 59
- E. Tenaga Kerja 65
- F. Mesin/Peralatan 67
- G. Biaya Produksi 70
- H. Proses Produksi 71
- I. Pengendalian Produksi 72
- J. Penutup 73

BAB V

QUALITY ASSURANCE..... 75

- A. Pengertian *Quality Assurance* 75
- B. Prinsip-prinsip Utama *Quality Assurance* 76

C. Tinjauan <i>Quality Assurance</i>	78
D. Tantangan <i>Quality Assurance</i>	86

BAB VI

INOVASI DAN PENCIPTAAN NILAI..... 91

A. Inovasi	91
B. Penciptaan Nilai	96
C. Manfaat Inovasi dan Penciptaan Nilai	98
D. Hubungan Inovasi dan Penciptaan Nilai	98
E. Masa Depan Inovasi dan Penciptaan Nilai	99
F. Kesimpulan	101

BAB VII

ETIKA DALAM BERWIRAUSAHA 103

A. Pengertian Etika dan Etika Bisnis	103
B. Etika dalam Berwirausaha	105
C. Prinsip-prinsip Etika dalam Berwirausaha	106
D. Manfaat Penerapan Etika dalam Berwirausaha	110

Daftar Pustaka	113
----------------------	-----

BAB I

INKUBATOR BISNIS

A. Pengertian Inkubator Bisnis

Inkubator Bisnis pertama kali diperkenalkan di New York dimana sebuah gedung yang sebelumnya digunakan untuk melakukan inkubasi terhadap ayam kemudian dirubah penggunaannya untuk menginkubasi perusahaan pemula (start up firm). Konsep inkubator bisnis kemudian diadopsi oleh sejumlah negara dan meluas ke berbagai negara sebagai sebuah media untuk melakukan pendekatan bisnis yang berkelanjutan dengan harapan menjadi potensial bisnis yang tinggi. Sejumlah definisi tentang inkubator bisnis, *USA National Business Incubation Association* mendefinisikan sebagai berikut: *“A business inkubator is an economic development tool designed to accelerate the growth and success of entrepreneurial companies through an array of business support resources and services. A business inkubator’s main goal is to produce successful firms that will leave the program financially viable and freestanding”*.

Definisi lain dari *UK Centre for Strategy & Evaluation Services*: *“A business inkubator is an organisation that accelerates and systematises the process of creating successful enterprises by providing them with a comprehensive and integrated range of support, including: inkubator*

space, business support services, and clustering and networking opportunities. By providing their clients with services on a 'one-stop-shop' basis and enabling overheads to be reduced by sharing costs, business incubators significantly improve the survival and growth prospects of new start-ups. A successful business incubator will generate a steady flow of new business with aboveaverage job and wealth creation potential. Differences in stakeholder objectives for incubators, admission and exit criteria, the knowledge intensity of projects, and the precise configuration of facilities and services, will distinguish one type of business incubator from another".

Menurut Harley (2010:4) Inkubator Bisnis dapat diartikan sebuah organisasi yang mengsystemasi proses untuk membantu menumbuhkan dan mengembangkan perusahaan yang baru yang diajukan oleh peserta/tenant dengan memberikan berbagai macam layanan komperhensif dan terpadu, yaitu:

1. Inkubator *space*, dapat berupa kantor, manufaktur, laboratorium, atau penjualan yang tersedia secara fleksibel, terjangkau dan bersifat sementara.
2. *Common Space*, fasilitas yang diberikan kepada *tenant* seperti ruang pertemuan, lobi resepsi, dan kantin.
3. *Common Services*, seperti dukungan kesekretariatan dan penggunaan peralatan kantor secara bersama-sama.
4. *Hands-on Counseling*, bantuan konseling secara intens dan akses bantuan khusus.
5. Bantuan dalam mencari dan memperoleh pembiayaan bisnis atau bahkan menyediakan beberapa tingkat pembiayaan untuk klien.

B. Manfaat Inkubator Bisnis

Inkubator bisnis memberikan sejumlah manfaat yang signifikan bagi wirausahawan dan bisnis yang diinkubasi. Berikut adalah beberapa manfaat utama dari partisipasi dalam inkubator bisnis:

1. **Dukungan Finansial:**
Salah satu manfaat utama inkubator bisnis adalah akses terhadap dukungan finansial. Inkubator sering menyediakan pembiayaan awal, investasi, atau akses ke jaringan pendanaan yang dapat membantu wirausahawan melampaui tantangan keuangan awal.
2. **Infrastruktur dan Fasilitas:**
Wirausahawan yang diinkubasi mendapatkan akses ke infrastruktur bisnis yang sudah ada, seperti ruang kantor, fasilitas produksi, laboratorium, dan teknologi. Ini membantu mengurangi beban biaya awal untuk infrastruktur dan memungkinkan fokus pada pengembangan bisnis.
3. **Mentorship dan Konseling:**
Inkubator bisnis menyediakan mentorship yang berharga dari para ahli dan profesional yang berpengalaman dalam industri tertentu. Dengan mendapatkan pandangan dan bimbingan dari mentor, wirausahawan dapat menghindari kesalahan umum, mengambil keputusan yang lebih baik, dan mempercepat pertumbuhan bisnis.
4. **Pelatihan dan Pengembangan Keterampilan:**
Program inkubator biasanya mencakup pelatihan dan pengembangan keterampilan yang diperlukan untuk menjalankan bisnis dengan sukses. Ini dapat mencakup pelatihan manajemen, keuangan, pemasaran, dan keterampilan lainnya yang relevan.
5. **Akses ke Jaringan Bisnis:**
Melalui inkubator, wirausahawan mendapatkan akses ke jaringan bisnis yang luas. Ini mencakup hubungan dengan investor potensial, mitra bisnis, pelanggan potensial, dan wirausahawan lain. Jaringan ini dapat membuka peluang baru dan mendukung pertumbuhan bisnis.
6. **Bimbingan Hukum dan Administratif:**
Inkubator bisnis dapat memberikan bimbingan hukum dan administratif untuk membantu wirausahawan memahami

dan memenuhi persyaratan perizinan, peraturan, dan masalah hukum lainnya yang berkaitan dengan operasi bisnis mereka.

7. Akses ke Sumber Daya Riset dan Inovasi:

Jika inkubator terkait dengan institusi pendidikan atau pusat riset, wirausahawan dapat memperoleh akses ke sumber daya riset dan fasilitas inovasi yang dapat mendukung pengembangan produk atau layanan baru.

8. Peningkatan Kepercayaan Diri:

Melalui dukungan dan pengakuan dari inkubator, wirausahawan dapat mengalami peningkatan kepercayaan diri. Ini dapat membantu mereka mengatasi hambatan mental dan mengambil risiko yang diperlukan dalam pengembangan bisnis.

9. Peluang Pendanaan Lebih Lanjut:

Partisipasi dalam inkubator dapat meningkatkan daya tarik bisnis di mata investor. Wirausahawan yang berhasil diinkubasi sering memiliki peluang lebih besar untuk mendapatkan pendanaan lebih lanjut dari investor eksternal.

10. Pengenalan Terhadap Pasar dan Industri:

Inkubator memberikan kesempatan kepada wirausahawan untuk memahami pasar dan industri mereka lebih baik. Ini dapat mencakup analisis pasar, penelitian pesaing, dan pemahaman mendalam tentang kebutuhan pelanggan.

Dengan manfaat-manfaat ini, inkubator bisnis menciptakan lingkungan yang mendukung dan memacu pertumbuhan bisnis awal, membantu mengatasi tantangan, dan membuka peluang untuk kesuksesan jangka panjang.

C. Jenis-jenis Inkubator Bisnis

Inkubator Bisnis dapat dibagi dalam beberapa tipe yaitu:

1. *Industrial inkubator*. Inkubator yang didukung pemerintah dan lembaga non-profit. Tujuannya penciptaan lapangan kerja biasanya untuk mengatasi tingkat pengangguran;
2. *Univeristy-related inkubator*. Inkubator yang bertujuan untuk melakukan komersialisasi *science*, teknologi dan HAKI dari hasil penelitian. Inkubator perguruan tinggi menawarkan perusahaan pemula untuk memperoleh layanan laboratorium, komputer, perpustakaan dan jasa kepakaran perguruan tinggi. Inkubator ini didukung langsung oleh perguruan tinggi dan bekerjasama dengan pihak-pihak lain yang memiliki perhatian;
3. *For-profit property development inkubators*. Inkubator yang menyediakan perkantoran, tempat produksi, dan fasilitas jasa secara bersama-sama. Beberapa fasilitas kantor yang mendukung image perusahaan digunakan bersama dan inkubator manarik biaya sewa dari penggunaan fasilitas tersebut;
4. *For-profit investment inkubator*. Menyerupai perusahaan modal ventura dan *business angel*, yang menempati kantor yang sama dengan tenant (perusahaan) yang dibiayainya. Inkubator ini memiliki perhatian yang lebih terhadap portofolio tenant.
5. *Corporate Venture inkubator*. Inkubator ini merupakan model inkubator yang paling sukses dan tercepat perkembangannya. Perusahaan yang sudah mapan mendirikan inkubator untuk mengambil alih perusahaan kecil dan memberikan suntikan dana dan keahlian bahkan pasar.

Setiap Inkubator Bisnis harus memiliki kemampuan dalam perencanaan strategis bagi perusahaan pemula dan memiliki koneksi dengan sumber daya ekonomi dankomunitas bisnis yang berhubungan dengan informasi dan konsultasi bisnis. Konsep Inkubator Bisnis yang dikembangkan di perguruan tinggi merupakan wahana bagi

komersialisasi riset dan penciptaan lapangan kerja baru, yang pada akhirnya tercipta rantai susulan lapangan kerja (job creation), yang diharapkan terciptanya suatu proses usaha yang mempunyai nilai tambah, mampu menciptakan lapangan kerja dan jalinan kerjasama yang erat antara universitas-industri-masyarakat-pemerintah. Rangkaian proses ini akan mampu mengubah penemuan-penemuan baru menjadi inovasi, sehingga terjadi proses penciptaan nilai (*value creation*) yang akan memberikan dampak positif pada munculnya komersialisasi teknologi yang mampu mendorong penciptaan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat (*social wealth creation and social*

D. Tahapan Inkubasi

wealth improvement).

Ada tiga tahap inkubasi antara lain:

1. Ciptaan awal (Pra-inkubasi) berhubungan dengan keseluruhan kegiatan yang diperlukan untuk mendukung wirausahawan potensial dalam mengembangkan ide bisnis, model bisnis, dan rencana bisnis, dan untuk meningkatkan peluang untuk sampai pada kreasi awal yang efektif.
2. Tahap awal (inkubasi) berkaitan dengan dukungan yang diberikan kepada wirausahawan dari awal hingga fase ekspansi. Biasanya ini adalah proses jangka menengah, biasanya berlangsung selama tiga tahun pertama aktivitas perusahaan yang baru didirikan, yaitu tahun-tahun di mana aman untuk mengatakan apakah usaha baru ini berhasil dan memiliki peluang yang baik untuk berkembang menjadi perusahaan yang sepenuhnya matang. Tindakan yang diaktifkan umumnya adalah akses ke keuangan, layanan bimbingan dan pendampingan langsung, serta layanan hosting dan pelatihan khusus. Oleh karena itu, inkubasi fisik, meskipun layanan yang sangat penting, adalah bagian dari keseluruhan proses inkubasi.

3. Ekspansi (Pasca inkubasi) berkaitan dengan kegiatan yang akan dilakukan ketika perusahaan telah mencapai fase jatuh tempo, dan karenanya siap untuk berjalan dengan kakinya sendiri. Perusahaan akan meninggalkan inkubator, jika telah diinkubasi secara fisik. Inkubator berbasis inovasi bekerja di persimpangan antara serangkaian inovasi dan wirausaha pendukung wirausaha untuk mendapatkan keuntungan dari nilai tambah ide-ide inovatif.

E. Peran Inkubator Bisnis

Inkubator bisnis memiliki peran penting dalam pengembangan bisnis yang baru dirintis. Penting untuk mengetahui apa saja peran lembaga atau pemerintah sebagai fasilitator program.

1. Membina dan Melakukan Bimbingan

Bimbingan dan mentoring diperlukan karena tidak semua startup memiliki produk yang sudah jadi. Namun, juga startup yang benar-benar baru memulai dengan pencetus ide dan konsep. Sehingga, dibutuhkan pematangan ide dan validasi ide.

2. Memberikan Dukungan Berupa Mentoring

Dukungan dan dorongan juga harus diberikan kepada bisnis baru agar mereka bisa maju dan berkembang. Hal ini biasanya dilakukan dengan cara mentoring atau coaching, di mana peserta mendapat arahan dan bimbingan langsung dari pakar. Di sinis peserta akan menerima materi terkait pengembangan strategi bisnis, etika bisnis, dan informasi bisnis lainnya.

3. Memberikan Pengetahuan Manajerial

Tidak hanya soal bisnis, bimbingan dan pelatihan juga diberikan untuk mengatur sistem manajerial hingga operasional di perusahaan. Selain itu, peserta juga akan mendapatkan informasi penting lainnya secara keseluruhan mengenai bisnis dan industri.

4. Memberikan Akses Modal

Memberikan akses modal atau pendanaan menjadi salah satu tujuan utama dari inkubator bisnis. Sebagai bisnis atau startup baru, tentu saja akan membutuhkan biaya operasional, produksi, dan distribusi yang tidak sedikit. Namun, tidak banyak sumber modal yang bisa diakses. Di sinilah peran inkubator bisnis sebagai penopang dana bagi usaha rintisan.

F. Manfaat Mengikuti Inkubator Bisnis

Jika Anda adalah pemilik usaha rintisan pemula, mengikuti program inkubasi bisnis akan sangat membantu dalam membangun dan mengembangkan usaha yang dimiliki. Berikut beberapa manfaat yang bisa diraih dari program inkubator bisnis.

1. Meminimalisir Biaya Saat Baru Merintis

Merintis bisnis memang butuh modal besar, namun dengan program inkubator bisnis, Anda akan dapat menghemat biaya pengeluaran dan akan membantu bisnis untuk lebih stabil.

2. Akses pada Pendanaan Investor

Anda akan lebih mudah mendapatkan akses pembiayaan dan pendanaan dari investor-investor yang bersedia membantu permodalan bisnis. Inkubator bisnis juga akan membantu dalam pengelolaan manajemen investasi.

3. Menjalin Relasi

Sebagai pengusaha pemula, Anda akan membutuhkan jaringan dan networking yang kuat. Terutama untuk menjalin relasi dengan sesama pengusaha rintisan. Pada program ini, Anda akan dapat berbagi lahan koneksi dan saling membantu, memberikan dukungan, dan berbagi ilmu dalam membangun bisnis.

4. Menghindari Kesalahan dalam Bisnis

Berkat bimbingan, mentoring, dan relasi dengan pakar, Anda bisa berdiskusi langsung terkait permasalahan dan kendala yang

dihadapi. Sehingga, Anda bisa mendapatkan rekomendasi atau solusi untuk hambatan yang dihadapi.

5. Belajar Mengembangkan Bisnis Secara Terarah

Program ini sudah disusun sedemikian rupa agar sesuai dengan perkembangan bisnis dan industri. Sehingga, Anda akan mendapat bimbingan yang terarah dan terorganisir yang akan membantu Anda memahami industri dengan lebih cepat.

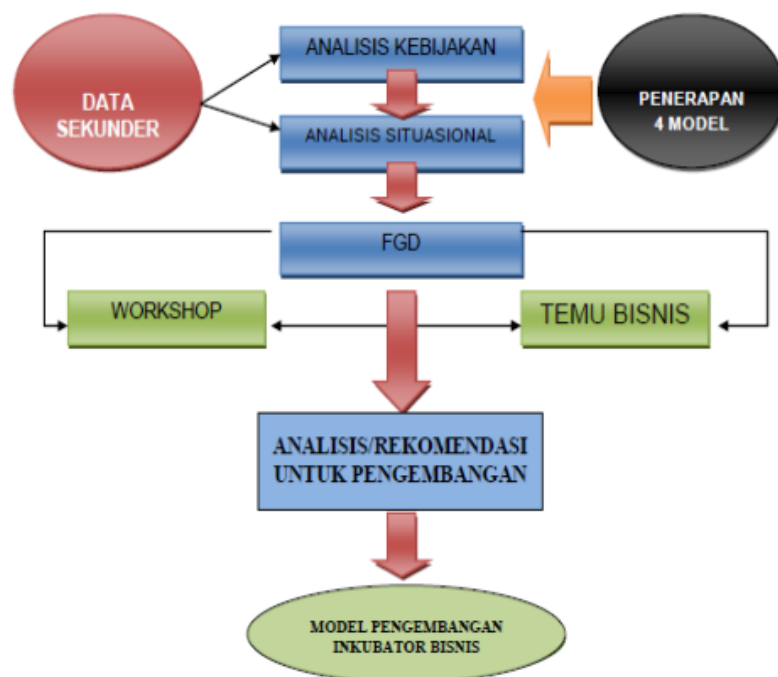
6. Mudah dalam Mengakses Informasi Bisnis

Anda tidak perlu bersusah payah untuk mencari akses yang bisa mempercepat perkembangan bisnis. Inkubator bisnis akan menyediakan dan memberikan fasilitas apapun yang dibutuhkan untuk hal ini. Sehingga, Anda bisa lebih fokus dalam membangun bisnis.

G. Metode Pendekatan Dalam Penyusunan Model Inkubator Bisnis

Pengalaman dan permasalahan dalam penerapan model dibahas bersama dengan stakeholder terkait. Proses sosialisasi dan pemecahan berbagai masalah dilakukan melalui pendekatan FGD sehingga diperoleh kesamaan persepsi serta sinergitas dalam pengembangan inkubator bisnis sebagai lembaga yang dapat menghasilkan UKM inovatif.

Adapun metode pendekatan dalam penyusunan model inkubator rintisan mengikuti tahapan berikut:

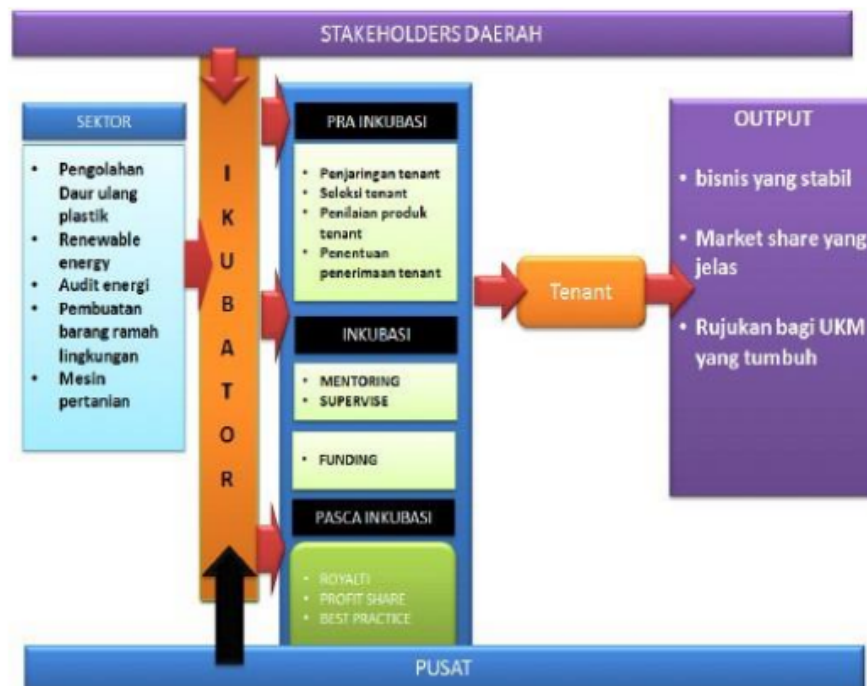


Diawali dengan menelaah dan menganalisis kebijakan yang terkait dengan pokok bahasan. Kemudian mencermati fakta penerapan di lapangan secara situasional berdasarkan data dan informasi kegiatan sebelumnya. Melalui pendekatan analisis secara deskriptif dan diskusi terbatas pada penyelenggaraan Workshop dan Temu Bisnis, maka disusun model rintisan untuk pengembangan inkubator bisnis kedepan.

Adapun 4 (empat) model Inkubator rintisan yang telah dirumuskan dapat dilihat pada gambar berikut:

1. Model Indikator *Green Energy*/Energi Ramah Lingkungan Untuk mengembangkan Inkubator Green Energy terdapat 5 sektor usaha yang dapat dipilih oleh lembaga inkubator. Konsentrasi dan difasilitasi kepada tenant UKM juga bisa hanya untuk beberapa sektor saja sesuai dengan dukungan SDM pengelola dan infrastruktur yang dimiliki. Selanjutnya inkubator bisa membina dan mengembangkan tenant melalui proses inkubasi mulai dari pra-inkubasi, inkubasi dan pasca inkubasi. Output yang diinginkan adalah menghasilkan tenant dengan

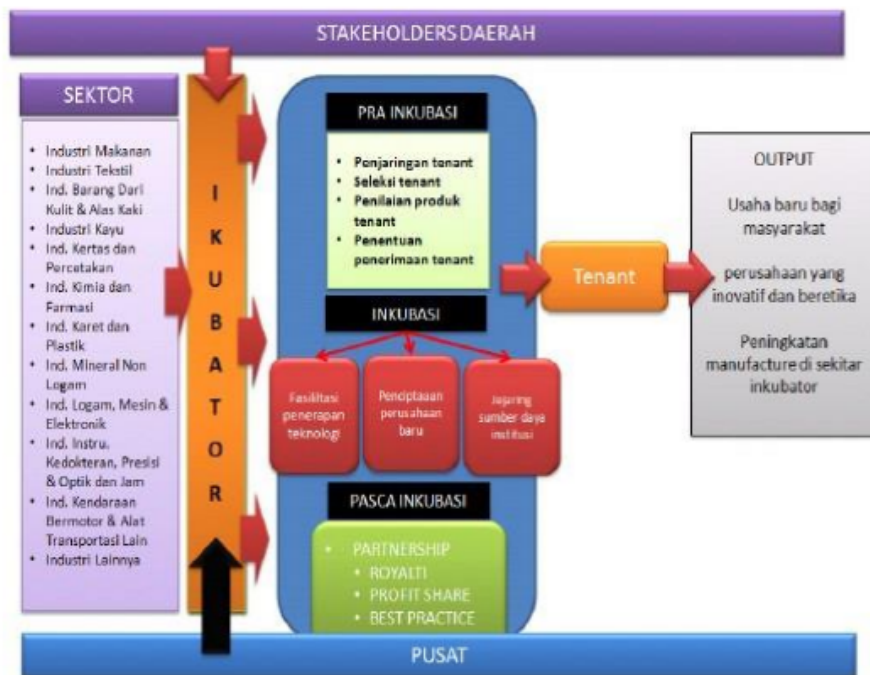
bisnis yang stabil, market share yang jelas dan bisa menjadi contoh untuk penumbuhan UKM inovatif lainnya dalam bisnis yang sejenis. Keberadaan inkubator dalam hal ini tentunya tidak bisa lepas dari dukungan stakeholder daerah dan pusat. Dukungan pemerintah pusat dan daerah sangat diperlukan terutama dalam infrastruktur pendukung seperti peralatan dan fasilitasi tenant pada proses inkubasi dan pasca inkubasi.



