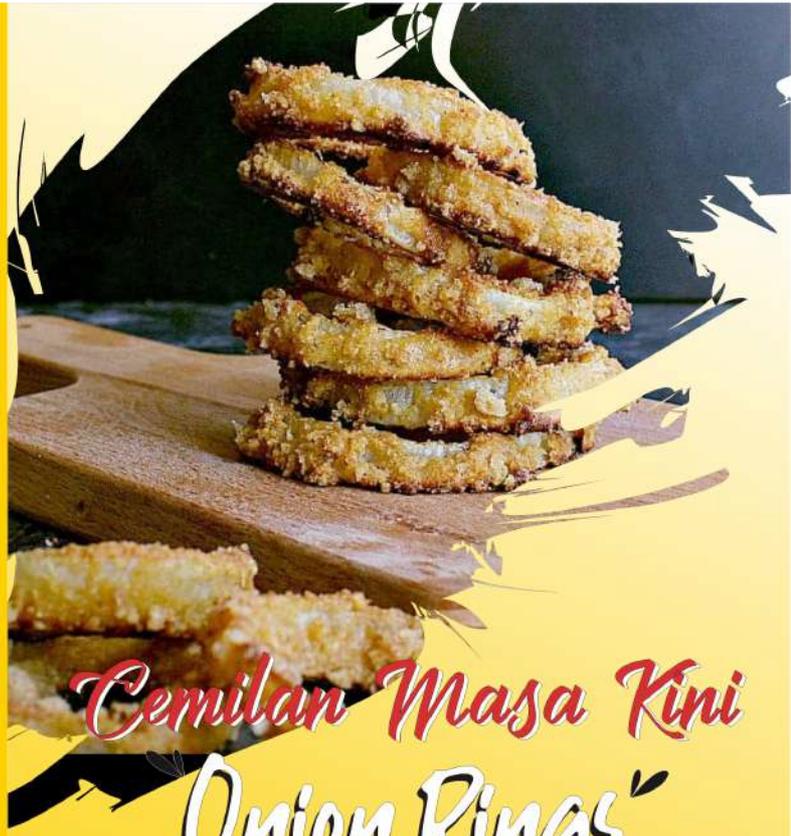




# Cemilan Masa Kini Onion Rings

Onion Rings adalah makanan yang tren untuk saat ini dimana bahan dan bagaimana cara pembuatannya sangat tidak asing untuk kita. buku ini hadir untuk semua kalangan yang suka masak dan varian rasa yang baru



# Cemilan Masa Kini Onion Rings

Jefferson Roosevelt Watulingas  
Windy Natalia Tandiyu

# LEMBAR PENGESAHAN DAN IDENTITAS

1. Judul:  
Cemilan Masa Kini, Onion Rings
2. Penulis:  
Drs. Jefferson Roosevelt Watulingas, M.M

Mengetahui,

~~X~~ Dekan FKIP UNMUL



Prof. Dr. H. Muh. Amir M., M.Kes

NIP. 19601027 198503 1 003

Samarinda, 10 Agustus 2021

Penulis

Drs. J.R. Watulingas, M.M

NIP. 19630111 198803 1 006

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat bimbingan dan karunia-Nya maka dapatlah penulis menyusun buku yang berjudul “Cemilan Masa Kini, Onion Rings”

Kepada semua pihak yang telah membantu penulisan buku, kami ucapkan terima kasih, Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan imbalan yang sesuai.

Dalam penulisan buku ini, kami menyadari masih banyak kekurangan dan kelemahan, baik dalam segi teknik maupun obyektifitas hasil penulisan buku.

Untuk itu saran dan kritik positif dari pembaca sangat kami harapkan, kiranya buku ini dapat bermanfaat bagi rekan-rekan yang lain khususnya bagi penulis sendiri.

Samarinda, 10 Agustus 2021

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>..... Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>..... Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB I</b>	<b>..... Error! Bookmark not defined.</b>
A. Latar Belakang	..... 1
B. Rumusan Masalah	..... 6
C. Tujuan Masalah	..... 7
D. Manfaat	..... 7
<b>BAB II</b>	<b>..... 8</b>
A. Pengertian Kewirausahaan	..... 8
B. Tujuan Kewirausahaan	..... 24
C. Manfaat Sosial Kewirausahaan	..... 27
D. Ruang Lingkup Kewirausahaan	..... 28
E. Ciri - ciri Kewirausahaan	..... 29
F. Langkah – langkah Menjadi Wirausaha	..... 40
G. Sikap dan Perilaku <i>Entrepreneur</i>	..... 50
H. Faktor – faktor Keberhasilan dan Kegagalan Seorang Wirausaha	..... 52
I. Mengembangkan Semangat <i>Entrepreneur</i>	..... 59
J. Komunikasi dalam Bisnis	..... 62

<b>BAB III</b> .....	79
A. Cikal Bakal Onion Rings .....	79
B. Pengertian Onion Rings.....	80
C. Inovasi Onion Rings.....	85
D. Sasaran Penjualan Onion Rings.....	92
E. Biaya Produksi.....	93
F. Cara Pemasaran.....	94
G. Kendala yang Muncul dalam Usaha ini.....	102
<b>BAB IV</b> .....	103
A. Kesimpulan.....	103
B. Saran.....	110
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	111



## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Istilah kewirausahaan (*entrepreneur*) pertama kali diperkenalkan pada awal abad ke-18 oleh ekonom Perancis, Richard Cantillon. Menurutnya, *entrepreneur* adalah “*agent who buys means of production at certain prices in order to combine them*”. Dalam waktu yang tidak terlalu lama, ekonom Perancis lainnya, yaitu Jean Baptista Say menambahkan definisi Cantillon dengan konsep *entrepreneur* sebagai pemimpin. Say menyatakan bahwa *entrepreneur* adalah seseorang yang membawa orang lain bersama-sama untuk membangun sebuah organ produktif.

Seorang wirausahawan selalu diharuskan menghadapi resiko atau peluang yang muncul, serta sering dikaitkan dengan tindakan yang kreatif dan inovatif. Selain itu, seorang wirausahawan menjalankan peranan manajerial dalam kegiatannya, tetapi manajemen rutin pada operasi yang sedang berjalan tidak digolongkan sebagai kewirausahaan. Seorang individu mungkin menunjukkan fungsi kewirausahaan ketika membentuk sebuah organisasi, tetapi selanjutnya menjalankan fungsi

manajerial tanpa menjalankan fungsi kewirausahaannya. Jadi kewirausahaan bisa bersifat kondisional.

Di jaman global sekarang, adalah jamannya kewirausahaan. Para wirausahawan mengendalikan revolusi yang mentransformasi dan memperbaharui perekonomian dunia. *The new economy* ditandai oleh budaya kewirausahaan yang diaplikasi ke dalam aktivitas primer dan pendukung. *Entrepreneurship* merupakan esensi dari usaha bebas simetrik dan a-simetrik karena penciptaan dan kelahiran bisnis baru dalam industri yang telah ada dan industri baru memberi vitalitas bagi ekonomi pasar.

Masalah ekonomi sebetulnya mencakup mobilisasi sosial dari pengetahuan yang tersembunyi (belum diketahui umum) yang terfragmentasi dan tersebar melalui interaksi dari kegiatan para *entrepreneur* yang bersiang. Ada dua konsep utama yang perlu kita perhatikan, yaitu pengetahuan tersembunyi (orang lain belum tahu), dan kewirausahaan. Intinya mobilisasi sosial dari pengetahuan tersebut terjadi melalui tindakan *entrepreneurial*.

Seorang *entrepreneur* akan mengarahkan usahanya untuk mencapai potensi keuntungan dan dengan demikian mereka mengetahui apa yang mungkin atau tidak

mungkin mereka lakukan. Jadi artinya seorang *entrepreneur* itu harus selalu mengetahui pengetahuan (atau informasi) baru (dimana orang banyak belum mengetahuinya). Dan pengetahuan atau informasi baru tersebut dimanfaatkan untuk memperoleh keuntungan.

Indonesia merupakan salah satu Negara yang memiliki beranekaragam umbi-umbian khususnya bawang. Bawang adalah salah satu komponen yang sangat penting dalam masakan. Selain memberikan rasa, bawang juga bisa memberikan aroma sedap pada masakan kita. Oleh sebab itu, bawang hampir selalu hadir dalam bahan atau bumbu setiap masakan. Di luar negeri, onion atau sebutan untuk bawang, ternyata hanya merujuk untuk bawang merah dan bawang bombay yang kita kenal. Namun jika menyebutkan kata 'bawang' di pasar atau supermarket, anda akan diberikan berbagai pilihan bahan. Dan bahan-bahan ini pun juga memiliki kegunaan yang beragam dalam masakan anda. Di Indonesia pun terdapat berbagai jenis macam bawang diantaranya bawang merah, bawang putih, bawang bombay kuning, bawang bombay putih, serta daun bawang.

Selama ini bawang bombay hanya digunakan sebagai bahan penyedap bahan makanan saja. Jarang sekali masyarakat yang menyukai bawang bombay untuk

dimakan secara langsung. Maka dengan latar belakang seperti itu, saya berinisiatif untuk membuat produk dengan mengolah bawang bombay menjadi camilan yang dapat dikonsumsi dan digemari oleh semua kalangan masyarakat dari berbagai tingkat usia. Namun saya tetap memperhatikan nilai gizi dari bawang bombay itu sendiri. Dengan demikian camilan saya dapat dinikmati semua orang. Bawang bombay tersebut saya olah menjadi bawang bombay crispy.

Saya memilih bawang bombay crispy karena saya melihat crispy merupakan camilan ringan yang telah akrab dan disukai lidah masyarakat Indonesia pada umumnya. Karena bawang bombay crispy adalah camilan ringan maka saya berasumsi bahwa konsumen tidak perlu lagi merasa khawatir akan efek buruk seperti kolesterol yang mungkin ditimbulkan karena mengkonsumsi produk olahan dari bawang bombay. Bawang bombay crispy juga cocok untuk segala suasana, baik untuk bersantai maupun digunakan sebagai lauk saat makan. Bawang bombay crispy olahan kami ini sangat lain daripada yang lain, karena kami mengolahnya dengan sedemikian rupa untuk tetap menjaga vitamin yang terkandung dalam bawang bombay, sehingga crispy ini memiliki nilai gizi bagi konsumen. Selain itu, yang menjadi alasan saya mengapa

memilih mengolah bawang bombay menjadi crispy adalah tidak mudah tengik karena saya menilai crispy relatif lebih awet dan sehingga harapan saya untuk jangka panjang produk ini menjadi camilan khas di Universitas Mulawarman. Oleh karena itu, saya ingin membuka suatu usaha makanan khususnya cemilan dari bawang bombay yaitu “Onion Rings Mozzarella”.

Kewirausahaan adalah padanan kata dari *entrepreneurship* dalam bahasa Inggris, *unternehmer* dalam bahasa Jerman, *ondernemen* dalam bahasa Belanda. Sedangkan di Indonesia diberi nama *kewirausahaan*. Kewirausahaan adalah suatu kemampuan untuk mengelola sesuatu yang ada dalam diri untuk dimanfaatkan dan ditingkatkan agar lebih optimal (baik) sehingga bias meningkatkan taraf hidup dimasa mendatang. Dalam berwirausaha seseorang dapat meningkatkan kemampuan berpikir kreatif dan kritis mencari peluang untuk mendapatkan penghasilan. Seseorang yang berwirausaha juga dapat menentukan sendiri peluang apa yang dicari untuk melakukan perubahan yaitu untuk meraih keuntungan yang sebesar-besarnya.

Jika kita amati, pertumbuhan kelompok wirausaha secara integral tidak terlepas dari lingkungan dimana

kelompok-kelompok itu berada. Jika lingkungan kurang atau tidak mendorong tumbuhnya kelompok-kelompok wirausaha, maka perkembangan kewirausahaan akan meniscaya. Wirausaha akan tumbuh jika lingkungan menghargai orang-orang yang kreatif dan menyediakan sarana dan prasarana agar kreativitas itu dapat memenuhi kebutuhan masyarakat lingkungan. Secara ekonomik, seorang wirausaha adalah seorang yang berkemampuan mengkomparasi “sumberdaya” untuk menghasilkan suatu output. Kelompok wirausaha dapat memberikan *multiplier effect* bagi lingkungannya, karena seorang wirausaha senantiasa memberdayakan lingkungan dalam setiap aktivitas yang dilakukannya.

## B. Rumusan Masalah

1. Apa Pengertian Kewirausahaan?
2. Apa Tujuan Kewirausahaan?
3. Apa Manfaat Sosial Kewirausahaan?
4. Apa Ruang Lingkup Kewirausahaan?
5. Apa Ciri – ciri Kewirausahaan?
6. Bagaimana Langkah – langkah Menjadi Wirausaha?
7. Bagaimana Sikap dan Perilaku *Entrepreneur*?
8. Apa Faktor – faktor Keberhasilan dan Kegagalan Seorang *Entrepreneur*?

9. Bagaimana Mengembangkan Semangat *Entrepreneur*?
10. Bagaimana Komunikasi dalam Bisnis?

#### C. Tujuan Masalah

1. Untuk Mengetahui Pengertian Kewirausahaan?
2. Untuk Mengetahui Tujuan Kewirausahaan?
3. Untuk Mengetahui Manfaat Sosial Kewirausahaan?
4. Untuk Mengetahui Ruang Lingkup Kewirausahaan?
5. Untuk Mengetahui Ciri – ciri Kewirausahaan?
6. Untuk Mengetahui Langkah – langkah Menjadi Wirausaha?
7. Untuk Mengetahui Sikap dan Perilaku *Entrepreneur*?
8. Untuk Mengetahui Faktor – faktor Keberhasilan dan Kegagalan Seorang *Entrepreneur*?
9. Untuk Mengetahui Mengembangkan Semangat *Entrepreneur*?
10. Untuk Mengetahui Komunikasi dalam Bisnis?

#### D. Manfaat

Untuk mengetahui dan mengembangkan cara berwirausaha dengan baik dan benar.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Pengertian Kewirausahaan

Kewirausahaan adalah padanan kata dari *entrepreneurship* dalam bahasa Inggris, *unternehmer* dalam bahasa Jerman., *ondernemer* dalam bahasa Belanda. Adapun di Indonesia diberi nama *kewirausahaan*. Kata *entrepreneur* berasal dari bahasa Prancis, yaitu *entreprende* yang berarti petualangan, pengambil resiko, kontraktor,, pengusaha (orang yang mengusahakan suatu pekerjaan tertentu), dan pencipta yang menjual hasil ciptaannya.

Kewirausahaan secara harafia berasal dari kata wirausaha. Wira artinya berani dan usaha berarti uasaha atau bisnis. Jadi wirausaha berarti berusaha atau berani berbisnis. Kata wirausaha biasanya ditambah wan menjadi wirausahawan atau orang yang berani berusaha atau orang yang berani berbisnis. Kewirausahaan (*entrepreneurship*) adalah dunia usaha atau dunia bisnis. Dunia atau bidang yang berkaitan dengan pemanfaatan peluang, pengelolaan sumber daya untuk memperoleh keuntungan. Usaha atau bisnis adalah upaya atau kegiatan

untuk memperoleh keuntungan melalui penjualan barang/produk atau penyediaan jasa.

