

# JIWA WIRSAUSAHA ADALAH PEMBURU KESUKSESAN

R Gatot Heru Pranjoto

Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Trunojoyo Madura

gatot\_pranjoto@yahoo.com

## **ABSTRACT**

*Competition in the global market was won by the failure of entrepreneurs to use your skills, experience, education, creativity and the ability innovative to capture business opportunities in accordance with the wishes and expectations of consumers, then transform that information into a company's operations to produce products that have added value, quality at low prices , according to market demand and competition.*

*Keyword : utility of palace, Utility of time, utility of form dan owner utility.*

## **1. Pendahuluan**

Dipasar global dimana persaingan usaha sangat ketat, maka produk dikelasnya hampir tidak berbeda, akibatnya banyak perusahaan yang bangkrut karena tidak mampu bersaing. Perusahaan yang mampu bertahan dipasar, adalah perusahaan yang memenangkan persaingan, untuk itu dibutuhkan wirausaha yang gigih, tangguh, kreatif dan inovatif untuk menciptakan ide untuk dijadikan peluang usaha dengan mempertimbangkan tantangan, ancaman dan risiko yang akan terjadi kedepan.

Dengan jiwa kewirausahaan yang tinggi, seorang wirausaha bagaikan singa pemburu mangsa mangsa tersebut adalah kesuksesan perusahaan, yang ditandai dengan kemampuannya mengorganisir semua departemen didalam perusahaan sehingga terciptalah produk yang mempunyai kekhasan khusus, mempunyai nilai tambah, sesuai permintaan konsumen atau pasar, sehingga peluang usaha dapat diraih serta memenangkan persaingan dipasar.

Peluang usaha atau Persaingan dipasar dapat dimenangkan jika wirausaha dapat menjalin hubungan dengan konsumen tentang produk yang dikonsumsi, tingkat kepuasan konsumen, kualitas dan harga jual produk pesaing, sehingga informasi yang berhubungan dengan keinginan serta harapan konsumen dapat ditransformasikan dalam operasional perusahaan sehingga terciptalah produk yang berkualitas dengan harga yang murah.

## 2. Tinjauan Teori

### **Entrepreneurship are not only born but also made**

Kewirausahaan dapat dipelajari dan diajarkan, jadi jiwa kewirausahaan dapat dibentuk dengan talenta atau bakat bawaan sejak lahir, juga dibutuhkan pengalaman lapangan, kemauan mempelajari, mengembangkan bakatnya melalui pendidikan, dalam arti luas berarti kewirausahaan mencakup tentang nilai, kemampuan (ability), perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan untuk memperoleh peluang serta memperhitungkan/menghadapi risiko yang akan terjadi. Sehingga dengan demikian untuk menjadi kewirausahaan yang handal harus mempunyai jiwa disiplin, proses yang sistematis untuk menerapkan kreativitas dan inovasi, dalam memenuhi kebutuhan dan peluang dipasar.

Orang yang ingin menerapkan jiwa kewirausahaannya, dalam arti menjadi pengusaha yang sukses, maka dia harus memahami dan mengembangkan bakatnya (potensi/traits) melalui pendidikan, sehingga dapat menangkap peluang serta kemampuan mengorganisir bisnis tersebut hingga menjadi entrepreneur yang handal yang Nampak melalui kemampuan perusahaan yang dipimpinya.

Kewirausahaan merupakan kiat hidup secara umum, termasuk kiat bisnis baik dalam jangka pendek, maupun dalam jangka panjang, untuk menciptakan peluang, dimana perusahaan yang sukses karena memperoleh peluang besar dengan memanfaatkan kreativitas dan inovatif, sehingga dengan peluang besar, perusahaan dapat menciptakan nilai tambah barang dan jasa yang diciptakan, karena nilai tambah tersebut perusahaan mendapatkan keunggulan dari produk yang dihasilkan, juga keunggulan dalam bersaing. Perusahaan tersebut adalah Microsoft, Sony dan Toyota Motore. David Osborne & Ted Gaebier (1992), dalam bukunya yang berjudul "Reinventing Gverment" sesuai dengan perkembangan jaman di era globalisasi dimana ditandai dengan tingkat persaingan yang sangat ketat, maka Pemerintah juga harus memiliki jiwa kewirausahaan (entrepreneurial government), dengan terciptanya jiwa kewirausahaan didalam pemerintahan, maka diharapkan bahwa akan terciptanya birokrasi dan institusi yang memiliki motivasi, optimism dan berlomba untuk menciptakan cara baru yang lebih efisien, efektif, inovatif, fleksibel dan adaptif.