2. Model Inkubator Manufacturing

Bagi pengembangan Inkubator Manufacturing terdapat 12 sektor usaha yang dapat dipilih untuk difasilitasi atau bisa memilih hanya beberapa sektor saja sesuai dengan dukungan SDM pengelola dan infrastruktur pendukung yang dimiliki dan dikuasai. Selanjutnya inkubator bisa membina dan mengembangkan tenant melalui proses inkubasi mulai dari pra-inkubasi, inkubasi dan pasca inkubasi. Untuk sektor *manufacturing* pada phase inkubasi diperlukan perhatian penuh terutama dalam fasilitasi penerapan teknologi. Demikian juga pada phase pasca inkubasi untuk menjembatani tenant mencari partner usaha sekaligus

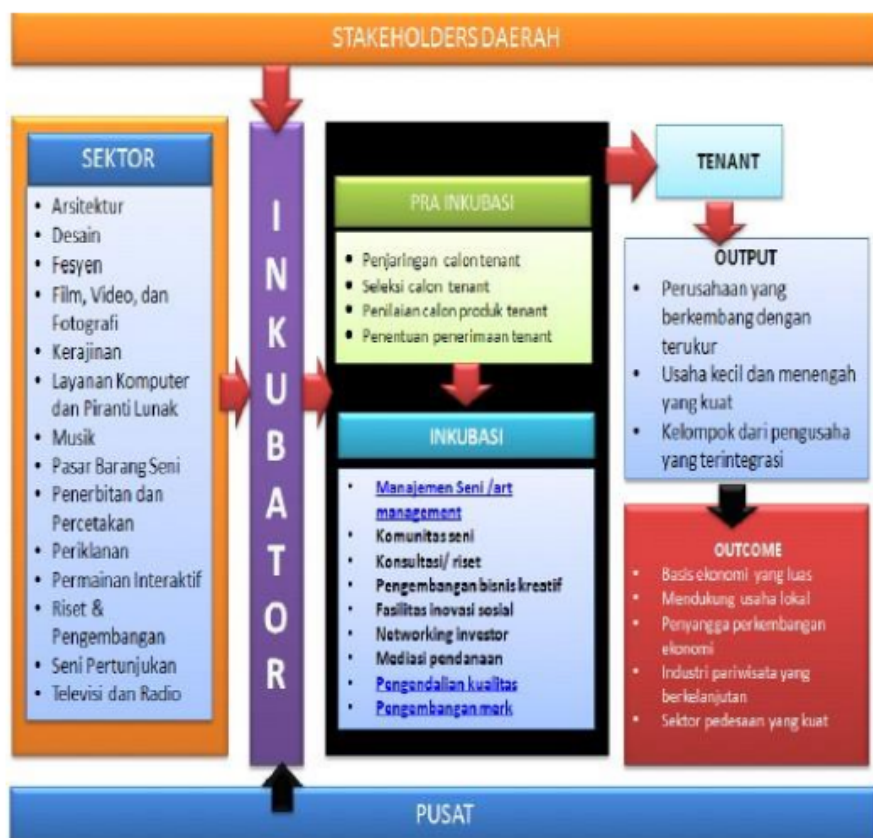
memfasilitasi tenant dalam penetapan royalti dan *profit share*. *Output* yang diinginkan adalah menjadikan tenant sebagai usaha baru yang inovatif dan beretika dan mampu mendorong peningkatan perkembangan usaha manufaktur lainnya.



2

3. Model Inkubator Industri Kreatif

Sektor industri kreatif menjadi perhatian besar pemerintah untuk didorong pertumbuhannya, karena mampu mendatangkan devisa dan sekaligus mendorong kreativitas dan pertumbuhan ekonomi masyarakat. Bagi perguruan tinggi/instansi pemerintah/swasta yang berminat untuk mendirikan inkubator Industri Kreatif/ ICT, terdapat 14 sektor yang bisa dikembangkan dan difasilitasi sebagaimana model berikut:



Dukungan pemerintah pusat/daerah, swasta dan perguruan tinggi (*triple helix*) sangat diperlukan terutama dalam infrastruktur pendukung seperti peralatan termasuk dukungan tenaga ahli. Bagi yang ingin mengembangkan inkubator ini bisa memilih beberapa sektor sesuai dengan dukungan SDM, infrastruktur dan jejaringan pendukung yang dimiliki dan dikuasai.

Selanjutnya inkubator bisa membina dan mengembangkan tenant melalui proses inkubasi mulai dari pra-inkubasi, inkubasi dan pasca inkubasi dengan penekanan sebagai alur di atas. Output yang diinginkan adalah menjadikan tenant sebagai usaha baru/perusahaan yang inovatif dan betika dan kuat serta membentuk kelompok usaha yang terintegrasi. Lebih jauh lagi bisa menjadi basis ekonomi yang kuat, mendukung usaha lokal

dan pariwisata serta mampu mendorong pertumbuhan ekonomi sektor pedesaan.

4. Model Inkubator Agrobisnis

Dalam pengembangan Inkubator Agrobisnis peran stakeholder sangat diperlukan sebagaimana diperlihatkan pada gambar di atas. Terdapat 3 sektor utama yang dapat dipilih oleh lembaga inkubator untuk difasilitasi atau bisa memilih salah satu diantaranya sesuai dengan dukungan SDM dan infrastruktur pendukung yang dimiliki dan dikuasai. Untuk proses selanjutnya mulai dari pra-inkubasi, inkubasi dan pasca inkubasi tidak jauh berbeda dengan model sebelumnya. Pada pengembangan usaha agribisnis, maka output yang diinginkan lebih ditujukan pada: peningkatan kemampuan SDM, peningkatan kemampuan teknologi, meningkatkan posisi tawar, menjamin kestabilan harga dan suplay bahan baku. Tenant yang telah di inkubasi tentunya diharapkan bisa menjaga kelangsungan bisnisnya dengan stabil dalam mendeteksi gejolak pasar. Tentunya usaha agrobisnis yang berkembang dapat menjadi basis ekonomi yang luas, mendukung usaha lokal dan memperkuat sektor ekonomi pedesaan.

Ke empat model di atas dilengkapi dengan model pendampingan dan penguatan inkubator, pola pembiayaan tenant inkubator dan model pelatihan inkubator yang diharapkan bisa menjadi pedoman dasar untuk dikembangkan atau dielaborasi sesuai dengan kapasitas pengelola masing-masing inkubator.



5. Model Pendampingan dan Penguatan Inkubator
 Model pendampingan dan penguatan inkubator yang digambarkan di atas menjelaskan beberapa penguatan yang mesti dilakukan inkubator terhadap tenant antara lain: *QC (quality control)*, *Brand Establishment*, *Services* dan *Funding*. Materi peningkatan *quality control* terhadap produk yang dihasilkan tenant terutama dalam hal: (a) pengendalian biaya (*Cost Control*), bertujuan agar produk yang dihasilkan memberikan harga yang bersaing (*Competitive price*); (b) pengendalian produksi (*Production Control*) bertujuan agar proses produksi (proses pelaksanaan ban berjalan) bisa lancar, cepat dan jumlahnya sesuai dengan rencana pencapaian

target; (c) pengendalian standar spesifikasi produk meliputi aspek kesesuaian, keindahan, kenyamanan; (d) pengendalian waktu penyerahan produk (delivery control) terkait dengan pengaturan untuk menghasilkan jumlah produk yang tepat waktu pengiriman dan tepat waktu diterima.

Brand establishment terkait dengan pemberian merk dan penguatan brand image pada produk yang dihasilkan tenant. Merek yang terpercaya merupakan jaminan atas konsistensi kinerja suatu produk yang dicari konsumen ketika membeli produk atau merek tertentu. Merek juga merupakan janji kepada konsumen bila menyebut menyebut namanya, timbul harapan bahwa merek tersebut akan memberikan kualitas terbaik, kenyamanan, status dan pertimbangan lain ketika konsumen melakukan pembelian.



Services atau pelayanan ditujukan pada: (a) *Self Esteem* (memberi nilai pada diri sendiri); (b) *Exceed Expectations* (melampaui harapan konsumen); (c) *Recover* (merebut kembali); (d) *Vision (Visi)*; (e) *Improve* (melakukan peningkatan perbaikan);

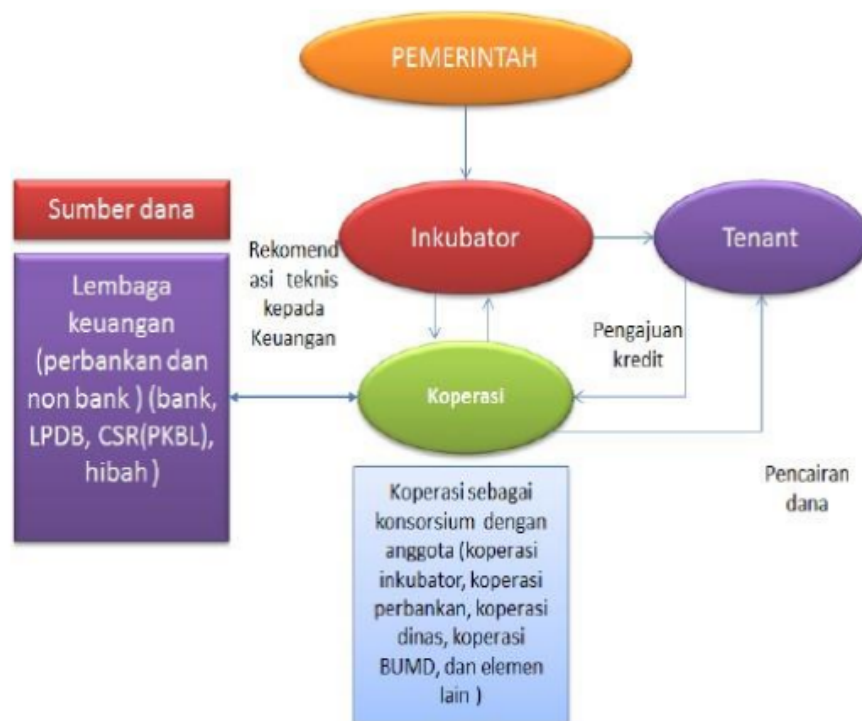
(f) *Care* (memberi perhatian); (g) *Empower* (pemberdayaan);
(h) Untuk melaksanakan tugas sebagai frontliner tentunya didasari pada pelayanan yang mengacu pada kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) yang dilayani.

Funding atau pendanaan terkait dengan penguatan bagaimana tenant mampu membuat suatu kelayakan terhadap usaha yang dilakukan agar dapat memperoleh akses pendanaan yang lebih cepat baik itu pada lembaga keuangan maupun investor agar tenant mampu mengakses pendanaan internal maupun eksternal.

6. Model Pembiayaan Tenant Inkubator

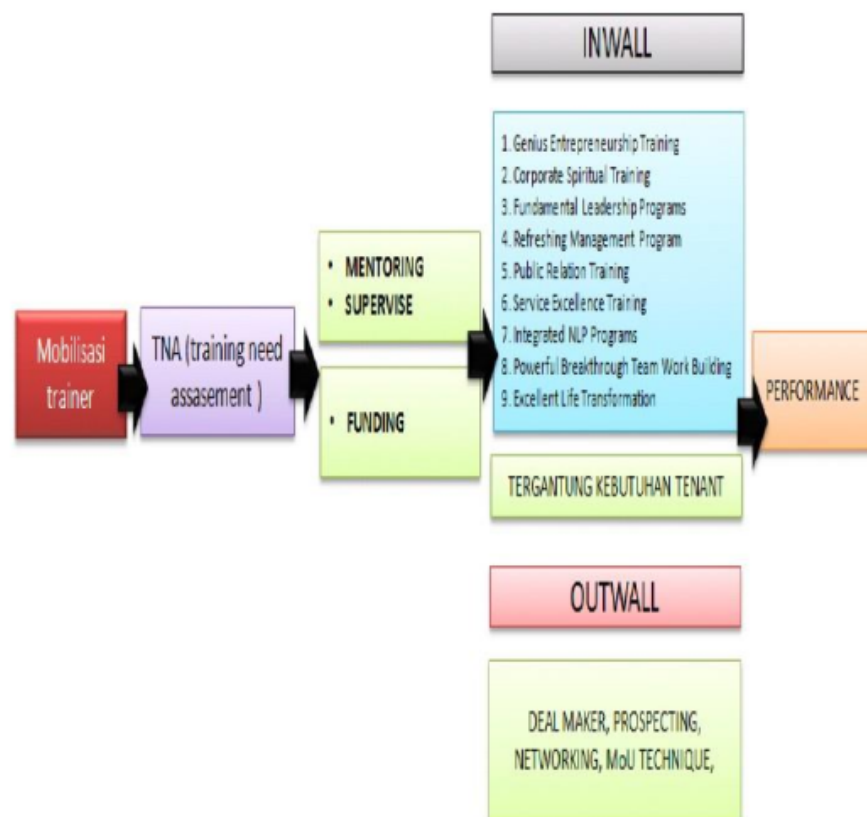
Pembiayaan *tenant* inkubator merupakan hal yang perlu diperhatikan dan dirancang dengan mengingat terkait dengan kepentingan banyak pihak. Model pendanaan yang digambarkan di atas melibatkan inkubator, tenant, LPDB dan perbankan. Model di atas menjelaskan bahwa pembiayaan tenant inkubator dapat diupayakan melalui skema tersebut dimana:

- a. Sumber pendanaan tenant biasa diupayakan dari: lembaga keuangan (perbankan dan non bank). LPDB, CSR, PKBL, dan hibah;
- b. Dapat dibentuk koperasi konsorsium dengan anggota (koperasi inkubator, koperasi perbankan, koperasi dinas, koperasi BUMD);
- c. Tenant dapat mengajukan kredit kepada koperasi;
- d. Inkubator₂ memberikan rekomendasi teknis kepada lembaga keuangan;
- e. Pemerintah dimintakan untuk berperan sebagai regulator, dan fasilitator.



7. Model Pelatihan Inkubator:

Model ini disusun dengan mempertimbangkan pelatihan yang dibutuhkan inkubator bisnis. Model berikut menjelaskan perlu adanya mobilisasi trainer terkait dengan penyediaan trainer yang berkompeten. Trainer tersebut akan diberikan materi atau pembekalan berdasarkan kebutuhan tenant baik untuk outwall maupun inwall. Pada gambar berikut diperlihatkan secara umum kebutuhan pelatihan tenant inwall maupun outwall:



H. Kendala Pengembangan Inkubator Bisnis

Berdasarkan hasil penelitian, didapat berbagai kendala dalam pengembangan model dan mekanisme pengembangan inkubator bisnis di perguruan tinggi. Berbagai kendala tersebut antara lain: (1)Kendala jejaring; (2) Kendala pemasaran (3) Kendala birokrasi (4) Kendala mental kewirausahaan (5) Kendala legalitas.

1. Kendala Jejaring (*Net work*)

Jejaring yang dimaksud ke dalam inkubator bisnis adalah jejaring usaha yang dapat dijelaskan sebagai suatu bentuk organisasi di bidang ekonomi yang dimanfaatkan untuk mengatur koordinasi serta mewujudkan kerjasama antarunsur organisasi. Unsur-unsur tersebut pada umumnya berupa unit usaha. Dapat juga berupa non-unit usaha, tetapi merupakan unsur dalam rangkaian yang

memfasilitasi penyelenggaraan unit usaha. Organisasi yang dimaksud dapat bersifat sangat longgar, tetapi juga sebaliknya sangat ketat atau bentuk di antara keduanya. Bentuk keterkaitan yang longgar dapat berupa misalnya komunikasi informal di antara unit usaha. Bentuk yang ketat dapat berupa kerjasama usaha *joint venture*. Sedangkan yang berada di antara kedua bentuk tersebut dapat berupa asosiasi atau konsorsium. Bentuk keterkaitan dapat juga bersifat horisontal maupun vertikal.

Jejaring usaha ini diasumsikan jaringan kerja antara sumberdaya internal dan sumberdaya eksternal perguruan tinggi. Sumberdaya internal adalah mahasiswa, civitas akademika, dan organisasi kampus. Sumberdaya eksternal adalah UKM, Perbankan, pengusaha yang telah kuat dan alumni.

Terbentuknya jejaring usaha itu dapat terjadi karena adanya latar belakang tertentu. Ada tiga latar belakang atau model yang dikemukakan Probatmodjo (1996), yaitu: (1) menurut perspektif pertukaran yang dikembangkan oleh Blau; (2) model ketergantungan sumberdaya; dan (3) model ekonomi biaya transaksi dari Williamson yang dikenal dengan "*transaction cost ekonomi*"

Menurut model pertama, jejaring usaha dapat dipandang sebagai suatu struktur sosial yang terbentuk karena adanya relasi sosial diantara para pelaku, misalnya melalui pertukaran secara langsung atau tidak langsung mengenai segala sesuatu (material maupun immateria) yang dianggap berharga.

Model kedua menjelaskan bahwa terbentuknya jejaring usaha adalah hasil usaha strategis unit usaha dalam mengamankan sumberdaya yang penting dilakukan pihak lain.

Menurut model ketiga, dengan jejaring usaha maka suatu perusahaan dapat memperoleh kebutuhannya secara efisien melalui "pasar" atau "hirarki" (Prabatmodjo, 1996: 42)

2. Kendala Pemasaran

Pemasaran di inkubator bisnis perguruan tinggi masih merupakan kendala yang signifikan. Dalam pengertian pemasaran inkubator bisnis dapat dianalogkan dengan suatu perusahaan. Pemasaran dapat diartikan pada kegiatan perusahaan yang sifatnya amat mendasar, sehingga tidak dapat dianggap sebagai fungsi sendiri. Pemasaran adalah cara memandang seluruh perusahaan dari hasil akhirnya, yaitu dari pandangan pelanggannya. Keberhasilan suatu bisnis bukan ditentukan oleh pelanggannya. Dari pernyataan tersebut dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

- a. Pertama, bahwa pemasaran merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari dunia usaha suatu perusahaan;
- b. Kedua, bahwa pemasaran harus disadari keberadaan dan fungsinya oleh setiap pihak yang berada di dalam perusahaan;
- c. Ketiga, bahwa pemasaran melibatkan pihak yang berada di dalam perusahaan;
- d. Keempat, pemasaran menekankan pada pelanggan menentukan kelangsungan dan keberadaan perusahaan.

Secara lebih rinci pemasaran mencakup kegiatan sebagai berikut.

- a. Menyelidiki dan mengetahui apa yang diinginkan pelanggan
- b. Mengembangkan dan merencanakan sebuah produk barang atau jasa yang memenuhi keinginan tersebut
- c. Memutuskan cara terbaik untuk menentukan harga, promosi, dan mendistribusikan produk barang atau jasa yang dihasilkan.

Dengan kata lain, pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan usaha yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang dapat memuaskan pelanggan saat ini maupun pelanggan potensial.

Pengusaha telah menyadari bahwa pemasaran sangat penting bagi keberhasilan sebuah perusahaan, sebuah pemikiran bisnis yang benar-benar baru, sebuah filsafat baru berkembang dan disebutkan konsep pemasaran. Ada ketetapan pokok yang mendasari konsep pemasaran.

3. Kendala Birokrasi

Pada awalnya birokrasi diciptakan untuk melakukan penataan dan pengaturan dalam rangka meningkatkan pelayanan kepada publik. Namun hal ini harus didukung oleh berbagai prasyarat, misalnya adanya sistem kerja yang berlangsung secara baik, keadaan sumberdaya manusia yang memadai (kecakapan dan kejujuran) dan prasyarat budaya tertentu.

Secara umum birokrasi di Indonesia masih belum mempunyai peran secara baik. Birokrasi tetap menjadi salah satu problem yang terbesar dihadapi Asia, meskipun reformasi dalam skala lumayan telah berlangsung di negara-negara yang paling parah terpukul oleh krisis finansial tahun 1997. Dari sejumlah negara yang diteliti Indonesia termasuk terpuruk dan tak mengalami perbaikan dibandingkan tahun 1999, meskipun masih lebih baik dibandingkan Cina, Vietnam dan India. Demikian survei yang dilakukan oleh lembaga *tink-tank Political Risk Consultancy* (PERC) yang berbasis di Hongkong terhadap eksekutif bisnis asing. Indonesia memperoleh skor 8,0 atau tak bergerak dari skor 1999, dari kisaran skor yang dimungkinkan yakni untuk nol dari terburuk. Skor 8,0 atau jauh di bawah rata-rata ini didasarkan pertimbangan masih banyak pejabat tinggi pemerintah yang memanfaatkan posisi mereka untuk memperkaya diri sendiri dan orang-orang dekat mereka.

Simanjuntak, direktur Eksekutif Institut Manajemen Prasetia Mulya memberikan komentar atas hasil survei di atas, dengan menyampaikan pernyataan (1) Dalam kasus Indonesia masalahnya adalah mahalannya persetujuan atau lisensi. Beliau juga menyampaikan bahwa di Indonesia masih banyak pejabat senior

pemerintah yang terjun ke bisnis. Mereka selalu menggunakan posisinya untuk melindungi dan mengangkat kepentingan bisnis pribadinya, (2) Kelemahan birokrasi Indonesia antara lain disebabkan karena banyak kegiatan yang tidak perlu dilakukan tetapi tetap untuk dilaksanakan oleh pemerintah. “ibarat seorang sopir yang membawa bus besar, tetapi penumpangnya hanya tiga orang” kata dia (3) Proram-program pelatihan di lingkungan birokrasi juga tidak kompetitif. Hal ini disebabkan oleh pelatihan di mana yang melaksanakan program pelatihan tersebut tidak lain adalah pemerintah sendiri. (4) Jenjang dalam birokrasi di Indonesia sebenarnya sudah ada sehingga program pelatihan menjadi sekedar formalitas.

Sebelumnya telah banyak kajian atau survei-survei mengenai kondisi pemerintahan di Indonesia ini. Misalnya saja, tahun lalu PERC menempatkan Indonesia sebagai negara tingkat korupsi tertinggi dan sarat kroniisme di Asia, dengan skor 9,91 untuk korupsi dan 9,09 untuk koroniisme, dari sekala penilaian antara nol hingga sepuluh. Survei tahun 1998, PERC juga menetapkan Indonesia sebagai negara nomor satu paling korup di Asia. Sementara Transparansy Internasional (TI) tahun 1998 mendudukan Indonesia di posisi keenam negara paling korup sedunia, setelah tahun 1995 menduduki peringkat pertama.

4. Kendala Mental Kewirausahaan

Tidak semua orang mempunyai kualitas pribadi yang diperlukan untuk menjadi seseorang wirausaha yang berhasil. Studi tentang profit yang berlaku yang menunjukkan bahwa kualitas pribadi berkaitan erat dengan kewirausahaan yang berhasil. Adapun ciri-ciri atau sifat dari kewirausahaan adalah sebagai berikut.

Ciri-ciri dan sifat kewirausahaan yang berhasil

No	Ciri-ciri	Sifat-sifat
1	Percaya diri	Keyakinan, ketidaktergantungan, individualisme, optimisme

2	Berorientasi tugas dan hasil	Kebutuhan akan prestasi berorientasi laba, ketekunan dan ketabahan, tekad kerja keras, mempunyai dorongan yang kuat, energik dan inisiatif
3	Pengambilan resiko	Kemampuan resiko, suka tantangan
4	Kepemimpinan	<ul style="list-style-type: none"> • Bertingkah laku sebagai pemimpin • Dapat bergaul dengan orang lain • Menanggapi saran dan kritik
5	Keorisinilan	<ul style="list-style-type: none"> • Inovatif dan kreatif • Fleksibel • Serba bisa • Mengetahui banyak hal (universal)
6	Berorientasi pada masa depan	Pandangan luas ke depan

Daftar ini meliputi sifat-sifat seyogyanya dimiliki dan dikembangkan jika anda menjadi wirausahawan. Mungkin anda tidak membutuhkan sifat-sifat ini tetapi semakin banyak yang anda miliki semakin besar menjadi wiraswastawan yang berhasil. Memang sulit untuk mendapatkan wirausahawan yang mendapat angka tinggi untuk semua sifat-sifat itu, namun besar kemungkinan menemukan wirausahawan yang mempunyai angka tinggi pada sifat-sifat kepercayaan pada diri sendiri. Kemampuan mengambil resiko, fleksibel, keinginan untuk mencapai sesuatu dan keinginan tidak tergantung pada orang lain.

5. Kendala Legalitas

Aspek legalitas inkubator bisnis sangat menentukan kinerja suatu inkubator bisnis. Aspek ini sangat tergantung pada status perguruan tinggi. Legalitas sebuah lembaga inkubator bisnis harus jelas, baik pada tatanan status universitas maupun kaitannya dengan organisasi pemerintahan daerah. Legalitas ini selain memberikan kejelasan status dan peranan inkubator bisnis dalam suatu perguruan tinggi, maka juga akan berkaitan dengan keberlanjutan inkubator tersebut. Aspek legalitas merupakan salah satu dari kata

1. Tantangan dalam Inkubator Bisnis

Meskipun inkubator bisnis menyediakan lingkungan yang mendukung dan berbagai sumber daya untuk membantu wirausahawan, mereka juga dihadapkan pada beberapa tantangan yang perlu diatasi agar tetap efektif dan berkelanjutan. Berikut adalah beberapa tantangan umum dalam inkubator bisnis:

1. Keberlanjutan Keuangan:

Salah satu tantangan utama bagi inkubator bisnis adalah menjaga keberlanjutan keuangan. Inkubator seringkali bergantung pada pendanaan eksternal, dan memastikan sumber pendanaan ini berkelanjutan dapat menjadi tantangan, terutama jika terjadi fluktuasi ekonomi atau perubahan dalam kebijakan pendanaan.