Definisi wirausahawan (*entrepreneur*) ditinjau dari karakteristik orangnya menurut pendapat beberapa ahli adalah sebagai berikut:

1. Richard Cantilon menyatakan seorang *entrepreneur* sebagai seorang yang membayar harga tertentu untuk produk tertentu, untuk kemudian dijualnya dengan harga yang tidak pasti (*an uncertain prise*), sambil membuat keputusan-keputusan tentang upaya mencapai dan memanfaatkan sumber-sumber daya dan menerima resiko berusaha.
2. Josep Schumpeter menyatakan *entrepreneur* adalah seseorang yang melaksanakan kombinasi-kombinasi baru. *Entrepreneur* adalah seseorang yang memiliki kemampuan untuk melihat dan mengevaluasi peluang bisnis, memperoleh sumber daya yang diperlukan untuk mengambil keunggulan darinya dan berinisiatif mengambil tindakan yang tepat untuk menjamin sukses.
3. J.B. Say memperkenalkan istilah *Entrepreneurship* dalam diskusi *entrepreneur* sebagai orang yang memindahkan sumber daya ekonomi dari area yang

produktivitasnya rendah ke area yang produktivitasnya tinggi.

4. Peter F. Druker menyatakan agar supaya tercapai hasil maka sumber-sumber daya harus dialokasikan ke peluang-peluang dan bukan ke masalah-masalah, maksimasi peluang-peluang merupakan sebuah definisi yang berarti, bahkan sangat tepat untuk pekerjaan *entrepreneurial*. Ia mengaplikasikan bahwa efektivitas dan bukanlah efisiensi bersifat esensial di dalam lingkungan bisnis.

Seorang *entrepreneur* harus mampu mengalihkan sumber-sumber daya dari daerah-daerah yang menghasilkan hasil rendah atau hasil-hasil yang sedang menyusut ke bidang-bidang yang memberikan hasil tinggi atau yang meningkat. Ia perlu memangkas masa lampau dan ia perlu melepaskan apa yang berlaku. Ia harus menciptakan hari esok.

5. Ciputra menyatakan seorang dapat dikatakan *entrepreneur* yakni kategori pertama, memiliki *eye sight* masa depan yang tepat dan tajam, dimana mereka mampu untuk melihat sebuah peluang bisnis yang mungkin saja tidak dapat dilihat oleh orang lain. Ia dapat melihat sebuah *dreams or vision for future* yang menakjubkan dan mengekspresikan dirinya

sendiri. Kategori kedua, memiliki karakter motivator dan inovator, dimana ia dapat menciptakan dan menemukan metode untuk menggapai mimpi dan visi yang luar biasaitu atau seorang *entrepreneur* yang bermotivasi dan inovatif untuk mewujudkan cita-cita inovasinya. Kategori ketiga. Seorang *entrepreneur* selalu siap dan bersedia *taking any risk*, baik secara fisik maupun mental. Dimana seorang *entrepreneur* sejati adalah seorang pemimpin, pendiri atau pelapor yang memiliki semangat tidak mudah menyerah dalam menghadapi segala tantangan atau resiko yang teguh untuk selalu berani maju ke depan.

6. M. Muchson menyatakan *entrepreneur* adalah orang yang mampu mengembangkan potensinya baik ide, bakat, kemampuan dan keterampilan menjadi sebuah usaha atau bisnis yang menguntungkan.
7. Zimmer mengartikan kewirausahaan sebagai suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan (usaha). Pendapat ini tidak jauh berbeda dengan pendapat dari Peter f. Drucker. Artinya, untuk menciptakan sesuatu diperlukan suatu kreativitas jiwa inovator yang tinggi. Seseorang yang memiliki kreativitas dan jiwa inovator

tentu berpikir untuk mencari dan menemukan peluang yang baru agar lebih baik dari sebelumnya. wirausaha melakukan sebuah proses yang disebut *creative destruction* untuk menghasilkan suatu nilai tambah (*added value*) guna menghasilkan nilai yang lebih tinggi. Untuk itu keterampilan wirausaha (*entrepreneurial skill*) berintikan kreativitas. Oleh sebab itu, dikatakan bahwa *the core of entrepreneurial skill creativity*.

8. Peggy A. Laming dan Charles R. Kuehl dalam buku *Entrepreneurship(1999)*, kewirausahaan adlah suatu usaha yang kreatif yang membangun suatu *value* dari yang belum ada menjadi ada dan bisa dinikmati oleh orang banyak. Katanya, setiap wirausahawan yang sukses memiliki empat unsur pokok, yaitu:
  - a. Kemampuan (hubungannya dengan IQ dan skill).
    - Dalam membaca peluang
    - Dalam berinovasi.
    - Dalam mengolah.
    - Dalam menjual.
  - b. Keberanian (hubungannya dengan EQ dan mental)
    - Dalam mengatasi ketakutan.
    - Dalam mengendalikan resiko.
    - Untuk keluar dari zona kenyamanan.

- c. Keteguhan hati (hubungannya dengan motivasi diri)
- *Persistence* (ulet), pantang menyerah.
  - *Determinasi* (teguh akan keyakinan).
  - Kekuatan akan pikiran (*power of mind*) bahwa anda juga bisa.
- d. Kreativitas yang menelurkan sebuah inspirasi sebagai cikal bakal ide untuk menemukan peluang berdasarkan intuisi (hubungannya dengan *experiences*).
9. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, wirausaha adalah orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk mengadakan produk baru, mengatur permodalan operasinya serta memasarkannya. Dalam lampiran Keputusan Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusahaan Kecil Nomor 961/KEP/M/XI/1995, dicantumkan bahwa:
- a. Wirausaha adalah orang yang mempunyai semangat, sikap, perilaku dan kemampuan kewirausahaan.
  - b. Kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya

mencari, menciptakan serta menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar.

10. Jadi *entrepreneur* adalah orang yang mempunyai *eye sight* masa depan yang tepat dan tajam dalam melihat peluang bisnis melalui pengembangan ide, bakat, kemampuan dan keterampilan menjadi sebuah saha atau bisnis yang menguntungkan. Ide adalah gagasan atau pemikiran. Bakat adalah keahlian yang dibawa sejak lahir. Kemampuan adalah kepemilikan berbagai macam sumber daya (tanah, uang, peralatan, jiwa kewirausahaan, jaringan). Keterampilan adalah keahlian yang diperoleh dari pendidikan.

Contoh:

- a. Apabila seseorang melihat kuliner si masa depan masih merupakan peluang bisnis yang menjanjikan dan ia merasa mempunyai kemampuan dan keterampilan kemudian ia mendirikan sebuah usaha atau bisnis dibidang kuliner maka ia bisa dikatakan seorang *entrepreneur*.

- b. Apabila seseorang melihat musik di masa depan masih merupakan peluang bisnis yang masih merupakan peluang bisnis yang menjanjikan dan ia merasa mempunyai bakat dan kemampuan kemudian ia mendirikan sebuah usaha atau bisnis dibidang musik maka ia bisa dikatakan seorang *entrepreneur*.

Dapat disimpulkan bahwa *entrepreneurship* adalah suatu kemampuan untuk mengolah sesuatu yang ada dalam diri kita untuk dimanfaatkan dan ditingkatkan agar lebih optimal (baik) sehingga bisa meningkatkan taraf hidup kita di masa mendatang. Banyak sekali perbedaan yang orang lakukan dalam mengartikan kewirausahaan. Beberapa diantaranya mengatakan bahwa *entrepreneurship* itu adalah :

1. Ilmu pengetahuan (*knowledge*)

Kewirausahaan adalah sebuah pengetahuan yang merupakan hasil uji coba di lapangan, dikumpulkan, diteliti dan dirangkai sebagai sumber informasi yang berguna bagi orang lain yang membutuhkannya sehingga kewirausahaan bisa dimasukkan ke dalam disiplin ilmu, baik itu bersifat teori maupun yang bersifat empiris.

2. Kepribadian atau sikap

Unsur yang terkandung dalam karakteristik kewirausahaan adalah sikap positif, kepribadian yang ulet, pantang menyerah, menjadi contoh bagi yang lain dan tidak mudah puas diri.

### 3. Filosofi

Kita tahu, hidup adalah sebuah pilihan dan sukses adalah akumulasi dari pilihan-pilihan kita yang tepat menuju ke satu arah, yaitu mimpi. Fondasi kesuksesan untuk menjadi wirausaha yang cerdas adalah filosofi hisap dan bekerja. Oleh karena itu, kewirausahaan bisa digolongkan dalam sebuah filosofi hidup atau landasan dalam meniti karier guna meraih kesuksesan.

### 4. *Skill* atau keterampilan

Dikatakan demikian karena kewirausahaan adalah penggabungan dua konsep penting dari pengetahuan dan pengalaman yang dirasakan seras dilakukan melalui jatuh bangun untuk menjadi terampil dan akhirnya menjadi sebuah keahlian dalam menjalankan roda bisnis.

### 5. Seni (*art*)

Menemukan ide, inspirasi dan peluang bisnis dibutuhkan imajinasi, visualisasi dan pemikiran yang terkadang harus berlawanan dengan logika. Berpikir berbeda untuk menemukan ide-ide brilian. Semua itu

membutuhkan kreativitas, inovasi yang benar-benar baru sehingga unsur dan kekuatan seni untuk menemukan ide dalam cara mengatasi kesulitan, mengendalikan sumber daya manusia (SDM) juga pelanggan memiliki peran yang cukup besar. Oleh sebab itu, bisa dikatakan pengaruh kekuatan seni dalam ilmu kewirausahaan sangat besar. Layaknya seorang samurai tanpa seni bela diri, ia akan sulit menang. Hingga ketika seorang menjadi mahir akan muncul sebuah profesi.

#### 6. Profesi

Setelah lulus sekolah atau kuliah ada opsi-opsi yang dibuat, yaitu mencari kerja atau menciptakan lapangan kerja. Jika seseorang menjadi pekerja atau berwirausaha, ia harus bersikap profesional. Oleh karena itu, menjadi wirausaha juga merupakan sebuah profesi, sebuah pilihan hidup yang harus dilakukan secara profesional (dalam arti berkomitmen, jujur, terbuka, konsisten, tepat jani, tanggung jawab, mengerti batas hak-haknya, mengerti etika profesi dan berdisiplin).

#### 7. Naluri

Banyak orang ingin menjadi wirausahawan yang sukses tetapi tidak banyak yang berhasil, mengapa?

Karena kewirausahaan itu membutuhkan naluri untuk menemukan sebuah peluang dan ide bisnis yang akhirnya menjadi sebuah busnisyang sukses. Oleh karena itu, bisa dikatakan bahwa wirausahawan yang sukses pasti mempunyai naluri yang kuat tentang bagaimana menemukan inspirasi, ide dan peluang-peluang baru.

#### 8. Mimpi seseorang

Menjadi wirausahawan juga dipahami sebagai mimpi seseorang bahkan cita-cita yang terpendam sejak ia masih remaja atau dewasa.

#### 9. Pilihan hidup seseorang

Tujuan hidup seseorang adalah mampu menghidupi keluarganya dengan menjadi karyawan (pekerja) atau menjadi pengusaha (wirausahawan), sehingga tidak salah jika orang memilih menjadi wirausaha sebagai pilihan hidup terbukti bahwa setelah ia selesai bekerja atau pensiun banyak yang memilih menjadi wirausahawan dalam mengisi hari tuanya.

Istilah wirausaha diperkenalkan oleh Prof. Dr. Suparman Sumahamijaya pada tahun 1975 dengan menjabarkan dalam istilah aslinya yaitu *entrepreneur*, dalam arti mereka yang memulai usaha baru., menanggung segala resiko, dan mendapatkan keuntungan.

Kata “Wirausaha” merupakan terjemahan dari istilah bahasa Inggris *entrepreneur*, yang artinya adalah orang-orang yang mempunyai kemampuan untuk melihat dan menilai kesempatan peluang bisnis. J. B. Say menggambarkan pengusaha sebagai orang yang mampu memindahkan sumber-sumber ekonomi dari tingkat produktivitas rendah ke tingkat produktivitas tinggi karena mampu menghasilkan produk yang lebih banyak. Kewirausahaan dalam arti proses yang dinamis adalah kewirausahaan merupakan sebuah proses mengkreasikan dengan menambahkan nilai sesuatu yang dicapai melalui usaha keras dan waktu yang tepat dengan memperkirakan dana pendukung, fisik, dan resiko sosial, dan akan menerima reward yang berupa keuangan dan kepuasan serta kemandirian personal. Melalui pengertian tersebut terdapat empat hal yang dimiliki oleh seorang wirausahawan yakni:

1. Proses berkreasi yakni mengkreasikan sesuatu yang baru dengan menambahkan nilainya. Pertambahan nilai ini tidak hanya diakui oleh wirausahawan semata namun juga audiens yang akan menggunakan hasil kreasi tersebut.
2. Komitmen yang tinggi terhadap penggunaan waktu dan usaha yang diberikan. Semakin besar fokus dan

perhatian yang diberikan dalam usaha ini maka akan mendukung proses kreasi yang akan timbul dalam kewirausahaan.

3. Memperkirakan resiko yang mungkin timbul. Dalam hal ini resiko yang mungkin terjadi berkisar pada resiko keuangan, fisik dan resiko social.
4. Memperoleh reward. Dalam hal ini reward yang terpenting adalah independensi atau kebebasan yang diikuti dengan kepuasan pribadi. Sedangkan reward berupa uang biasanya dianggap sebagai suatu bentuk derajat kesuksesan usahanya.

Menurut Miner dalam buku Raja Bongsu, terdapat empat kepribadian wirausaha, sebagai berikut:

1. *Personal achiever*

Ciri-ciri wirausaha tipe *personal achiever* adalah sebagai berikut:

- Memiliki kebutuhan berprestasi
- Memiliki kebutuhan akan umpan balik
- Memiliki kebutuhan perencanaan dan penetapan tujuan
- Memiliki inisiatif pribadi yang kuat
- Memiliki komitmen pribadi yang kuat untuk organisasi

- Percaya bahwa satu orang dapat memainkan peran penting
- Percaya bahwa pekerjaan seharusnya dituntun oleh tujuan pribadi bukan oleh hal lain.

2. *Super sales person*,

Ciri-ciri wirausaha tipe *supersalesperson* sebagai berikut:

- Memiliki kemampuan memahami dan mengerti orang lain
- Memiliki keinginan untuk membantu orang lain
- Percaya bahwa proses-proses sosial sangat penting
- Kebutuhan memiliki hubungan positif yang kuat dengan orang lain
- Percaya bahwa bagian penjualan sangat penting untuk melaksanakan strategi perusahaan.

3. *Real Manager*

Ciri-ciri wirausaha tipe *real managers* sebagai berikut:

- Keinginan untuk menjadi pemimpin perusahaan
- Ketegasan
- Sikap positif terhadap pemimpin
- Keinginan untuk bersaing
- Keinginan berkuasa

- Keinginan untuk menonjol di antara orang-orang lain.