## **Objek Studi Kewirausahaan**

Kewirausahaan, adalah studi yang mempelajari hubungan antara nilai, kemampuan (ability) dan perilaku seseorang dalam berkreasi dan berinovatif. Sehingga objek kewirausahaan adalah nilai, kemampuan (ability) seseorang yang diwujudkan dalam berperilaku, dengan demikian kemampuan seseorang yang menjadi objek kewirausahaan adalah meliputi :

1. Kemampuan merumuskan tujuan hidup /usaha,
2. Kemampuan untuk memotivasi diri
3. Kemampuan untuk berinisiatif
4. Kemampuan untuk berinovasi
5. Kemampuan untuk memperoleh dana (modal) dan barang modal
6. Kemampuan untuk disiplin, tepat waktu tidak menunda-nunda
7. Kemampuan mental yang dilandasi dengan agama
8. Kemampuan untuk mengambil hikmah dari pengalaman baik maupun buruk

## **Hakikat Kewirausahaan**

Kewirausahaan adalah suatu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (ability to create the new and different thing (Petter F Drucker,1994).kewirausahaan (entrepreneurship) merupakan The backbone of economy, yaitu merupakan susunan pusat syaraf perekonomian atau sebagai tail bone of economy, yaitu sebagai pengendali perekonomian suatu bangsa.

Secara epistemologi, kewirausahaan merupakan nilai yang diperlukan untuk memulai suatu usaha (star up phase), atau suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru (creative), dan sesuatu yang berbeda (innovative), menurut Thomas Zimater (1996,51), kewirausahaan merupakan “applying creativity and innovation to solve the problems and to exploit opportunities that people face everyday” yaitu kewirausahaan merupakan penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan upaya untuk memanfaatkan peluang yang dihadapi setiap hari, kewirausahaan merupakan gabungan antara kreativitas dan inovasi dan keberanian menghadapi risiko untuk membentuk dan memelihara usaha baru.

Kreativitas menurut Zimmeter diartikan sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide baru, dan usaha untuk menemukan cara baru dalam memecahkan persoalan dalam menghadapi

peluang (creativity Is the ability to develop new ideas and to discover new ways of looking at problem and opportunities).

Inovasi diartikan sebagai kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan permasalahan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan, atau dapat diartikan “Melakukan sesuatu yang baru”

Keberhasilan seorang wirausahawan akan tercapai dengan berpikir dan melakukan sesuatu yang baru atau sesuatu yang lama dikerjakan dengan cara yang baru, dan ide akan tumbuh apabila wirausahawan melihat sesuatu yang lama, dan memikirkan sesuatu yang baru atau berbeda (look at something old and thing something new or different). Dari berbagai pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan adalah suatu kemampuan (ability) berfikir kreatif da berperilaku inovatif yang dijadikan dasar , sumber daya, tenaga penggerak , tujuan siasat , kiat dan proses dalam menghadapi tantangan hidup.

Kewirausahaan dalam kontek manajemen, adalah seorang yang memiliki kemampuan dalam menggunakan sumberdaya (finansial, bahan mentah, tenaga kerja, untuk menghasilkan produk baru , bisnis baru, proses produksi atau pengembangan organisasi usaha. Kewirausahaan adalah seseorang yang memiliki kombinasi unsur-unsur internal yang meliputi kombinasi motivasi , visi, komunikasi, optimism, dorongan semangat, dan kemampuan untuk memanfaatkan peluang usaha.