2. Seleksi Wirausahawan yang Tepat:

Proses seleksi wirausahawan yang efektif merupakan aspek kritis untuk keberhasilan inkubator. Memilih bisnis yang memiliki potensi untuk berhasil dan sesuai dengan fokus inkubator dapat menjadi tantangan, dan membuat keputusan yang tepat dalam memilih kandidat yang memiliki visi dan keberlanjutan bisnis yang kuat memerlukan kebijaksanaan dan pengalaman.

3. Keberagaman Industri dan Model Bisnis:

Inkubator sering mendukung berbagai bisnis dari berbagai industri dan model bisnis. Menyediakan dukungan yang sesuai dengan keberagaman ini dapat menjadi tantangan. Masing-masing bisnis memiliki kebutuhan unik, dan inkubator perlu memastikan bahwa sumber daya dan mentor yang tersedia dapat mengakomodasi perbedaan ini.

4. Keterbatasan Sumber Daya:

Sumber daya terbatas, seperti ruang kantor, mentor yang berkualitas, dan dukungan finansial, dapat menjadi tantangan. Membaginya secara adil di antara bisnis yang diinkubasi

seringkali memerlukan kebijakan dan manajemen sumber daya yang cermat.

5. Kesesuaian dan Ketersediaan Mentor:

Memastikan ketersediaan dan kesesuaian mentor yang berkualitas untuk memberikan bimbingan kepada wirausahawan bisa menjadi tantangan. Mentor yang tepat memiliki pengalaman industri yang relevan dan pemahaman yang mendalam tentang tantangan yang dihadapi oleh bisnis awal.

6. Monitoring dan Evaluasi Kinerja:

Mengukur dan mengevaluasi kinerja bisnis yang diinkubasi adalah tantangan lain. Menentukan indikator kinerja yang relevan, melibatkan pemantauan yang efektif, dan memberikan umpan balik yang konstruktif memerlukan sistem manajemen yang baik.

7. Perubahan Pasar dan Teknologi:

Inkubator bisnis perlu tetap responsif terhadap perubahan pasar dan teknologi. Memahami tren terbaru dan memastikan bahwa wirausahawan mendapatkan dukungan yang sesuai dengan perubahan ini dapat menjadi tantangan, terutama dalam lingkungan yang berubah dengan cepat.

8. Pengelolaan Hubungan dengan Pemodal dan Mitra:

Menjaga hubungan yang baik dengan pemodal, mitra, dan lembaga pendukung lainnya merupakan hal yang krusial. Tantangan dapat muncul dalam menjaga keseimbangan dan memastikan bahwa kepentingan semua pihak terjaga.

Dengan kesadaran dan strategi manajemen yang baik, inkubator bisnis dapat mengatasi tantangan-tantangan ini untuk terus mendukung dan menghasilkan bisnis yang sukses.

BAB II

KARAKTER WIRAUSAHA SUKSES:

Memotivasi Diri Sendiri (Self Motivated)

Kewirausahaan adalah proses kemanusiaan (*human process*) yang berkaitan dengan kreativitas dan inovasi dalam memahami peluang, mengorganisasi sumber-sumber, mengelola sehingga peluang itu terwujud menjadi suatu usaha yang mampu menghasilkan laba atau nilai untuk jangka waktu yang lama. Definisi tersebut menitikberatkan kepada aspek kreativitas dan inovasi, karena dengan sifat kreativitas dan inovatif seseorang dapat menemukan peluang. Pada bab ini, akan dikemukakan lebih mendalam mengenai karakter seseorang wirausaha berdasarkan pendapat para pakar kewirausahaan maupun pebisnis itu sendiri.

A. Definisi Karakter Kewirausahaan

Menurut David (1996) karakteristik yang dimiliki oleh seorang wirausaha memenuhi syarat-syarat keunggulan bersaing bagi suatu perusahaan/organisasi, seperti inovatif, kreatif, adaptif, dinamik, kemampuan berintegrasi, kemampuan mengambil risiko atas

keputusan yang dibuat, integritas, daya-juang, dan kode etik niscaya mewujudkan efektivitas perusahaan/organisasi.

Munawir Yusuf (1999) menemukan adanya 11 ciri atau indikator kewirausahaan, yaitu:

1. Motivasi berprestasi
2. Kemandirian
3. Kreativitas
4. Pengambilan resiko (sedang)
5. Keuletan
6. Orientasi masa depan
7. Komunikatif dan reflekti
8. Kepemimpinan
9. Focus of Controll
10. Perilaku instrumental
11. Penghargaan terhadap uang.

Profil Seorang Wirausahawan menurut David (1996)

1. Berprestasi tinggi
2. Pengambil resiko
3. Pemecah masalah
4. Pencari status
5. Tingkatan energy tinggi
6. Percaya diri
7. Ikatan emosi
8. Kepuasan Pribadi

Ciri Wirausahawan yang Menonjol

1. Ahli untuk memperoleh prestasi
2. Mereka tidak takut mengambil risiko tetapi akan menghindari risiko-tinggi apabila dimungkinkan

3. Mereka tanggap mengenali dan memecahkan masalah yang dapat menghalangi kemampuannya mencapai tujuan
4. Mereka tidak memperkenankan kebutuhan terhadap status mengganggu misi usahanya
5. Dedikasi dan workoholic demi wujudnya sukses
6. Tingkat confidence yang tinggi
7. Memisahkan antara hubungan emosional dengan karier
8. Menyukai kompleksitas tinggi dengan formalisasi yang rendah

B. Karakteristik Wirausahawan

1. Memiliki Kreatifitas Tinggi

Menurut Theodore Levit, kreativitas adalah kemampuan untuk berfikir yang baru dan berbeda. Menurut Levit, kreativitas adalah berfikir sesuatu yang baru (*thinking new thing*), oleh karena itu menurutnya, kewirausahaan adalah berfikir dan bertindak sesuatu yang baru atau berfikir sesuatu yang lama dengan cara-cara baru.

Menurut Zimmerer dalam Suryana (2003: 24) mengungkapkan bahwa, ide-ide kreativitas sering muncul ketika wirausaha melihat sesuatu yang lama dan berfikir sesuatu yang baru dan berbeda. Oleh karena itu, kreativitas adalah menciptakan sesuatu dari yang asalnya tidak ada (*generating something from nothing*). Inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persolan-persolan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan (*inovation is the ability to apply creative solutions to those problems and opportunities to enhance or to enrich people's live*).

Dari definisi di atas, kreativitas mengandung pengertian, yaitu:

- a. Kreativitas adalah menciptakan sesuatu yang awalnya tidak ada.
- b. Hasil kerjasama masa kini untuk memperbaiki masa lalu dengan cara baru.
- c. Menggantikan sesuatu dengan sesuatu.
- d. yang lebih sederhana dan lebih baik.

Rahasia kewirausahaan adalah dalam menciptakan nilai tambah barang dan jasa terletak pada penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan meraih peluang yang dihadapi tiap Berinisiatif ialah mengerjakan sesuatu tanpa menunggu perintah. Kebiasaan berinisiatif akan melahirkan kreativitas (daya cipta) setelah itu melahirkan inovasi.

2. Selalu Komitmen dalam Pekerjaan, Memiliki Etos Kerja dan Tanggung Jawab

Seorang wirausaha harus memiliki jiwa komitmen dalam usahanya dan tekad yang bulat di dalam mencurahkan semua perhatiannya pada usaha yang akan digelutinya, didalam menjalankan usaha tersebut seorang wirausaha yang sukses terus memiliki tekad yang mengebu-gebu dan menyala-nyala (semangat tinggi) dalam mengembangkan usahanya, ia tidak setengah-setengah dalam berusaha, berani menanggung resiko, bekerja keras, dan tidak takut menghadapi peluang-peluang yang ada dipasar. Tanpa usaha yang sungguh-sungguh terhadap pekerjaan yang digelutinya maka wirausaha sehebat apapun pasti menemui jalan kegagalan dalam usahanya. Oleh karena itu penting sekali bagi seorang wirausaha untuk komit terhadap usaha dan pekerjaannya.

Max Weber menyatakan intisari etos kerja orang Jerman adalah: rasional, disiplin tinggi, kerja keras, berorientasi pada kesuksesan material, hemat dan bersahaja, tidak mengumbar kesenangan, menabung dan investasi. Di Timur, orang Jepang menghayati “bushido” (etos para samurai) perpaduan Shintoisme

4
dan Zen Budhism. Inilah yang disebut oleh Jansen H. Sinamo (1999) sebagai “karakter dasar budaya kerja bangsa Jepang”.

Ada 7 prinsip dalam bushido yaitu:

- a. *Gi*: keputusan benar diambil dengan sikap benar berdasarkan kebenaran, jika harus mati demi keputusan itu, matilah dengan gagah, terhormat,
- b. *Yu*: berani, ksatria,
- c. *Jin*: murah hati, mencintai dan bersikap baik terhadap sesama,
- d. *Re*: bersikap santun, bertindak benar,
- e. *Makoto*: tulus setulus-tulusnya, sungguh sesungguhnya, tanpa pamrih,
- f. *Melyo*: menjaga kehormatan martabat, kemuliaan,
- g. *Chugo*: mengabdikan, loyal. Jelas bahwa kemajuan Jepang karena mereka komit dalam penerapan bushido, konsisten, inten dan berkualitas.

Indonesia mempunyai falsafah Pancasila, tetapi gagal menjadi etos kerja bangsa kita karena masyarakat tidak komit, tidak inten, dan tidak bersungguh-sungguh dalam menerapkan prinsip-prinsip Pancasila dalam kehidupan sehari-hari. Jansen H. Sinamo (1999) mengembangkan 8 Etos Kerja Unggulan sebagai berikut:

- a. Kerja itu suci, kerja adalah panggilan, aku sanggup bekerja benar.
Suci berarti diabdikan, diuntukkan atau diorientasikan pada Yang Suci. Penghayatan kerja semacam ini hanya mungkin terjadi jika seseorang merasa terpanggil. Bukan harus dari Tuhan, tapi bisa juga dari idealisme, kebenaran, keadilan, dsb. Dengan kesadaran bahwa kerja adalah sebuah panggilan suci, terbitlah perasaan untuk melakukannya secara benar.
- b. Kerja itu sehat, kerja adalah aktualisasi, aku sanggup bekerja keras.

Maksudnya adalah bekerja membuat tubuh, roh dan jiwa menjadi sehat. Aktualisasi berarti mengubah potensi menjadi kenyataan. Aktualisasi atau penggalan potensi ini terlaksana melalui pekerjaan, karena kerja adalah penerahan energi bio-psiko-sosial. Akibatnya kita menjadi kuat, sehat lahir batin. Maka agar menjadi maksimal, kita akan sanggup bekerja keras, bukan kerja asal-asalan atau setengah-setengah.

- c. Kerja itu rahmat, kerja adalah terimakasihku, aku sanggup bekerja tulus

Rahmat adalah karunia yang diberikan oleh Yang Maha Kuasa. Respon yang tepat adalah bersyukur dan berterima kasih. Ada dua keuntungan dari bekerja sebagai rahmat, (1) Tuhan memelihara kita, dan (2) disamping secara finansial kita mendapat upah, juga ada kesempatan belajar, menjalin relasi sosial, dsb. Pemahaman demikian akan mendorong orang untuk bekerja secara tulus.

- d. Kerja itu amanah, kerja adalah tanggung jawabku, aku sanggup bekerja tuntas

Melalui kerja kita menerima amanah. Sebagai pemegang amanah, kita dipercaya, berkompeten dan wajib melaksanakannya sampai selesai. Jika terbukti mampu, akhlak terpercaya dan tanggung jawab akan makin menguat. Di pihak lain hal ini akan menjadi jaminan sukses pelaksanaan amanah yang akan mengukir prestasi kerja dan penghargaan. Maka tidak ada pekerjaan yang tidak tuntas.

- e. Kerja itu seni/permainan, kerja adalah kesukaanku, aku sanggup bekerja kreatif:

Apapun yang anda kerjakan pasti ada unsur keindahan, keteraturan, harmoni, artistik seperti halnya seni. Untuk mencapai tingkat penghayatan seperti itu dibutuhkan suatu kreativitas untuk mengembangkan dan menyelesaikan setiap masalah pekerjaan. Jadi bekerja bukan hanya mencari uang,

tetapi lebih pada mengaktualisasikan potensi kreatif untuk mencapai kepuasan seperti halnya pekerjaan seni.

- f. Kerja itu ibadah, kerja adalah pengabdianku, aku sanggup bekerja serius:

Tuhan mewajibkan manusia beribadah (dalam arti ritual) dan beribadah (dalam artian kerja yang diabdikan pada Tuhan). Kerja merupakan lapangan konkrit melaksanakan kebajikan seperti: untuk pembangunan bangsa, untuk kemakmuran, untuk demokrasi, keadilan, mengatasi kemiskinan, memajukan agama, dan sebagainya. Jadi bekerja harus serius dan sungguh-sungguh agar makna ibadah dapat teraktualisasikan secara nyata sebagai bentuk pengabdian pada Tuhan.

- g. Kerja itu mulia, kerja adalah pelayananku, aku sanggup bekerja sempurna

Secara moral kemuliaan sejati datang dari pelayanan. Orang yang melayani adalah orang yang mulia. Pekerjaan adalah wujud pelayanan nyata bagi institusi maupun orang lain. Kita ada untuk orang lain dan orang lain ada untuk kita. Kita tidak seperti hewan yang hidup untuk dirinya sendiri. Manusia moral seharusnya mampu proaktif memikirkan dan berbuat bagi orang lain dan masyarakat. Maka kuncinya ia akan sanggup bekerja secara sempurna.

- h. Kerja itu kehormatan, kerja adalah kewajibanku, aku sanggup bekerja unggul:

Sebagai kehormatan kerja memiliki lima dimensi: (1) pemberi kerja menghormati kita karena memilih sebagai penerima kerja (2) kerja memberikan kesempatan berkarya dengan kemampuan sendiri, (3) hasil karya yang baik memberi kita rasa hormat, (4) pendapatan sebagai imbalan kerja memandirikan seseorang sehingga tak lagi jadi tanggungan atau beban orang lain, (5) pendapatan bisa menanggung hidup orang lain. Semuanya adalah kehormatan. Maka

respon yang tepat adalah menjaga kehormatan itu dengan bekerja semaksimal mungkin untuk menghasilkan mutu setinggi-tingginya. Dengan unggul di segala bidang kita akan memenangkan persaingan.

3. Mandiri atau Tidak Ketergantungan

Sesuai dengan inti dari jiwa kewirausahaan yaitu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*create new and different*) melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang dalam menghadapi tantangan hidup, maka seorang wirausaha harus mempunyai kemampuan kreatif didalam mengembangkan ide dan pikirannya terutama didalam menciptakan peluang usaha didalam dirinya, dia dapat mandiri menjalankan usaha yang digelutinya tanpa harus bergantung pada orang lain.

Seorang wirausaha harus dituntut untuk selalu menciptakan hal yang baru dengan jalan mengkombinasikan sumber- sumber yang ada disekitarnya, mengembangkan teknologi baru, menemukan pengetahuan baru, menemukan cara baru untuk menghasilkan barang dan jasa yang baru yang lebih efisien, memperbaiki produk dan jasa yang sudah ada, dan menemukan cara baru untuk memberikan kepuasan kepada konsumen

4. Berani Menghadapi Risiko

Wirausaha dalam mengambil tindakan hendaknya tidak didasari oleh spekulasi, melainkan perhitungan yang matang. Ia berani mengambil risiko terhadap pekerjaannya karena sudah diperhitungkan. Oleh sebab itu, wirausaha selalu berani mengambil risiko yang moderat, artinya risiko yang diambil tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah. Keberanian menghadapi risiko yang didukung komitmen yang kuat, mendorong wirausaha untuk terus berjuang mencari peluang sampai memperoleh hasil. Hasil-hasil itu harus nyata/jelas dan objektif, dan merupakan

umpan balik (*feedback*) bagi kelancaran kegiatannya (Suryana, 2003: 14-15).

Kemauan dan kemampuan untuk mengambil risiko merupakan salah satu nilai utama dalam kewirausahaan. Wirausaha yang tidak mau mengambil risiko akan sukar memulai atau berinisiatif. Menurut Angelita S. Bajaro, “seorang wirausaha yang berani menanggung risiko adalah orang yang selalu ingin jadi pemenang dan memenangkan dengan cara yang baik” (Yuyun Wirasmita, dalam Suryana, 2003: 21). Wirausaha adalah orang yang lebih menyukai usaha-usaha yang lebih menantang untuk lebih mencapai kesuksesan atau kegagalan daripada usaha yang kurang menantang. Oleh sebab itu, wirausaha kurang menyukai risiko yang terlalu rendah atau terlalu tinggi. Keberanian untuk menanggung risiko yang menjadi nilai kewirausahaan adalah pengambilan risiko yang penuh dengan perhitungan dan realistis. Kepuasan yang besar diperoleh apabila berhasil dalam melaksanakan tugas-tugasnya secara realistis. Wirausaha menghindari situasi risiko yang rendah karena tidak ada tantangan, dan menjauhi situasi risiko yang tinggi karena ingin berhasil. Pilihan terhadap risiko ini sangat tergantung pada:

- a. Daya tarik setiap alternatif
- b. Kesiediaan untuk rugi
- c. Kemungkinan relatif untuk sukses atau gagal

Untuk bisa memilih, sangat ditentukan oleh kemampuan wirausaha untuk mengambil risiko antara lain:

- a. Keyakinan pada diri sendiri
- b. Kesiediaan untuk menggunakan kemampuan dalam mencari peluang dan kemungkinan memperoleh keuntungan.
- c. Kemampuan untuk menilai situasi risiko secara realistis.

Pengambilan risiko berkaitan dengan keyakinan diri sendiri. Artinya, semakin besar keyakinan

seseorang pada kemampuan sendiri, maka semakin besar keyakinan orang tersebut akan kesanggupan mempengaruhi hasil dan keputusan, dan semakin besar pula kesediaan seseorang untuk mencoba apa yang menurut orang lain sebagai risiko. Oleh karena itu, pengambil risiko ditemukan pada orang-orang yang inovatif dan kreatif yang merupakan bagian terpenting dari perilaku kewirausahaan (Suryana, 2003: 22).

5. Motif Berprestasi Tinggi

Para ahli mengemukakan bahwa seseorang memiliki minat berwirausaha karena adanya motif tertentu, yaitu motif berprestasi (*achievement motive*). Menurut Gede Anggan Suhanda (dalam Suryana, 2003: 32) Motif berprestasi ialah suatu nilai sosial yang menekankan pada hasrat untuk mencapai yang terbaik guna mencapai kepuasan secara pribadi. Faktor dasarnya adalah kebutuhan yang harus dipenuhi. Seperti yang dikemukakan oleh Maslow (1934) tentang teori motivasi yang dipengaruhi oleh tingkatan kebutuhan, sesuai dengan tingkatan pemuasannya, yaitu kebutuhan fisik (*physiological needs*), kebutuhan akan kebutuhan harga diri (*esteem needs*), dan kebutuhan akan keamanan (*security needs*), aktualisasi diri (*self-actualization needs*).

Kebutuhan berprestasi wirausaha terlihat dalam bentuk tindakan untuk melakukan sesuatu yang lebih baik dan lebih efisien dibandingkan sebelumnya. Wirausaha yang memiliki motif berprestasi pada umumnya memiliki ciri-ciri sebagai berikut (Suryana, 2003: 33-34)

- a. Ingin mengatasi sendiri kesulitan dan persoalan-persoalan yang timbul pada dirinya.
- b. Selalu memerlukan umpan balik yang segera untuk melihat keberhasilan dan kegagalan.
- c. Memiliki tanggung jawab personal yang tinggi.
- d. Berani menghadapi resiko dengan penuh perhitungan.

- e. Menyukai tantangan dan melihat tantangan secara seimbang (*fifty-fifty*). Jika tugas yang diembannya sangat ringan, maka wirausaha merasa kurang tantangan, tetapi ia selalu menghindari tantangan yang paling sulit yang memungkinkan pencapaian keberhasilan sangat rendah.

Motivasi (*Motivation*) berasal dari bahasa latin “*movere*” yang berarti to move atau menggerakkan, (Steers and Porter, 1991:5), sedangkan Suriasumantri berpendapat, motivasi merupakan dorongan, hasrat, atau kebutuhan seseorang. Motif dan motivasi berkaitan erat dengan penghayatan suatu kebutuhan berperilaku tertentu untuk mencapai tujuan. Motif menghasilkan mobilisasi energi (semangat) dan menguatkan perilaku seseorang. Secara umum motif sama dengan drive. Beck (1990: 19), berdasarkan pendekatan regulatoris, menyatakan “*drive*” sama seperti sebuah kendaraan yang mempunyai suatu mekanisme untuk membawa dan mengarahkan perilaku seseorang.

Sejalan dengan itu, berdasarkan teori atribusi Weiner (Gredler, 1991: 452) ada dua lokus penyebab seseorang berhasil atau berprestasi. Lokus penyebab intrinsik mencakup (1) kemampuan, (2) usaha, dan (3) suasana hati (*mood*), seperti kelelahan dan kesehatan. Lokus penyebab ekstrinsik meliputi (1) sukar tidaknya tugas (2) nasib baik (keberuntungan), dan (3) pertolongan orang lain.

Motivasi berprestasi mengandung dua aspek, yaitu (1) mencirikan ketahanan dan suatu ketakutan akan kegagalan dan (2) meningkatkan usaha keras yang berguna dan mengharapkan akan keberhasilan (McClelland, 1976: 74-75). Namun, Travers (1982:435) mengatakan bahwa ada dua kategori penting dalam motivasi berprestasi, yaitu mengharapkan akan sukses dan takut akan kegagalan.

Uraian di atas menunjukkan bahwa setidaknya-tidaknya ada dua indikator dalam motivasi berprestasi (tinggi), yaitu kemampuan

dan usaha. Namun, bila dibandingkan dengan atribusi intrinsik dari Wainer, ada tiga indikator motivasi berprestasi tinggi yaitu: kemampuan, usaha, dan suasana hati (kesehatan).

6. Selalu Perspektif

Seorang wirausahawan hendaknya seorang yang mampu menatap masa dengan lebih optimis. Melihat ke depan dengan berfikir dan berusaha. Usaha memanfaatkan peluang dengan penuh perhitungan. Orang yang berorientasi ke masa depan adalah orang yang memiliki perspektif dan pandangan ke masa depan. Karena memiliki pandangan jauh ke masa depan maka ia akan selalu berusaha untuk berkarya dan berkarya (Suryana, 2003:23).

Kuncinya pada kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru serta berbeda dengan yang sudah ada. Walaupun dengan risiko yang mungkin dapat terjadi, seorang yang perspektif harus tetap tabah dalam mencari peluang tantangan demi pembaharuan masa depan. Pandangan yang jauh ke depan membuat wirausaha tidak cepat puas dengan karya dan karya yang sudah ada. Karena itu ia harus mempersiapkannya dengan mencari suatu peluang.

7. Memiliki Perilaku Inovatif Tinggi

Menurut Poppy King (wirausaha muda dari Australia yang terjun ke bisnis sejak berusia 18 tahun), ada tiga hal yang selalu dihadapi seorang wirausaha di bidang apapun, yakni: pertama, obstacle (hambatan); kedua, hardship (kesulitan); ketiga, very rewarding life (imbalan atau hasil bagi kehidupan yang memuaskan). Sesungguhnya kewirausahaan dalam batas tertentu adalah untuk semua orang. Mengapa? cukup banyak alasan untuk mengatakan hal itu. Pertama, setiap orang memiliki cita-cita, impian, atau sekurang-kurangnya harapan untuk meningkatkan kualitas hidupnya sebagai manusia. Hal ini merupakan semacam “intuisi” yang mendorong manusia normal untuk bekerja dan berusaha.

“Intuisi” ini berkaitan dengan salah satu potensi kemanusiaan, yakni daya imajinasi kreatif.

Karena manusia merupakan satu-satunya makhluk ciptaan Tuhan yang, antara lain, danugerahi daya imajinasi kreatif, maka ia dapat menggunakannya untuk berpikir. Pikiran itu dapat diarahkan ke masa lalu, masa kini, dan masa depan. Dengan berpikir, ia dapat mencari jawaban-jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan penting seperti: Dari manakah aku berasal? Dimanakah aku saat ini? Dan kemanakah aku akan pergi? Serta apakah yang akan aku wariskan kepada dunia ini?