#### 4. *Expert Idea Generation*

Ciri-ciri wirausaha tipe expert idea generator adalah sebagai berikut:

- Keinginan untuk melakukan inovasi  
Keinginan untuk berinovasi menyebabkan *expert idea generator* suka menemukan gagasan baru dan melaksanakannya. Keinginan untuk berinovasi konsisten dengan usaha sendiri untuk mencapai keberhasilan dan merasakan kepuasan pribadi dengan itu.
- Menyukai gagasan-gagasan  
Suka akan gagasan mencakup banyak unsur, seperti antusiasme, memperlihatkan perhatian terhadap pendapat orang lain.
- Percaya bahwa pengembangan produk baru sangat penting untuk menjalankan strategi dan organisasi.
- Inteligensi yang tinggi  
Inteligensi mencakup kemampuan seperti penilaian dan penalaran, serta kemampuan untuk menggunakan abstraksi, konsep, dan gagasan. Juga kemampuan untuk belajar, menganalisis dan membuat sintesis.

- Ingin menghindari risiko  
Meskipun banyak orang yang menganggap sifat suka ambil risiko sebagai esensi profesi wirausaha, banyak wirausaha yang sangat berhati-hati, dan baru melangkah kalau betul-betul sudah yakin. Bagi wirausaha tipe ini, sifat ini memang penting karena gagasan-gagasannya bisa saja sangat baru dan aneh.

Menurut Miner dalam buku Raja Bongsu, tipe kepribadian wirausaha dapat menentukan bidang usaha yang akan membawanya kepada keberhasilan. Berdasarkan penelitiannya, ia menemukan bahwa seorang wirausaha akan berhasil bila ia mengikuti *achieving route* tertentu sesuai tipe kepribadiannya.

- *Personal achiever* akan sukses bila terus-menerus mengatasi rintangan dan menghadapi krisis, dan dalam menghadapi segalanya berusaha sedapat mungkin bersikap positif.
- *Supersalesperson* akan berhasil kalau memanfaatkan banyak waktunya untuk menjual dan minta mengelola bisnisnya.
- *Real managers* akan berhasil kalau ia memulai usaha baru dan mengelola sendiri usaha tersebut.

- *Expert idea generation* akan berhasil kalau terjun ke bisnis teknologi tinggi.

## B. Tujuan Kewirausahaan

Bahan ajar mata diklat Kewirausahaan dapat diajarkan dan dikembangkan di Sekolah-sekolah Dasar, Sekolah Menengah, Perguruan Tinggi, dan diberbagai kursus bisnis. Di dalam pelajaran Kewirausahaan, para siswadiajari dan ditanamkan sikap-sikap perilaku untuk membuka bisnis, agar mereka menjadi seorang wirausaha yang berbakat. Agar lebih jelas, dibawah ini diuraikan tujuan dari Kewirausahaan, sebagai berikut:

1. Meningkatkan jumlah para wirausaha yang berkualitas.
2. Mewujudkan kemampuan dan kemantapan para wirausaha untuk menghasilkan kemajuan dan kesejahteraan masyarakat.
3. Membudayakan semangat sikap, perilaku, dan kemampuan kewirausahaan di kalangan pelajar dan masyarakat yang mampu,handal, dan unggul.
4. Menumbuh kembangkan kesadaran dan orientasi Kewirausahaan yang tangguh dan kuat terhadap para siswa dan masyarakat.

Kegiatan kewirausahaan dapat membantu perekonomian menjadi lebih baik. Menurut Zimmerer dkk (2008) manfaat kewirausahaan yaitu:

1. Peluang untuk Menentukan Nasib Anda Sendiri

Memiliki usaha atau perusahaan sendiri memberikan kebebasan dan peluang bagi para wirausaha untuk mencapai apa yang penting baginya.

2. Peluang untuk Melakukan Perubahan

Semakin banyak bisnis yang memulai usahanya karena mereka dapat menangkap peluang untuk melakukan berbagai perubahan yang menurut mereka sangat penting. Mungkin berupa penyediaan perumahan sederhana yang sehat dan layak pakai, dan mendirikan daur ulang limbah untuk melestarikan sumber daya alam yang terbatas, pebisnis kini menemukan cara untuk menggabungkan wujud kepedulian mereka terhadap berbagai masalah ekonomi dengan sosial dengan harapan untuk menjalani hidup yang lebih baik.

3. Peluang untuk mencapai potensinya sepenuhnya

Banyak orang menyadari bahwa bekerja di suatu perusahaan seringkali membosankan, kurang menantang dan tidak ada daya tarik. Hal ini tentu

tidak berlaku bagi seorang wirausahawan, bagi mereka tidak banyak perbedaan antara bekerja atau menyalurkan hobi atau bermain, keduanya sama saja. Bisnis-bisnis yang dimiliki oleh wirausahawan merupakan alat untuk menyatakan aktualisasi diri. Keberhasilan mereka adalah suatu hal yang ditentukan oleh kreativitas, antusias, inovasi, dan visi mereka sendiri. Memiliki usaha atau perusahaan sendiri memberikan kekuasaan kepada mereka, kebangkitan spiritual dan mampu mengikuti minat atau hobinya sendiri.

#### 4. Peluang untuk Meraih Keuntungan

Walaupun pada tahap awal uang bukan daya tarik utama bagi wirausahawan, keuntungan berwirausahawan merupakan faktor motivasi yang penting untuk mendirikan usaha sendiri, kebanyakan pebisnis tidak ingin menjadi kaya raya, tetapi kebanyakan diantara mereka yang menang menjadi berkecukupan. Hampir 75% yang termasuk dalam daftar orang terkaya (Majalah *Forbes*) merupakan wirausahawan generasi pertama.

#### 5. Memiliki peluang untuk berperan aktif dalam masyarakat dan mendapatkan pengakuan atas

usahanya Pengusaha atau pemilik usaha kecil seringkali merupakan warga masyarakat yang paling dihormati dan dipercaya. Kesepakatan bisnis berdasarkan kepercayaan dan saling menghormati adalah ciri pengusaha kecil. Pemilik menyukai kepercayaan dan pengakuan yang diterima dari pelanggan yang telah dilayani dengan setia selama bertahun-tahun.

C. Kewirausahaan memiliki 4 manfaat sosial, yaitu:

1. Memperkuat pertumbuhan ekonomi: menyediakan pekerjaan baru dalam ekonomi. Ekonomi saat ini adalah tanah yang subur bagiwirausahawan misalnya, permintaan pelayanan sektor jasa meledak.
2. Meningkatkan produktivitas: kemampuan untuk menghasilkan lebih banyak barang dan jasa dengan TK dan input lain yang lebih sedikit.
3. Menciptakan teknologi, produk dan jasa baru: komputer digital, mesin fotokopi, laser, power steering.
4. Mengubah dan meremajakan persaingan pasar: pasar internasional menyediakan peluang kewirausahaan.

Berikut ini adalah manfaat dari entrepreneur:

1. Dengan meraih keuntungan/profit maka dapat

meningkatkan skala usaha/bisnis sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan pribadi, keluarga, dan pihak-pihak yang terlibat dalam bisnis.

2. Dengan meningkatkan ekonomi keluarga maka kesejahteraan hidup meningkat.
3. Dengan berkembangnya ide, bakat, kemampuan (sumber daya), dan keterampilan menjadi sumber penghasilan maka menjadi bukti bahwa sumber daya tersebut telah dikelola dengan afektif dan efisien.
4. Dengan merekrut tenaga kerja dapat mengurangi pengangguran.
5. Dengan menjadi sumber penghasilan bagi masyarakat maka dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat.
6. Dapat dijadikan sumber pertumbuhan ekonomi daerah dan nasional.
7. Dapat mengembangkan jejaring bisnis maupun sosial.

#### D. Ruang Lingkup Kewirausahaan

Seorang *entrepreneur* dapat terjun ke dunia usaha/bisnis dalam bentuk usaha:

1. Menurut jenis kegiatan:
  - a. Usaha perdagangan misalnya toko kelontong, toko

baju, jual beli produk pertanian, dan lain-lain.

- b. Usaha industri (mengolah bahan baku menjadi prosuk jadi) misalnya mebel, batako, kerajinan tangan, dan lain-lain.
- c. Usaha jasa misalnya salon, bengkel, bimbingan belajar, dan lain-lain.

2. Menurut bidang usahanya:

- a. Pertanian
- b. Perkebunan
- c. Pertambangan
- d. Perikanan
- e. Pemeliharaan hewan
- f. Perdagangan
- g. Industri
- h. Jasa
- i. On line

3. Menurut kepemilikannya:

- a. Usaha perseorangan
- b. Usaha persekutuan/firma
- c. Usaha perseroan
- d. Koperasi
- e. Dan lain-lain

E. Ciri – ciri berwirausaha

Ciri-ciri wirausaha berhasil adalah memiliki visi dan

tujuan, berani menanggung risiko, berencana, kerja keras, familiar, bertanggung jawab atas kegagalan dan keberhasilan. Dalam pencapaian keberhasilannya, seorang wira usaha memiliki ciri-ciri tertentu pula. Berikut merupakan ciri-ciri dalam berwirausaha:

1. Komitmen, determinasi dan keuletan hati

*Entrepreneur* adalah mereka yang memiliki komitmen total dan determinasi untuk maju sehingga dapat mengatasi berbagai hambatan. Kesulitan yang timbul tidak memadamkan semangat *entrepreneur* untuk terus berkreasi dan berinovasi.

2. Dorongan kuat untuk berprestasi

*Entrepreneur* adalah orang yang berani memulai sendiri, tidak terlalu tergantung pada orang lain, yang digerakkan oleh keinginan kuat untuk berkompetisi, melampaui standar yang ada dan mencapai sasaran.

3. Pengambilan keputusan yang persisten

*Entrepreneur* adalah mereka yang tidak mudah terintimidasi oleh situasi yang sulit. Mereka adalah pribadi yang percaya diri dan optimis.

4. Mencari umpan balik

*Entrepreneur* yang efektif adalah pembelajar yang cepat. Tidak seperti kebanyakan orang, mereka

memiliki keinginan kuat untuk mengetahui bagaimana mereka bertindak dengan benar dan memperbaiki kinerjanya. Umpan balik adalah sentral dari pembelajaran seorang *entrepreneur*.

#### 5. Percaya diri

Kepercayaan diri adalah sikap dalam keyakinan seseroang dalam melaksanakan dan menyelesaikan tugas-tugasnya. Kepercayaan diri dari berpengaruh pada gagasa, karsa, inisiatif, kreativitas, keberanian, ketekunan, semangat kerja keras, dan kegairahan berkarya.

#### 6. Berorientasi pada tugas dan hasil

Berorientasi pada tugas berarti memiliki tekad kerja keras, tekun, enerjik, serta memiliki semangat dan kemauan dalam menghadapi kesulitan. Berorientasi pada hasil berarti haus akan prestasi serta mengejar keuntungan.

#### 7. Pengambilan risiko

Kemauan dan kemampuan untuk mengambil resiko merupakan salah satu nilai utama dalam kewirausahaan. Wirausaha yang tidak mau mengambil resiko akan sukar memulai atau berinisiatif. Keberanian menanggung resiko tergantung pada daya

tarik setiap alternatif, kesediaan untuk rugi, dan kemungkinan relatif untuk sukses atau gagal. Untuk bisa memilih sangat tergantung atau ditentukan oleh kemampuan wirausaha untuk mengambil resiko. Selanjutnya kemampuan untuk mengambil resiko ditentukan oleh keyakinan pada diri sendiri, kesediaan untuk menggunakan kemampuan dalam mencari peluang dan kemungkinan untuk memperoleh keuntungan, dan kemampuan untuk nilai situasi resiko secara realistis.

Diatas ditemukan bahwa pengambilan resiko berkaitan dengan kepercayaan diri sendiri, artinya semakin besar keyakinan seseorang pada kemampuan diri sendiri, maka semakin besar keyakinan orang tersebut akan kesanggupan untuk mempengaruhi hasil dan keputusan, dan semakin besar pula kesediaan seseorang untuk mencoba apa yang menurut orang lain sebagai resiko ( Meredith 1996 : 39 ). Jadi pengaruh resiko lebih menyukai tantangan dan peluang. Oleh sebab itu pengambil resiko ditemukan pada orang-orang inovatif dan kreatif yang merupakan bagian yang terpenting dari perilaku kewirausahaan.

## 8. Kepemimpinan

Seseorang wirausaha yang berhasil selalu memiliki sifat kepemimpinan, kepelaporan, keteladanan, ia selalu ingin tampil berbeda lebih dulu, lebih menonjol. Dengan menggunakan kemampuan kreativitas dan inovasi ia selalu menampilkan barang dan jasa yang dihasilkannya dengan lebih cepat lebih dulu dan segera berada dipasar.

## 9. Keorisinalan dan kreativitas

Nilai inovasi kreatif dan fleksibel merupakan unsur-unsur keorisinalan seseorang. Wirausaha yang inovatif adalah orang yang kreatif dan yakin dengan adanya cara-cara baru yang lebih baik ( Yuyun Wirasasmita, 1994: 7 ) ciri-cirinya adalah:

- a. Tidak pernah puas dengan cara-cara yang dilakukan saat ini meskipun cara tersebut cukup baik.
- b. Selalu menuangkan imajinasi dalam pekerjaannya.
- c. Selalu ingin tampil berbeda atau selalu memanfaatkan perbedaan.

Ciri-ciri orang kreatif didasarkan pada pengembangan sejumlah kualitas pribadi berulang-ulang secara konsisten, antara lain:

- a. Nilai-nilai intelektual dan Artistik. Sebagai ilustrasi, kegiatan intelektual seperti membaca buku-buku bermutu seperti sains, filsafat dan matematika. buku-buku bernilai artistik seperti: musik, sastra, dan Film dll.
- b. Minat akan kompleksitas. Hal ini ditunjukkan dari ketertarikan pada usaha menjelajahi masalah sulit dan rumit untuk mendapatkan solusi dan memahami masalah tersebut.
- c. Kepedulian pada pekerjaan dan pencapaian. Hal ini ditunjukkan oleh disiplin diri yang berkaitan dalam pekerjaan, dengan dorongan dan motivasi tinggi, serta peduli terhadap usaha mencapai keunggulan.
- d. Ketekunan. Orang yang kreatif biasanya mempunyai tekad keras untuk mencapai tujuan dan mengidentifikasi, serta memecahkan masalah di tempat kerja, mempunyai keyakinan kuat akan kekuatan dan keterampilan yang mendukung tekadnya.
- e. Pemikiran mandiri, Orang-orang yang kreatif dan inovatif menunjukkan kemandiriannya dalam karakteristik membuat kesimpulan, setiap pada

opini dan sikap, meskipun banyak di antaranya cenderung menyesuaikan diri pada pandangan-pandangan yang dinyatakan oleh mayoritas atau mempunyai kedudukan yang lebih tinggi.