Kewirausahaan dalam kontek bisnis, adalah pengusaha yang memiliki jiwa wirausaha, dimana wirausaha adalah pelopor dalam bisnis, innovator, penanggung risiko, yang memiliki visi kedepan, dan memiliki keunggulan dalam beroperasi dibidang usaha. Wirausaha dalam arti luas bukan semata seseorang yang mempunyai kemampuan untuk mengelola perusahaan, karena jiwa wirausaha juga dimiliki oleh orang bukan pengusaha, melainkan dalam arti luas adalah mencakup semua aspek pekerjaan baik sebagai karyawan swasta maupun pemerintah,(Soeparman Soemahamidjaya,1980) , wirausaha mereka yang melakukan upaya upaya kreatif dan inovatif dengan jalan mmenggabungkan ide dan meramu sumberdaya untuk menemukan peluang (opportunity) dan perbaikan (preparation) hidup,(Prawirokusumo,1997:5).

## KARAKTERISTIK DAN NILAI HAKIKI KEWIRAUSAHAAN

### Karakteristik Kewirausahaan

Geoffrey G Meredith (1996:5-6), mengemukakan ciri utama kewirausahaan dapat dilihat dari watak dan perilakunya , seperti Nampak pada tabel berikut :

Tabel 1 : Ciri Dan Watak Kewirausahaan

<b>Ciri-Ciri</b>	<b>Watak</b>
1. Percaya diri	Keyakinan, ketidaktergantungan , individualitas, optimisme
2. Berorientasi pada tugas dan hasil	Kebutuhan untuk berprestasi, berorientasi laba, ketekunan dan ketabahan, tekad kerja keras, mempunyai dorongan kuat, energik dan inisiatif
3. Pengambilan risiko	Kemampuan untuk mengambil risiko yang wajar
4. Kepemimpinan	Perilaku sebagai pemimpin, bergaul dengan orang lain, menanggapi saran dan kritik
5. Keorisinilan	Inovatif, kreatif dan fleksibel
6. Berorientasi masa depan	Pandangan kedepan, perspektif

Karakteristik kewirausahaan dalam bentuk nilai-nilai dan perilaku kewirausahaan, yang dikemukakan Arthur Kuriloff dan John M Mempel (1993: 20), seperti Nampak pada tabel 2 berikut:

Tabel 2 : Nilai Dan Perilaku Kewirausahaan

<b>Values</b>	<b>Behavior</b>
1. Commitment	Staying with a task until finished
2. Moderate risk	Not gambling, cut choosing a middle course
3. Seeing opportunities	And grasping them
4. Objectivity	Observing reality clearly
5. Feedback	Analyzing timely performance data to guide activity
6. Optimism	Showing confidence in novel situations
7. Money	Seeing it as resource and not an end in itself
8. proactive management	Managing through reality based on forward planning

Wirausaha selalu mempunyai komitmen untuk menyelesaikan tugasnya sampai berhasil, tidak setengah-setengah dalam menyelesaikan pekerjaannya, selalu dilandasi dengan ketekunan, ulet dan pantang menyerah, tindakannya tidak dilandasi dengan spekulasi, melainkan didasari dengan perhitungan yang matang , dengan mempertimbangkan berbagai risiko, oleh sebab itu wirausaha selalu berani memilih risiko yang moderat, dalam arti tidak terlalu rendah atau terlalu

tinggi. Dengan keberanian yang tinggi menghadapi risiko dengan komitmen yang tinggi, maka wirausaha selalu terdorong untuk berjuang mencari peluang sampai memperoleh hasil. Dimana hasil itu harus jelas nyata, objektif dan merupakan umpan balik bagi kelancaran usahanya, dengan semangat optimism yang tinggi dan berhasil, maka uang dikelola secara proaktif sehingga uang dipandang sebagai sumber daya bukan tujuan akhir.