Menelusuri sejarah pribadi di masa lalu dapat memberikan gambaran mengenai kekuatan dan kelemahan seseorang. Di dalamnya terdapat sejumlah pengalaman hidup hambatan dan kesulitan yang pernah kita hadapi dan bagaimana kita mengatasinya, kegagalan dan keberhasilan, kesenangan dan keperihan, dan lain sebagainya. Namun, karena semuanya sudah berlalu, maka tidak banyak lagi yang dapat dilakukan untuk mengubah semua itu. Kita harus menerimanya dan memberinya makna yang tepat serta meletakkannya dalam suatu perspektif masa kini dan masa depan (Harefa: 1998).

Masa kini menceritakan situasi nyata dimana kita berada, apa yang telah kita miliki, apa yang belum kita miliki, apa yang kita nikmati dan apa yang belum dapat kita nikmati, apa yang menjadi tugas dan tanggung jawab kita dan apa yang menjadi hak asasi kita sebagai manusia, dan lain sebagainya. Dengan menyadari keberadaan kita saat ini, kita dapat bersyukur atau mengeluh, kita dapat berpuas diri atau menentukan sasaran berikutnya, dan seterusnya. Masa depan memberikan harapan, paling tidak demikianlah seharusnya bagi mereka yang beriman berkepercayaan.

Bila kita memiliki masa lalu yang tidak menyenangkan, dan masih berada pada situasi dan kondisi yang belum sesuai dengan cita-cita atau impian kita, maka adalah wajar jika kita

mengharapkan masa depan yang ¹ lebih baik, lebih cerah, lebih menyenangkan. Sebab selama masih ada hari esok, segala kemungkinan masih tetap terbuka lebar (terlepas dari pesimisme atau optimisme mengenai hal itu).

Jelas bahwa masa lalu, masa kini, dan masa depan bertalian langsung dengan daya imajinasi kita. Dan di dalam masa-masa itulah segala hambatan (*obstacle*), kesulitan (*hardship*), dan kesenangan atau suka cita (*very rewarding life*) bercampur baur jadi satu. Sehingga, jika Poppy King mengatakan bahwa ketiga hal itulah yang dihadapi oleh seorang wirausaha dalam bidang apapun, maka bukankah itu berarti bahwa kewirausahaan adalah untuk semua orang? Siapakah manusia di muka bumi ini yang tidak pernah menghadapi hambatan dan kesulitan untuk mencapai cita-cita dan impiannya?

Alasan kedua yang membuat kewirausahaan itu pada dasarnya untuk semua orang adalah karena hal itu dapat dipelajari. Peter F. Drucker, misalnya, pernah menulis dalam *Innovation and Entrepreneurship* bahwa, “Setiap orang yang memiliki keberanian untuk mengambil keputusan dapat belajarmenjadi wirausaha, dan berperilaku seperti wirausaha. Sebab (atau maka) kewirausahaan lebih merupakan perilaku daripada gejala kepribadian, yang dasarnya terletak pada konsep dan teori, bukan pada intuisi”. Perilaku, konsep, dan teori merupakan hal-hal yang dapat dipelajari oleh siapapun juga. Sepanjang kita bersedia membuka hati dan pikiran untuk belajar, maka kesempatan untuk menjadi wirausaha tetap terbuka. Sepanjang kita sadar bahwa belajar pada hakekatnya merupakan suatu proses yang berkelanjutan, yang tidak selalu berarti dimulai dan berakhir di sekolah atau universitas tertentu, tetapi dapat dilakukan seumurhidup, dimana saja dan kapan saja maka belajar berwirausaha dapat dilakukan oleh siapa saja, meski tak harus berarti menjadi wirausaha “besar”.

Alasan yang ketiga adalah karena fakta sejarah menunjukkan kepada kita bahwa para wirausaha yang paling berhasil sekalipun pada dasarnya adalah manusia biasa. Sabeer Bathia, seorang digital entrepreneur yang meluncurkan hotmail.com tanggal 4 Juli 1996, baru menyadari hal ini setelah ia berguru kepada orang-orang seperti Steve Jobs, penemu komputer pribadi (Apple). Dan kesadaran itu membuatnya cukup percaya diri ketika menetapkan harga penemuannya senilai 400 juta dollar AS kepada Bill Gates, pemilik Microsoft, yang juga manusia biasa.

8. Selalu Mencari Peluang

Esensi kewirausahaan yaitu tanggapan yang positif terhadap peluang untuk memperoleh keuntungan untuk diri sendiri dan atau pelayanan yang lebih baik pada pelanggan dan masyarakat, cara yang etis dan produktif untuk mencapai tujuan, serta sikap mental untuk merealisasikan tanggapan yang positif tersebut. Pengertian itu juga menampung wirausaha yang pengusaha, yang mengejar keuntungan secara etis serta wirausaha yang bukan pengusaha, termasuk yang mengelola organisasi nirlaba yang bertujuan untuk memberikan pelayanan yang lebih baik bagi pelanggan/masyarakat.

9. Memiliki Jiwa Kepemimpinan

Seorang wirausaha yang berhasil selalu memiliki sifat kepemimpinan, kepeloporan dan keteladanan. Ia selalu ingin tampil berbeda, lebih dahulu, lebih menonjol. Dengan menggunakan kemampuan kreativitas dan inovasi, ia selalu menampilkan barang dan jasa-jasa yang dihasilkannya lebih cepat, lebih dahulu dan segera berada dipasar. Ia selalu menampilkan produk dan jasa-jasa baru dan berbeda sehingga ia menjadi pelopor yang baik dalam proses produksi maupun pemasaran. Ia selalu memanfaatkan perbedaan sebagai suatu yang menambah nilai. Karena itu, perbedaan bagi seseorang yang memiliki jiwa kewirausahaan merupakan sumber pembaharuan untuk

menciptakan nilai, ia selalu ingin bergaul untuk mencari peluang, terbuka untuk menerima kritik dan saran yang kemudian dijadikan peluang. *Leadership Ability* adalah kemampuan dalam kepemimpinan. Wirausaha yang berhasil memiliki kemampuan untuk menggunakan pengaruh tanpa kekuatan (*power*), seorang pemimpin harus memiliki taktik mediator dan negotiator daripada diktator.

Semangat, perilaku dan kemampuan wirausaha tentunya bervariasi satu sama lain dan atas dasar itu wirausaha dikelompokkan menjadi tiga tingkatan yaitu: Wirausaha andal, Wirausaha tangguh, Wirausaha unggul. Wirausaha yang perilaku dan kemampuannya lebih menonjol dalam memobilisasi sumber daya dan dana, serta mentransformasikannya menjadi output dan memasarkannya secara efisien lazim disebut *Administrative Entrepreneur*. Sebaliknya, wirausaha yang perilaku dan kemampuannya menonjol dalam kreativitas, inovasi serta mengantisipasi dan menghadapi resiko lazim disebut *innovation entrepreneur*.

10. Memiliki Kemampuan Manajerial

Salah satu jiwa kewirausahaan yang harus dimiliki seorang wirausaha adalah kemampuan untuk memanagerial usaha yang sedang digelutinya, seorang wirausaha harus memiliki kemampuan perencanaan usaha, mengorganisasikan usaha, visualisasikan usaha, mengelola usaha dan sumber daya manusia, mengontrol usaha, maupun kemampuan mengintegrasikan operasi perusahaannya yang kesemuanya itu adalah merupakan kemampuan manajerial yang wajib dimiliki dari seorang wirausaha, tanpa itu semua maka bukan keberhasilan yang diperoleh tetapi kegagalan usaha yang diperoleh.

11. Memiliki Kerampilan Personal

Wirausahawan handal memiliki ciri-ciri dan cara-cara sebagai berikut:

- a. Percaya diri dan mandiri yang tinggi untuk mencari penghasilan dan keuntungan melalui usaha yang dilaksanakannya.
- b. Mau dan mampu mencari dan menangkap peluang yang menguntungkan dan memanfaatkan peluang tersebut.
- c. Mau dan mampu bekerja keras dan tekun untuk menghasilkan barang dan jasa yang lebih tepat dan efisien.
- d. Mau dan mampu berkomunikasi, tawar menawar dan musyawarah dengan berbagai pihak, terutama kepada pembeli.
- e. Menghadapi hidup dan menangani usaha dengan terencana, jujur, hemat, dan disiplin.
- f. Mencintai kegiatan usahanya dan perusahaannya secara lugas dan tangguh tetapi cukup luwes dalam melindunginya.
- g. Mau dan mampu meningkatkan kapasitas diri sendiri dan kapasitas perusahaan dengan memanfaatkan dan memotivasi orang lain (leadership/ managerialship) serta melakukan perluasan dan pengembangan usaha dgn resiko yang moderat.

Bygrave menggambarkan wirausaha dengan konsep 10 D yaitu:

- a. *Dream* (Memiliki Cita-cita)
 - 1) Karakteristik wirausahawan yang pertama adalah dreamatau cita-cita/mimpi.
 - 2) Di mana seorang wirausahwan harus mempunyai visi atau keinginan terhadap masa depan baik yang bersifat personal/pribadi dan juga usaha yang dijalaninya, ditambah lagi seorang wirausahawan juga harus

memiliki kemampuan untuk mewujudkan impian atau cita-citanya.

b. *Decisiveness* (Tegas)

- 1) Karakteristik wirausahaawan yang kedua adalah *decisiveness*. *Decisive* mempunyai arti tegas. Jadi untuk menjadi seorang wirausahawan harus mempunyai ketegasan, tidak bekerja lambat.
- 2) Mereka harus membuat keputusan yang cepat dan tepat serta dengan penuh perhitungan. Kecepatan dan ketepatan dalam pengambilan keputusan ini merupakan salah satu kunci untuk meraih kesuksesan bisnisnya.

c. *Doers* (Pelaku)

- 1) Karakteristik wirausahawan yang ketiga adalah *doers*. Dalam bahasa Indonesia *doers* artinya adalah seorang yang berbuat atau sebagai pelaku.
- 2) Seorang pengusaha yang telah membuat keputusan harus langsung menindaklanjutinya dan menerapkannya. Mereka harus bertindak secepat mungkin, dan tidak menunda-nunda.

d. *Determination* (Kebulatan Tekad)

- 1) Karakteristik wirausahawan yang keempat adalah *determination*. *Determination* ini mempunyai arti kebulatan tekad, ketetapan hati.
- 2) Jadi seseorang yang berwirausaha harus memiliki kebulatan tekad atau ketetapan hati sehingga dalam menjalankan usahanya dapat memperoleh hasil yang terbaik.
- 3) Kebulatan tekad juga berarti mempunyai keinginan yang kuat untuk sukses, disamping itu juga memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi dan tidak mudah untuk menyerah begitu saja.

e. *Dedication* (Pengabdian)

- 1) Wirausahawan yang kelima adalah *dedication* yang mempunyai arti pengabdian, persembahan.
- 2) Jadi seseorang yang berwirausaha harus memiliki pengabdian terhadap bisnisnya, dengan kata lain harus menjalankan usahanya dengan serius atau tidak setengah-setengah, terkadang juga orang yang memiliki *dedication* sangat tinggi terhadap usahanya rela mengorbankan kepentingan keluarga demi usaha yang dijalankannya.
- 3) Tidak sampai disitu saja, dedikasi atau pengabdian ini bisa juga diartikan secara luas. Semisal, pengabdian kepada bangsa dan negara. Ketika seorang pengusaha mampu membuka lapangan kerja, maka secara tidak langsung mereka telah membuka lapangan kerja baru bagi para pengangguran dan mensejahterakan mereka.
- 4) Dimana pengangguran ini menjadi salah satu permasalahan ekonomi di Indonesia yang harus diatasi oleh pemerintah. Menjadi pengusaha sama saja membantu bangsa ini terbebas dari jeratan kemiskinan.

f. *Devotion* (Ketaatan)

- 1) Karakteristik wirausahawan yang keenam adalah *devotion* yang mempunyai arti kesetiaan atau ketaatan.
- 2) Jadi seorang wirausaha dalam menjalankan usahanya harus setia dan taat sesuai dengan peraturan yang telah dibuatnya sendiri, seorang wirausaha juga tidak mudah untuk mengeluh, tetap semangat dan semua kegiatannya dipusatkan semata-mata untuk kegiatan bisnisnya.
- 3) Taat disini juga berarti taat terhadap aturan atau peraturan yang dibuat oleh pemerintah atau daerah setempat. Wirausahawan yang sejati tidak akan melanggar aturan dan merugikan orang lain.

- 4) Bisa juga diartikan bahwa melalui usahanya tidak akan mengkhianati kepercayaan konsumennya, tidak mengkhianati aturan yang dibuat pemerintah apalagi Tuhan.

g. *Details* (Rinci)

- 1) Karakteristik wirausahawan yang ke tujuh adalah detail yang mempunyai arti rinci. Jadi seorang wirausahaan sangat memperhatikan faktor-faktor kritis dengan sangat rinci dan teliti.
- 2) Mereka tidak mau mengabaikan faktor-faktor kecil yang dapat menghambat kegiatan usahanya.
- 3) Rinci terhadap hal apa? Semuanya, baik itu yang kaitannya dengan keuangan, barang produksi, barang yang dijual bahkan sampai hal-hal sepele dalam perjalanannya sebagai wirausaha juga diperhatikan seperti pemilihan tempat, pemilihan barang, penentuan harga barang dll.
- 4) Ketika wirausahawan tidak rinci, bisa saja terjadi kesalahan bahkan mudah untuk ketipu oleh orang lain.

h. *Destiny* (Nasib)

- 1) Karakteristik wirausahawan yang ke delapan adalah destiny, artinya adalah nasib.
- 2) Jadi seorang wirausaha akan bertanggung jawab terhadap nasib dan tujuan yang hendak dicapainya. Dengan kata lain wirausahawan sadar bahwa nasib hidupnya nanti ditentukan oleh usaha-usaha sekarang.
- 3) Apabila sekarang berusaha semaksimal mungkin, harapannya nasib kedepannya akan baik. Ingat pepatah “Hasil tidak akan mengkhianati usaha” kan?. Sama, bahwa nasib dimasa depan salah satunya ditentukan oleh apa yang kita lakukan sekarang.

- i. *Dollars* (Uang)
 - 1) Karakteristik wirausahawan yang ke sembilan adalah dollars, maksud disini adalah uang.
 - 2) Dimana seorang wirausaha tidak mengutamakan hal-hal yang berkaitan dengan uang atau kekayaan semata. Untuk itulah diletakkan di nomor 9 bukan di nomor 1, uang bukan segalanya. Tapi uang tetap dibutuhkan untuk keberlangsungan usaha dan bisnis.
 - 3) Intinya adalah motivasinya bukan karena uang saja. Karena uang ini dianggap sebagai ukuran kesuksesan bisnisnya. Ia berasumsi jika berhasil dalam bisnis maka ia layak memperoleh untung/laba (uang), bonus/hadiah.
- j. *Distribute* (Distribusi)
 - 1) Karakteristik wirausahawan yang kesepuluh menurut by Grave adalah distribute.
 - 2) Jadi seorang wirausaha harus bersedia mendistribusikan kepemilikan bisnisnya kepada orang-orang kepercayaannya, yaitu orang-orang yang kritis dan mau diajak mencapai sukses dalam bidang bisnis.

Dengan kata lain, seorang wirausaha seharusnya dapat bermanfaat bagi orang lain termasuk bagi karyawannya. Distribusi disini bisa dikatakan bahwa wirausaha dapat berbagi lapangan pekerjaan dengan orang lain. Bahkan nantinya bisa saling bertukar ilmu, atau mengajari karyawan-karyawannya sampai sukses.

C. Faktor-faktor yang Menyebabkan Kegagalan Wirausaha

Menurut Zimmerer (dalam Suryana, 2003: 44-45) ada beberapa faktor yang menyebabkan wirausaha gagal dalam menjalankan usaha barunya:

1. Tidak kompeten dalam manajerial. Tidak kompeten atau tidak memiliki kemampuan dan pengetahuan mengelola usaha

merupakan faktor penyebab utama yang membuat perusahaan kurang berhasil.

2. Kurang berpengalaman baik dalam kemampuan mengkoordinasikan, keterampilan mengelola sumber daya manusia, maupun kemampuan mengintegrasikan operasi perusahaan.
3. Kurang dapat mengendalikan ¹ keuangan. Agar perusahaan dapat berhasil dengan baik, faktor yang paling utama dalam keuangan adalah memelihara aliran kas. Mengatur pengeluaran dan penerimaan secara cermat. Kekeliruan dalam memelihara aliran kas akan menghambat operasional perusahaan dan mengakibatkan perusahaan tidak lancar.
4. Gagal dalam perencanaan. Perencanaan merupakan titik awal dari suatu kegiatan, sekali gagal dalam perencanaan maka akan mengalami kesulitan dalam pelaksanaan.
5. Lokasi yang kurang memadai. Lokasi usaha yang strategis merupakan faktor yang menentukan keberhasilan usaha
6. Kurangnya pengawasan peralatan. Pengawasan erat kaitannya dengan efisiensi dan efektivitas. Kurang pengawasan dapat mengakibatkan penggunaan alat tidak efisien dan tidak efektif.
7. Sikap yang kurang sungguh-sungguh dalam berusaha. Sikap yang setengah-setengah terhadap usaha akan mengakibatkan usaha yang dilakukan menjadi labil dan gagal. Dengan sikap setengah hati, kemungkinan gagal menjadi besar.

Ketidakmampuan dalam melakukan peralihan/transisi kewirausahaan Wirausaha yang kurang siap menghadapi dan melakukan perubahan, tidak akan menjadi wirausaha yang berhasil Keberhasilan dalam berwirausaha hanya bisa diperoleh apabila berani mengadakan perubahan dan mampu membuat peralihan setiap waktu.

Berikut ini ditampilkan mengenai karakteristik profil dari seorang wirausahawan yang sukses dan gagal.

No	Karakteristik Profil	Ciri Wirausahawan Gagal yang Menonjol
1	Percaya diri	Mengendalikan tingkat percaya dirinya tinggi dalam mencapai sukses
2	Pemecahan masalah	Cepat mengenali dan memecahkan masalah yang dapat menghalangi kemampuan tujuannya
3	Berprestasi tinggi	Bekerja keras dan bekerja sama dengan para ahli untuk memperoleh prestasi
4	Pengambilan resiko	Tidak takut mengambil resiko, tetapi akan menghindari resiko tinggi jika dimungkinkan
5	Ikatan emosi	Tidak akan memperbolehkan hubungan emosional yang mengganggu suksesnya usaha
6	Pencari status	Tidak akan memperbolehkan hubungan emosional yang mengganggu mial suksesnya usahanya
7	Tingkat energi tinggi	Berdedikasi tinggi dan bekerja tanpa berhitung waktu untuk membangun usahanya
8	Dedikasi	Meremehkan waktu dan dedikasi dalam memulai usaha
9	Pengendalian usaha atau bis	Gagal mengendalikan aspek utama usaha atau bisnis
10	Pengamatan manajemen	Pemahaman umum terhadap manajemen rata-rata kurang disiplin
11	Pengelolaan piutang	Menimbulkan masalah arus kas buruk mereka dengan kurangnya perhatian akan piutang
12	Memperluas usaha berlebihan	Memulai perluasan usaha yang belum siap
13	Perencanaan keuangan	Meremehkan kebutuhan usaha
14	Lokasi usaha	Lokasi yang buruk
15	Pembelanjaan besar	Menimbulkan pengeluaran awal yang tinggi

¹ BAB III

KARAKTER WIRAUSAHA SUKSES:

Menyelesaikan Masalah 1: Menjalankan
Usaha (Problem Solving)

Kewirausahaan dalam perspektif ekonomi dapat dijelaskan dari aspek peluang. Sebagaimana beberapa ahli mendefinisikan kewirausahaan sebagai tanggapan yang dilakukan seseorang terhadap peluang-peluang usaha yang diwujudkan dalam berbagai tindakan dengan berdirinya sebuah unit usaha sebagai suatu hasil dari tindakannya. Dalam perspektif sosiologi kemampuan menemukan peluang sangat tergantung pada interaksi antar-manusia untuk memperoleh dan mengakses informasi yang dibutuhkan terkait dengan peluang yang ada. Sedangkan dalam perspektif psikologi kemampuan seseorang dalam menemukan dan memanfaatkan peluang sangat tergantung dari karakter kepribadian yang dimilikinya. Jelas kiranya bahwa salah satu faktor keberhasilan seorang wirausahawan adalah kemampuannya dalam jeli melihat peluang dan memanfaatkannya sebelum dimanfaatkan oleh orang lain. Kemampuan melihat peluang adalah modal dalam memunculkan

ide awal untuk berwirausaha. Tidak semua orang mampu melihat peluang apalagi memanfaatkannya, demikian halnya kemampuan melihat peluang tidaklah sama antar setiap orang. Seseorang yang telah mengenal potensi diri yang dimilikinya lebih cenderung memiliki kemampuan untuk melihat dan memanfaatkan peluang peluang yang ada.

A. Menemukan Peluang Usaha

Peluang usaha bersumber dari adanya kebutuhan dari individu atau masyarakat. Oleh karena itu jika ingin mulai mewujudkan berwirausaha, hendaknya terlebih dahulu menjawab pertanyaan “Apakah yang menjadi kebutuhan masyarakat atau kebanyakan anggota masyarakat saat ini atau di masa yang akan datang?”. Untuk memahami kebutuhan masyarakat diperlukan suatu diagnosa terhadap lingkungan usaha secara keseluruhan, yang meliputi faktor ekonomi, politik, pasar, persaingan, pemasok, teknologi, sosial dan geografi.

Lingkungan usaha senantiasa berubah setiap saat, bahkan perubahannya cukup pesat dan seiring dengan itu terjadi pula perubahan kebutuhan masyarakat. Untuk menemukan peluang usaha yang prospektif seharusnya kita sebagai wirausahawan senantiasa mencari informasi yang terkait dengan perubahan lingkungan dan kebutuhan masyarakat. Sumber informasi dapat diperoleh dari instansi/lembaga pemerintah, media massa, pasar atau mungkin melalui wawancara dengan konsumen. Jadi, peluang senantiasa ada karena perubahan-perubahan terus berlangsung baik di tingkat individu, maupun ditingkat masyarakat. Kemampuan kita melihat peluang sangat tergantung dari informasi yang kita peroleh tentang faktor lingkungan usaha.

Berangkat dari pertanyaan di atas dengan memanfaatkan potensi diri kita, maka dalam menemukan peluang usaha yang cocok, kita dapat menggunakan dua pendekatan, yaitu:

1. Pendekatan in-side-out (dari dalam ke luar) bahwa keberhasilan akan dapat diraih dengan memenuhi kebutuhan yang ada saat ini.
2. Pendekatan out-side-in (dari luar ke dalam) bahwa keberhasilan akan dapat diraih dengan menciptakan

B. Memilih Lapangan Usaha dan Mengembangkan Gagasan Usaha

kebutuhan

Usaha setelah mengetahui kebutuhan masyarakat dan berhasil menemukan berbagai lapangan usaha dan gagasan usaha, maka langkah berikutnya adalah menjawab pertanyaan: “Manakah di antara lapangan usaha dan gagasan-gagasan usaha tersebut yang paling tepat dan cocok untuk saya?” Pertanyaan ini sangat tepat, mengingat setiap orang memiliki potensi diri yang berbeda-beda. Tentunya dalam memilih lapangan usaha dan mengembangkan gagasan usaha, kita perlu menyesuaikan dengan potensi diri yang kita miliki. Kekeliruan dalam memilih yang disebabkan karena ketidakcocokan atau ketidaksesuaian pada akhirnya akan mendatangkan kesulitan atau bahkan kegagalan di kemudian hari.

Telah banyak fakta yang dapat dikemukakan, bahwa masih banyak wirausahawan yang memulai usahanya dengan melihat keberhasilan orang lain dalam menjalankan usahanya (latah atau ikut-ikutan). Padahal belum tentu orang lain berhasil dalam suatu lapangan usaha, kita juga dapat berhasil dengan lapangan usaha yang sama. Mungkin saja orang lain berhasil karena potensi diri yang dimilikinya cocok dengan lapangan usaha tersebut dan kemampuan dia untuk mengakses informasi terkait dengan usaha yang dijalankannya. Bisa saja kita mengikuti orang yang telah berhasil dalam suatu lapangan usaha, namun kita perlu memiliki nilai lebih dari aspek kualitas yang kita tawarkan kepada konsumen. Namun kemampuan menawarkan aspek kualitas yang lebih tetap juga terkait dengan potensi diri yang kita miliki.