- f. Toleransi terhadap keraguan. Orang-orang kreatif merespons secara positif pada situasi meragukan dan berusaha mencernanya sambil menikmati proses. Keraguan adalah situasi dimana seseorang mengalami pengalaman tidak menentu. Misalnya tiba di suatu negara asing, tidak mengetahui aturan-aturan dan norma-norma.
- g. Otonomi. Orang kreatif cenderung mengandalkan diri sendiri dan kurang bergantung pada orang lain, menikmati dan menuntut kebebasan di tempat kerja. dalam hal ini membutuhkan kebebasan dan pengontrolan yang tidak terlalu ketat.
- h. Kepercayaan diri salah satu ciri orang kreatif adalah kepercayaan diri yang tinggi dan dipeliharanya citra diri kreatif. Dalam hal ini, Orang-orang yang percaya pada terhadap kreativitas dirinya sendiri dan yakin kepada kemampuan akan lebih besar kemungkinannya

untuk berperilaku kreatif.

- i. Kesiapan mengambil risiko. Orang kreatif lebih cenderung siap mengambil risiko dengan ide-ide baru, serta mencoba cara-cara baru dan lebih baik dalam mengerjakan berbagai hal, sekalipun orang-orang di sekitarnya tidak mendukung.

#### 10. Berorientasi pada masa depan

Berorientasi pada masa depan adalah selalu mencari peluang tidak cepat puas dengan keberhasilan dan berpandangan jauh ke masa depan. Pandangan yang jauh ke masa depan, membuat wirausaha tidak cepat puas dengan karya dan karya yang sudah ada sekarang. Oleh karena itu, selalu mempersiapkannya dengan mencari suatu peluang.

#### 11. Efisien

Selalu mengutamakan efisiensi, penghematan biaya, dan tidak konsumtif, selalu menanamkan kembali keuntungan yang diperoleh.

#### 12. Cerdas

Mempunyai cara analisis yang tepat, sistematis, dan metodologis.

#### 13. *Internal locus of control*

*Entrepreneur* yang sukses meyakini diri mereka

sendiri. Mereka tidak percaya bahwa keberhasilan atau kegagalan dipengaruhi oleh takdir, keberuntungan dan kekuatan serupa lainnya. Mereka percaya bahwa pencapaian yang diperoleh merupakan hasil pengendalian dan pengaruh diri. *Entrepreneur* juga meyakini bahwa mereka dapat mengendalikan lingkungan melalui berbagai aktivitas yang dilakukan.

#### 14. Independen

*Entrepreneur* menginginkan kebebasan dalam mengembangkan bisnis. Mereka tidak menginginkan birokrasi yang membelenggu yang dapat menghambat aktivitasnya.

#### 15. Toleransi terhadap kegagalan

Kegagalan adalah hal yang biasa bagi *entrepreneur*. Hal ini merupakan bagian dari pengalaman pembelajaran. *Entrepreneur* yang efektif adalah mereka yang cukup realistis dalam menghadapi kesulitan. Mereka tidak kecewa, terpukul atau depresi ketika mengalami kegagalan. Sebaliknya, mereka terus mencari kesempatan karena mereka menyadari bahwa banyak pelajaran yang dapat dipetik dari kegagalan dari pada keberhasilan.

Karakteristik *entrepreneur* menurut Bygrave

diistilahkan dengan konsep 10 D, yaitu:

1. *Dream*, mempunyai visi terhadap masa depan dan mampu mewujudkannya.
2. *Decisiveness*, tidak bekerja lambat, membuat keputusan berdasarkan perhitungan yang tepat.
3. *Doers*, membuat keputusan dan melaksanakannya.
4. *Determination*, melaksanakan kegiatan dengan penuh perhatian.
5. *Dedication*, mempunyai dedikasi tinggi dalam berusaha.
6. *Devotion*, mencintai pekerjaan yang dimiliki.
7. *Details*, memperhatikan faktor-faktor kritis secara rinci.
8. *Destiny*, bertanggung jawab terhadap nasib dan tujuan yang hendak dicapai.
9. *Dollars*, motivasi bukan hanya uang.
10. *Distribute*, mendistribusikan kepemilikannya terhadap orang yang dipercayai.

Ciri-ciri wirausaha menurut para ahli yang mengikuti *Lokakarya Sistem Pendidikan dan Pengembangan Kewiraswastaan* di Indonesia tanggal 21-23 Juli 1976, Bing P. Lukman dan kawan-kawan,

mengidentifikasi karakteristik wirausaha, yaitu inovatif, produktif, mandiri, ulet, tekun, tidak cepat puas, dan berani mengambil risiko (Syarif, 1976). Pendapat yang lebih terperinci disampaikan pula oleh Suparman Sumahamidjaya yang dikutip oleh Danuhardimedjo (1981, pp. 7-8) sebagai berikut.

1. Mempunyai keberanian untuk mengambil risiko dalam menjalankan tugasnya untuk mengejar keuntungan yang merupakan imbalan dari karyanya.
2. Mempunyai daya kreasi, imajinasi, dan kemampuan yang sangat tinggi untuk menyesuaikan diri dengan keadaan.
3. Mempunyai semangat dan kemauan untuk mengatasi kesulitan yang dihadapi.
4. Selalu mengutamakan efisiensi dan penghematan-penghematan biaya operasi perusahaan.
5. Mempunyai kemauan untuk menarik bawahan atau teman/partner usaha yang mempunyai kemauan tinggi.
6. Mempunyai analisis yang tepat, sistematis, dan metodologis.
7. Tidak konsumtif, selalu menanamkan kembali keuntungan yang diperoleh untuk memperluas usaha

yang sudah ada atau menanamkannya pada usaha-usaha yang baru.

8. Mempunyai kemauan yang tinggi dalam menilai kesempatan yang ada, dan membawa teknik-teknik baru dalam mengorganisasikan usahanya secara tepat guna dan efisien.
9. Tekun penuh kesanggupan dan tidak lekas putus asa dan yakin akan hari depan yang penuh keberhasilan dan kegemilangan.

#### F. Langkah-langkah Menjadi Wirausaha

Dalam menjadi seorang wirausaha yang sukses tentu ada cara atau langkah-langkah yang harus dilakukan. Langkah-langkah menjadi wirausaha adalah sebagai berikut:

##### 1. Sumber ide usaha

Sumber ide untuk memulai sebuah usaha dapat diperoleh dari pekerjaan dan keterampilan, minat dan hobi, pengalaman, serta dari pengamatan.

##### 2. Melihat peluang usaha

Sebelum menentukan bidang usaha apa yang akan dijalankan, maka terlebih dahulu dianalisisi apakah bidang usaha yang dipilih tersebut telah ada

atau belum serta bagaimana prospeknya. Tiga alternatif yang dapat dijadikan dasar untuk melihat peluang usaha adalah menghasilkan barang baru, menghasilkan barang yang sama jenisnya tapi berbeda model, atau menghasilkan barang tiruan yang baru, memodifikasi barang tersebut.

### 3. Analisis 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 diperoleh 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:

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

Untuk dapat memperoleh gambaran sejauh mana peluang usaha yang dipilih dapat memenuhi persyaratan, ada beberapa hal yang perlu dianalisis, yaitu:

- a. Tingkat keuntungan yang akan diperoleh.
- b. Penyediaan barang yang akan menunjang

kelancaran kegiatan produksi.

- c. Penyediaan tenaga kerja.
- d. Penguasaan teknik.
- e. Prospek produksi.
- f. Penyediaan dana.
- g. Ekspansi usaha.
- h. Risiko.
- i. Kecenderungan perkembangan permintaan.
- j. Persaingan yang akan dihadapi.
- k. Peranan pemerintah dalam menunjang perkembangan produk.

#### 4. Perencanaan usaha

Sebelum melangkah dalam kegiatan usaha, terlebih dahulu dibuat perencanaan usaha yang meliputi masalah diri pribadi, permodalan, organisasi dan manajemen, peluang usaha, hukum dan perundang-undangan, serta masalah lingkungan.

#### 5. Menjalankan usaha

Sutarno, dalam menjalankan usaha perlu diperhatikan hal-hal sebagai berikut:

- a. Tujuan usaha.
- b. Rencana bentuk produk.

- c. Sarana usaha, meliputi tenaga kerja, peralatan, bahan, permodalan, dan pertimbangan ekonomi.
- d. Proses rencana.

Rencana Bisnis (*business plan*) memiliki berbagai elemen penting. Mengutip dari *Business Incubator Centre-Universitas Gunadarma*, elemen yang dimaksud dan penjelasannya sebagai berikut:

### 1. Ringkasan Eksekutif

Merupakan pintu masuk ke rencana bisnis kita. Ringkasan sebaiknya hanya outline dan lebih menekankan pada butir-butir utama saja.

### 2. Tujuan.

Tetapkan tujuan kita, misal pangsa pasar, penjualan, dan keuntungan. Yakinkan bahwa tujuan tersebut kongkrit, dan terukur. Tujuan harus menunjukkan tingkat penjualan atau keuntungan, persentase gross margin, laju pertumbuhan, atau pangsa pasar yang ingin diraih. Hindari penggunaan tujuan yang tidak jelas, misal “menjadi yang terbaik” atau pertumbuhan yang cepat. Kita sebaiknya menetapkan paling sedikit tiga tujuan.

### 3. Pernyataan Misi

Pernyataan misi mengekspresikan tujuan tertinggi dari perusahaan kita, misalnya menyediakan layanan ke industri tertentu, menyebarkan teknologi baru, atau meningkatkan pendidikan. Jika perusahaan kita mempunyai misi, nyatakan secara sederhana dalam satu atau dua kalimat.

#### 4. Perusahaan

Buat ringkasan perusahaan dengan menjelaskan secara jelas apa yang dijual, melalui saluran distribusi apa, dan dijual ke siapa/mana.

#### 5. Kepemilikan Perusahaan

Jelaskan bentuk kepemilikan perusahaan kita. Apakah partnership, sole proprietorship, atau corporation? Publik atau perorangan?

#### 6. Sejarah Perusahaan

Sebutkan kapan perusahaan didirikan, oleh siapa, dan dengan tujuan apa. Bagaimana perusahaan berkembang setelah itu? Dimana kita merelokasi kantor, mengembangkan lini produk atau perubahan signifikan lainnya? Ingatlah untuk memasukkan informasi mengenai penjualan, barang/jasa, dan pasar yang dilayani serta bagaimana hal-hal tadi berubah atau berkembang sepanjang waktu. Jika perusahaan kita

baru, nyatakan mengapa kita memutuskan memulai berbisnis.

#### 7. Lokasi dan Fasilitas Perusahaan

Jelaskan dengan ringkas kantor dan lokasi perusahaan, sifat dan fungsinya, luas, status penyewaan, dan informasi mengenai fasilitas lainnya.

#### 8. Produk/Jasa

Paragraf ini merupakan ringkasan barang dan jasa yang ditawarkan. Ringkasan kita harus point-point-nya saja dan menjelaskan barang dan jasa kita. Jelaskan bagaimana barang/jasa saling melengkapi satu sama lain atau dijual bersamaan, jika ada.

#### 9. Deskripsi Barang dan Jasa

Buat List barang dan jasa secara individual dan jelaskan bagaimana barang/jasa tersebut bermanfaat untuk pelanggan.

#### 10. Karakteristik dan Perbandingan Kompetitif Barang/Jasa

Jelaskan karakteristik bersaing utama dari barang/jasa kita. Mengapa orang-orang membeli barang/jasa kita dibandingkan yang lain? Apakah kita menawarkan yang lebih baik untuk karakteristik, harga, kualitas, atau pelayanannya? Jelaskan sifat penjualan yang khas yang memberikan daya saing.

## 11. Layanan Konsumen/Tindak Lanjut Layanan

Jelaskan bagaimana kita menawarkan pelayanan terhadap barang/jasa yang kita jual. Jika perusahaan kita hanya menawarkan jasa, rubahlah judul diatas dengan tindak lanjut layanannya dan jelaskan bagaimana kita menyediakan dukungan terhadap pelanggan. Juga masukkan jam operasi atau kebijakan garansi.

Secara umum tahap-tahap melakukan wirausaha adalah sebagai berikut:

### 1. Tahap wurausaha

- a. Tahap memulai, tahap dimana seseorang yang berniat untuk melakukan usaha mempersiapkan segala sesuatu yang diperlukan, diawali dengan melihat peluang usaha baru yang mungkin apakah membuka usaha baru, melakukan akuisisi, atau melakukan franchising. Juga memilih jenis usaha yang akan dilakukan apakah di bidang pertanian, industri/manufaktur/ produksi atau jasa.
- b. Tahap melaksanakan usaha atau diringkas dengan tahap “jalan”, tahap ini seorang wirausahawan mengelola berbagai aspek yang terkait dengan usahanya, mencakup aspek-aspek: pembiayaan, SDM, kepemilikan, organisasi, kepemimpinan

yang meliputi bagaimana mengambil resiko dan mengambil keputusan, pemasaran, dan melakukan evaluasi.

- c. Mempertahankan usaha, tahap di mana wirausahawan berdasarkan hasil yang telah dicapai melakukan analisis perkembangan yang dicapai untuk ditindaklanjuti sesuai dengan kondisi yang dihadapi.
- d. Mengembangkan usaha, tahap dimana jika hasil yang diperoleh tergolong positif atau mengalami perkembangan atau dapat bertahan maka perluasan usaha menjadi salah satu pilihan yang mungkin diambil.

## 2. roses Kewirausahaan

Menurut Carol Noore yang dikutip oleh Bygrave (1996: 3), proses kewirausahaan diawali dengan adanya inovasi. Inovasi dipengaruhi oleh berbagai faktor baik yang berasal dari priadi maupun di luar pribadi, seperti pendidikan, sosiologi, organisasi, kebudayaan dan lingkungan. Faktor-faktor tersebut membentuk *locus of control*, kreativitas, keinovasian, impelementasi, dan pertumbuhan yang kemudian berkembang menjadi wirausaha yang besar. Secara internal, keinovasian dipengaruhi ooleh faktor yang

berasal dari individu, seperti *locus of control*, toleransi, nilai-nilai, pendidikan, pengalaman. Sedangkan faktor yang berasal dari lingkungan yang mempengaruhi di antaranya model peran, aktivitas, dan peluang. Oleh karena itu, inovasi berkembang menjadi kewirausahaan melalui proses yang dipengaruhi lingkungan, organisasi dan keluarga. Secara ringkas, model proses kewirausahaan mencakup tahap-tahap berikut:

- a. Proses inovasi.
- b. Proses pemicu.
- c. Proses pelaksanaan.
- d. Proses pertumbuhan.

Berdasarkan analisis pustaka terkait kewirausahaan, diketahui bahwa aspek-aspek yang perlu diperhatikan dalam melakukan wirausaha adalah:

- a. Mencari peluang usaha baru: lama usaha dilakukan, dan jenis usaha yang pernah dilakukan,
- b. Pembiayaan: pendanaan-jumlah dan sumber-sumber dana,
- c. SDM: tenaga kerja yang dipergunakan,
- d. Kepemilikan: peran-peran dalam pelaksanaan usaha,
- e. Organisasi: pembagian kerja di antara tenaga kerja yang dimiliki,

- f. Kepemimpinan, kejujuran, agama, tujuan jangka panjang, proses manajerial (POAC).
- g. Pemasaran, lokasi dan tempat usaha.