### **Profil Pribadi Wirausaha**

Profil pribadi seorang wirausaha, adalah berhubungan dengan pekerjaan sehari-hari, diantaranya,(Ahmad Sanusi,1994), :

- a. Tidak menyenangkan hal yang sifatnya tetap, selalu ingin berganti dari hal yang rutin, timbul harapan ingin selalu berubah, ada tambahan, ada pengayaan, perbaikan mutu.
- b. Berpandangan keluar yang lebih luas, untuk memperoleh peluang baru.
- c. Berjiwa mandiri yang tinggi, atasnama sendiri
- d. Suka berimajinasi, menyatakan daya kreativitas, serta memperkenalkan hasilnya kepada orang lain.
- e. Ada keinginan untuk berbeda dan maju, Toleransi kepada perbedaan pihak lain.
- f. Rasa percaya diri dan optimism yang tinggi

### **Nilai Hakiki Kewirausahaan**

Profil masing-masing wirausaha tidak sama atau berbeda satu sama lain, masing masing memiliki profil sendiri, selanjutnya profil akan menentukan karakteristik yang memberikan makna atau disebut dengan nilai. Menurut Milton Rockatch (1973:4), konsep nilai dibedakan menjadi dua : Nilai sebagai sesuatu yang dimiliki oleh seseorang (person has a value), dan Nilai sebagai sesuatu yang berkaitan dengan objek (an object has value).

Yang pertama, Nilai sebagai sesuatu yang dimiliki oleh seseorang (person has a value), dimana manusia mempunyai nilai sesuatu yang menjadi ukuran baku, bagi persepsinya terhadap dunia luar.

Watak seseorang merupakan sekumpulan perangai, yang tetap, perangai yang tetap ini dapat dipandang sebagai suatu sistem nilai.oleh karena itu watak dan perangai yang melekat pada kewirausahaan, dan menjadi ciri kewirausahaan, dapat dipandang sebagai sistem nilai

kewirausahaan. Nilai kewirausahaan diatas identic dengan sistem nilai manajer, yaitu (a).sistem nilai pribadi, (b). sistem nilai kelompok atau organisasi

Sistem nilai pribadi, terdiri dari nilai primer pragmatic, nilai primer moralistic, nilai primer afektif dan nilai bauran, dimana nilai primer pragmatic mengandung beberapa unsur antara lain, perencanaan, prestasi, produktivitas, kemampuan, kecakapan, kreativitas, kerjasama, dan kesempatan. sedangkan nilai primer moralistic terdiri dari keyakinan, , jaminan , martabat pribadi, kehormatan, dan ketaatan.

Sistem nilai pragmatic dalam kewirausahaan, dapat dilihat dari watak, jiwa, dan perilakunya, missal selalu disiplin, tepat waktu, tegas, orientasi prestasi, berani berisiko, kreativitas, inovatif kemampuan mencari peluang, sedangkan nilai moralistic mencakup keyakinan, percaya diri, kerjasama, kejujuran, keteladanan, keutamaan, kehormatan, kepercayaan, kerjasama.

### **Berfikir Kreatif Dalam Kewirausahaan**

Otak manusia dibagi menjadi dua bagian, yaitu fungsi otak sebelah kiri dan fungsi otak sebelah kanan. Keduanya mempunyai fungsi yang spesifik untuk menangkap berbagai informasi , fungsi bagian otak yang satu mempunyai bagian yang dominan dari pada yang lain, Dimana otak sebelah kiri dikendalikan secara linear yaitu berfikir secara vertikal sedangkan otak sebelah kanan lebih mengandalkan pada berfikir lateral , otak sebelah kiri berperan menangkap logika dan symbol symbol , sedangkan otak sebelah kanan lebih berperan menangkap hal yang bersifat intuitif dan emosional, juga menggerakkan berfikiran lateral dan meletakkannya pada jiwa proses kreatif. Menurut Zimmever (1996), dimana untuk mengembangkan keterampilan berfikir seseorang menggunakan otak sebelah kiri, sedangkan untuk belajar mengembangkan keterampilan kreatif dengan menggunakan otak sebelah kanan. Adapun cirinya adalah sebagai berikut :