Oleh karena itu, dalam memilih lapangan usaha yang akan kita geluti, perlu dipertimbangkan hal-hal berikut:

1. Lapangan usaha yang cocok untuk orang lain belum tentu cocok bagi kita.
2. Lapangan usaha yang pada masa lalu menguntungkan, belum tentu pada saat ini masih menguntungkan, atau lapangan usaha yang menguntungkan saat ini belum tentu menguntungkan di masa yang akan datang.
3. Lapangan usaha yang berkembang baik di suatu daerah, belum tentu dapat berkembang dengan baik pula di daerah lain, dan sebaliknya.

Berangkat dari pertimbangan-pertimbangan tersebut, maka dalam memilih lapangan usaha, kita perlu kembali melihat dan mengkaji kondisi internal kita dan kondisi eksternal dimana usaha kita jalankan, karena faktor internal dan eksternal ini akan sangat menentukan kesuksesan kita dalam menjalankan usaha. Faktor internal yang dimaksud seperti penguasaan sumberdaya (lahan, bangunan, peralatan dan finansial), penguasaan teknis atau keterampilan, penguasaan manajemen dan jejaring sosial yang kita miliki. Sedangkan faktor eksternal seperti peraturan pemerintah, tingkat permintaan dan penawaran, persaingan, resiko dan prospek ekonomi baik lokal, regional, nasional maupun global.

Berdasarkan uraian di atas, maka langkah awal yang perlu kita lakukan adalah menginventarisir berbagai jenis lapangan usaha dan gagasan produk yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup manusia. Kehidupan manusia dapat berkualitas ketika semua komponen kebutuhannya terpenuhi.

Mungkin dari langkah awal tadi, kita telah menemukan ratusan atau bahkan ribuan gagasan usaha. Untuk memperkecil pilihan dalam melakukan analisis berikutnya, maka kita harus menyeleksi berbagai jenis gagasan usaha yang telah kita lakukan pada langkah pertama tadi. Gagasan usaha yang dipilih adalah gagasan yang

memiliki prospek secara ekonomi yang dapat berupa pertimbangan bahwa produk yang dihasilkan merupakan kebutuhan vital bagi manusia dengan tingkat permintaan dan harga yang relatif memadai. Selanjutnya alternatif pilihan lebih diperkecil lagi dengan memilih beberapa gagasan usaha dengan mempertimbangkan potensi diri (faktor internal) kita. Hasil akhir dari langkahlangkah yang telah kita lakukan akan diperoleh beberapa gagasan usaha yang telah terurut berdasarkan prioritasnya. Agar pilihan kita lebih aman dan dapat dikuasai dengan baik, maka perlu dilakukan.

Analisis. Kembali dengan mempertimbangkan faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan yang kita miliki jika kita memilih gagasan usaha yang bersangkutan, dan faktor eksternal berupa peluang dan ancaman yang akan dihadapi jika kita menjatuhkan pilihan pada gagasan usaha yang bersangkutan. Analisis ini sering dikenal dengan analisis SWOT. Bukan tidak mungkin, setelah melakukan langkah analisis ini, kita akan menjatuhkan pilihan pada gagasan usaha yang menjadi prioritas kedua atau ketiga dari hasil analisis sebelumnya.

¹ BAB IV

KARAKTER WIRAUSAHA SUKSES:

Menyelesaikan Masalah 2: Ketegasan

M¹erencanakan produksi merupakan salah satu tantangan bagi seorang wirausaha. Diperlukan ketegasan dalam merencanakan. Hal ini sangat penting karena ketegasan seorang wirausaha akan menentukan kemampuan dirinya untuk mencapai cita-citanya secara SMART.

A. Pendahuluan

Sistem produksi yang baik harus mampu menghasilkan produk seperti yang diharapkan. Umumnya suatu sistem diukur dengan kemampuan memproduksi dalam jumlah dan kualitas yang ditetapkan berdasarkan kebutuhan konsumen, kemampuan sumber perusahaan serta harapan dari wirausahawan sebagai pemilik dan mungkin juga sekaligus sebagai manajer.

Tahap awal dalam pelaksanaan proses produksi adalah merencanakan produk yang akan diproduksi. Pada pembelajaran sebelumnya (Aspek Pemasaran) telah dirumuskan jenis produk yang

akan dihasilkan sesuai dengan potensi diri yang dimiliki, tentunya produk tersebut memiliki potensi/prospek pasar yang memadai. Gambaran mengenai karakteristik produk yang akan dihasilkan, memberikan kemudahan dalam menyusun kebutuhan bahan, tenaga kerja, mesin/peralatan, lokasi produksi dan biaya yang dibutuhkan dalam proses produksi. Dengan gambaran produk ini, juga akan memudahkan dalam menetapkan sistem produksi yang akan diterapkan dalam menghasilkan produk yang dimaksud. Olehnya itu, dalam sistem produksi dikenal adanya 3 (tiga) komponen, yaitu masukan (input), proses dan keluaran

B. Definisi Produksi

(output).

Berbagai literatur tentang produksi mendefenisikan produksi dengan gaya pengungkapan yang berbeda-beda. Istilah produksi sering digunakan dalam suatu organisasi untuk menghasilkan suatu keluaran atau output, baik berupa barang maupun jasa. Produksi dari sudut pandang kegiatan penciptaan produk seperti yang dikemukakan oleh Assauri (1993) bahwa produksi merupakan kegiatan untuk menciptakan atau menambah kegunaan barang atau jasa. Demikian pula defenisi yang dikemukakan oleh Reksohadiprojo dan Gitosudarmo (2003) bahwa produksi adalah kegiatan untuk menghasilkan barang-barang dan jasa-jasa sesuai dengan kehendak konsumen dalam hal jumlah, kualitas, harga serta waktu.

Produksi tidak hanya menciptakan produk sebagai keluaran (output), namun juga menggunakan berbagai faktor produksi sebagai masukan (input). Sebagaimana yang dikemukakan oleh Prawirosentono (1997) bahwa produksi adalah membuat atau menghasilkan produk dari berbagai bahan lain. Hal yang sama juga dikemukakan oleh Sofyan (1999) bahwa produksi diartikan sebagai suatu kegiatan atau proses yang mentransformasikan masukan menjadi keluaran atau dengan pengertian bahwa produksi mencakup setiap proses yang mengubah masukan menjadi keluaran yang berupa barang dan jasa.

Produksi sebagai suatu proses, diartikan sebagai cara, metode ataupun teknik bagaimana produksi itu dilaksanakan atau suatu kegiatan untuk menciptakan dan menambah kegunaan (Utility) suatu barang dan jasa. Ahyari (1990) mengemukakan bahwa proses produksi adalah suatu cara, metode ataupun teknik menambah kegunaan suatu barang dan jasa dengan menggunakan faktor produksi yang ada.

Melihat berbagai definisi yang telah diungkapkan di atas, maka dapat dirumuskan 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 dan dana, agar menghasilkan produk yang dibutuhkan dan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen.

C. Kebutuhan Proses Produksi

Sebelum melaksanakan proses produksi terlebih dahulu perlu dirancang kebutuhan sarana dan prasarana yang akan digunakan dalam menghasilkan produk, sarana dan prasarana inilah yang sering disebut sebagai input produksi yang meliputi bahan, tenaga kerja, mesin/peralatan, lokasi dan biaya (uang).

D. Bahan Baku

Dalam menyusun kebutuhan bahan baku untuk digunakan dalam proses produksi harus mengacu pada karakteristik produk yang akan dihasilkan. Misalnya saja, jika berdasarkan analisis yang telah dilakukan terhadap pasar produk yang akan dihasilkan, konsumen menginginkan produk yang rasanya manis dan berwarna merah, tentunya bahan yang dibutuhkan dalam proses produksi adalah gula dan pewarna merah. Dengan demikian, kualitas produk yang akan dihasilkan sesuai dengan permintaan konsumen, sangat ditentukan oleh kualitas bahan baku yang digunakan ini yang menjadi alasan

mengapa perusahaan perlu melakukan penanganan bahan baku, terutama dalam mengendalikan kualitas untuk menghasilkan produk yang berkualitas.

Pengendalian dalam pengadaan bahan baku terutama pada perusahaan-perusahaan yang memanfaatkan hasil-hasil pertanian primer sebagai bahan bakunya sangat penting untuk dilakukan, karena hasil pertanian primer memiliki ciri yang apabila tidak dikendalikan akan mendatangkan kerugian bagi perusahaan. Ciri-ciri produk hasil pertanian primer adalah bersifat musiman, mudah rusak, banyak menggunakan tempat dan sumbernya terpecah-pecah. Hal ini yang perlu ditekankan dan dipahami, karena mengingat gagasan-gagasan produk umumnya berbahan baku hasil pertanian.

Jenis bahan yang digunakan oleh perusahaan dalam proses produksinya dapat dibedakan menjadi bahan langsung dan bahan tak langsung. Bahan langsung adalah bahan yang digunakan dalam proses produksi dan terikat atau menjadi bagian dalam produk. Sedangkan bahan tak langsung adalah bahan yang bukan atau tidak menjadi bagian dalam produk, namun sangat diperlukan untuk mendukung produksi.

Agar produksi dapat berjalan lancar, maka dalam pemilihan bahan baku yang akan digunakan setidaknya memenuhi syarat:

1. Kualitasnya Baik

Sebagaimana yang telah dikemukakan, bahwa untuk memperoleh kualitas produk yang baik, diperlukan bahan yang juga berkualitas baik. Selain itu, penggunaan bahan baku yang berkualitas memungkinkan untuk melakukan penyimpanan dalam jangka waktu yang lama. Dengan demikian, perusahaan dapat melakukan pembelian dalam yang besar, sehingga interval pembelian dapat diperjarang yang berarti dapat menekan biaya pengangkutan. Selain itu biasanya perusahaan akan harga bahan yang relatif rendah dari pemasok jika pembelian dilakukan dalam jumlah yang besar. Ini berarti perusahaan dapat menekan biaya pembelian.

Agar kualitas bahan baku yang dipasok oleh perusahaan dapat terjamin, maka beberapa hal yang perlu dilakukan, antara lain penyeleksian sumber bahan baku, pemeriksaan saat proses pembelian, penanganan saat pengangkutan, pemeriksaan saat penerimaan di perusahaan, penanganan dalam penyimpanan dan tentunya pemeriksaan sebelum diproses. Dengan upaya-upaya ini, perusahaan dapat menghindari pungenan bahan baku yang kurang berkualitas, sehingga proses produksi akan dapat dipertahankan pada tingkat tertentu sesuai dengan persyaratan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

2. Mudah diperoleh

Selain aspek kualitas, kelancaran proses produksi juga sangat ditentukan oleh ketersediaan bahan baku dari aspek kuantitas dan kontinuitasnya. Ini berartibahwa bahan baku yang dibutuhkan dalam berproduksi harus dapat diperoleh setiap saat dalam jumlah yang sesuai dengan kebutuhan.

Perusahaan yang menggunakan bahan baku dari hasil pertanian primer sering menghadapi kendala dalam perolehan bahan baku karena produksinya bersifat musiman dan sumbernya terpencar-pencar. Malah tidak jarang kita temui, proses produksi menjadi terhenti hanya karena keterbatasan atau malah ketiadaan bahan baku yang dapat diolah. Keterbatasan bahan baku karena produksinya yang bersifat musiman dan sumbernya terpencar-pencar dapat diantisipasi dengan pembelian dalam jumlah yang besar yang ditindaklanjuti dengan penggunaan teknologi penyimpanan dan/atau pengolahan agar dapat disimpan selama di luar musim.

3. Mudah diolah

Bahan baku yang digunakan sedapat mungkin mudah diolah, karena bahan baku yang sulit diolah biasanya memiliki konsekuensi terhadap biaya produksi dan pada akhirnya juga akan berpengaruh pada harga jual produk. Apabila bahan baku

dapat diolah dengan mudah, kemungkinan besar biaya produksi akan lebih ringan ketimbang pengolahan bahan baku tersebut dilakukan dengan peralatan yang sulit dicari atau harganya mahal atau harus diolah di tempat/perusahaan lain.

Sebagai contoh, apabila perusahaan menggunakan bahan baku tepung beras, maka lebih baik perusahaan membeli bahan yang telah berbentuk tepung beras daripada membeli beras yang kemudian diolah sendiri menjadi tepung beras. Jika dengan pertimbangan tingkat kebutuhan bahan yang cukup besar dalam sekali proses produksi serta kontinuitas proses produksi, perusahaan dapat mengadakan mesin pengolahan (mesin penepungan, misalnya) Tentunya dalam hal ini diperlukan biaya investasi untuk pengadaannya, namun sebelumnya perlu dipertimbangkan apakah mengolah sendiri bahan baku lebih menguntungkan dibandingkan dengan pengolahan diserahkan kepada tempat/perusahaan lain.

4. Harga yang relatif murah

Bahan baku yang akan digunakan dalam proses produksi sedapat mungkin juga harus relatif murah. Dalam artian bahwa bahan baku yang dibutuhkan harganya tidak melebihi harga yang berlaku di pasaran secara umum. Konsekuensi dari tingkat harga bahan baku yang murah tentunya pada tingkat biaya produksi yang rendah dan pada akhirnya harga jual dapat lebih rendah dibandingkan dengan pesaing.

Sebagaimana yang telah dikemukakan bahwa salah satu hal yang perlu dipertimbangkan dalam pengadaan bahan baku adalah kemudahan dalam perolehannya. Hal ini berarti bahwa penentuan sumber (pemasok) bahan tersebut menjadi hal yang penting untuk dipikirkan. Sumber bahan akan berpengaruh terhadap biaya pengangkutan dan pada akhirnya akan berpengaruh pula pada biaya produksi dan harga jual produk. Semakin dekat sumber bahan akan semakin baik. Namun apabila dalam keadaan tertentu, sumber bahan berada jauh dari lokasi,

tentunya harus mencari alternatif lain agar dapat menekan biaya, seperti membeli dalam jumlah yang besar untuk memotong intensitas pembelian tetapi dengan syarat bahan tersebut dapat disimpan dalam waktu yang relatif lama tanpa mengurangi kualitas.

Perlu diingat bahwa persaingan juga terdapat dalam pembelian bahan baku. Perusahaan tidak hanya sendiri sebagai pengguna bahan baku tertentu, ada pula perusahaan lain yang memproduksi produk yang sama atau berbahan baku yang sama. Dalam menghadapi persaingan memperoleh bahan baku yang dibutuhkan agar ketersediaan bahan baku yang dibutuhkan dapat terjamin baik kuantitas, kualitas maupun kuantitasnya, perusahaan dituntut untuk mencari sumber bahan baku yang dapat diandalkan. Salah satu cara yang dapat ditempuh untuk menjamin ketersediaan bahan baku adalah mengembangkan hubungan baik dengan pemasok dengan senantiasa menjalin komunikasi yang intensif.

Pengenalan terhadap pemasok secara pribadi akan dapat membantu perolehan bahan yang dibutuhkan di saat-saat kondisi ketersediaan bahan dalam kekurangan. Hubungan baik dengan pemasok perlu pula senantiasa dipelihara, karena pemasok bahan juga dapat menjadi sumber informasi penting mengenai pesaing (yang juga memasok bahari dan pemasok), harga, perkembangan desain produk, teknologi dan sebagainya. Jika perusahaan kekurangan dana untuk pengadaan bahan baku, hubungan yang telah dijalin dapat membantu pembelian dengan sistem kredit yang mungkin tanpa batas.

Dalam pengadaan bahan baku perlu pula diusahakan menetapkan dua atau lebih pemasok untuk setiap bahan yang dibutuhkan. Selain untuk menjamin ketersediaan, ada kecenderungan pemasok akan memberikan pelayanan yang terbaik dengan tingkat harga yang sesuai kepada perusahaan, karena mereka tahu bahwa perusahaan tidak hanya membeli

bahan dari satu pemasok. Diantara pemasok juga terdapat persaingan dalam merebut pelanggan, dan tentunya mereka juga ingin unggul dalam persaingan dengan memberikan pelayanan yang terbaik pada pelanggannya.

Selain mengandalkan pemasok, perusahaan dapat pula menyediakan sendiri bahan-bahan tertentu yang merupakan bagian yang terbesar dari komponen produk yang dihasilkan. Dengan menyediakan sendiri bahan akan memudahkan perusahaan dalam memenuhi persyaratan yang diperlukan dalam pengadaan bahan baku, sebagaimana yang telah diungkapkan di atas. Sebagai contoh, jika perusahaan menghasilkan produk keripik pisang, mungkin perlu dipertimbangkan mengusahakan kebun pisang yang dapat berfungsi sebagai kebun inti. Fungsinya tidak hanya sebagai pemasok utama bahan baku, tetapi juga dapat berfungsi sebagai penyelamat di saat bahan baku sulit diperoleh dari pemasok.

Sebelum mengambil keputusan untuk menghasilkan sendiri bahan baku yang dibutuhkan, mungkin perlu dipertimbangkan berbagai aspek dengan mempertanyakan berbagai hal, sebagai berikut:

- a. Bahan-bahan apa saja yang merupakan bagian dari komponen terbesar produk yang dihasilkan?
- b. Sampai sejauh mana ketersediaan bahan tersebut di pasaran dalam setiap saat dan bagaimana keterandalan pemasok dalam menyediakannya?
- c. Bagaimana ketersediaan bahan tersebut di masa yang akan datang?
- d. Apakah dengan menyediakan sendiri bahan yang dibutuhkan lebih efisien dibandingkan dengan pengadaan bahan yang bersumber dari pemasok?
- e. Apakah perusahaan memiliki sumberdaya yang cukup untuk menyediakan sendiri bahan tersebut?

E. Tenaga Kerja

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

Meskipun tenaga kerja dianggap sebagai salah satu faktor penting dalam aktifitas proses produksi perusahaan, namun kadang dalam operasional perusahaan, hal ini sering dikesampingkan, terutama yang terkait dengan kualifikasi yang dibutuhkan. Pertimbangan yang sering digunakan adalah mudahnya untuk mendapatkan tenaga kerja dengan alasan bahwa setiap orang dianggap membutuhkan pekerjaan. Kondisi yang demikian menyebabkan banyaknya tenaga kerja produksi yang dipekerjakan pada pekerjaan yang tidak sesuai dengan kemampuan dan keahlian yang dimiliki. Akibatnya harapan untuk menghasilkan produk yang berkualitas tidak tercapai.

Jenis tenaga kerja yang digunakan pada perusahaan pada dasarnya terdiri dari tenaga kerja upahan dan tenaga kerja keluarga. Kedua jenis tenaga kerja ini memiliki karakteristik masing-masing, sebagaimana diuraikan berikut ini.

1. Tenaga kerja upahan

Tenaga kerja yang terikat hubungan kerja dengan perusahaan, dimana masing-masing pihak memiliki hak dan kewajiban. Tenaga kerja upahan dapat digolongkan atas:

2. Tenaga kerja tetap

Merupakan tenaga kerja yang secara teratur memperoleh hak-haknya seperti upah dan cuti, meskipun mereka tidak bekerja karena sesuatu hal yang tidak melanggar ketentuan dalam perusahaan. Tenaga kerja golongan ini secara hukum memiliki kekuatan, olehnya itu perusahaan tidak dapat berlaku sewenang-

wenang terhadapnya, misalnya dengan melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK) secara sepihak.

3. Tenaga kerja tidak tetap
Adalah secara teratur, umumnya mereka akan kehilangan hak tertentu apabila tidak bekerja
4. Tenaga kerja borongan
Adalah tenaga kerja yang menjalankan pekerjaan tertentu atas perjanjian dengan ketentuan yang jelas mengenai volume, waktu dan harga pekerjaan.
5. Tenaga kerja keluarga
Merupakan tenaga kerja yang berasal dari lingkungan keluarga yang umumnya dalam melaksanakan pekerjaannya tidak diupah. Tenaga kerja jenis ini banyak digunakan pada perusahaan- perusahaan kecil atau perusahaan yang masih berskala usaha rumah tangga. Umumnya tenaga kerja keluarga bekerja hanya sebatas tanggung jawab dalam membantu keluarga. Namun banyak juga dijumpai anggota keluarga yang bekerja di perusahaan mendapat upah, meskipun upah yang diberikan tidak sama dengan tenaga kerja yang bukan anggota keluarga.

Kebutuhan tenaga kerja yang memiliki kemampuan, pengetahuan dan keahlian yang Lompeten adalah kebutuhan yang fundamental bagi perusahaan. Kebutuhan ini akan selalu berubah sejalan dengan perubahan kebutuhan perusahaan. Oleh sebab itu, perusahaan senantiasa dituntut untuk selalu mencari, mengembangkan dan mempertahankan tenaga Lerja yang sesuai dengan kebutuhan dan perkembangannya. Hal yang mungkin perlu diantisipasi adalah munculnya berbagai kendala yang pada dasarnya disebabkan oleh

- 1) Belum adanya standar kemampuan tenaga kerja karena informasi menyangkut kemampuan tenaga kerja hanya berdasarkan prediksi yang umumnya bersifat subjektif, 2) Tenaga kerja adalah manusia yang tidak dapat diperlakukan secara mekanistik seperti mesin yang

dapat diatur semauanya dan 3) ketersediaan tenaga kerja yang sesuai dengan kebutuhan sangat terbatas.

Itulah sebabnya perusahaan perlu melakukan perencanaan tenaga kerja, agar kebutuhan tenaga kerja perusahaan di masa sekarang dan masa yang akan datang sesuai dengan beban kerja yang ada. Perencanaan yang kurang cermat akan berakibat fatal bagi perusahaan. Jika tenaga kerja yang ada melebihi beban kerja yang ada, maka akan berakibat banyak tenaga kerja yang menganggur atau tidak bekerja secara optimal.

Sebaliknya jika jumlah tenaga kerja lebih sedikit dibandingkan dengan beban kerja yang ada, akan berakibat pada adanya pekerjaan yang tidak terselesaikan secara optimal dan tentunya tenaga kerja akan bekerja melebihi kemampuannya. Tenaga kerja akan mengalami kelelahan, mudah stres dan pada akhirnya tidak akan betah bekerja dan memilih mencari pekerjaan lain. Artinya kelebihan dan kekurangan beban kerja bagi tenaga kerja perusahaan akan berdampak pada biaya dan pada akhirnya akan berdampak pula pada pendapatan atau laba yang diperoleh

F. Mesin/Peralatan

perusahaan.

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. Apabila perusahaan mengadakan mesin/peralatan produksi yang tidak bermanfaat untuk menghasilkan produk sesuai dengan yang direncanakan, maka sudah dapat dipastikan mesin/peralatan produksi tersebut akan kurang berfungsi atau malah tidak berfungsi. Konsekuensi yang harus ditanggung oleh perusahaan adalah adanya beban biaya penyusutan) yang harus ditanggung oleh

perusahaan sedangkan mesin/peralatan tersebut kurang/tidak mendukung dalam menghasilkan produksi. Disamping itu pula, mesin/peralatan produksi yang jarang dimanfaatkan akan cepat mengalami kerusakan dan tentunya membutuhkan perawatan. Ini berarti bahwa perusahaan melakukan investasi yang sia-sia, malah akan menambah beban biaya produksi dan akan berpengaruh pula pada meningkatnya harga jual produk.

Setelah dilakukan pengadaan mesin/peralatan produksi, maka selanjutnya yang perlu diperhatikan adalah penempatan atau tata letaknya pada ruangan produksi. Dalam penempatan mesin/peralatan produksi di ruangan produksi terdapat beberapa prinsip dasar yang perlu dipertimbangkan oleh perusahaan, yaitu:

1. Prinsip integrasi, dalam artian bahwa penempatan mesin/peralatan produksi dapat mengintegrasikan seluruh faktor produksi (bahan, tenaga kerja, mesin/peralatan, dan sebagainya) sehingga menghasilkan kerjasama yang harmonis
2. Prinsip memperpendek gerak, dalam artian bahwa penempatan mesin/peralatan produksi tidak membuat tenaga kerja lebih banyak bergerak dari satu mesin/peralatan ke mesin/peralatan yang lain.
3. Prinsip memperlancar arus pekerjaan, dalam artian bahwa penempatan mesin/peralatan produksi dapat menjamin kelancaran arus bahan dalam proses tanpa adanya hambatan.
4. Prinsip penggunaan ruangan produksi yang efisien dan efektif, dalam artian bahwa penempatan mesin/peralatan produksi ditempatkan sesuai dengan luas ruangan produksi yang dimiliki perusahaan.
5. Prinsip keselamatan dan kepuasan kerja, dalam artian bahwa penempatan mesin/peralatan produksi pada ruangan produksi dapat menjamin keselamatan dan kenyamanan kerja dari tenaga kerja.