#### G. Sikap dan Perilaku *Entrepreneur*

Jika seorang *entrepreneur* yang berhasil ditanya tentang bagaimana sikap ia terhadap bisnisnya maka ia akan menjawab senang, bangga, akan terus dikembangkan, mempunyai keyakinan untuk berhasil, pelayanan pada konsumen, mengutamakan kualitas, menepati janji, kejujuran, dan lain-lain. Jadi sikap adalah pandangan dan nilai-nilai yang dimiliki oleh seorang *entrepreneur*. Sedangkan apabila seorang *entrepreneur* ditanya tentang bagaimana perilaku ia terhadap bisnisnya maka ia akan menjawab disiplin, tanggung jawab, kerja keras, menyukai tantangan, mempunyai semangat yang tinggi, berani mengambil resiko, tidak takut menghadapi kegagalan dan lain-lain. Jadi perilaku adalah implementasi atau penerapan dari pandangan atau nilai-nilai yang dimiliki oleh seorang *entrepreneur*.

Sikap dan perilaku seorang *entrepreneur* agar bisnisnya berhasil maka seorang *entrepreneur* harus mempunyai sikap:

1. Percaya diri
2. Teguh pendirian
3. Selalu yajin dengan apa yang dilakukan
4. Selalu berpikir positif
5. Berorientasi jauh ke depan
6. Mau belajardari kegagalan
7. Menunjang tinggi kemandirian

Sedangkan perilaku seorang *entrepreneur* yang ingin berhasil adalah:

1. Pandai menacari dan memanfaatkan peluang
2. Cepat dan akurat dalam membuat keputusan
3. Mau belajar dari pengalaman dan orang lain
4. Mempunyai ambisi untuk maju
5. Pandai berkomunikasi
6. Mempunyai jiwa kepemimpinan
7. Mengutamakan pelayanan prima
8. Mampu menjalin *networking*
9. Mampu berpikir efektif dan efisien
10. Mewmiliki komitmen yang tinggi
11. Pantang menyerah dan tidak mudah putus asa
12. Kreatif dan inovatif

13. Mau bekerja sama dengan pihak lain

14. Berpenampilan sopan, menarik dan menyenangkan.

#### H. Faktor-faktor Keberhasilan dan Kegagalan Seorang Wirausahawan

Dalam berbisnis, seorang *entrepreneur* selalu dihadapkan pada masalah kegagalan dan keberhasilan. Kegagalan berbisnis terjadi apabila penyusutan atau hilangnya sumber daya yang telah diinvestasikan dalam bisnis tersebut. Sedangkan keberhasilan berbisnis terjadi apabila terjadi kenaikan baik sedikit maupun banyak sumber daya yang telah diinvestasikan dalam bisnis tersebut. Di bawah ini diuraikan beberapa penyebab terjadinya kegagalan dan keberhasilan berbisnis.

##### 1. Keberhasilan Kewirausahaan

###### a. Kerja keras

Dalam menjalankan usaha kita perlu menyadari bahwa setiap orang yang menekuni bidang usaha, usaha apapun itu, dituntut untuk memiliki pemikiran untuk selalu bekerja keras dan tekun.

###### b. Kerja sama dengan orang lain

Sebagai makhluk sosial, yang mau tidak mau

kita musti bergantung kepada orang lain, maka dari itu semestinyalah kita belajar bergaul dan membawa diri pada orang lain.

c. Penampilan yang baik

Penampilan adalah cerminan kebersihan hati dan perilaku seseorang, oleh karena itu, untuk menunjang usaha yang kita lakukan maka penampilan juga sangat berperan.

d. Yakin, keyakinan.

Segala sesuatu yang dilakukan wujudkan dalam diri kita bahwa kita bisa. Pandai membuat keputusan. Ada beberapa cara agar yakin teradap keputusan yang diambil nantinya akan berhasil sebagai berikut:

1) Fokus terhadap tujuan

Dengan fokus berarti Anda menumbuhkan motivasi yang kuat dalam diri. Keinginan untuk berubah dari kondisi yang sekarang menjadi kondisi yang jauh lebih baik dikemudian hari. Dengan motivasi yang kuat berarti komitmen terhadap tujuan jangka panjang. Komitmen adalah sebuah janji yang harus ditepati tanpa alasan dalam bentuk

apapun. Seandainya anda komit terhadap masa depan anda maka anda harus melakukan tindakan yang mengarah pada perubahan masa depan anda sesuai dengan yang dikehendaki.

2) Menyadari kondisi saat ini.

Dengan ini anda akan tahu mulai bergerak dari mana dan mau ke mana. Walaupun ada hambatan dalam perjalanan anda, anda akan yakin terus maju ke depan dan konsisten terhadap keberhasilan anda. Sikap konsisten sangat diperlukan untuk keberhasilan sebuah fokus. Konsisten hadir membawa fokus kepada kenyataan. Apapun pekerjaan anda, milikilah fokus dan konsistenlah terhadap fokus, sehingga keberhasilan bisa anda raih. Berikut strategi yang anda jalankan yaitu:

- Rumuskan secara jelas sasaran utama
- Buatlah rencana kerja yang matang
- Lakukan hanya yang ada dalam rencana kerja
- Lakukan evaluasi dan raih tujuan utama.

3) Membangun hubungan.

Yakinlah sukses tidak akan Anda bisa raih tanpa bantuan orang lain. membina hubungan baik sangat disarankan untuk menjadi bagian penting yang harus diprioritaskan.

- e. Mau menambah pengetahuan.

Seorang wirausahawan dituntut untuk selalu belajar dari sekelilingnya, lingkungan sekitarnya dan dari produk-produk yang dibuat.

- f. Pandai berkomunikasi.

Belajarlah mengeluarkan kalimat yang baik (sesuai).

## 2. Kegagalan Kewirausahaan

- a. Kurangnya dana untuk modal.

Tidak semua kegagalan disebabkan karena modal yang tidak ada, akan tetapi sebagian besar kegagalan itu ada karena kurangnya dana.

- b. Kurangnya pengalaman dalam bidang bisnis.

Berikan suatu jabatan kepada ahlinya, dengan kata lain tempatkan sesuatu pada tempatnya.

- c. Tidak adanya perencanaan yang tepat dan matang.

Dalam berwirausaha, merencanakan sesuatu, atau menyusun sesuatu perlu disiapkan sebelumnya.

- d. Tidak cocoknya minat terhadap bidang usaha yang sedang digeluti (diteliti).

Terkait dengan penjelasan point b diatas, yaitu menempatkan sesuatu pada tempatnya, termasuk tempatkan minat dan bakat dimana orang itu berminat dan berbakat agar usaha atau pekerjaan yang dilakukan menjadi sahabat dan dapat ditekuni dengan baik.

Zimmerer dalam Suryana (2003:44-45) menjelaskan ada beberapa faktor yang menyebabkan kegagalan *entrepreneur* di dalam menjalankan bisnisnya, diantaranya adalah:

- a. Tidak kompeten dalam manajerial.
- b. Kurang berpengalaman baik dalam kemampuan mengkoordinasikan, keterampilan mengelola sumber daya manusia, amupun kemampuan mengintegrasikan operasi perusahaan.
- c. Kurang dapat mengendalikan keuangan.
- d. Gagal dalam perencanaan.
- e. Lokasi yang kurang memadai.

- f. Kurangnya pengawasan peralatan.
- g. Sikap yang kurang sungguh-sungguh dalam berusaha.
- h. Ketidakmampuan dalam melakukan peralihan/transisi kewirausahaan.

Steinhoff dan John F. Burgess dalam Suryana (2003:16) menjelaskan beberapa faktor yang menyebabkan keberhasilan *entrpeneur* di dalam menjalankan bisnisnya, diantaranya adalah:

- a. Kepercayaan diri
- b. Kemampuan mengorganisir
- c. Kreativitas
- d. Suka tantangan

Dari beberapa uraian diatas faktor kegagalan dan keberhasilan *entrepreneur* dalam berbisnis adalah sebagai berikut:

1. Faktor kegagalan
  - a. Sikap yang kurang sungguh-sungguh dalam berbisnis
  - b. Tidak mampu membaca peluang
  - c. Tidak mempunyai kompeensi di bidang tersebut

- d. Mudah putus asa
  - e. Bergaya hidup mewah
2. Faktor keberhasilan
- a. Mempunyai ide kreatif
  - b. Mempunyai kemauan dan kemampuan (adanya sumber daya)
  - c. Mempunyai semangat dan kerja keras
  - d. Mempunyai loyalitas pada bidang bisnisnya dan tanggung jawab
  - e. Mempunyai networking (jejaring)

Hal mendasar yang dimiliki oleh *entrepreneur* pemula yang menjadi faktor penyebab kegagalan berbisnis adalah:

1. Tidak disiplin
2. Tidak percaya pada diri sendiri
3. Tidak bertanggung jawab
4. Meremehkan mutu
5. Suka melanggar peraturan
6. Kurang kerja keras
7. Suka melanggar janji
8. Suka hidup berfoya foya sebelum berhasil.

## I. Mengembangkan Semangat *Entrepreneur*

Semangat dapat didefinisikan sebagai suatu energi tingkat tinggi untuk meraih sesuatu. Jika seseorang mempunyai energi tingkat tinggi untuk meraih cita-citanya maka ia dapat dikatakan bersemangat mempunyai energi tingkat tinggi untuk berhasil dalam bisnisnya maka ia dapat dikatakan bersemangat dalam meraih keberhasilan bisnisnya tersebut. Lawan dari semangat adalah loyo artinya jika seseorang loyo untuk meraih cita-citanya maka ia dikatakan tidak bersemangat dalam meraih cita-cita tersebut. Demikian pula jika seseorang loyo untuk berhasil dalam bisnisnya maka ia dikatakan tidak bersemangat untuk meraih keberhasilan bisnisnya tersebut. Jadi semangat *entrepreneur* adalah suatu energi tingkat tinggi yang dimiliki oleh *entrepreneur* untuk meraih keberhasilan dalam bisnisnya.

Ada beberapa penyebab mengapa seorang *entrepreneur* bersemangat atau mempunyai energi tingkat tinggi untuk meraih keberhasilan dalam bisnisnya, diantaranya adalah:

1. Senang/suka/cinta pada bidang pekerjaannya. Jika seorang *entrepreneur* senang/suka/cinta pada bidang pekerjaannya maka ia akan bersemangat

dalam meraih keberhasilan bisnisnya tersebut.

2. Ada harapan bahwa bisnis tersebut dapat dikembangkan. Jika seorang *entrepreneur* mempunyai harapan bahwa bisnis tersebut dapat dikembangkan maka ia akan bersemangat dalam meraih keberhasilan binisnya tersebut.
3. Ada harapan untuk meraih keuntungan yng besar. Jika seorang *entrepreneur* mempunyai harapan bahwa bisnis tersebut dapat merai keuntungan yng besar maka ia akan bersemangat dalam meraij keberhasilan bisnisnya tersebut.
4. Tidak ada persaianga yang ketat di dalam pemasaran/penjualan produk. Jika seorang *entrepreneur* dalam melaksanakan bisnisnya terssebu merasakan tidak ada persaingan pemasaran/penjualan produk yangketat maka ia akan bersemangat dalam meraih keberhasilan bisnisnya tersebut.
5. Tidak ada kendala dalam merai sumber daya yang dibutuhkan. Jika seorang *entrepreneur* dalam melaksanakan bisnisnya tersebut merasa tidak ada kendala dalam meraih umber daya maka ia akan bersemangat dalam meraij keberhasilan tersebut.

6. Dukungan sumber daya manusia maksimal dalam arti berkualitas dan mampu bekerja di dalam tim.
7. Adanya order-order yang besar sebagai sumber pekerjaan dan penghasilan. Jika bisnis mempunyai banyak order maka *entrepreneuri* akan bersemangat dalam meraih keberhasilan bisnis tersebut.
8. Konsumen puas dengan produk atau jasa yang ditawarkan dan tidak ada keluhan atau komplain. Jika konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang ditawarkan dan tidak ada keluhan atau komplain maka *entrepreneur* akan bersemangat dalam meraih keberhasilan bisnis tersebut.

Metode mengembangkan semangat *entrepreneur*

1. Ada tujuan dan mimpi yang akan diraih.
2. Ada keinginan untuk mencapai kehidupan yang lebih baik.
3. Ada keinginan untuk berubah dari kondisi sekarang.
4. Mempunyai pola pikir jauh ke depan.
5. Mempunyai keyakinan bahwa sukses terletak pada diri sendiri.
6. Mempunyai keyakinan bahwa kerja keras akan

membuahkan hasil.

7. Mempunyai idola orang-orang yang berhasil.
8. Mempunyai pandangan bahwa waktu tidak pernah kembali dan harus dimanfaatkan sebaik-baiknya.

#### J. Komunikasi Bisnis

Komunikasi dan bisnis merupakan dua konsep yang berbeda. Konsep komunikasi sudah dijelaskan pada sub bab sebelumnya, sedangkan pengertian bisnis adalah kegiatan sistem ekonomi yang diarahkan pada manajemen dan distribusi hasil industri dan jasa profesional yang mendatangkan keuntungan. Bisnis itu sendiri berasal dari kata dasar (*to be busy at*) yang artinya menjadi sibuk. Kesibukan di sini memiliki maksud dan tujuan yang konstruktif bagi kehidupan manusia. Komunikasi bisnis dapat diartikan sebagai proses pertukaran pesan atau informasi untuk mencapai efektivitas dan efisiensi produk kerja di dalam struktur dan sistem organisasi yang kondusif. Menurut Purwanto (2011: 5) komunikasi bisnis adalah komunikasi yang digunakan dalam dunia bisnis yang mencakup berbagai macam bentuk komunikasi, baik komunikasi verbal maupun komunikasi nonverbal untuk mencapai tujuan tertentu. Dari pengertian ini dapat dilihat

bahwa bentuk komunikasi bisnis ada dua yaitu verbal dan nonverbal.

Pesan atau informasi dalam proses komunikasi akan diterima dalam berbagai keadaan oleh komunikan, baik karena persepsi, budaya, latar belakang maupun hal lainnya. Pesan dan informasi hendaknya memenuhi 7 syarat atau dikenal dengan 7 C yaitu:

1. *Completeness* (Lengkap)

Suatu pesan atau informasi dapat dikatakan lengkap, bila berisi semua materi yang diperlukan agar penerima pesan dapat faham dan mengerti isi pesan yang disampaikan.

2. *Conciseness* (Singkat)

Pesan haruslah singkat, dalam artian pesan dapat tersampaikan dengan menggunakan jumlah kata sekecil mungkin tanpa mengurangi makna dari pesan itu sendiri.

3. *Consideration* (Pertimbangan)

Sebelum menyampaikan pesan, perlu bagi komunikator untuk mempertimbangkan keadaan komunikan. Penting untuk mengetahui apakah komunikan mampu menerima pesan serta apakah waktunya tepat untuk menyampaikan pesan tersebut.

4. *Concreteness* (konkret)

Konkret berarti nyata dan benar-benar ada. Pesan yang disampaikan haruslah kenyataan yang benar-benar terjadi, bukan sekedar omongan belakang.

5. *Clarity* (Kejelasan)

Jelas berarti pesan hendaknya mudah dimengerti dan mudah diinterpretasikan serta maknanya jelas. Sehingga pesan haruslah disampaikan menggunakan bahasa mudah difahami.