1. Selalu berfikir cara penyelesaian terbaik
2. Tidak senang dengan hal yang rutin
3. Merenung dan berfikir dalam
4. Berani bermain mental, melihat permasalahan dengan perspektif yang berbeda,
5. Menyadari adanya banyak jawaban, bukan hanya satu jawaban
6. Kegagalan dan kesalahan merupakan kesuksesan yang tertunda

7. Mengkoordinir ide-ide yang samar menjadi ide yang final dan inovatif
8. Memiliki keterampilan helicopter, yaitu kemampuan untuk bangkit dari kebiasaan rutin, melihat permasalahan dari perspektif yang luas kemudian difokuskan untuk keputusan berubah.

### **Sikap Dan Kepribadian Wirausaha**

Menurut Alex Inkeles, kualitas orang modern tercermin, pada orang yang berpartisipasi dalam produksi modern yang dimanifestasikan dalam bentuk sikap, nilai dan tingkah laku, dalam kehidupan sosial, adapun cirinya adalah keterbukaan terhadap pengalaman baru, selalu membaca perubahan sosial, lebih realistis terhadap fakta dan pendapat, berorientasi pada masa kini dan masa yang akan datang bukan masa lalu, berencana, percaya diri, memiliki aspirasi, berpendidikan dan mempunyai keahlian, respek, hati-hati, dan memahami produksi. Adapun ciri-ciri orang modern adalah sebagai berikut :

1. Kesiapan diri, keterbukaan terhadap inovasi
2. Tidak tergantung tokoh terdahulu
3. Mempunyai jangkauan dan pandangan yang luas
4. Berorientasi pada masa sekarang dan masa yang akan datang
5. Setiap kegiatan selalu direncanakan dengan baik
6. Mempunyai keyakinan terhadap ilmu dan teknologi
7. Tidak tergantung nasib atau orang tertentu

Orang yang mempunyai sikap terbuka terhadap pengalaman baru, maka dia lebih siap untuk tanggap terhadap peluang, tantangan dan perubahan sosial, misal dalam merubah standar hidupnya. Jiwa kewirausahaan ditandai oleh keterbukaan seseorang terhadap berbagai ide baru untuk mewujudkan wirausaha yang kreatif dan inovatif.

Pandangan yang luas dan dinamis kesediaan untuk mengikuti pembaharuan, yang disertai dengan latar belakang pendidikan, pengalaman usaha, maka akan memberikan kesempatan mudahnya berkambang dalam lapangan industry.

Perpaduan yang nyata antara usaha perdagangan yang sistematis dan rasional dengan kemampuan bereaksi terhadap kesempatan yang didasari keberanian berusaha,



Wirausaha adalah kepribadian yang unggul yang mencerminkan budi yang luhur serta mempunyai sifat yang pantas diteladani, karena atas kemampuannya sendiri dapat melahirkan sumbangsih dan karya untuk kemajuan kemanusiaan yang berlandaskan kebenaran dan kebaikan.

Wirausaha adalah seorang innovator yang mempunyai naluri melibatkan benda disekitarnya sedemikian rupa, terbukti benar mempunyai semangat untuk menaklukkan pola pikir yang tetap atau tidak berubah. Wirausaha berperan mencari kombinasi baru yang merupakan gabungan dari lima proses inovasi yaitu menemukan pasar baru, memperkenalkan produk baru, metode produksi baru, sumber penyedia bahan baru, serta organisasi industry baru, sehingga wirausaha adalah innovator yang dapat menggunakan kemampuan untuk menggunakan kreasi baru.

Peranan wirausaha dalam perusahaan adalah innovator atau organisator penting suatu perusahaan, yang bercirikan innovator, keberanian berisiko, kemampuan manajerial, dan kepemimpinan. Juga innovator dalam mengkombinasikan sumber bahan baru, metode produksi baru, akses pasar baru, pangsa pasar baru, perilaku kreatif dan inovatif tersebut dinamakan “entrepreneurship action” dimana wirausaha harus menyelamatkan investasi dari risiko, mandiri, berkreasi meningkatkan nilai tambah, selalu mencari peluang, berorientasi masa depan. Perilaku tersebut dipengaruhi oleh nilai kepribadian wirausaha, yaitu nilai keberanian menghadapi risiko, sikap optimis, positif, keberanian mandiri dan memimpin serta kemauan belajar dari pengalaman.