6. Prinsip keluwesan, dalam artian penempatan mesin/peralatan produksi sewaktu-waktu dapat disesuaikan jika sewaktu-waktu dibutuhkan adanya perubahan.
7. Prinsip proses produksi yang berkesinambungan, dalam artian bahwa penempatan mesin/peralatan produksi tidak menghambatkesinambungan proses produksi

Mesin/peralatan produksi yang digunakan perlu senantiasa dilakukan perawatan agar proses produksi dapat berjalan lancar sesuai dengan yang diharapkan. Mesin/peralatan produksi yang sering mengalami kerusakan akan menyulitkan untuk menghasilkan produk yang sesuai baik dari sisi kuantitas, kualitas maupun kontinuitasnya. Selain itu tingginya tingkat kerusakan yang diakibatkan kurangnya upaya perawatan akan berdampak pada tingginya biaya produksi yang akan berdampak langsung pula pada tingginya harga jual produk. Terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam upaya pemeliharaan mesin/peralatan produksi, yaitu:

1. Pemeliharaan breakdown, yakni pemeliharaan yang dilakukan setelah mesin/peralatan produksi mengalami kerusakan.
2. Pemeliharaan terencana, yakni pemeliharaan yang dilakukan secara terjadwal.
3. Pemeliharaan pencegahan, yakni pemeliharaan yang dilakukan dengan mempertimbangkan masa pakai dari komponen pada mesin/peralatan produksi.

Selain perencanaan dalam kebutuhan, penyusunan tata letak dan pemeliharaan mesin/peralatan produksi, perusahaan juga harus senantiasa memperhatikan dan mengikuti perkembangan teknologi terkait dengan penggunaan mesin/peralatan produksi. Perkembangan saat ini memberikan pengaruh yang cukup besar produksi untuk menghasilkan suatu produk. Penggunaan mesin/peralatan produksi dengan teknologi terkini akan menghasilkan kualitas produk yang lebih baik dan proses produksi lebih cepat dengan kapasitas yang

lebih besar, jika dibanding dengan menggunakan mesin/peralatan produksi yang telah ketinggalan jaman. Perusahaan yang tidak mengikuti perkembangan teknologi akan cenderung mengalami kesulitan dalam bersaing dengan perusahaan pesaingnya yang telah menggunakan teknologi terkini.

G. Biaya Produksi

Biaya dapat didefinisikan sebagai pengorbanan ekonomis yang diperlukan untuk memperoleh produk (barang dan /atau jasa). Atau pengeluaran yang dilakukan di masa sekarang untuk mendapatkan manfaat pada masa yang akan datang, dimana pengeluaran atau pengorbanan tersebut dapat diduga serta dapat dihitung secara kuantitatif dan tidak dapat dihindarkan.

Biaya produksi terdiri atas 2 (dua) bagian besar dengan penggolongan biayanya masing-masing diuraikan, sebagai berikut:

1. Biaya menurut perilaku yang terdiri dari:
 - a. Biaya tetap, merupakan biaya yang besar kecilnya tidak tergantung pada besar kecilnya produksi dan dalam periode tertentu jumlahnya tetap. Misalnya biaya untuk gaji tenaga kerja tetap, penyusutan alat, pajak lahan dan sebagainya
 - b. Biaya tidak tetap, merupakan biaya yang besar kecilnya berhubungan langsung dengan besarnya produksi atau dengan kata lain biaya yang dalam periode tertentu jumlahnya dapat berubah tergantung pada tingkat produksi yang dihasilkan. Misalnya biaya untuk pembelian bahan baku, biaya upah tenaga kerja borongan, dan sebagainya.
2. Biaya menurut jenis yang terdiri dari:
 - a. Biaya langsung (pokok), merupakan biaya yang langsung terikat atau menjadi bagian pokok dari produk yang dihasilkan. Biaya yang digolongkan dalam jenis ini adalah biaya bahan langsung dan tenaga kerja langsung.

- b. Biaya tidak langsung, merupakan biaya yang secara tidak digunakan untuk menghasilkan produk atau biaya yang terikat bukan pada bagian pokok dari produk yang dihasilkan. Biaya yang digolongkan dalam jenis ini adalah biaya bahan tidak langsung dan tenaga kerja tidak langsung.
- c. Biaya administrasi/umum, merupakan biaya yang dikeluarkan untuk keperluan administrasi kantor perusahaan dan umum. Misalnya biaya untuk menggaji pimpinan dan pegawai, sewa kantor, perlengkapan kantor

H. Proses Produksi

dan sebagainya.

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. Proses produksi melalui beberapa tahapan yang merupakan aktifitas menyeluruh yang dilakukan oleh tenaga kerja produksi yang membuat produk, tahapan-tahapan ini disebut tahapan produksi. Tahapan-tahapan produksi yang tersusun secara teratur disebut aliran produksi.

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

- 1. Proses produksi berdasarkan wujudnya, terdiri atas:
 - a. Proses kimiawi, yaitu proses pengolahan bahan menjadi produk dengan mendasarkan pada sifat kimiawi bahan yang diolah.
 - b. Proses mengubah bentuk, yaitu proses pengolahan bahan menjadi produk jadi atau setengah jadi dengan cara mengubah bentuk bahan menjadi bentuk yang lebih bermanfaat.

- c. Proses perakitan, yaitu proses menggabungkan komponen-komponen produk menjadi produk yang lebih bermanfaat.
 - d. Proses transportasi, yaitu proses memindahkan sumber atau produk dari tempat asal ke tempat dimana produk tersebut dibutuhkan.
2. Proses produksi berdasarkan tipenya, terdiri atas:
- a. Proses berkesinambungan, dimana arus masukan berlangsung terus melalui sistem produksi yang telah distandarisasi untuk menghasilkan produk yang homogen. Bentuk produk yang dihasilkan bersifat standar dan tidak tergantung pada spesifikasi pemesan. Tujuan produksi umumnya untuk persediaan kemudian dipasarkan.
 - b. Proses terputus-putus, proses yang biasanya menghasilkan produk yang berbeda-beda, prosedur yang berbeda-beda dan bahkan kadang dengan masukan yang berbeda-beda. Bentuk produknya disesuaikan dengan pesanan konsumen. Tujuan produksi adalah untuk melayani pesanan konsumen.

1. Pengendalian Produksi

Setelah menentukan spesifikasi produk yang akan dihasilkan, merancang proses dan sistem produksi, maka perlu mengorganisasikan seluruh sumberdaya yang dimiliki oleh perusahaan untuk pengendalian produksi. Pengendalian produksi, meliputi:

1. Pengendalian pembelian, agar pembelian yang dilakukan oleh perusahaan terkait dengan proses produksi lebih efisien (hemat biaya). Dalam pengendalian pembelian ini melibatkan beberapa faktor yang saling terkait, yaitu kuantitas, kualitas, harga, waktu dan pelayanan.
2. Pengendalian Persediaan, perlu dilakukan agar biaya yang dikeluarkan untuk penyimpanan dapat dikendalikan.

3. Pengendalian produksi, agar proses produksi dapat berjalan lancar, tepat waktu dan menghasilkan produk dalam kuantitas dan kualitas yang sesuai dengan yang direncanakan.
4. Pengendalian Kualitas, yang dilakukan pada setiap tahapan proses yang bertujuan untuk mencegah adanya penyimpangan terhadap standar kualitas produk yang telah ditetapkan (*quality control*).

J. Penutup

Komponen-komponen dalam sistem produksi yang terdiri dari input, proses dan output. Dengan demikian, dalam merancang sistem produksi perusahaan, ketiga komponen dijadikan sebagai pedoman. Langkah awal yang dilakukan dalam merancang suatu sistem produksi adalah perumusan tujuan secara jelas yang menuntut perusahaan telah menetapkan spesifikasi produk sesuai keinginan konsumen pasar sasaran. Selanjutnya menentukan input yang meliputi bahan, tenaga kerja, mesin/peralatan, lokasi dan biaya yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk sesuai yang ditetapkan pada langkah awal tadi. Dan langkah berikutnya adalah menentukan proses produksi yang akan digunakan untuk menghasilkan produk. Upaya- upaya yang dilakukan dengan melibatkan komponen- komponen sistem produksi tersebut perlu senantiasa dikendalikan agar apa yang diharapkan dalam proses produksi dapat tercapai.

Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kebutuhan input seperti bahan baku, tenaga kerja, mesin/peralatan, lokasi dan biaya hanya dapat dibuat perencanaannya ketika jenis produk yang akan dihasilkan beserta spesifikasinya telah ditetapkan.

BAB V

QUALITY ASSURANCE

A. Pengertian *Quality Assurance*

Implementasi *quality assurance* merupakan konsep perbaikan yang dilakukan secara terus menerus yang melibatkan semua karyawan disetiap jenjang organisasi untuk mencapai kualitas yang prima dalam semua aspek organisasi, melalui proses manajemen pendidikan (Dipietro, 2003). Ada 4 bidang penerapan *quality assurance* (Hebert

J.F. *et.al*, 2005), yang *pertama* melibatkan penggunaan *total quality management* dalam memperbaiki fungsi dan administratif perguruan tinggi. Penerapan ini berkaitan dengan perspektif pengambilan keputusan. Dalam hal ini baik rektor maupun manajer administrasi universitas perlu membuat keputusan untuk mendukung tercapainya tujuan strategis jangka panjang. Hal ini juga untuk menegaskan peranan manajerial, yaitu untuk memenuhi permintaan *customer* di masa yang akan datang.

Demikian pula untuk wewenang perlu dibagikan dan dikomunikasikan kepada staf karyawan serta pengelola fakultas sehingga mereka mampu dan bersedia merealisasikan pandangan tersebut. Penerapan yang *kedua* melibatkan pengintegrasian *total quality management* ke dalam kurikulum. Hal ini dilakukan dengan



menginternalisasikan falsafah *total quality management* tersebut ke dalam kurikulum, yaitu dengan penyampaian secara implisit falsafah dan prinsip *total quality management* oleh staf pengajar ke dalam kurikulum inti maupun kurikulum lokal. Adapun penerapan *ketiga* adalah menggunakan *total quality management* sebagai suatu metode pengajaran di kelas.

Quality assurance adalah hal yang paling kuat untuk meningkatkan efektivitas pendidikan. *Quality assurance* sebagai prinsip utama dimana pemegang peran utama pendidikan, seperti guru, kepala sekolah dan *stakeholders*: siswa, orang tua, staf administrasi sekolah, pemerintah/ yayasan, dan masyarakat, bertanggung jawab terhadap peningkatan kinerja sekolah. Untuk itu, pusat dari *quality assurance* sekolah adalah proses evaluasi diri dan perencanaan pengembangan (Birzea dkk, 2005).

Quality Assurance atau Jaminan Kualitas adalah suatu pendekatan sistematis yang bertujuan untuk memastikan bahwa suatu produk atau layanan memenuhi standar kualitas yang ditentukan sebelum diserahkan kepada pelanggan. *Quality Assurance* melibatkan serangkaian proses, kebijakan, dan praktik yang dirancang untuk memastikan bahwa setiap langkah dalam siklus pengembangan atau produksi dilakukan dengan benar dan sesuai standar.

Quality Assurance memiliki peran krusial dalam menjaga dan meningkatkan kualitas produk atau layanan. Hal ini tidak hanya memastikan kepuasan pelanggan tetapi juga dapat membantu organisasi mencapai efisiensi operasional, meningkatkan reputasi, dan meminimalkan risiko terkait dengan cacat atau ketidaksesuaian.

B. Prinsip-prinsip Utama *Quality Assurance*

1. Kepemimpinan Organisasi

Kepemimpinan yang kuat dari puncak organisasi adalah prinsip utama dalam *Quality Assurance*. Pimpinan harus secara aktif mendukung, mendorong, dan terlibat dalam implementasi sistem

Quality Assurance. Kepemimpinan yang berkomitmen terhadap kualitas menciptakan budaya organisasi yang memprioritaskan standar tinggi.

2. Orientasi pada Pelanggan

Quality Assurance menempatkan pelanggan sebagai fokus utama. Prinsip ini menekankan pentingnya memahami dan memenuhi kebutuhan serta harapan pelanggan. Setiap langkah dalam produksi atau pengembangan harus didasarkan pada pemahaman mendalam terhadap perspektif pelanggan.

3. Pendekatan Berbasis Proses

Quality Assurance mengadopsi pendekatan berbasis proses, yang berarti setiap aktivitas dalam organisasi diidentifikasi, dimonitor, dan dievaluasi sebagai bagian dari suatu proses. Pendekatan ini membantu meningkatkan efisiensi dan konsistensi dalam pelaksanaan tugas dan pekerjaan.

4. Keterlibatan Karyawan

Semua anggota organisasi, dari puncak hingga tingkat paling bawah, harus terlibat dalam upaya *Quality Assurance*. Setiap individu bertanggung jawab untuk kualitas pekerjaan mereka dan berkontribusi pada pemeliharaan standar kualitas.

5. Pendekatan Sistematis

Quality Assurance melibatkan perencanaan yang cermat, pelaksanaan prosedur standar, dan evaluasi berkelanjutan untuk memastikan kesesuaian dengan standar kualitas. Pendekatan sistematis membantu organisasi menjaga kualitas secara konsisten.

6. Perbaikan Berkelanjutan

Prinsip ini menekankan bahwa *Quality Assurance* bukan hanya tentang pemantauan dan evaluasi, tetapi juga melibatkan perbaikan berkelanjutan. Setiap ketidaksesuaian atau cacat yang diidentifikasi menjadi peluang untuk memperbaiki proses dan mencegah kejadian serupa di masa depan.

Prinsip-prinsip utama *Quality Assurance* ini bersifat saling terkait dan saling mendukung. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini secara konsisten, organisasi dapat mencapai tujuan kualitasnya, memberikan kepuasan pelanggan, dan membangun reputasi yang baik dalam pasar.

C. Tinjauan *Quality Assurance*

1. Ontologis

Tenner dan De Toro (1992:68), mengemukakan perbedaan sifat-sifat mutu barang dan jasa yang dapat dijadikan salah satu pedoman sebagai berikut:

Sifat-sifat Mutu Barang dan Jasa

Mutu Barang	Mutu Jasa
<ul style="list-style-type: none"> Objektif Konkrit Berukuran Metrik Mengutamakan perhitungan waktu penyampaian Terbuat dari materi Dapat dihitung dengan angka 	<ul style="list-style-type: none"> Subyektif Tak selalu konkrit Umumnya berukuran afektif Mengutamakan kepedulian Terutama terdiri dari non materi (reputasi, sikap, tatakrma, dan lain-lain) Umumnya tak dapat dihitung dengan angka, tapi dengan perasaan, keyakinan, dan lain-lain

Sifat Mutu Pendidikan

Kepercayaan 3 (<i>Reliability</i>)	Keterjaminan (<i>Assurance</i>)	Penampilan (<i>Tangibility</i>)	Kepedulian (<i>Empathy</i>)	Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)
<ul style="list-style-type: none"> Jujur Aman Tepat waktu Tersedia 	<ul style="list-style-type: none"> Kompeten Percaya diri Meyakinkan Objektif 	<ul style="list-style-type: none"> Bersih Sehat Buatan baik Teratur dan rapi Berpakaian rapi dan harmonis Cantik (indah) 	<ul style="list-style-type: none"> Penuh perhatian terhadap pelanggan Melayani dengan ramah dan menarik 	<ul style="list-style-type: none"> Tanggap terhadap kebutuhan pelanggan Cepat memberi responsi terhadap permintaan

			Memahami aspirasi pelanggan	pelanggan
			Berkomunikasi dengan baik dan benar	Cepatmem perhatikan dan mengatasi keluhan pelanggan
			Bersikap penuh simpati	

Dalam trilogi Juran (1989) bahwa manajemen mutu terdiri dari tiga bagian pokok, yaitu: (a) perencanaan mutu, (b) pengendalian mutu, dan (c) peningkatan mutu. Isi pokok perencanaan mutu ialah mengidentifikasi kebutuhan-kebutuhan pelanggan, menerjemahkan kebutuhan itu ke dalam program kegiatan, dan menyusun langkah-langkah dalam proses pelaksanaan program untuk menghasilkan produk yang bermutu. Penjaminan mutu dapat diselenggarakan melalui pelbagai model manajemen kendali mutu. Salah satu model manajemen yang dapat digunakan adalah model PDCA (*Plan, Do, Check, Action*) yang akan menghasilkan pengembangan berkelanjutan (*continous improvement*) atau Kaizen mutu pendidikan. Beberapa prinsip yang harus melandasi pola pikir dan pola tindak semua pelaku manajemen kendali mutu berbasis PDCA ialah:

- a. *Quality first*, yakni semua pikiran dan tindakan pengelola pendidikan harus memprioritaskan mutu;
- b. *Stakeholders-in*, yaitu semua pikiran dan tindakan pengelola pendidikan harus dtujukan pada kepuasan stakeholders;
- c. *The next process is our stakeholders*, bahwa setiap orang yang melaksnakan tugas dalam proses pendidikan, harus menganggap orang lain yang menggunakan hasil pelaksanaan tugasnya sebagai stakeholder-nya yang harus dipuaskan;
- d. *Speak with data*, bahwa setiap orang pelaksana pendidikan harus melakukan tindakan dan mengambil keputusan berdasarkan analisis data yang telah diperolehnya terlebih dahulu, bukan berdasarkan pengandaian atau rekayasa;

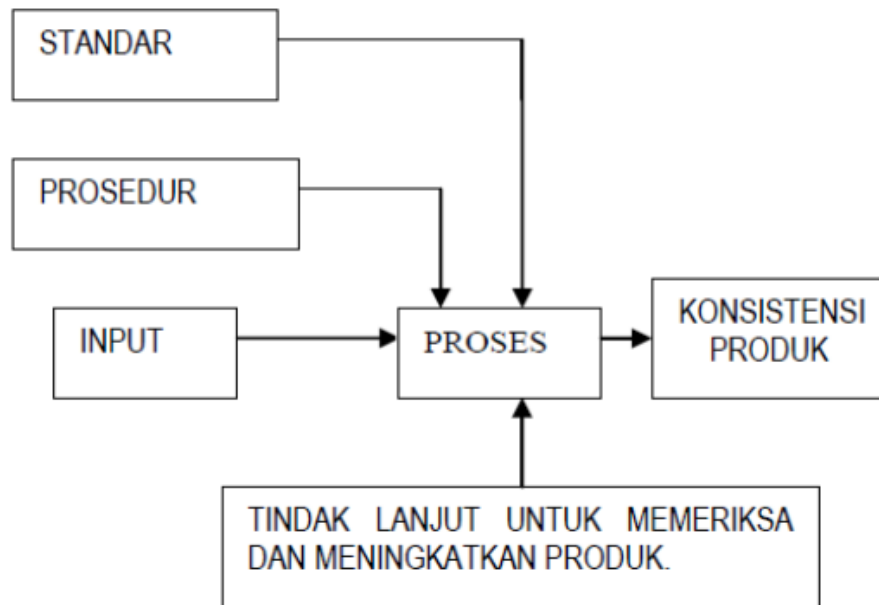
e. *Upstream management*, bahwa semua pengambilan keputusan *di* dalam proses pendidikan dilakukan secara partisipatif, bukan birokratik.

2. Epistemologi

Dasar epistemologis penjaminan mutu pendidikan tinggi diperlukan dalam rangka pengembangan ilmu secara produktif dan bertanggung jawab. Secara epistemologis penjaminan mutu merupakan suatu proses. Proses penjaminan mutu di Perguruan Tinggi bermula ketika Perguruan Tinggi tersebut melakukan evaluasi diri dengan menggunakan pendekatan *L-RAISE* (Kepemimpinan, Relevansi, Suasana Akademik, Manajemen Internal & Organisasi, Keberlanjutan, Efisiensi dan Produktivitas). *L-RAISE* merupakan isu strategis untuk menjaga keberlangsungan dan pengembangan Perguruan Tinggi.

Menurut Hedwig dan Polla (2006), Penjaminan mutu di perguruan tinggi (PT) bisa dilakukan baik secara menyeluruh maupun dalam bentuk berjenjang. Yang dimaksud dengan menyeluruh berarti seluruh proses yang terkait di dalam PT tersebut seperti penerimaan mahasiswa baru, perkuliahan, hingga proses meluluskan mahasiswa dijamin mutunya. Sedangkan yang dimaksud dengan bertahap adalah PT bisa melakukan penjaminan bukan seluruh proses yang dilakukan PT melainkan hanya Tri Dharma (pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat) atau hanya salah satu dharma saja. Dalam penerapan program penjaminan mutu, proses yang terjadi menggambarkan semua kegiatan yang menjamin produk yang dihasilkan melalui proses yang dijanjikan. Untuk lebih jelasnya dapat digambarkan dalam bentuk bagan sebagai berikut:

Proses Penjaminan Mutu



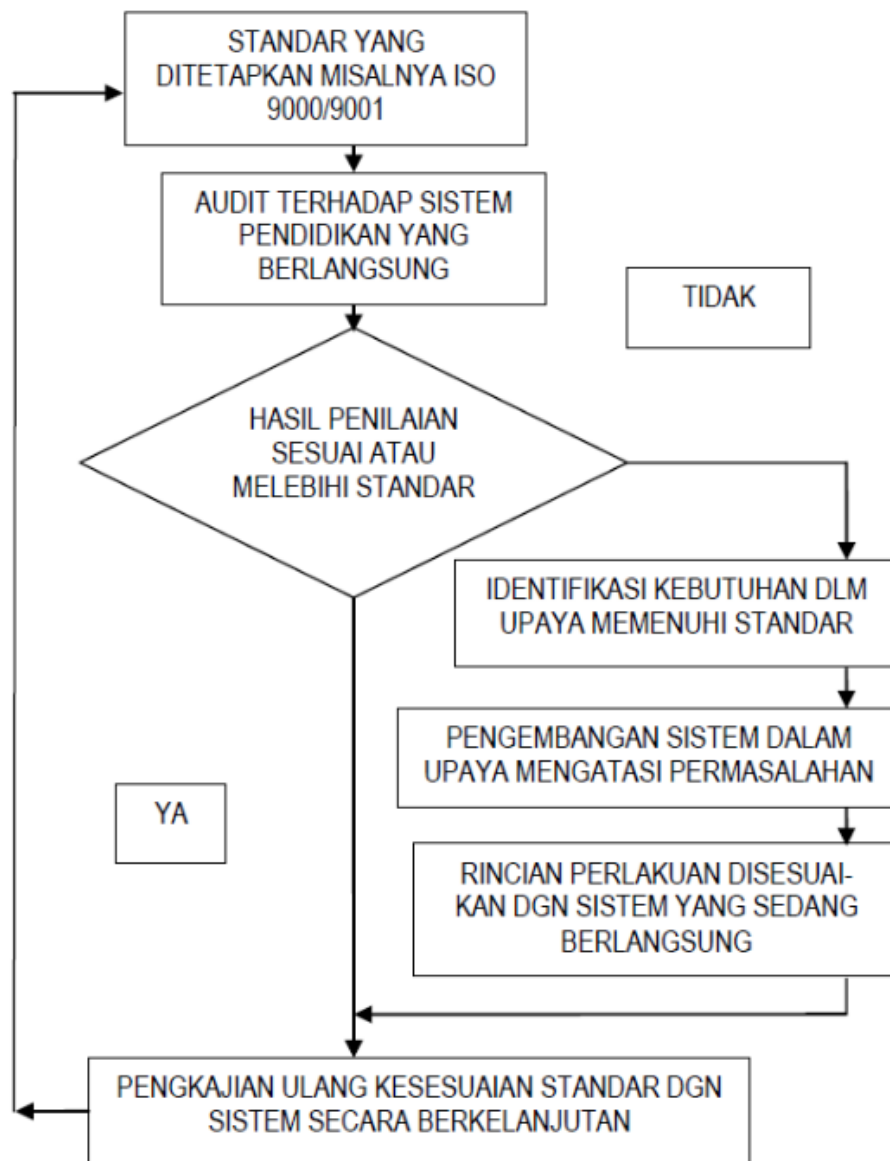
Proses penjaminan mutu dimulai dengan penetapan standar, prosedur dan input suatu sistem, sementara produk dari proses penjaminan mutu tersebut adalah konsistensi antara standar, prosedur dalam proses dengan standar, prosedur dalam input yang telah ditetapkan sebelumnya. Derajat konsistensi antara berbagai standar mutu yang dijanjikan dalam input dengan pelaksanaan dalam proses, merupakan umpan balik dalam menindaklanjuti terutama untuk memeriksa dan meningkatkan kualitas pendidikan yang sedang dilaksanakan. Selain itu semua faktor yang terkait dengan proses produksi harus dikelola sedemikian rupasehingga menjamin produk yang dihasilkan serta memenuhi bahkan melebihi keinginan dan harapan pelanggan. Penerapan pendekatan manajemen itu tidak lagi memerlukan pengendalian mutu setelah produk dihasilkan, melainkan semua sumber daya dan faktor yang terkait dengan proses produksi dikelola agar terjamin dihasilkan produk yang bermutu, yakni produk yang sesuai/melebihi keinginan, harapan, dan kebutuhan pelanggan (Mohammad Ali, 2000:31). Menurut Peter Cuttance

(Mohammad Ali, 2000:32) menyarankan agar fokus penjaminan mutu dimunculkan dari jawaban atas pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

- a. Bagaimanakah tugas yang harus dilakukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap pendidikan, yang dijalankan oleh sekolah/ perguruan tinggi dalam menentukan prioritas, yaitu tercapainya hasil belajar?
- b. Apa yang ingin dicapai oleh sekolah/ perguruan tinggi berkaitan dengan relevansi misi sekolah/ perguruan tinggi dengan kebutuhan masyarakat terhadap pendidikan? dan apa yang perlu dilakukan oleh sekolah/ perguruan tinggi selama kurun waktu 3-4 tahun dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat secara lebih baik ?
- c. Keberhasilan apa yang telah dicapai oleh sekolah/ perguruan tinggi? Bagaimana sekolah/ perguruan tinggi mengetahui bahwa keberhasilan yang telah dicapai adalah sesuai dengan apa yang telah direncanakan? Bagaimana sekolah merespon tentang keberhasilan yang telah dicapainya?