6. *Courtesy* (Kesopanan)

Dalam menyampaikan pesan, sikap juga menentukan apakah pesan tersebut akan diterima atau ditolak oleh komunikan. Dengan bertindak sopan menggunakan gaya bahasa dan nada yang sopan, akan memupuk hubungan baik dalam komunikasi bisnis.

7. *Correctness* (ketelitian)

Pesan dalam komunikasi bisnis harus dibuat secara teliti, sehingga tidak ada kesalahan baik dalam isi pesan maupun persepsi konsumen yang membaca pesan tersebut. Isi pesan dalam dunia bisnis harus teliti, akan tetapi penyampaiannya selalu menyesuaikan komunikan atau konsumennya.

Komunikasi bisnis memiliki ruang lingkup kegiatan komunikasi baik internal maupun eksternal. Komunikasi internal merupakan komunikasi yang

terjadi diantara orang-orang di dalam suatu perusahaan, sedangkan komunikasi eksternal terjadi diantara organisasi disatu pihak dengan pihak lain yang berada di luar organisasi (Bernard, Thomas dan James, 1992: 23). Arah dari komunikasi internal menurut Himstreet dan Batty (1975: 28) ada 3 yaitu *Upward Communication, Downward Communication dan Horizontal communication*. *Upward dan downward communication* masuk dalam satu kategori yaitu *vertical communication*. Pengertian dari bentuk-bentuk komunikasi internal (Purwanto, 2011: 49-52) tersebut adalah sebagai berikut:

a. *Horizontal Communication*

Merupakan komunikasi yang terjadi antara bagian-bagian yang memiliki posisi sejajar/ sedrajat dalam suatu organisasi atau bisnis. Tujuan komunikasi horizontal adalah untuk melakukan persuasi, mempengaruhi, dan memberikan informasi kepada bagian atau departemen yang memiliki kedudukan sejajar. Didalam praktiknya, terdapat kecenderungan bahwa dalam melaksanakan pekerjaannya manajer suka melakukan tukar-menukar informasi dengan rekan kerjanya di departemen atau divisi yang berbeda,

terutama apabila muncul masalah-masalah khusus dalam suatu organisasi perusahaan. Komunikasi horizontal bersifat koordinatif diantara mereka yang memiliki posisi sederajat, baik di dalam satu departemen maupun di antara beberapa departemen.

b. *Vertical Communication*

Komunikasi vertikal dapat terjadi antara dua pihak yang berbeda dalam tingkatan hirarki wewenang atau level yang berbeda, biasanya komunikasi yang dilakukan adalah dalam bentuk perintah. Komunikasi vertikal di sini kemudian dibagi menjadi dua bentuk, antara lain adalah sebagai berikut:

c. *Downward Communication* (Komunikasi Kebawah)

Proses komunikasi dalam *downward communication* mengalir dari tingkat pimpinan tertinggi atau manajemen puncak ke manajemen yang lebih rendah, dari atas kepada karyawan yang lebih rendah, dan dari pembuat kebijaksanaan sampai akhirnya pada karyawan operasional.

d. *Upward Communication* (Komunikasi Keatas)

Proses komunikasi dalam upward communication kebalikan downward communication dimulai dari hirarki wewenang yang lebih rendah ke hirarki wewenang yang lebih tinggi, biasanya mengalir sepanjang rantai komando.c. Fungsi dan Tujuan Komunikasi Bisnis Dalam dunia bisnis tidak lepas dari organisasi. Fungsi dari komunikasi bisnis pun hampir sama dengan komunikasi. Menurut pendapat Sendjaja (Dalam Rosmawati, 2010: 101, 102) terdapat empat fungsi komunikasi bisnis dalam organisasi yaitu:

1) Informatif

Pimpinan dan anggota organisasi membutuhkan banyak sekali informasi untuk menyelesaikan tugas-tugas mereka. Informasi tersebut berkaitan dengan upaya organisasi untuk mencapai tujuannya.

2) Pengendalian (Regulatory)

Komunikasi berfungsi sebagai pengatur dan pengendali organisasi. Komunikasi dalam hal ini berupa peraturan, prosedur, perintah, dan laporan.

3) Persuasif

Komunikasi berfungsi mengajak orang lain mengikuti atau menjalankan ide/gagasan atau tugas.

#### 4) Integratif

Dengan adanya komunikasi, organisasi yang terbagi menjadi beberapa bagian atau departemen akan tetap merupakan satu kesatuan yang utuh dan terpadu.

Dalam buku Dedy Tadkir, telah dikenal 5 (lima) Kaidah Komunikasi efektif (*The 5 Inevitable Laws of Effective Communication*), dirangkum dalam satu kata yang mencerminkan esensi dari komunikasi itu sendiri, yaitu REACH (*Respect, Empathy, Audible, Clarity, dan Humble*), yang berarti merengkuh atau meraih. Ada keyakinan bahwa komunikasi itu pada dasarnya adalah upaya bagaimana meraih perhatian, cinta kasih, minat, kepedulian, simpati, tanggapan, maupun respons positif dari orang lain. Berikut ini uraian dari kelima kaidah komunikasi efektif tersebut dalam konteks dan berfungsi sebagai fondasi untuk mengembangkan kemampuan berbicara di depan publik.

## 1. Respect

Kaidah pertama dalam berkomunikasi secara efektif, khususnya dalam berbicara di depan publik adalah sikap hormat dan sikap menghargai terhadap khalayak atau hadirin. Hal ini merupakan kaidah pertama dalam berkomunikasi dengan orang lain, termasuk berbicara di depan publik. Pembicara harus memiliki sikap menghormati dan menghargai hadirin. Harus diingat bahwa pada prinsipnya manusia ingin dihargai dan dianggap penting diakui. Jika dalam presentasi harus mengkritik seseorang, lakukanlah dengan penuh hormat terhadap harga diri dan kebanggaan orang tersebut.

## 2. *Empathy*

Kaidah kedua adalah empati, yaitu kemampuan untuk menempatkan diri pada situasi atau kondisi yang dihadapi oleh orang lain. Rasa empati akan memberi kemampuan untuk dapat menyampaikan pesan dengan cara dan sikap yang akan memudahkan penerima pesan menerimanya. Oleh karena itu, dalam berbicara di depan publik, pembicara harus terlebih dulu memahami latar belakang, golongan, lapisan sosial, tingkatan umur, pendidikan, kebutuhan, minat, harapan dan sebagainya, dari calon hadirin. Jadi

sebelum membangun komunikasi atau mengirimkan pesan, pembicara perlu mengerti dan memahami dengan empati calon penerima pesan, sehingga nantinya pesan akan dapat tersampaikan dengan tanpa ada halangan psikologis atau penolakan dari penerima. Empati berarti kemampuan untuk mendengar dan bersikap perseptif atau siap menerima masukan ataupun umpan balik apa pun dengan sikap yang positif. Banyak sekali dari orang yang tidak mau mendengarkan saran, masukan apalagi kritik dari orang lain. Padahal esensi dari komunikasi adalah aliran dua arah. Komunikasi satu arah tidak akan efektif, manakala tidak ada umpan balik (*feedback*) yang merupakan arus balik dari penerima pesan. Oleh karena itu, dalam berbicara di depan publik, pembicara harus siap untuk menerima masukan atau umpan balik dengan sikap positif.

### 3. *Audible*

Kaidah ketiga adalah *audible*, yaitu dapat didengarkan atau dimengerti dengan baik. *Audible* dalam hal ini berarti pesan yang disampaikan dapat diterima oleh penerima pesan. Kaidah ini mengatakan bahwa pesan harus disampaikan melalui medium, sedemikian dapat diterima dengan baik oleh penerima

pesan. Hukum ini mengacu pada kemampuan untuk menggunakan berbagai media maupun perlengkapan atau alat bantu audio visual yang akan membantu, agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik.

#### 4. *Clarity*

Kaidah keempat adalah kejelasan dari pesan yang disampaikan (*clarity*). Selain bahwa pesan harus dapat diterima dengan baik, maka kaidah keempat yang terkait dengan itu adalah kejelasan dari pesan itu sendiri, sehingga tidak menimbulkan berbagai penafsiran yang berlainan. *Clarity* juga sangat tergantung pada mutu suara dan bahasa yang digunakan. Penggunaan bahasa yang tidak dimengerti oleh hadirin, akan membuat pidato atau presentasi tidak dapat mencapai tujuannya. Seringkali orang menganggap remeh pentingnya *Clarity* dalam *public speaking*, sehingga tidak menaruh perhatian pada suara dan kata-kata yang dipilih untuk digunakan dalam presentasi atau pembicaraannya.

#### 5. *Humble*

Kaidah kelima dalam komunikasi yang efektif adalah sikap rendah hati. Sikap ini merupakan unsur yang terkait dengan hukum pertama untuk

membangun rasa menghargai orang lain, biasanya didasari oleh sikap rendah hati yang dimiliki. Kerendahan hati juga berarti tidak sombong dan menganggap diri penting ketika berbicara di depan publik. Justru dengan kerendahan hatilah, pembicara dapat menangkap perhatian dan respons positif dari publik pendengarnya. Kelima hukum komunikasi tersebut sangat penting untuk menjadi dasar dalam melakukan pembicaraan di depan publik.

Dari pemahaman terhadap prinsip komunikasi, diharapkan seseorang dapat berkomunikasi lebih baik, terutama berkomunikasi dengan efektif dengan pihak lain, yaitu memahami hakikat komunikasi, proses terjadinya komunikasi, syarat-syarat terjadinya komunikasi dan komunikasi antar pribadi secara efektif.

Sementara itu, B. Cutis, James J. Floyd dan Jerry L. Wilsor (2004: 6) menyatakan tujuan dari komunikasi bisnis adalah sebagai berikut:

1. Menyelesaikan Masalah dan Membuat Keputusan

Semakin tinggi kedudukan seseorang di dalam bisnis, maka akan semakin bergantung pada keahlian

seseorang dalam membuat keputusan dan memecahkan masalah untuk suatu keberhasilan.

## 2. Mengevaluasi Perilaku

Anggota organisasi memerlukan suatu penilaian untuk mengetahui hal-hal yang akan mereka lakukan atau kapa koreksi terhadap prestasi mereka diperlukan.

## 3. Pemenuhan Kebutuhan Barang dan Jasa

Pemenuhan barang dan jasa dalam masyarakat diperlukan untuk meningkatkan taraf hidupnya (Priyatna dan Elvinaro, 2009; 42-58). Dalam kegiatan bisnis ini memiliki tujuan sendiri yakni sebagai usaha untuk mendapatkan laba.

Tujuan lain dari komunikasi bisnis juga dikemukakan oleh Purwanto (2011: 88,89) yaitu:

### 1. Memberi Informasi

Tujuan pertama dalam komunikasi bisnis yaitu memberikan informasi yang berkaitan dengan dunia bisnis kepada pihak lain. Contohnya saja pada saat perekrutan karyawan, maka bagian personalia

menginformasikan kriteria-kriteria untuk pegawai yang akan direkrut melalui berbagai media seperti Koran, website, media sosial, dan lain sebagainya. Dengan demikian pesan atau informasi dapat dilihat oleh para calon pegawai yang ingin mendaftar pada perusahaan tersebut sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan.

## 2. Melakukan Persuasi

Soemirat (1999: 20) mendefinikan persuasi sebagai proses komunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat dan perilaku seseorang melalui cara-cara yang luwes, manusiawi dan halus yang memunculkan kesadaran, kerelaan dan perasaan senang serta keinginan untuk bertindak sesuai dengan yang dikatakan komunikator. Persuasi dalam dunia bisnis, pesan-pesan persuasif dimaksudkan untuk menjual ide/gagasan kepada orang lain, memberi saran agar prosedur operasional lebih efisien, mengumpulkan suatu dukungan untuk kegiatan tertentu, dan untuk meminta bantuan dana bagi pembiayaan suatu proyek tertentu. Hal ini sering dilakukan, terutama yang berkaitan dengan negosiasi antara seseorang dengan orang lain dalam bisnis.

### 3. Melakukan Kolaborasi

Kolaborasi dalam bisnis merupakan hal yang tidak dapat dihindari. Kolaborasi akan dengan mudah didapat apabila memiliki jalinan komunikasi yang baik. Hal ini akan dapat mempermudah melakukan kerja sama bisnis, baik dengan perorangan, perusahaan bisnis domestik maupun perusahaan asing.

#### Faktor-faktor yang Memengaruhi Komunikasi Bisnis

##### 1. Persepsi

Setiap komunikator atau orang yang berbicara harus mampu melakukan prediksi bahwa apa yang disampaikan akan mudah diterima dengan jelas oleh komunikan atau orang yang mendengarkannya.

##### 2. Kredibilitas

Dalam setiap komunikasi bisnis, komunikator harus bisa meyakinkan kepada komunikan sehingga terjalin kepercayaan antar keduanya.

##### 3. Kecocokan

Dengan kecocokan, kedua belah pihak akan terjalin hubungan yang lebih baik dan menyenangkan, sehingga saat berkomunikasi menjadi merasa saling percaya dan nyaman.

##### 4. Ketepatan

Sebelum berkomunikasi kepada komunikan, komunikator haruslah memiliki kerangka berfikir yang baik agar komunikasi nanti bisa terjalin dengan baik dan bisa disampaikan secara tepat.

#### 5. Pengendalian

Pengendalian diri dalam komunikasi sangat penting, karena komunikasi adalah proses memberikan umpan balik atau tanggapan terhadap lawan bicara terhadap suatu ide. Selain itu, saat komunikasi berlangsung agar selalu dilakukan pengendalian tentang maksud dan tujuan utama komunikasi bisa tetap terjaga.

#### Penerapan Komunikasi dalam Dunia Bisnis

Suatu perusahaan hanya akan merealisasikan tujuannya jika setiap petugas bekerja secara efisien dan ada kerjasama antara petugas yang satu dengan yang lain. Salah satu factor yang memungkinkan terjadinya disebutkan terakhir ini adalah hubungan yang baik antara pemimpin dengan bawahannya. Berbagai cara untuk mengadakan hubungan komunikasi antara seorang dengan lainnya. Demikian juga dalam perusahaan untuk mengadakan hubungan dengan orang lain, yaitu dalam pertemuan-pertemuan, berbicara melalui telepon,

mengirim surat, berbicara langsung, pemberian laporan, pemberian petunjuk, dan pemberian perintah. Agar terdapat suatu hubungan komunikasi yang baik antara atasan dengan bawahan, berkomunikasi itu pimpinan haruslah tetap memelihara sikap baik.