Kegagalan maupun keberhasilan wirausaha sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor baik eksternal maupun internal, adapun faktor internal tersebut adalah kemauan, kemampuan, dan kelemahan, sedangkan faktor eksternal adalah kesempatan atau peluang.

### **Motif Berprestasi Kewirausahaan**

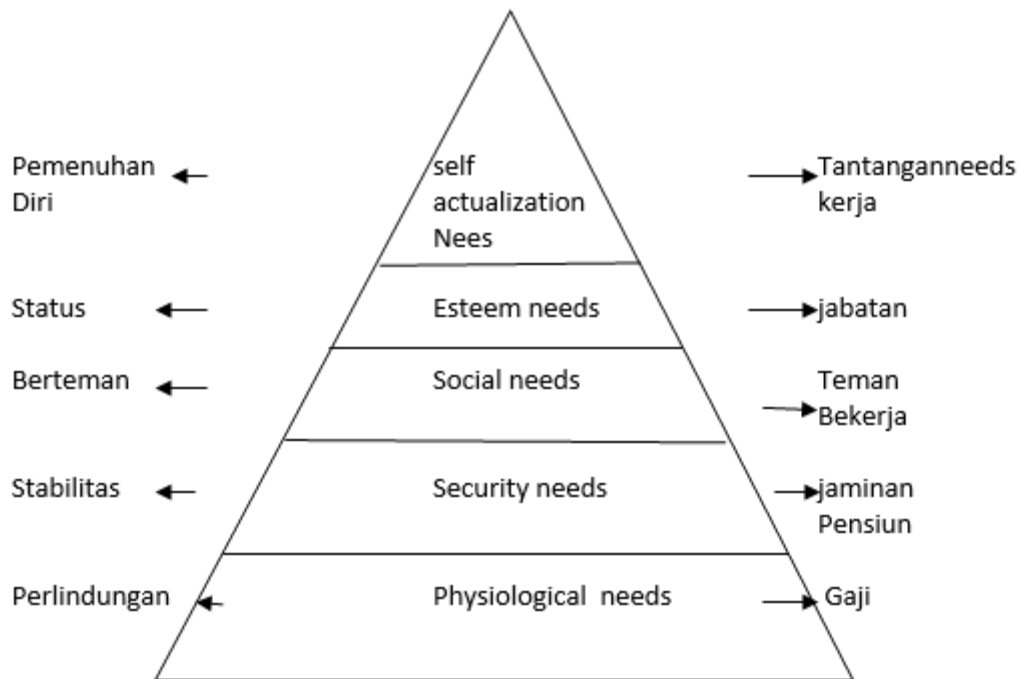
Berbagai motif yang dapat mendorong seseorang untuk berminat berwirausaha, antara lain :

- a. Motif berprestasi (achievement motive), adalah nilai sosial yang menekankan pada hasrat untuk mencapai yang terbaik, guna mencapai kepuasan pribadi. Faktor dasarnya adalah adanya kebutuhan yang harus dipenuhi, teori motivasi pertama kali dikemukakan oleh Maslow (1934), yang dikemukakan adalah hirarki kebutuhan yang mendasari motivasi, menurutnya kebutuhan itu bertingkat sesuai dengan tingkatan pemuasannya, yaitu kebutuhan

fisik (physiological needs), seperti Nampak pada gambar 1., kemudian teori motivasi Abraham Maslow dikembangkan oleh Clayton Alderfer teori tersebut dikelompokkan menjadi tiga bagian yaitu :existence, relatedness, and growth (ERG),