Beberapa langkah yang dapat dijadikan pedoman bagi para pengelola pendidikan di sekolah terdiri dari beberapa tahapan. Diantaranya yaitu: (1) penetapan standar, (2) pengujian atau audit mengenai sistem pendidikan yang sedang berlangsung, (3) penyimpulan tentang ada tidaknya kesenjangan antara sistem yang ada dengan standar yang ditetapkan. Langkah sistematis alur tersebut untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Alur Penjaminan Mutu



Proses penjaminan mutu harus dilaksanakan atas dasar prinsip-prinsip berikut:

- a. Mutu bukan hanya menjadi tanggung jawab pimpinan melainkan menjadi tanggung jawab semua orang dalam organisasi.
- b. Melakukan tindakan yang benar pada tahapan pertama berarti mencegah terjadinya kesalahan. Menunda pekerjaan

3 dapat berakibat fatal bagi seluruh proses manajemen. Oleh karenanya pencegahan lebih baik dibanding dengan menanggulangi dan memperbaiki kesalahan.

- c. Keberhasilan melaksanakan manajemen pada suatu proses sangat ditentukan oleh iklim organisasi, yaitu komunikasi dan tim kerja yang kompak. Dengan berkomunikasi dan bekerjasama semua orang mengetahui apa yang seharusnya dikerjakan, bagaimana mengerjakan, kapan waktu yang tepat, dimana dan dengan siapa setiap orang harus berhubungan

3. Aksiologis

Kemanfaatan penjaminan mutu pendidikan tinggi tidak hanya perlu sebagai ilmu yang otonom tetapi juga diperlukan untuk memberikan dasar yang sebaik-baiknya bagi pendidikan sebagai proses peningkatan kualitas sumber daya manusia. Oleh karena itu nilai ilmu penjaminan mutu pendidikan tidak hanya bersifat intrinsik sebagai ilmu, melainkan juga nilai ekstrinsik dan ilmu untuk menelaah dasar-dasar kemungkinan bertindak dalam praktek melalui kontrol terhadap pengaruh yang negatif dan meningkatkan pengaruh yang positif dalam pendidikan. Dengan demikian kajian tentang penjaminan mutu pendidikan tinggi sarat dengan nilai yang perlu dikaji secara komprehensif. Konsep penjaminan mutu pendidikan tinggi, memberikan beberapa implikasi diantaranya:

- a. Perlunya implementasi dan penyempurnaan Standar Nasional Pendidikan (SNP) dan Penguatan Peran Badan BSNP.
- b. Perlunya pengawasan dan penjaminan mutu secara terprogram dengan mengacu pada SNP; untuk mewujudkan sistem pengawasan dan penjaminan mutu secara berkelanjutan.
- c. Perlunya perluasan dan peningkatan mutu akreditasi oleh BAN-PT; yang merupakan kebijakan strategis dalam penilaian kelayakan perguruan tinggi berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan.

- d. Perlunya pengembangan tenaga akademik (dosen) sebagai profesi; merupakan kebijakan yang strategis dalam rangka membenahi persoalan dosen secara mendasar.
- e. Perlunya pengembangan kompetensi pendidik dan tenaga kependidikan; peningkatan kualitas pendidik dan tenaga kependidikan dilaksanakan dengan pemetaan profil kompetensi pendidik dan tenaga kependidikan dikaitkan dengan SNP.
- f. Perlunya perbaikan dan pengembangan sarana dan prasarana; merupakan kegiatan strategis yang ditujukan untuk rehabilitasi dan rekonstruksi sarana dan prasarana pendidikan untuk meningkatkan keamanan/keselamatan, kenyamanan, dan kualitas proses pembelajaran.
- g. Perlunya perluasan pendidikan kecakapan hidup; merupakan kegiatan strategis dalam peningkatan mutu dan relevansi pendidikan yang mencakup pengembangan pendidikan kecakapan hidup yang disesuaikan dengan kebutuhan peserta didik dalam rangka pengembangan kompetensi, kepribadian, kewarganegaraan, intelektual, estetika, dan kinetik pada berbagai satuan, jenis, jenjang, dan jalur pendidikan.
- h. Perlunya pembangunan perguruan tinggi bertaraf internasional; untuk meningkatkan daya saing bangsa, perlu dikembangkan perguruan tinggi bertaraf internasional pada tingkat kabupaten/kota melalui kerja sama yang konsisten antara pemerintah dengan pemerintah kabupaten/kota.
- i. Perlunya pengembangan satuan pendidikan pada perguruan tinggi yang sesuai dengan kualifikasi kompetensi untuk memasuki pasar tenaga kerja.
- j. Perlunya pengembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam pendidikan; kegiatan ini berupa pengembangan sistem, metode, dan materi pembelajaran dengan menggunakan *ICT*. Kegiatan ini juga akan mengembangkan

sistem jaringan informasi perguruan tinggi, infrastruktur dan SDM untuk mendukung implementasinya, baik untuk kepentingan manajemen pendidikan maupun proses pembelajaran.

- k. Perlunya peran serta aktif dari masyarakat, dalam hal ini *stakeholders* eksternal, agar produk perguruan tinggi yang dihasilkan sesuai dengan harapan dan tuntutan lapangan

D. Tantangan *Quality Assurance*

kerja.

Quality Assurance (QA) menghadapi sejumlah tantangan yang perlu diatasi agar dapat memastikan keberhasilan pengembangan perangkat lunak. Keterbatasan waktu dan sumber daya seringkali menjadi hambatan utama, terutama ketika tekanan untuk mempercepat siklus pengembangan meningkat. Selain itu, perubahan yang sering dalam persyaratan proyek dapat mengakibatkan kesulitan dalam menjaga stabilitas pengujian. Pengujian integrasi dalam proyek yang kompleks juga dapat menjadi tantangan, mengharuskan upaya yang substansial untuk mengintegrasikan berbagai komponen dengan harmonis.

Ketergantungan yang tinggi pada otomatisasi pengujian membawa tantangan tersendiri, terutama dalam hal pemeliharaan skrip otomatisasi. Prediksi perilaku pengguna yang sebenarnya dan menciptakan skenario pengujian yang lengkap dapat sulit dilakukan, terutama ketika aplikasi digunakan dalam skenario yang tidak dapat diprediksi. Pengujian keamanan dan performa juga memerlukan perhatian khusus, sedangkan lingkungan yang berbeda dan konfigurasi antara tim pengembang, QA, dan produksi dapat menimbulkan masalah ketika aplikasi dipindahkan antarlingkungan. Kesadaran dan pemahaman terkait praktik QA di seluruh tim juga menjadi tantangan, memerlukan upaya untuk meningkatkan tingkat pengetahuan dan kesadaran terkait QA di seluruh organisasi. Mengatasi tantangan-tantangan ini memerlukan pendekatan holistik, komitmen terhadap praktik-praktik QA yang baik, dan kemampuan untuk beradaptasi dengan dinamika perubahan proyek.

Quality Assurance (QA) memiliki tantangan-tantangan tertentu yang harus diatasi untuk memastikan keberhasilan pengembangan perangkat lunak dan penerapan praktik QA yang efektif. Berikut adalah beberapa tantangan umum dalam QA:

1. Keterbatasan Waktu dan Sumber Daya:
Salah satu tantangan utama dalam QA adalah keterbatasan waktu dan sumber daya. Adakalanya tekanan waktu untuk mempercepat siklus pengembangan dapat mengorbankan waktu yang diperlukan untuk pengujian yang menyeluruh.
2. Perubahan Persyaratan yang Sering:
Persyaratan proyek yang sering berubah atau tidak stabil dapat menyulitkan upaya QA. Perubahan yang terlalu sering dapat menghambat proses pengujian dan menuntut perubahan konstan pada skenario pengujian.
3. Kesulitan dalam Pengujian Integrasi:
Pengujian integrasi, terutama dalam proyek yang kompleks, dapat menjadi tantangan. Mengintegrasikan berbagai komponen dan memastikan bahwa mereka berfungsi secara harmonis dapat memerlukan upaya yang substansial.
4. Tingkat Ketergantungan pada Otomatisasi:
Meskipun otomatisasi pengujian adalah praktik yang sangat diinginkan, mengelola dan memelihara skrip otomatisasi dapat menjadi tantangan tersendiri. Ketidakmampuan untuk memelihara skrip otomatisasi dengan efektif dapat mengurangi manfaat otomatisasi.
5. Ketidakpastian dalam Perilaku Pengguna:
Memprediksi perilaku pengguna yang sebenarnya dapat menjadi sulit. Beberapa aplikasi perangkat lunak digunakan dalam skenario yang tidak dapat diprediksi dengan baik, sehingga mempersulit pembuatan skenario pengujian yang lengkap.

6. **Ketergantungan pada Data Produksi:**
Dalam beberapa kasus, pengujian memerlukan akses ke data produksi, dan menciptakan lingkungan yang serupa dengan produksi dapat menjadi tantangan. Data produksi yang tidak tersedia atau sulit direplikasi dapat membatasi pengujian.
7. **Kesulitan dalam Pengujian Performa dan Skalabilitas:**
Pengujian performa dan skalabilitas melibatkan menilai kinerja aplikasi di bawah beban yang tinggi. Menciptakan skenario yang mereplikasi beban dunia nyata dan mengukur kinerja dengan akurat dapat menjadi tantangan.
8. **Kesulitan dalam Pengujian Keamanan:**
Keamanan perangkat lunak menjadi semakin penting, dan pengujian keamanan seringkali rumit. Identifikasi kerentanan keamanan, melakukan pengujian penetrasi, dan mengatasi masalah keamanan dapat menjadi tantangan tersendiri.
9. **Kesulitan dalam Pengujian UI dan Pengalaman Pengguna:**
Pengujian antarmuka pengguna (UI) dan pengalaman pengguna (UX) melibatkan penilaian aspek subjektif. Menilai kenyamanan pengguna, navigasi, dan desain dapat memerlukan pendekatan yang lebih kualitatif.
10. **Perbedaan Lingkungan dan Konfigurasi:**
Lingkungan dan konfigurasi yang berbeda antara pengembang, QA, dan produksi dapat menyebabkan masalah ketika aplikasi dipindahkan dari satu lingkungan ke lingkungan lainnya. Memastikan keseragaman di seluruh lingkungan adalah tantangan.
11. **Pentingnya Pendidikan dan Kesadaran QA:**
Terkadang, organisasi menghadapi tantangan dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran terkait praktik-praktik QA di seluruh tim pengembangan. Kesenjangan pengetahuan dan kesadaran dapat menghambat efektivitas QA.

Mengatasi tantangan-tantangan ini memerlukan komitmen yang kuat terhadap praktik QA yang baik, investasi dalam otomatisasi yang efisien, dan kesiapan untuk beradaptasi dengan perubahan persyaratan proyek. Melibatkan tim QA sejak awal dalam siklus pengembangan juga dapat membantu mengidentifikasi dan mengatasi tantangan lebih efektif.



BAB VI

INOVASI DAN PENCIPTAAN NILAI

A. Inovasi

1. Definisi Inovasi

Inovasi adalah suatu ide, gagasan, atau cara baru yang dihasilkan melalui proses kreatif dan inovatif. Inovasi dapat berupa produk, proses, atau sistem yang baru atau perbaikan dari produk, proses, atau sistem yang sudah ada sebelumnya. Inovasi merupakan proses/cara atau output/produk baru yang dikembangkan dan memberikan nilai bagi penggunanya. Kemampuan inovasi berhubungan erat dengan kreativitas

Inovasi adalah hal yang tak terelakan dalam dunia wirausaha. Dengan inovasi, terbuka peluang untuk diversifikasi produk atau jasa sekaligus memperlebar pangsa pasar. Apalagi, lingkungan bisnis yang kompetitif dan dinamis menuntut wirausaha untuk selalu adaptif dan mencari terobosan terbaru. Karakter cepat puas diri akan membawa bisnis menuju kemunduran. Maka, inovasi adalah jawaban untuk wirausaha yang sukses

Inovasi dapat diartikan juga sebagai penciptaan nilai baru yang memberikan manfaat bagi pengguna, perusahaan, atau masyarakat. Inovasi dapat memberikan manfaat dalam berbagai aspek, seperti peningkatan efisiensi, efektivitas, produktivitas, kualitas, atau kepuasan konsumen.

2. Jenis-jenis Inovasi

Inovasi dapat diklasifikasikan berdasarkan berbagai kriteria, seperti:

- a. Berdasarkan objeknya, inovasi dapat dibagi menjadi:
 - 1) Inovasi produk, yaitu inovasi yang menghasilkan produk baru atau perbaikan dari produk yang sudah ada sebelumnya.
 - 2) Inovasi proses, yaitu inovasi yang menghasilkan proses baru atau perbaikan dari proses yang sudah ada sebelumnya.
 - 3) Inovasi sistem, yaitu inovasi yang menghasilkan sistem baru atau perbaikan dari sistem yang sudah ada sebelumnya.
- b. Berdasarkan tingkat kedalamannya, inovasi dapat dibagi menjadi:
 - 1) Inovasi incremental, yaitu inovasi yang bersifat menyempurnakan atau memperbaiki produk, proses, atau sistem yang sudah ada sebelumnya.
 - 2) Inovasi radikal, yaitu inovasi yang bersifat menciptakan produk, proses, atau sistem baru yang belum pernah ada sebelumnya.
 - 3) Berdasarkan arahnya, inovasi dapat dibagi menjadi:
 - 4) Inovasi internal, yaitu inovasi yang dilakukan oleh perusahaan sendiri.
 - 5) Inovasi eksternal, yaitu inovasi yang dilakukan oleh perusahaan dengan bekerja sama dengan pihak lain, seperti universitas, lembaga penelitian, atau perusahaan lain.

Kuratko (dalam Frederick, Kuratko & Hodgetts, 2006) membagi sumber inovasi menjadi delapan jenis, yakni:

a. Tren

Menandakan pergeseran dalam paradigma terkini (atau pemikiran terkini) dari mayoritas penduduk. Mengamati tren dengan saksama akan membuat wirausaha mampu untuk mengenali peluang potensial. Tren harus diamati dalam masyarakat, pemerintahan, ekonomi dan teknologi.

b. Peristiwa tak terduga

Bisa berupa keberhasilan atau kegagalan yang karena tidak direncanakan sering terbukti menjadi sumber inovasi besaryang mengejutkan.

c. Kesenjangan

Terjadi saat sebuah jurang perbedaan ditemui antara kenyataan dan harapan.

d. Kebutuhan proses

Kebutuhan ini ada saat sebuah jawaban terhadap sebuah kebutuhan tertentu diperlukan. Wirausahawan harus menemukan sebuah solusi inovatif atau “peredakakit”.

Pergeseran terus menerus dalam pasar disebabkan oleh perkembangan seperti sikap konsumen, perkembangan dalam teknologi dan pertumbuhan industri. Industri dan pasar selalu mengalami perubahan dalam hal struktur, desain, atau definisi.

a. Perubahan kependudukan.

Berasal dari perubahan tren dalam masyarakat, usia, pendidikan, pekerjaan, lokasi geografis dan faktor lain yang sejenis. Pergeseran demografis penting dan sering memberikan peluang berbisnis yang belum terpikirkan sebelumnya. Misalnya, saat jumlah penduduk usia lanjut meningkat di suatu wilayah karena makin banyaknya pensiunan, pengembangan lahan, industri perawatan

kesehatan dan rekreasi menjadi bidang-bidang bisnis yang menguntungkan.

- b. Perubahan persepsi Merupakan perubahan yang terjadi dalam interpretasi fakta dan konsep masyarakat mengenai suatu isu.

Perubahan ini tak berwujud tetapi sangat bermakna. Persepsi bisa menimbulkan pergeseran besar dalam ide yang ingin diwujudkan dengan sukses.

- c. Konsep berdasarkan pengetahuan

Merupakan pondasi penciptaan atau pengembangan dari sesuatu yang baru sama. Penemuan baru biasanya berdasarkan pada pengetahuan. Penemuan juga merupakan sebuah produk pemikiran baru, metode baru dan pengetahuan baru. Inovasi seperti ini sering membutuhkan periode waktu yang lama antara waktu memulai dan implementasi di pasar karena harus diuji dan dimodifikasi agar lebih sempurna.

3. Tahapan Inovasi

Tahapan inovasi melibatkan serangkaian langkah yang perlu diambil untuk menciptakan dan mengimplementasikan ide-ide baru atau perubahan yang signifikan. Berikut adalah beberapa tahapan umum dalam proses inovasi:

- a. Identifikasi Peluang Inovasi

- 1) Analisis pasar dan pemahaman kebutuhan pelanggan.
- 2) Mengidentifikasi peluang atau masalah yang membutuhkan solusi.
- 3) Menilai tren industri dan perkembangan terkini.

- b. Penelitian dan Pengembangan (R&D)

- 1) Melibatkan kegiatan penelitian dan eksperimen untuk menghasilkan ide dan solusi baru.
- 2) Pengembangan prototipe dan uji coba konsep.
- 3) Investigasi teknologi baru atau metode produksi yang dapat meningkatkan produk atau layanan.

- c. **Konseptualisasi Ide**
 - 1) Membuat konsep-konsep awal berdasarkan peluang atau masalah yang diidentifikasi.
 - 2) Pengembangan ide menjadi rencana yang dapat diimplementasikan.
 - 3) Menggabungkan pemikiran kreatif dengan pemahaman bisnis.
- d. **Evaluasi Konsep**
 - 1) Mengukur potensi keberhasilan dan dampak konsep.
 - 2) Melakukan analisis risiko dan keuntungan.
 - 3) Memeriksa kecocokan dengan strategi bisnis dan tujuan organisasi.
- e. **Pengembangan Prototipe**
 - 1) Membangun prototipe atau model awal untuk menguji fungsionalitas dan desain.
 - 2) Mendapatkan umpan balik dari pemangku kepentingan dan melakukan perbaikan jika diperlukan.
 - 3) Menilai kelayakan produksi massal.
- f. **Implementasi Inovasi**
 - 1) Melibatkan penerapan ide atau solusi dalam skala penuh.
 - 2) Mengelola perubahan organisasi yang diperlukan.
 - 3) Memastikan integrasi yang mulus dengan operasi yang sudah ada.
- g. **Uji Coba dan Evaluasi**
 - 1) Melakukan uji coba terbatas untuk mengidentifikasi potensi masalah atau perbaikan yang diperlukan.
 - 2) Mengevaluasi kinerja dan respons pelanggan.
 - 3) Menggunakan umpan balik untuk penyempurnaan lebih lanjut.
- h. **Pengembangan Strategi Pemasaran**
 - 1) Membuat strategi pemasaran yang inovatif untuk memperkenalkan produk atau layanan baru.

- 2) Menentukan cara terbaik untuk menyampaikan nilai tambah kepada pelanggan.
 - 3) Melibatkan tim pemasaran dalam proses pengembangan.
- i. Peluncuran dan Pemantauan
 - 1) Meluncurkan produk atau layanan baru ke pasar.
 - 2) Memantau kinerja dan menerima umpan balik pelanggan.
 - 3) Siap untuk membuat penyesuaian jika diperlukan.
 - j. Iterasi dan Perbaikan
 - 1) Terus memantau kinerja dan merespons perubahan di pasar.
 - 2) Bersikap fleksibel dan siap untuk melakukan perbaikan atau perubahan iteratif.
 - 3) Mendorong budaya pembelajaran dan inovasi berkelanjutan.

B. Penciptaan Nilai

1. Definisi Penciptaan Nilai

Penciptaan nilai adalah proses menghasilkan sesuatu yang bermanfaat dan bernilai bagi pengguna. Penciptaan nilai dapat dilakukan dengan berbagai cara, seperti melalui inovasi, efisiensi, efektivitas, atau kepuasan konsumen. Penciptaan nilai dalam konteks bisnis merupakan suatu proses holistik di mana perusahaan berusaha untuk memberikan nilai tambah yang signifikan bagi pelanggan, pemangku kepentingan, dan organisasi itu sendiri. Pentingnya pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pelanggan menjadi langkah awal, memungkinkan perusahaan untuk merancang produk atau layanan yang tidak hanya memenuhi tetapi juga melampaui harapan pelanggan. Inovasi, baik dalam pengembangan produk maupun penyediaan layanan, menjadi elemen kunci dalam menciptakan nilai yang berkelanjutan. Kualitas produk atau layanan yang tinggi,

efisiensi operasional, dan pengembangan keunggulan kompetitif turut berperan dalam membentuk nilai yang diberikan kepada pelanggan. Hubungan yang kuat dengan pelanggan, baik melalui layanan pelanggan yang responsif maupun program loyalitas, juga memperkuat penciptaan nilai jangka panjang. Selain itu, kesadaran dan tanggung jawab sosial perusahaan, bersama dengan kemampuan untuk merespons perubahan pasar, memberikan dimensi tambahan dalam menciptakan nilai yang memiliki dampak positif pada masyarakat dan lingkungan. Dengan demikian, penciptaan nilai bukan hanya menjadi strategi bisnis, melainkan juga landasan untuk pertumbuhan berkelanjutan, kepuasan pelanggan, dan integritas bisnis.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penciptaan Nilai
Penciptaan nilai dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain:
 - a. Inovasi. Inovasi merupakan faktor utama dalam penciptaan nilai. Inovasi dapat meningkatkan efisiensi, efektivitas, atau menciptakan produk atau layanan baru yang memberikan manfaat bagi pengguna.
 - b. Efisiensi. Efisiensi merupakan salah satu cara untuk menciptakan nilai. Efisiensi dapat mengurangi biaya produksi, waktu, atau tenaga kerja, sehingga dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan.
 - c. Efektivitas. Efektivitas merupakan salah satu cara untuk menciptakan nilai. Efektivitas dapat meningkatkan kualitas, produktivitas, atau kepuasan konsumen, sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.
 - d. Kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan faktor penting dalam penciptaan nilai. Konsumen yang puas akan lebih loyal dan bersedia membayar lebih untuk produk atau layanan yang ditawarkan.

C. Manfaat Inovasi dan Penciptaan Nilai

Inovasi dan penciptaan nilai memiliki berbagai manfaat, antara lain:

1. Meningkatkan daya saing perusahaan. Inovasi dan penciptaan nilai dapat meningkatkan daya saing perusahaan dengan cara:
2. Menciptakan produk atau layanan baru yang unik dan berbeda dari produk atau layanan pesaing.
3. Meningkatkan efisiensi dan efektivitas perusahaan, sehingga dapat menurunkan biaya dan meningkatkan profitabilitas.
4. Meningkatkan kepuasan konsumen, sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.
5. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Inovasi dan penciptaan nilai dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan cara:
6. Menciptakan produk atau layanan baru yang bermanfaat bagi masyarakat.
7. Meningkatkan produktivitas dan efisiensi, sehingga dapat menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat.
8. Meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

D. Hubungan Inovasi dan Penciptaan Nilai

Inovasi dan penciptaan nilai memiliki hubungan yang erat. Inovasi merupakan salah satu cara untuk menciptakan nilai baru. Inovasi yang berhasil dapat memberikan manfaat bagi pengguna, perusahaan, atau masyarakat.