Komunikasi bisnis dapat dilakukan di dalam perusahaan dan diluar perusahaan. Di dalam perusahaan komunikasi perlu dibina dengan baik dengan para karyawan agar mereka lebih yakin dengan produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Jika karyawan tidak yakin, tidak mengenal secara lengkap akan produk yang dihasilkan maka mereka sulit mengkomunikasikan produk tersebut kepada orang lain di luar perusahaan. Kemudian komunikasi intern ini sangat penting untuk menjaga kelancaran jalannya organisasi perusahaan sehingga tidak akan timbul miskomunikasi antar bagian-bagian, seksi-seksi dalam perusahaan. Komunikasi eksternal dilakukan perusahaan dalam hubungan dengan masyarakat, pemerintah pada umumnya dan khususnya terhadap para konsumen atau langganan. Banyak cara dapat dilakukan dalam komunikasi bisnis, antara lain:

1. Mencetak bulletin; terbitkan secara teratur, yang memuat informasi tentang perusahaan

2. Membuat film documenter, organisasi bisnis atau perusahaan dapat membuat film documenter, misalnya menyangkut proses produksi kemudian disiarkan oleh televisi dalam bentuk berita pembangunan.
3. Publicity; Pimpinan perusahaan dapat mengundang para wartawan datang ke lokasi perusahaan, kemudian mengadakan wawancara tentang segala sesuatu mengenai perusahaan, seperti sejarah berdirinya perusahaan.
4. Promosi; Teknik komunikasi yang paling banyak digunakan dalam bisnis adalah apa yang tercakup dalam kegiatan promosi. Promosi berarti semua usaha yang bertujuan meningkatkan penjualan.

## BAB III

### TENTANG PRODUK

#### A. Cikal Bakal Onion Rings

Gorengan yang populer di Indonesia ternyata bukanlah makanan asli Indonesia. Menurut catatan sejarah gorengan pertama kali dikenal di Eropa. Harganya yang murah dan mudah ditemui di mana saja membuat gorengan menjadi jajanan kaki lima yang sangat populer di Indonesia. Dari singkong, tempe, donat hingga bakso jadi gorengan populer. Murah dan gurih enak rasanya. Tapi, gorengan bukan asli Indonesia, gorengan bahkan sudah hadir sejak abad 5 sebelum masehi

Onion ring adalah sebuah bentuk hidangan pembuka atau hidangan sampingan yang umum ditemukan di Amerika Serikat, Kanada, Britania Raya, Irlandia, Australia, Selandia Baru, Afrika Selatan dan beberapa belahan Asia, Eropa dan Amerika Latin. Hidangan tersebut umumnya terdiri dari "cincin" bawang bombai yang dicampur mentega atau tepung roti dan kemudian digoreng rendam. Cikal bakal pasti dari onion ring goreng rendam tidak diketahui, namun resep untuk bawang

bombang yang dicelup susu dan kemudian dicampur tepung dan digoreng rendam.

## B. Pengertian Onion Rings

Onion rings merupakan cemilan ringan yang bahan utamanya adalah bawang bombay. Berbagai jenis bawang selain bawang putih dan bawang merah yang biasa dipakai sebagai bumbu racikan dalam masakan yaitu bawang bombay. Bawang bombay memiliki ukuran yang lebih besar bila dibandingkan dengan bawang putih dan bawang merah.

Bawang Bombay saat ini sudah banyak ditanam sebagai stok kebutuhan pasar dan dapur. Kegunaan bawang bombay tak hanya digunakan sebagai komposisi bumbu dalam masakan itu saja melainkan juga dapat diolah menjadi cemilan nikmat seperti onion ring yaitu irisan bawang bombay berbentuk seperti ring yang dibalut dengan bumbu halus, celupan serta pelapis sebelum akhirnya kemudian digoreng garing. Selain itu, untuk menambah cita rasa dari onion rings ini, saya menambahkan keju mozarella didalamnya agar rasanya semakin enak dan memberikan tambahan seperti saos sambal ataupun mayones.

Onion ring atau sering orang awam katakan sebagai bawang bombay goreng merupakan sejenis camilan yang dibuat dengan bahan utama bawang bombay. Onion ring memiliki bentuk bulat dan ditengahnya terdapat lubang sehingga menyerupai cincin (ring). Oleh karena itu mengapa makanan ini disebut dengan onion ring. Camilan onion ring memang memiliki rasa yang gurih dan nikmat. Teksturnya yang garing dan renyah memang membuat onion ring banyak disukai berbagai kalangan, baik kalangan anak-anak hingga kalangan orang tua. Dalam pengolahannya sendiri memang terbilang sangat mudah dan sederhana dibuat. Selain itu bahan-bahan yang dibutuhkan dalam membuat onion ring juga sangat mudah didapatkan dipasaran dengan harga yang sangat terjangkau. Maka dari itu saat ini memang telah banyak yang memanfaatkan jenis camilan untuk dijadikan sebagai kegiatan usaha mereka.

Tingginya peminat dan penggemar dari camilan onion ring dimasyarakat hingga membuatnya patut dijadikan sebagai peluang usaha. Pilihan menjalani peluang usaha onion ring memang memiliki potensi usaha yang cukup cemerlang untuk dijalankan. Keuntungan yang diperoleh ketika menjalani usaha onion ring memang sangat besar sehingga banyak orang yang lebih

memilih terjun langsung dalam bisnis ini karena keuntungannya memang terbilang sangat fantastis.

Berikut ini manfaat dari bawang bombay yang menjadi bahan utama Onion Ring:

#### 1. Kesehatan jantung

Bawang bombay memiliki manfaat sangat baik untuk kesehatan jantung dan pembuluh darah. Dari menjaga tekanan darah, hingga menurunkan risiko terjadinya serangan jantung. Hal ini karena adanya kandungan kalium dalam bawang bombay yang memiliki efek penurun tekanan darah. Quercetin, salah satu jenis flavonoid dalam bawang bombay juga membantu kalium menjaga tekanan darah dan meningkatkan kesehatan jantung secara keseluruhan.

#### 2. Mencegah terjadinya kanker

Manfaat bawang bombay lainnya adalah sebagai pencegah kanker. Bawang bombay masuk ke dalam kelompok sayuran allium. Sayuran allium ini memiliki keutamaan mencegah kanker terutama kanker perut dan kolorektal (usus besar) karena senyawa organosulfur di dalamnya yang sangat tinggi.

Mekanisme tepatnya bagaimana organosulfur menghambat pertumbuhan sel kanker masih belum diketahui, namun pada dasarnya senyawa ini berperan

penting mencegah pembentukan radikal bebas dalam tubuh. Bawang bombay juga merupakan sumber antioksidan dari vitamin C yang sangat kuat. Kondisi ini membuat bawang bombay memiliki kekuatan yang besar untuk menangkal radikal bebas yang memicu kanker.

Bawang bombay juga dikenal dengan kandungan quercetinnya. Quercetin merupakan agen anti kanker yang kuat. Dilansir dari laman Live Science, orang yang makan bawang bombay menyerap dua kali lebih banyak quercetin dibandingkan mereka yang minum teh, tiga kali lebih banyak dibandingkan mereka yang makan apel. Apalagi pada bawang bombay yang merah, kandungan quercetinnya paling tinggi.

Bawang bombay juga dapat membantu menangani efek samping dari pengobatan kanker. Sebuah studi tahun 2016 dalam *Integrative Cancer Therapies* menemukan bahwa mengonsumsi bawang bombay segar membantu mengurangi terjadinya resistensi insulin dan hiperglikemia pada pasien kanker payudara yang sedang menjalani kemoterapi. Seperti yang sering terjadi, kemoterapi kanker payudara biasanya menimbulkan efek samping ini.

### 3. Menjaga mood

Folat yang ditemukan dalam bawang bombay ternyata juga bisa mengurangi gejala depresi dilansir dalam laman Medical News Today. Folat mengurangi terbentuknya homosistein, senyawa yang bisa mencegah darah dan zat gizi mencapai otak dengan optimal. Dengan menekan produksi homosistein, ini artinya produksi zat kimia di otak seperti serotonin, dopamin, dan norepinefrin bisa diproduksi dengan lancar. Produksi zat kimiawi otak ini yang lancar membuat otak lebih optimal mengatur suasana hati, siklus tidur, dan juga nafsu makan.

### 4. Memperkuat kekebalan tubuh

Manfaat bawang bombay juga sebagai penguat sistem imunitas tubuh. Polifenol dalam bawang bombay bertindak sebagai antioksidan, melindungi tubuh dari radikal bebas. Berkurangnya tumpukan radikal bebas dalam tubuh dapat membantu mendorong sistem kekebalan tubuh menjadi semakin kuat. Menurut University of Maryland Medical Center, quercetin di bawang juga bantu mengurangi reaksi alergi dengan menghentikan tubuh memproduksi histamin, yang membuat Anda bersin, menngani, dan gatal

## C. Inovasi Onion Rings

### 1. Onion Rings Original

Camilan ini populer di negeri luar seperti Amerika, Kanada, dan Inggris. Di Indonesia, onion rings ini banyak disajikan di restoran-restoran fast food. Onion rings atau bawang bombay goreng merupakan bawang bombay yang diiris-iris sedemikian rupa sehingga tetap berbentuk bulat dan menyerupai cincin yang kemudian diberi tepung bumbu dan digoreng.

#### a. Bahan-bahan:

- 2 buah bawang bombay ukuran sedang
- 1 bungkus
- 2 butir telur
- Teung panir
- minyak goreng

#### b. Cara pembuatan:

- Iris bawang bombay membentuk lingkaran dan lepas satu persatu hingga menyerupai bentuk cincin.



- Buat adonan tepung basah dengan cara mencampur 4 sdm Tepung air.
- Tuang sisa Tepung tadi diatas piring.
- Masukkan bawang bombay yang sudah diiris ke dalam adonan tepung basah.



- Kemudian letakkan di atas sisa Tepung yang kering dan balurkan bawang bombay dengan tepung panir satu per satu hingga merata.



- Goreng dengan minyak panas dan api sedang hingga matang kuning. Keemasan lalu tiriskan.



- Sajikan selagi hangat.

## 2. Onion Rings Mozzarella

### a. Bahan-bahan:

- 2 buah bawang bombay ukuran besar
- Secukupnya keju mozzarella
- 100 gr tepung terigu
- 2 butir telur

- Garam, lada, air dan penyedap rasa secukupnya.
- Tepung panir
- Minyak goreng

b. Cara Pembuatan:

- Kupas bawang bombay, cuci dengan air. Kemudian iris jadi 3 bagian, lepaskan masing-masing bulatannya
- Siapkan tepung terigu kemudian tambahkan air, garam dan penyedap rasa secukupnya.
- Siapkan telur tambahkan garam, lada dan penyedap rasa secukupnya lalu kocok.
- Siapkan tepung roti/panir.



- Ambil bulatan bawang bombay yang ukurann besar lalu ambil irisan mozzarella dan sematkan melingkar dibagian dalam lingkaran bawang bombay tersebut kemudian ambil lagi bulatan bawang bombay yang ukurannya lebih kecil dan sematkan ke dalam lingkaran.



- Masukkan dalam kocokan telur.



- Masukkan dalam tepung serbaguna. Kemudian masukkan lagi kedalam kocokan telur.



- Gulingkan dalam tepung panir



- Panaskan minyak dengan api besar.
- Goreng bawang bombay hingga berwarna coklat keemasan. Jangan terlalu lama menggorengnya atau keju akan lumer berantakan.



- Sajikan dengan cocolan mayonaise atau saus sambal, nikmati selagi hangat.



#### D. Sasaran Penjualan untuk Onion Rings

##### 1. Ibu rumah tangga

Ibu rumah tangga sering kali kesulitan menyediakan camilan sehat untuk buah hati mereka. Dengan adanya onion rings ini para ibu rumah tangga dapat menyediakan camilan sehat dan bergizi bagi anak-anak mereka. Dan juga bagi ibu rumah tangga yang berprofesi sebagai wanita karir, lebih memilih lauk yang instan dan mudah disajikan.

## 2. Mahasiswa/i

Para mahasiswa/i sering kali bingung untuk mencari camilan yang enak akan tetapi dapat memenuhi kebutuhan nutrisi mereka. Dengan adanya onion rings ini akan memudahkan para mahasiswa/i untuk memenuhi kebutuhan mereka akan camilan sehat, dan bergizi . Dan juga para mahasiswa/i dikatakan usia konsumtif yang cenderung ingin mencoba sesuatu yang mereka anggap baru dan menarik, bahan – bahan yang digunakan pun murah dan mudah didapat.

## E. Biaya Produksi

Rincian dana dalam pembuatan brownies kukus keju

<b>No</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Satuan</b>	<b>Total (Rp)</b>
1	Bawang bombay	2 buah	Rp 6.000,00
2	Tepung roti	1 bungkus	Rp 8.700,00
3	Telur	2 biji	Rp 4.000,00
6	Tepung terigu	½ kg	Rp 6.000,00

7	Minyak goreng	1 bungkus	Rp 14.700,00
8	Kemasan	2 buah	Rp 2.000,00
<b>Jumlah</b>			<b>Rp 41.400,00</b>

Jadi biaya untuk sekali produksi sekitar Rp 41.400,00

**Biaya Lain-lain** Rp 4.600,00

**Total Biaya**

Biaya produksi Rp 41.400,00

Biaya Lain-lain Rp 4.600,00

Total **Rp 46.000,00**

**Harga Jual**

Dalam sekali produksi dapat menghasilkan 2 bungkus onion Rings.

Harga satuan Rp 27.000,00

Total Rp 60.000,00 × 2 = Rp 54.000,00

**Keuntungan**

Keuntungan = Harga Jual – Total Biaya  
= Rp 54.000,00 – Rp 46.000,00  
= Rp 8.000,00

F. Cara Pemasaran

Telah banyak variasi lampu gantung baik dari segi bentuk, bahan bahkan inovasi-inovasi baru yang unik yang bisa dijumpai di berbagai pusat perbelanjaan. Oleh karena itu kami mencoba membuat berbagai jenis lampu gantung yang unik dan sesuai dengan selera konsumen.

Adapun cara pemasarannya dengan :

1. Dipasarkan melalui pertemanan

Dengan cara ini usaha onion rings bisa semakin berkembang. Karena teman yang kita tawarkan tentunya akan menawarkan kepada temannya yang lain jika merasa puas dengan produk yang kita tawarkan.

2. Dipasarkan di toko-toko yang menjual aksesoris

Dengan menitipkan produk kita di toko-toko dapat membuat usaha kita berkembang. Karena jika tampilan produk yang kita jual menarik maka para pembeli di toko tersebut pasti akan tertarik untuk membeli.

3. Dipasarkan melalui media online

Media online saat ini menjadi tempat berjualan yang sangat populer dan sangat menguntungkan para penjual. Karena dengan media online ini usaha para pelaku usaha akan lebih dikenal bahkan tidak hanya di daerahnya saja. Dalam artian jangkauan

pemasarannya akan lebih luas. Dengan luasnya jangkauan pemasaran maka usaha ini akan semakin cepat berkembang.

#### 4. Buat Diskon

Rasanya ini cara paling klasik yang pernah Anda tau dalam dunia promosi. Tetapi nyatanya tetap jitu dalam mendatangkan pembeli. Tetapi berhati-hatilah dalam memasang angka diskon, karena ketika jarak angka diskon terlalu berlebihan, bisa jadi konsumen Anda enggan datang lagi ketika harga sudah reguler.