1. Existence, kebutuhan akan eksistensi yang menyangkut kebutuhan material yang harus ada termasuk physiological needs and security needs
2. Ketergantungan (relatedness), yaitu kebutuhan untuk mempertahankan hubungan interpersonal termasuk sosial and esteem need
3. Growth , kebutuhan perkembangan yaitu kebutuhan intrinsic untuk perkembangan personal termasuk self –actualization dan esteem need

Gambar 1 : Hirarki Kebutuhan



### **Menciptakan Peluang**

Menciptakan peluang berarti bagaimana seseorang dengan menggunakan kreativitas dan inovatifnya untuk menciptakan ide atau gagasan tentang suatu produk yang mempunyai kekhasan khusus, menciptakan peluang dapat menggunakan unsur nilai guna suatu produk, mungkin suatu produk memenuhi unsur nilai guna tempat (utility of palace), nilai guna waktu (utility of time) atau nilai guna bentuk (utility of form) dan owner utility (nilai guna kepemilikan

individu tertentu). Atau mencari peluang dengan menggunakan pendekatan Karakteristik Produk Yang Diinginkan konsumen, sebagai berikut :

- a. Karakteristik produk yang diinginkan konsumen harus memenuhi unsur cepat (faster), lebih murah (Cheaper), dan lebih baik (Better).
- b. Dalam hal ini ada 3 dimensi yang perlu diperhatikan, yaitu dimensi waktu, dimensi biaya dan dimensi kualitas.
  1. Karakteristik Lebih Cepat (Faster), Berkaitan dengan dimensi waktu yang menggambarkan kecepatan dan kemudahan atau kenyamanan untuk memperoleh produk itu
  2. Karakteristik lebih murah,(Cheaper), Berkaitan dengan dimensi biaya yang menggambarkan harga atau ongkos dari suatu produk yang harus dibayar oleh konsumen
  3. Karakteristik Lebih Baik (Better), Berkaitan dengan dimensi kualitas produk yang dalam hal ini sulit digambarkan secara tepat, namun ada beberapa pendekatan yang bermanfaat untuk memahami ekspektasi konsumen yang berhubungan dengan kualitas produk.

### **Menciptakan Ide (Gagasan)**

Ide atau gagasan merupakan titik awal untuk menciptakan peluang usaha, dengan berbagai latar belakang seseorang seperti pendidikan, pengalaman, kreativitas, inovasi, maka seseorang dapat menciptakan bermacam-macam ide atau gagasan untuk ditindak lanjuti yang selanjutnya ide atau gagasan akan menjadi peluang usaha. Missal pada tahun 1970an , orang tidak mengira bahwa :

1. Air putih (tawar) akan laku dijual, tetapi ada wirausaha yang dapat menangkap peluang bahwa konsep hidup sehat secara alami, telah giat-giatnya diinginkan masyarakat, melalui mengkonsumsi air bersih, murni, alami dan bermineral, maka timbullah gagasan untuk memproduksi air mineral, maka muncullah produk air mineral seperti aqua.
2. Teh Sosro, wirausaha minuman dapat menangkap bahwa minuman teh secara alami disamping kopi, merupakan minuman kesukaan orang Indonesia, maka dengan berbagai kreativitas dan inovatifnya wirausaha teh botol sosro menciptakan dan diproduksi besar-besaran hingga sekarang yaitu teh botol sosro, yang kemudian diikuti dengan lahirnya berbagai minuman soft drink merk yang lain.
3. Nasi bebek sinjay di Kabupaten Bangkalan, dapat dibanggakan bahwa wirausaha makanan kuliner dapat menangkap peluang bahwa masyarakat Indonesia umumnya menyukai kuliner,

maka lahirlah nasi bebk Sinjey yang mempunyai kekhasan rasa, dan nilai guna tempat (utility of palace) yang tidak terdapat dikota lain.