Inovasi dapat menciptakan nilai baru dengan cara:

1. Meningkatkan efisiensi. Inovasi dapat meningkatkan efisiensi dengan cara mengurangi biaya produksi, waktu, atau tenaga kerja.

2. Meningkatkan efektivitas. Inovasi dapat meningkatkan efektivitas dengan cara meningkatkan kualitas, produktivitas, atau kepuasan konsumen.
3. Menciptakan produk atau layanan baru. Inovasi dapat menciptakan produk atau layanan baru yang belum pernah ada sebelumnya.

E. Masa Depan Inovasi dan Penciptaan Nilai

Masa depan inovasi dan penciptaan nilai melibatkan keterlibatan berkelanjutan dan kolaborasi terbuka sebagai landasan untuk merespons dan memberikan solusi terhadap tantangan global dan dinamika bisnis yang terus berubah. Organisasi yang mampu menyesuaikan diri dan membentuk ekosistem inovatif akan mendominasi di era inovasi berkelanjutan ini.

1. Inovasi Berkelanjutan
 - a. Pentingnya Berkelanjutan dalam Inovasi
 - 1) Perubahan iklim dan kebutuhan sumber daya yang berkelanjutan mendorong organisasi untuk mengintegrasikan aspek keberlanjutan dalam inovasi mereka.
 - 2) Fokus pada pengembangan solusi yang tidak hanya memberikan nilai ekonomis, tetapi juga menghormati lingkungan dan mendukung keberlanjutan planet.
 - b. Keterlibatan dalam Solusi untuk Masalah Global
 - 1) Inovasi diarahkan untuk mengatasi tantangan global seperti perubahan iklim, krisis energi, dan masalah kesehatan masyarakat.
 - 2) Organisasi diterapkan sebagai agen perubahan positif, menciptakan solusi yang dapat berkontribusi pada perbaikan masalah global dan kesejahteraan umum.

2. Kolaborasi dan Open Innovation
 - a. Manfaat Kolaborasi dengan Pihak Eksternal
 - 1) Kolaborasi dengan mitra eksternal, baik itu perusahaan, lembaga riset, atau pemerintah, memberikan akses ke keahlian dan sumber daya tambahan.
 - 2) Dapat mempercepat pengembangan produk atau layanan melalui kombinasi kekuatan dan sumber daya dari berbagai pihak.
 - b. Open Innovation sebagai Strategi untuk Mengakses Ide dari Luar
 - 1) Pendekatan terbuka terhadap inovasi memungkinkan organisasi untuk mendapatkan ide dan perspektif dari luar perbatasan perusahaan mereka.
 - 2) Melibatkan komunitas, pelanggan, dan bahkan pesaing dalam proses inovasi dapat meningkatkan keberhasilan dan penerimaan produk atau layanan baru.
 - c. Platform Kolaboratif dan Ekosistem Inovasi
 - 1) Munculnya platform kolaboratif yang memfasilitasi pertukaran ide dan sumber daya antara berbagai pemangku kepentingan.
 - 2) Pembentukan ekosistem inovasi di mana berbagai entitas berpartisipasi dalam siklus inovasi, mendorong pertumbuhan dan transformasi yang berkelanjutan.
 - d. Open Source dan Berbagi Pengetahuan
 - 1) Meningkatnya penerapan konsep open source dalam pengembangan teknologi dan perangkat lunak.
 - 2) Berbagi pengetahuan sebagai cara untuk mempercepat kemajuan dan memastikan akses yang lebih luas terhadap solusi inovatif.
3. Tantangan dan Peluang
 - a. Tantangan keamanan data dan keamanan kekayaan intelektual dalam kolaborasi terbuka.

- b. Diperlukan kebijakan yang mendukung dan lingkungan bisnis yang menghargai dan mendorong kolaborasi.
- c. Kesempatan untuk menciptakan solusi holistik yang lebih efektif dan berkelanjutan melalui kerja sama lintas batas.

F. Kesimpulan

Inovasi dan penciptaan nilai merupakan hal yang penting bagi perusahaan dan masyarakat. Inovasi dapat menciptakan nilai baru yang memberikan manfaat bagi pengguna, perusahaan, atau masyarakat. Penciptaan nilai dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain inovasi, efisiensi, efektivitas, dan kepuasan konsumen.

BAB VII

ETIKA DALAM BERWIRAUSAHA

A. Pengertian Etika dan Etika Bisnis

Etika adalah disiplin ilmu yang mempertimbangkan prinsip-prinsip moral dan perilaku yang dianggap benar atau salah dalam suatu konteks tertentu. Etika adalah keyakinan pribadi seseorang mengenai apakah suatu perilaku, tindakan, atau keputusan benar atau salah (Griffin, 2003). Etika merujuk pada kajian tentang prinsip-prinsip moral yang mengatur perilaku manusia dan menilai apa yang dianggap benar atau salah dalam suatu konteks. Ini melibatkan pemikiran kritis tentang nilai-nilai, norma, dan prinsip moral yang membentuk dasar keputusan dan tindakan seseorang atau suatu kelompok. Etika membahas pertanyaan tentang moralitas, integritas, dan tanggung jawab, menciptakan dasar bagi individu dan komunitas untuk hidup bersama secara harmonis.

Etika Bisnis, di sisi lain, adalah penerapan prinsip-prinsip etika dalam konteks dunia bisnis. Ini mencakup nilai-nilai moral dan standar perilaku yang memandu keputusan dan tindakan dalam lingkungan bisnis. Etika bisnis menuntut adanya integritas,

kejujuran, dan tanggung jawab sosial dalam menjalankan operasi bisnis. Bisnis yang beretika tinggi tidak hanya fokus pada pencapaian tujuan finansial, tetapi juga memperhatikan dampaknya terhadap pelanggan, karyawan, masyarakat, dan lingkungan. Prinsip-prinsip etika bisnis membentuk landasan untuk membangun reputasi yang baik, memperoleh kepercayaan pemangku kepentingan, dan menciptakan keberlanjutan jangka panjang. Dengan mendasarkan diri pada etika bisnis, organisasi dapat membentuk budaya yang berfokus pada keberlanjutan, keadilan, dan keberlanjutan dalam semua aspek operasionalnya.

Menurut Heru (2009), ada beberapa kelompok stakeholder yang dapat mempengaruhi keputusan bisnis demi kelangsungan hidup perusahaan, antara lain:

1. **Konsumen.** Konsumen berkepentingan terhadap perilaku etis perusahaan berhubungan dengan produk yang dikonsumsi seperti: harga produk yang wajar, jaminan pemakaian produk dan kejujuran. Perusahaan yang memiliki etika tinggi akan mendapatkan rasa hormat serta kepercayaan dari pelanggan.
2. **Karyawan.** Karyawan merupakan sumber ekonomi perusahaan yang penting, oleh karena karyawan berkepentingan terhadap kemampuan perusahaan untuk menjaga kelancaran bekerja, kehidupan dan kesejahteraan karyawan.
3. **Investor.** Investor berkepentingan terhadap jaminan pengembalian dana yang diinvestasikan dalam kegiatan usaha (return on investment), baik dalam bentuk dividen, tambahan kekayaan maupun tambahan kepemilikan.
4. **Pemilik dan manajemen.** Pemilik dan manajemen berkepentingan untuk menjalankan operasional perusahaan secara lancar, mampu mendatangkan manfaat kepada pemilik, manajemen serta stakeholder lainnya.
5. **Pemasok bahan baku.** Pemasok bahan berkepentingan terhadap perilaku etis berhubungan dengan kemampuan perusahaan

untuk memberikan jaminan kelancaran hubungan dengan pemasok, seperti: kewajaran harga bahan, ketepatan pembayaran, berlaku adil terhadap sesama pemasok. Selain beberapa stakeholder tersebut, beberapa unsur stakeholder yang juga memiliki kepentingan terhadap perilaku etis adalah organisasi pekerja, pemerintah, kalangan perbankan, investor, masyarakat dan kelompok mitra usaha.

B. Etika dalam Berwirausaha

Etika dalam berwirausaha adalah seperangkat prinsip moral yang harus dipatuhi oleh seorang wirausahawan dalam menjalankan bisnisnya. Etika ini penting untuk diterapkan karena dapat membantu seorang wirausahawan untuk mencapai kesuksesan dalam bisnisnya, baik dari segi finansial maupun sosial.

Etika dalam berwirausaha merupakan pondasi moral yang membimbing tindakan dan keputusan para wirausahawan dalam menjalankan usaha mereka. Hal ini melibatkan penerapan nilai-nilai moral dan prinsip-prinsip etika dalam setiap aspek operasional. Para wirausahawan yang mengutamakan etika menjunjung tinggi integritas, memastikan keadilan dan kesetaraan dalam lingkungan bisnis, dan bertanggung jawab terhadap dampak sosial serta lingkungan dari operasi mereka. Selain itu, transparansi dan akuntabilitas menjadi unsur kunci, di mana keterbukaan dan tanggung jawab atas setiap tindakan bisnis menjadi prinsip utama. Pengambilan keputusan berbasis nilai, di mana dampak sosial dan lingkungan dianggap sejajar dengan keuntungan finansial, juga menjadi bagian integral dari etika berwirausaha. Selain itu, hubungan bisnis dan kemitraan dibangun dengan prinsip integritas dan kejujuran. Dalam praktek sehari-hari, pelatihan etika untuk karyawan, budaya organisasi yang beretika, dan pemantauan terus-menerus atas praktik bisnis menjadi wujud implementasi konkret dari etika berwirausaha. Etika dalam berwirausaha bukan hanya menjadi unsur kewajiban moral semata, melainkan strategi cerdas untuk membangun reputasi positif

dan keberlanjutan bisnis jangka panjang. Para wirausahawan yang menanamkan nilai etika tidak hanya menciptakan nilai finansial, tetapi juga memberikan dampak positif pada masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

C. Prinsip-prinsip Etika dalam Berwirausaha

Prinsip-prinsip etika dalam berwirausaha membentuk dasar nilai-nilai moral yang membimbing perilaku dan keputusan para wirausahawan dalam menjalankan bisnis mereka. Pertama-tama, integritas dan kejujuran menjadi prinsip utama yang memandu setiap tindakan bisnis. Wirausahawan yang menjunjung tinggi integritas berkomitmen untuk bertindak dengan jujur dan adil, menciptakan fondasi kepercayaan yang vital dalam hubungan bisnis.

Prinsip berikutnya adalah tanggung jawab sosial dan lingkungan. Para wirausahawan diharapkan untuk memahami dan mengakui dampak sosial serta lingkungan dari operasi bisnis mereka. Mereka diharapkan untuk mengambil langkah-langkah positif yang memberikan kontribusi pada kesejahteraan masyarakat dan menjaga keberlanjutan lingkungan.

Keadilan dan kesetaraan juga merupakan prinsip penting dalam etika berwirausaha. Wirausahawan etis berusaha untuk menciptakan lingkungan bisnis yang adil dan inklusif, menghindari segala bentuk diskriminasi, dan memastikan setiap individu memiliki kesempatan yang sama.

Transparansi dan akuntabilitas menjadi prinsip kunci lainnya. Wirausahawan yang etis berusaha untuk menjaga keterbukaan dalam semua aspek operasional mereka, memberikan informasi yang jelas kepada semua pemangku kepentingan. Selain itu, mereka menerima tanggung jawab atas setiap tindakan dan keputusan bisnis yang diambil.

Pengambilan keputusan berbasis nilai juga menjadi prinsip yang mendalam dalam etika berwirausaha. Para wirausahawan diharapkan untuk mempertimbangkan dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan

dari setiap keputusan bisnis, serta memastikan bahwa nilai-nilai moral menjadi panduan utama dalam proses pengambilan keputusan. Terakhir, etika dalam rantai pasok dan kemitraan juga menjadi prinsip yang ditekankan. Wirausahawan diharapkan untuk membangun hubungan bisnis yang didasarkan pada integritas dan saling menguntungkan dengan pemasok, mitra bisnis, dan pemangku kepentingan lainnya.

Dengan mematuhi prinsip-prinsip etika ini, para wirausahawan tidak hanya menciptakan bisnis yang sukses secara finansial, tetapi juga memberikan kontribusi positif pada masyarakat dan lingkungan di sekitarnya, menciptakan nilai jangka panjang yang berkelanjutan.

Berikut ini adalah beberapa prinsip etika dalam berwirausaha yang penting untuk diterapkan:

1. Kejujuran

Kejujuran adalah prinsip dasar yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan. Wirausahawan harus jujur dalam semua aspek bisnisnya, mulai dari produk atau jasa yang ditawarkan, harga, hingga hubungan dengan pelanggan, pemasok, dan karyawan.

Prinsip kejujuran menanamkan sikap bahwa apa yang dipikirkan adalah apa yang dikatakan, dan apa yang dikatakan adalah yang dikerjakan. Prinsip ini juga menyiratkan kepatuhan dalam melaksanakan berbagai komitmen, kontrak, dan perjanjian yang telah disepakati. Bisnis tidak akan bertahan lama jika tidak ada kejujuran, karena kejujuran merupakan modal utama untuk memperoleh kepercayaan dari mitra bisnisnya, baik berupa kepercayaan komersial, material, maupun moral. Kejujuran menuntut adanya keterbukaan dan kebenaran. Terdapat tiga lingkup kegiatan bisnis yang berkaitan dengan kejujuran, yaitu:

- a. Kejujuran relevan dalam pemenuhan syarat-syarat perjanjian dan kontrak. Pelaku bisnis di sini secara a priori saling percaya satu sama lain bahwa masing-masing pihak jujur melaksanakan janjinya; karena jika salah satu pihak melanggar, maka tidak mungkin lagi pihak yang dicurangi

mau bekerjasama lagi, dan pihak pengusaha lainnya akan tahu dan tentunya malas berbisnis dengan pihak yang bertindak curang tersebut.

- b. Kejujuran relevan dengan penawaran barang dan jasa dengan mutu dan harga yang baik. Kepercayaan konsumen adalah prinsip pokok dalam berbisnis. Karena jika ada konsumen yang merasa tertipu, tentunya hal tersebut akan menyebar yang menyebabkan konsumen tersebut beralih ke produk lain.
- c. Kejujuran relevan dalam hubungan kerja intern dalam suatu perusahaan, yaitu antara pemberi kerja dan pekerja, dan berkaitan dengan kepercayaan. Perusahaan akan hancur jika kejujuran karyawan ataupun atasannya tidak terjaga.

2. Tanggung jawab

Tanggung jawab adalah prinsip penting lainnya yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan. Wirausahawan harus bertanggung jawab atas semua tindakan yang dilakukannya, baik terhadap diri sendiri, pelanggan, pemasok, karyawan, maupun masyarakat.

3. Keadilan

Keadilan adalah prinsip yang harus dijunjung tinggi oleh seorang wirausahawan. Wirausahawan harus bersikap adil kepada semua pihak yang terkait dengan bisnisnya, tanpa memandang latar belakang atau posisi mereka. Prinsip keadilan menanamkan sikap untuk memperlakukan semua pihak secara adil, yaitu suatu sikap yang tidak membedakan dari berbagai aspek, baik dari aspek ekonomi, hukum, maupun aspek lainnya. Keadilan berarti tidak ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya. Salah satu teori mengenai keadilan yang dikemukakan oleh Aristoteles adalah:

- a. Keadilan legal. Ini menyangkut hubungan antara individu atau kelompok masyarakat dengan negara. Semua pihak dijamin untuk mendapat perlakuan yang sama sesuai dengan

hukum yang berlaku. Secara khusus dalam bidang bisnis, keadilan legal menuntut agar Negara bersikap netral dalam memperlakukan semua pelaku ekonomi, negara menjamin kegiatan bisnis yang sehat dan baik dengan mengeluarkan aturan dan hukum bisnis yang berlaku secara sama bagi semua pelaku bisnis.

- b. Keadilan komunitatif. Keadilan ini mengatur hubungan yang adil antara orang yang satu dan yang lain. Keadilan ini menyangkut hubungan vertikal antara negara dan warga negara, dan hubungan horizontal antarwarga negara. Dalam bisnis, keadilan ini berlaku sebagai kejadian tukar, yaitu menyangkut pertukaran yang fair antara pihak-pihak yang terlibat.
 - c. Keadilan distributif atau disebut juga keadilan ekonomi, yaitu distribusi ekonomi yang merata atau dianggap adil bagi semua warga negara. Dalam dunia bisnis, keadilan ini berkaitan dengan prinsip perlakuan yang sama sesuai dengan aturan dan ketentuan dalam perusahaan yang juga adil dan baik.
4. Saling menghormati
Saling menghormati adalah prinsip yang penting untuk diterapkan dalam setiap hubungan, termasuk dalam bisnis. Wirausahawan harus menghormati semua pihak yang terkait dengan bisnisnya, mulai dari pelanggan, pemasok, karyawan, hingga pesaing.
 5. Berkontribusi kepada masyarakat
Wirausahawan juga harus berkontribusi kepada masyarakat. Wirausahawan dapat berkontribusi kepada masyarakat dengan berbagai cara, seperti memberikan bantuan sosial, menciptakan lapangan kerja, atau mempromosikan produk atau jasa yang bermanfaat bagi masyarakat.

6. Prinsip saling menguntungkan

Prinsip ini menuntut agar semua pihak berusaha untuk saling menguntungkan satu sama lain. Dalam dunia bisnis, prinsip ini menuntut persaingan bisnis haruslah bisa melahirkan suatu kondisi win-win situation.

D. Manfaat Penerapan Etika dalam Berwirausaha

Penerapan etika dalam berwirausaha dapat memberikan berbagai manfaat, baik bagi wirausahawan itu sendiri, bisnisnya, maupun masyarakat. Berikut ini adalah beberapa manfaat penerapan etika dalam berwirausaha:

1. Meningkatkan kepercayaan

Penerapan etika dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan, pemasok, karyawan, dan masyarakat terhadap bisnis wirausahawan. Hal ini dapat membantu wirausahawan untuk mendapatkan lebih banyak pelanggan, menjalin hubungan yang baik dengan pemasok, dan menciptakan lingkungan kerja yang positif.

2. Meningkatkan reputasi

Penerapan etika dapat meningkatkan reputasi bisnis wirausahawan. Hal ini dapat membuat bisnis wirausahawan lebih dikenal dan dihormati oleh masyarakat.

3. Meningkatkan peluang bisnis

Penerapan etika dapat membuka peluang bisnis baru bagi wirausahawan. Hal ini karena wirausahawan yang beretika lebih dipercaya oleh masyarakat dan lebih mudah mendapatkan dukungan dari pemerintah maupun lembaga keuangan.

4. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat

Penerapan etika dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Hal ini karena wirausahawan yang beretika lebih berkontribusi kepada masyarakat, baik secara ekonomi maupun sosial.

Penerapan etika dalam berwirausaha memberikan sejumlah manfaat yang signifikan, tidak hanya bagi individu wirausahawan, tetapi juga untuk bisnis secara keseluruhan, pemangku kepentingan, dan masyarakat luas.

Pertama, manfaat utama dari penerapan etika adalah Pembentukan Reputasi Positif. Wirausahawan yang menjalankan bisnis dengan integritas dan kejujuran cenderung membangun reputasi yang kuat dan positif. Reputasi ini menciptakan kepercayaan dari pelanggan, mitra bisnis, dan pemangku kepentingan lainnya, yang pada gilirannya dapat meningkatkan daya saing dan daya tarik pasar.

Selanjutnya, Keberlanjutan Bisnis Jangka Panjang menjadi hasil dari etika berwirausaha. Dengan memperhitungkan dampak sosial dan lingkungan dari operasi bisnis, wirausahawan etis menciptakan bisnis yang lebih tahan terhadap perubahan pasar, peraturan, dan tekanan eksternal. Ini membantu dalam menciptakan fondasi yang kokoh untuk pertumbuhan jangka panjang.

Manfaat ketiga adalah Pengembangan Hubungan Bisnis yang Kuat. Etika berwirausaha menciptakan dasar untuk hubungan bisnis yang saling menguntungkan dan berkelanjutan. Kemitraan yang didasarkan pada integritas, transparansi, dan saling menghormati cenderung lebih kokoh dan dapat bertahan dalam jangka panjang.

Selain itu, Pemangku Kepentingan yang Puas merupakan dampak positif lainnya. Wirausahawan yang memprioritaskan etika mendapatkan dukungan dan loyalitas dari karyawan, pelanggan, dan pemangku kepentingan lainnya. Ini menciptakan lingkungan kerja yang positif, meningkatkan retensi karyawan, dan memperoleh dukungan berkelanjutan dari pelanggan.

Manfaat lainnya adalah Keberlanjutan Lingkungan dan Sosial. Wirausahawan yang memahami tanggung jawab sosial dan lingkungan menciptakan dampak positif pada masyarakat dan ekosistem sekitar. Tindakan etis mereka membantu menjaga keseimbangan ekologis dan berkontribusi pada kesejahteraan sosial.

Terakhir, Diferensiasi Kompetitif merupakan manfaat yang tidak dapat diabaikan. Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, bisnis yang menerapkan etika memiliki keunggulan kompetitif karena konsumen cenderung memilih produk atau layanan dari perusahaan yang dianggap etis.

Secara keseluruhan, penerapan etika dalam berwirausaha bukan hanya tentang mematuhi norma moral, tetapi juga merupakan strategi cerdas untuk membangun bisnis yang kuat, berkelanjutan, dan memberikan dampak positif pada masyarakat dan lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyari, Agus. 1999. *Manajemen Produksi Perencanaan Sistem Produksi*. Buku 2. Yogyakarta: BPFE.
- Assauri, Sofyan, 1993, *Manajemen Produksi dan Operasi Edisi Ketiga*, Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Beck, R. C.1990. *Motivation*. Englewood Cliffs. New Jersey: Prentice Hall.
- Birzea, C., Cecchini, M. 2005. *Tool fo Quality Assurance of Education for Democratic Citizenship ini Schools*. France: UNESCO.
- Frederick, H., Kuratko, D., Hodgetts, R. (2006). *Entrepreneurship: Theory, Process*. Practice, Melbourne: South Melbourne Vic.
- Gredler, Margaret E. Bell. 1991. *Belajar dan Membelajarkan*. Jakarta: Rajawali.
- Griffin, Jill. 2003. *Customer Loyalty: Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Harefa, (1998). *Sukses Tanpa Gela*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Heru, Kristanto. 2009. *Kewirausahaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sinamo, Jansen H. 1999. *8 Etos Kerja Profesional*, Jakarta: PT. Malta Printindo.
- Juran, J.M. 1989. *Juran on Quality By Design*. New York: Free Press.
- McClelland, David C, et al. *The Achievement Motive*. New York: Appleto-Century Crofts. Irvington Publisher Inc, 1976.

- Prawirosentono, Sujadi. 1997. *Manajemen Produksi Dan Operasi*. Jakarta: Bumi Aksara,
- Probatmodjo (1996
- Reksohadiprojo, Sukanto., Gitosudarmo, Indriyo. (2000. *Manajemen Produksi*, Edisi Keempat. Yogyakarta: BPFE.
- Steers & Porter. 1991. *Motivation and Work Behavior*. 5th Ed. USA:McGraw-Hill Book Co.
- Suryana, 2003. *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Tenner, A.R. dan DeToro, I.J. 1992. *Total Quality Management: Three Steps To Continuous Improvement*. Reading, MA: Addison-Wesley Publishing Company.
- Travers, Robert M.W. 1982. *Essentials of Learning*. Fifth EdWon. New York: macmillan Publishing Coy.Inc.

INKUBATOR BISNIS UNTUK PEMBELAJARAN KEWIRAUSAHAAN DAN IMPLEMENTASI QUALITY ASSURANCE

ORIGINALITY REPORT

5%

SIMILARITY INDEX

4%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

1%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	naitsuga48.wordpress.com Internet Source	3%
2	Sukarta Tata Atmaja. "TINJAUAN MODEL INKUBATOR BISNIS RINTISAN (BISNIS START UP) UNTUK MAHASISWA", Jurnal Manajemen dan Retail, 2022 Publication	1%
3	www.neliti.com Internet Source	1%
4	shinaunge.blogspot.com Internet Source	<1%
5	text-id.123dok.com Internet Source	<1%
6	ibtpi.pelitaindonesia.ac.id Internet Source	<1%
7	Submitted to Universitas Jember Student Paper	<1%
8	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	<1%
9	arlhando-1991.blogspot.com Internet Source	<1%
10	pascasarjana.uinjambi.ac.id Internet Source	<1%
11	zombiedoc.com Internet Source	<1%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On