#### 5. Bonus

Satu lagi cara klasik yang masih cukup relevan mendatangkan konsumen. Meski kadang hanya akan mendatangkan konsumen musiman. Itu sebabnya akan lebih baik Anda memberi konsumen Anda bonus produk yang akan membuat mereka datang membeli lagi. Misalkan bonus CD seri pertama sebuah series, maka dengan sendirinya konsumen akan datang untuk membeli CD dseri berikutnya dari series tadi.

#### 6. Sediakan kupon atau voucher

Kini muncul trend untuk memberikan hadiah berupa kupon atau voucher untuk ucapan khusus. Anda bisa mengambil bagian dalam trend positif ini. Mereka yang mendapat hadiah akan mencicipi produk

Anda dan mungkin akan jatuh cinta dan menjadi pelanggan tetap.

#### 7. Free trial

Beberapa produsen menyediakan free trial untuk memberi kesempatan konsumen menjajal produk Anda. Untuk produk baru cara ini efektif untuk meyakinkan konsumen akan kualitas produk Anda.

#### 8. Membership

Cara ini akan membuat Anda mendapatkan konsumen loyal, karena mereka merasa sudah bersusah payah menjadi member maka sudah pasti mereka akan memanfaatkannya. Berikan perlakuan dan harga khusus untuk member, sertakan sistem referal yang akan memajukan model membership ini.

#### 9. Sertakan servis dalam produk

Bila Anda menjual produk yang perlu pengiriman atau pemasangan, cara ini akan efektif memikat konsumen. Konsumen tidak lagi harus repot mengirim barang atau merakit, tentu ini bisa menjadi nilai tambah.

#### 10. Sebarkan foto tips dan cara pakai

Ketika seorang pengusaha pakaian muslim menjual tips cara mengenakan jilbab gaul, dengan

sendirinya mereka sudah menjual produk mereka. Karena mereka yang melihat aneka tips ini akan berusaha mencari kain jilbab yang sama untuk menirunya.

#### 11. Buat jingle

Ketika suara eskrim Walls lewat depan rumah hampir dipastikan setiap bocah kecil akan sedikit tergerak karenanya. Inilah keajaiban lagu jingle. Lagu ini singkat dan mudah diingat, sehingga membuatnya sebagai identitas sekaligus corong promosi.

#### 12. Mengikuti forum

Menjadi aktif dalam sebuah forum akan membantu Anda menemukan pasar yang bersifat personal. Berpromosilah dengan halus sembari tetap menjaga pertemanan dalam forum. Biasanya cara ini jauh lebih efektif.

#### 13. Gunakan sosial media

Di Indonesia terdapat dua raksasa sosial media, Facebook dan Twiter. Manfaatkan keduanya sebagai media promosi gratis yang membantu anda memperluas pasar sekaligus menyentuh konsumen Anda secara langsung.

#### 14. Buat iklan

Satu lagi cara klasik yang cukup potensial dalam memperkenalkan produk dan pencitraan dari produk bersangkutan adalah membuat iklan. Hanya saja secara umum biaya yang harus Anda tanggung cukup besar.

#### 15. Buat kalender

Benda ini memiliki fungsi yang lebih baik dari sekedar pamflet. Karena memiliki fungsi sebagai penanda tanggal, maka konsumen cenderung akan menyimpannya, memajangnya di rumah dan kerap kali melihatnya. Secara alam bawah sadar, kalender akan menanamkan logo dan produk dalam benak konsumen.

#### 16. Upsell

Bila produk Anda bervariasi dengan harga yang berbeda, maka pilihlah produk dengan harga yang paling mahal dengan penjualan yang lambat. Lalu pajang produk Anda ini di ruang yang mudah terlihat lihat sehingga para pengunjung justru akan bertanya-tanya dan penasaran. Cara ini efektif membuat konsumen tertarik untuk menjajal.

#### 17. Tawarkan free shipping

Kenapa Anda tidak mencoba menawarkan bonus pengiriman gratis. Cara ini biasanya akan

mendatangkan pembeli dengan cepat, karena mereka tidak lagi merasa harus pusing dengan ongkos. Terutama bila usaha Anda bergerak dalam bidang online bisnis.

#### 18. Membuat Blog

Blog belakangan ini sudah menjadi trend yang menjamur di seluruh dunia. Anda bisa memanfaatkan blog sebagai media menulis hingga media mencari uang. Cukup bermodal ketekunan Anda untuk menulis sesuai standar SEO.

#### 19. Bagi-bagi produk

*brand* Anda sedang ingin memperkenalkan produk atau varian baru dari produk yang pernah dikeluarkannya, maka salah satu strategi promosi yang cocok untuk dilakukan adalah dengan memberikan produk langsung kepada *target market*. Pembagian produk ini bisa diberikan secara cuma-cuma dalam bentuk *sample* atau *tester*.

#### 20. Mendata pelanggan/Target market

Mengumpulkan data pelanggan merupakan kegiatan yang kami rekomendasikan. Pada saat proses perkenalan produk ataupun penjualan berlangsung, pastikan Anda mendapatkan data pelanggan sesuai dengan kebutuhan Anda sehingga akan berguna untuk

strategi promosi maupun rencana perusahaan berikutnya.

21. Berikan insentif untuk setiap rekomendasi

Berikan insentif bagi pelanggan setia Anda yang memberikan rekomendasi kepada calon pelanggan lainnya untuk menggunakan produk dari *brand* yang Anda pasarkan. Insentif dapat diberikan dalam wujud yang berbeda, seperti kupon diskon, sejumlah uang, atau produk Anda sendiri. Dengan cara tersebut, pelanggan setia Anda akan terus menggunakan dan semakin semangat untuk merekomendasikan produk Anda. Hal itu tentunya merupakan salah satu strategi promosi yang jitu!

22. Tempatkan produk di tempat yang tepat

Penempatan produk yang baik adalah penempatan produk pada toko yang dapat menambahkan angka penjualan. Anda bisa saja memindahkan produk Anda untuk diletakkan diantara 2 jenis produk lain yang merupakan komplementer dari jenis produk yang Anda jual. Anda juga bisa menempatkan produk yang Anda pasarkan pada ujung gang toko sehingga mudah untuk ditemukan. Dengan memanfaatkan segi letak produk dalam toko, tentunya ini menjadi strategi promosi yang jitu.

G. Kendala yang Muncul dalam Usaha ini

Kendala yang muncul dalam usaha ini yaitu :

1. Adanya perubahan harga bahan-bahan produksi sehingga mempengaruhi banyak keuntungan.
2. Perubahan selera konsumen sehingga produsen harus sering membuat variasi baru dari kue rambutan ini.
3. Munculnya usaha yang sama setelah usaha ini cukup berkembang.

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

##### 1. Pengertian Kewirausahaan

Kewirausahaan secara harafia berasal dari kata wirausaha. Wira artinya berani dan usaha berarti usaha atau bisnis. Jadi wirausaha berarti berusaha atau berani berbisnis. Kata wirausaha biasanya ditambah wan menjadi wirausahawan atau orang yang berani berusaha atau orang yang berani berbisnis. Kewirausahaan (*entrepreneurship*) adalah dunia usaha atau dunia bisnis. Dunia atau bidang yang berkaitan dengan pemanfaatan peluang, pengelolaan sumber daya untuk memperoleh keuntungan. Usaha atau bisnis adalah upaya atau kegiatan untuk memperoleh keuntungan melalui penjualan barang/produk atau penyediaan jasa.

##### 2. Tujuan Kewirausahaan

- a. Meningkatkan jumlah para wirausaha yang berkualitas.

- b. Mewujudkan kemampuan dan kemandirian para wirausaha untuk menghasilkan kemajuan dan kesejahteraan masyarakat.
  - c. Membudayakan semangat sikap, perilaku, dan kemampuan kewirausahaan di kalangan pelajar dan masyarakat yang mampu, handal, dan unggul.
  - d. Menumbuhkan kembangkan kesadaran dan orientasi Kewirausahaan yang tangguh dan kuat terhadap para siswa dan masyarakat.
3. Manfaat Sosial Kewirausahaan
- a. Memperkuat pertumbuhan ekonomi: menyediakan pekerjaan baru dalam ekonomi. Ekonomi saat ini adalah tanah yang subur bagi wirausahawan misalnya, permintaan pelayanan sektor jasa meledak.
  - b. Meningkatkan produktivitas: kemampuan untuk menghasilkan lebih banyak barang dan jasa dengan TK dan input lain yang lebih sedikit.
  - c. Menciptakan teknologi, produk dan jasa baru: komputer digital, mesin fotokopi, laser, power steering.
  - d. Mengubah dan meremajakan persaingan pasar: pasar internasional menyediakan peluang kewirausahaan.

#### 4. Rung Lingkup Kewirausahaan

Seorang *entrepreneur* dapat terjun ke dunia usaha/bisnis dalam bentuk usaha:

##### a. Menurut jenis kegiatan:

- 1) Usaha perdagangan misalnya toko kelontong, toko baju, jual beli produk pertanian, dan lain-lain.
- 2) Usaha industri (mengolah bahan baku menjadi prosuk jadi) misalnya mebel, batako, kerajinan tangan, dan lain-lain.
- 3) Usaha jasa misalnya salon, bengkel, bimbingan belajar, dan lain-lain.

##### b. Menurut bidang usahanya:

- |                       |                |
|-----------------------|----------------|
| 1) Pertanian          | 6) Perdagangan |
| 2) Perkebunan         | 7) Industri    |
| 3) Pertambangan       | 8) Jasa        |
| 4) Perikanan          | 9) On line     |
| 5) Pemeliharaan hewan |                |

##### c. Menurut kepemilikannya:

- 1) Usaha perseorangan
- 2) Usaha persekutuan/firma
- 3) Usaha perseroan

- 4) Koperasi
- 5) Dan lain-lain

5. Ciri – ciri berwirausaha

Ciri-ciri wirausaha berhasil adalah memiliki visi dan tujuan, berani menanggung risiko, berencana, kerja keras, familiar, bertanggung jawab atas kegagalan dan keberhasilan. Dalam pencapaian keberhasilannya, seorang wirausaha memiliki ciri-ciri tertentu pula.

6. Langkah-langkah menjadi wirausaha

Langkah-langkah menjadi wirausaha adalah sebagai berikut:

a. Sumber ide usaha

Sumber ide untuk memulai sebuah usaha dapat diperoleh dari pekerjaan dan keterampilan, minat dan hobi, pengalaman, serta dari pengamatan.

b. Melihat peluang usaha

Tiga alternatif yang dapat dijadikan dasar untuk melihat peluang usaha adalah menghasilkan barang baru, menghasilkan barang yang sama jenisnya tapi berbeda model, atau menghasilkan

barang tiruan yang baru, memodifikasi barang tersebut.

c. Analisis peluang usaha

Untuk dapat memperoleh gambaran sejauh mana peluang usaha yang dipilih dapat memenuhi persyaratan, ada beberapa hal yang perlu dianalisis, yaitu:

- 1) Tingkat keuntungan yang akan diperoleh.
- 2) Penyediaan barang yang akan menunjang kelancaran kegiatan produksi.
- 3) Penyediaan tenaga kerja.
- 4) Penguasaan teknik.
- 5) Prospek produksi.

d. Perencanaan usaha

Sebelum melangkah dalam kegiatan usaha, terlebih dahulu dibuat perencanaan usaha yang meliputi masalah diri pribadi, permodalan, organisasi dan manajemen, peluang usaha, hukum dan perundang-undangan, serta masalah lingkungan.

e. Menjalankan usaha

Sutarno, dalam menjalankan usaha perlu

diperhatikan hal-hal sebagai berikut:

- 1) Tujuan usaha.
- 2) Rencana bentuk produk.
- 3) Sarana usaha, meliputi tenaga kerja, peralatan, bahan, permodalan, dan pertimbangan ekonomi.
- 4) Proses rencana.

#### 7. Sikap dan Perilaku *Entrepreneur*

Sikap adalah pandangan dan nilai-nilai yang dimiliki oleh seorang *entrepreneur*. Sedangkan apabila seorang *entrepreneur* ditanya tentang bagaimana perilaku ia terhadap bisnisnya maka ia akan menjawab disiplin, tanggung jawab, kerja keras, menyukai tantangan, mempunyai semangat yang tinggi, berani mengambil resiko, tidak takut menghadapi kegagalan dan lain-lain. Jadi perilaku adalah implementasi atau penerapan dari pandangan atau nilai-nilai yang dimiliki oleh seorang *entrepreneur*.

#### 8. Faktor-faktor keberhasilan dan kegagalan seorang wirausahawan

Dalam berbisnis, seorang *entrepreneur* selalu dihadapkan pada masalah kegagalan dan keberhasilan.

Kegagalan berbisnis terjadi apabila penyusutan atau hilangnya sumber daya yang telah diinvestasikan dalam bisnis tersebut. Sedangkan keberhasilan berbisnis terjadi apabila terjadi kenaikan baik sedikit maupun banyak sumber daya yang telah diinvestasikan didalam bisnis tersebut.

#### 9. Mengembangkan Semangat *Entrepreneur*

Semangat dapat didefinisikan sebagai suatu energi tingkat tinggi untuk meraih sesuatu. Jika seseorang mempunyai energi tingkat tinggi untuk meraih cita-citanya maka ia dapat dikatakan bersemangat mempunyai energi tingkat tinggi untuk berhasil dalam bisnisnya maka ia dapat dikatakan bersemangat dalam meraih keberhasilan bisnisnya tersebut. Jadi semangat *entrepreneur* adalah suatu energi tingkat tinggi yang dimiliki oleh *entrepreneur* untuk meraih keberhasilan dalam bisnisnya.

#### 10. Komunikasi Bisnis

Komunikasi dan bisnis merupakan dua konsep yang berbeda. Konsep komunikasi sudah dijelaskan pada sub bab sebelumnya, sedangkan pengertian bisnis adalah kegiatan sistem ekonomi yang diarahkan

pada manajemen dan distribusi hasil industri dan jasa profesional yang mendatangkan keuntungan. Komunikasi bisnis dapat diartikan sebagai proses pertukaran pesan atau informasi untuk mencapai efektivitas dan efisiensi produk kerja di dalam struktur dan sistem organisasi yang kondusif.

## B. Saran

Setelah mengetahui dan memahami tentang kewirausahaan, sebaiknya mahasiswa mempraktikkan ilmu yang sudah dipelajari untuk bekal masa depan.

## DAFTAR PUSTAKA

Saragih, Rintan. 2017. Jurnal Kewirausahaan. Nomor 2, Volume 3 diakses pada 30 April 2019

Nurseto, Tejo. 2004. Jurnal Ekonomi dan Pendidikan. Nomor 1, volume 1 di akses pada 30 April 2019

Hutagalung, Raja Bongsu dan Syafrizal Helmi Situmorang. 2008. *Pengantar Kewirausahaan*. Medan: Usu Press

[https://id.wikipedia.org/wiki/Onion\\_ring](https://id.wikipedia.org/wiki/Onion_ring)

<http://www.dapurkobe.co.id/onion-rings>

<https://cookpad.com/id/resep/754916-onion-ring-mozarella-crispy>

<http://nursyahbanitenri08.blogspot.com/2018/12/laporan-kegiatan-penjualanproduk.html>

<http://aliahsan27.blogspot.com/2014/04/contoh-laporan-bussines-plan.html?m=1>