4. Sebelumnya telah lama populer seperti ayam goreng “Mbok Berek” , Ayam goreng “Ibu Sunarti) dll.

## **Risiko Usaha**

Didalam bab yang terdahulu kita telah membedakan antara resiko dan ketidakpastian. Perbedaan ini sangat penting terutama dalam kebijaksanaan investasi. Investasi akan memakai pengeluaran dalam jumlah uang yang cukup bsar serta membawa kosekuensi jangka panjang sejumlah persoalan akan muncul terhadap ketidakpastian dimasa depan. Dalam hal ini akan dibahas tentang metode analisa risiko didalam penganggaran capital atau kebijaksanaan investasi.

### ***Kemungkinan datangnya risiko***

Pada umumnya risiko dari investasi akan muncul dari tiga kemungkinan:

#### **1. Besarnya Investasi**

suatu investasi yang besar memiliki risiko yang lebih besar dari ivestasi kecil terutama dari unsure kegagalan. Apabila proyek itu mengalami kegagalan maka hal ini dapat berakibat pada perusahaan menjadi bangkrut atau jatuh pailit. Besar kecilnya Investasi tentu saja akan berpengaruh terhadap besar kecilnya kerugian akibat kegagalan investasi.

#### **2. Penanaman Kembali dari Cash Flow**

apakah suatu perusahaan akan menerima proyek yang memberikan hasil 20% selama 2 tahun, ataukah akan menerima proyek dengan hasil 17% selama 3 tahun?. Jawaban pertanyaan ini akan tergantung dari besarnya hasil dari kemungkinan tidak terbukanya kemungkinan investasi kembali dari hasil investasi itu akan merupakan tambahan resiko dari penanaman kembali cash flow yang diperoleh.

#### **3. Penyimpangan dari Cash Flow**

Apakah benar bahwa investasi itu akan memberikan hasil tepat seperti yang diharapkan para investasi? Forecasting yang tepat terhadap cas flow dari hasil yang akan diperoleh adalah merupakan suatu pekerjaan yang tidak mudah. Ketidaktepatan dari apa yang diharapkan itulan yang merupakan sumber dari resiko ini.

**Kesimpulan :**

- a. Jiwa kewirausahaan dapat dibentuk dan dipelajari
- b. Wirausaha yang handal adalah tidak mengenal menyerah, dan selalu memburu kesuksesan.
- c. Kesuksesan bisnis/usaha dapat diraih jika wirausaha mampu menangkap peluang usaha.
- d. Peluang usaha mensyaratkan wirausaha harus selalu tanggap terhadap kepuasan, keinginan dan harapan konsumen
- e. Dibutuhkan kemampuan wirausaha untuk mentransformasikan keinginan dan harapan konsumen kedalam operasional perusahaan.
- f. Kemampuan dan keberhasilan transformasi tersebut akan berdampak pada menangnya perusahaan dalam persaingan dipasar.

**DAFTAR PUSTAKA :**

- Amin Widjaya,(1994), Manajemen Strategik, Cetakan Pertama, Penerbit Radar Jaya Ofset, Harvarindo Jakarta
- Eman Suherman,(2008), Business Intrepeneur, Modal,Model, Modul Entrepreneur, Cetakan Pertama, Penerbit Alfabeta, Bandung
- Fandy Tjiptono, (2008), Strategi Bisnis, Cetakan Pertama, Penerbit Andi Yogyakarta, Yogyakarta
- Ferdinand Sadeli,(2011), Lika-Liku Strategi Keuangan Perusahaan, Edisi Pertama, Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- Freddy Rangkuti, (2001), Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis, Cetakan Kedelapan, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- George Rifai,(2012),Prinsip-Prinsip Pengelolaan Strategi Bisnis, Cetakan Pertama, Penerbit PT Gramedia Jakarta
- JP Sitanggang,(2013), Manajemen Keuangan Perusahaan, Edisi Pertama, Penerbit Mitra Wacana Media, Jakarta
- Nandan Limakrisna, (2012), Manajemen Pemasaran, Eisi Pertama, Cetakan Pertama, Penerbit Mitra Wacana Media, Jakara.
- Vincent Gaspersz,(2001), Ekonomi Manajerial, Pembuatan Keputusan Bisnis, Edidi Revisi, Cetakan Ketiga, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.