

## **BAB II**

### **TIINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PIKIR**

#### **A. Tinjauan Pustaka**

##### **1. Pengembangan Usaha**

###### **a. Pengertian Pengembangan Usaha**

Menurut Anoraga (2007:66) Pengembangan suatu usaha adalah “tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan ke depan, motivasi dan kreativitas”. Jika hasil ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besarlah harapan untuk dapat menadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar.

Kegiatan bisnis dapat dimulai dari merintis usaha (*starting*), membangun kerja sama ataupun dengan membeli usaha orang lain atau yang lebih dikenal dengan *franchising*. Namun yang perlu diperhatikan adalah kemana arah bisnis tersebut akan dibawa. Maka dari itu, dibutuhkan suatu pengembangan dalam memperluaskan dan mempertahankan bisnis tersebut agar dapat berjalan dengan baik. Untuk melaksanakan pengembangan bisnis dibutuhkan dukungan dari berbagai aspek seperti bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, SDM, teknologi dan lain-lain.

## **b. Tahapan Pengembangan Usaha**

Menurut Anoraga (2007:90), ada beberapa tahapan pengembangan usaha antara lain:

### **Tahap I: Identifikasi Peluang**

Perlu mengidentifikasi peluang dengan didukung data dan informasi, informasi biasanya dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti:

- 1) Rencana Perusahaan
- 2) Saran dan usul manajemen kecil
- 3) Program dari pemerintah
- 4) Hasil dari berbagai riset peluang usaha
- 5) Kadin atau asosiasi usaha sejenis

### **Tahap II: Merumuskan alternatif usaha**

Setelah informasi terkumpul dan dianalisis maka pimpinan perusahaan atau manajer usaha dapat dirumuskan usaha apa saja yang mungkin dapat dibuka.

### **Tahap III: Seleksi Alternatif**

Alternatif yang banyak selanjutnya harus dipilih satu atau beberapa alternatif yang terbaik dan prospektif. Untuk usaha yang prospektif dasar pemilihannya antara lain dapat menggunakan kriteria sebagai berikut:

- 1) Ketersediaan pasar
- 2) Resiko kegagalan
- 3) Harga

### **Tahap IV: Pelaksanaan Alternatif Terpilih**

Setelah penentuan alternatif maka tahap selanjutnya pelaksanaan usaha yang terpilih.

### **Tahap V: Evaluasi**

Evaluasi dimaksud untuk memberikan koreksi dan perbaikan terhadap usaha yang dijalankan. Di samping itu juga diarahkan untuk dapat memberikan masukan bagi perbaikan pelaksanaan usaha selanjutnya.

### **c. Teknik Pengembangan Usaha**

#### 1) Peningkatan Skala Ekonomis

Menurut Suryana (2006:156) cara ini dapat dilakukan dengan menambah skala produksi, tenaga kerja, teknologi, system distribusi, dan tempat usaha. Ini dilakukan bila perluasan usaha atau peningkatan output akan menurunkan biaya jangka panjang, yang berarti mencapai skala ekonomis (*economics of scale*). Sebaliknya bila peningkatan output mengakibatkan peningkatan biaya jangka panjang (*diseconomics of scale*), maka tidak baik untuk dilakukan. Dengan kata lain, bila produk barang dan jasa yang dihasilkan sudah mencapai titik paling efisien, maka memperluas skala ekonomi tidak bisa dilakukan, sebab akan mendorong kenaikan biaya. Skala usaha ekonomi terjadi apabila perluasan usaha atau peningkatan output menurunkan biaya jangka panjang. Oleh karena itu, apabila terjadi skala usaha yang tidak ekonomis, wirausaha dapat meningkatkan usahanya dengan memperluas cakupan usaha (*economics of scope*). Skala ekonomi menunjukkan pengurangan biaya perusahaan akibat kenaikan output. Maka kurva pengalaman atau kurva belajar (*learning curve*) menunjukkan pengurangan biaya yang muncul akibat kenaikan volume secara kumulatif.

#### 2) Perluasan Cakupan Usaha

Menurut Suryana (2006:165) Cara ini bisa dilakukan dengan menambah jenis usaha baru, produk, dan jasa baru yang berbeda dari yang sekarang diproduksi

(*diversifikasi*), serta dengan teknologi yang berbeda. Misalnya, usaha jasa angkutan kota diperluas dengan usaha jasa bus pariwisata, usaha jasa pendidikan diperluas dengan usaha jasa pelatihan dan kursus-kursus. Dengan demikian, lingkup usaha ekonomis dapat didefinisikan sebagai suatu diversifikasi usaha ekonomis yang ditandai oleh total biaya produksi gabungan (*joint total production cost*) dalam memproduksi dua atau lebih jenis produksi secara bersama-sama adalah lebih kecil daripada penjumlahan biaya produksi masing-masing produk itu apabila diproduksi secara terpisah.

Perluasan cakupan usaha ini bisa dilakukan apabila wirausaha memiliki permodalan yang cukup. Sebaliknya, lingkup usaha tidak ekonomis dapat didefinisikan sebagai suatu diversifikasi usaha yang tidak ekonomis, dimana biaya produksi total bersama (*joint total production cost*) dalam memproduksi dua atau lebih jenis produk secara bersama-sama adalah lebih besar daripada penjumlahan biaya produksi dari masing-masing jenis produk itu apabila diproduksi secara terpisah. Untuk memperluas skala ekonomi atau cukup, lingkup ekonomi, bila pengetahuan usaha dan permodalan yang cukup, wirausaha bisa melakukan kerjasama dengan perusahaan lain melalui usaha patungan (*joint venture*), atau kerjasama manajemen melalui sistem kemitraan.

#### **d. Jenis-jenis Strategi Pengembangan Usaha**

Rengku (2009:4) Strategi adalah “alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya”.

##### 1) Strategi pengembangan produk

Menurut David (2009:251) Pengembangan produk adalah “mengupayakan peningkatan penjualan melalui perbaikan produk atau jasa saat ini atau pengembangan produk atau jasa baru”. Pengembangan produk biasanya membutuhkan pengeluaran yang besar untuk penelitian dan pengembangan. Strategi pengembangan produk ini dipilih untuk dijalankan oleh suatu perusahaan dalam rangka memodifikasi produk yang ada sekarang atau penciptaan produk yang baru atau yang masih terkait dengan produk yang sekarang. Dengan demikian produk baru atau yang dimodifikasi tersebut dapat dipasarkan kepada pelanggan yang ada sekarang melalui saluran pemasaran yang ada. Gagasan strategi ini dipilih untuk dijalankan dengan tujuan untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Di samping itu sekaligus melakukan pengembangan produk, bagi upaya mendalami pengaruh dari siklus yang dikenal sebagai product life style.

Penekanan dari pelaksanaan strategi pengembangan produk adalah untuk meningkatkan daya Tarik produk, dan sekaligus menjaga citra dari merek dan reputasi perusahaan, serta memberikan pengalaman positif bagi pelanggan. Menurut

David (2009:260) lima pedoman tentang kapan pengembangan produk dapat menjadi sebuah strategi yang efektif, yaitu:

- a) Ketika organisasi memiliki produk-produk berhasil yang berada di tahap kematangan dari siklus hidup produk; gagasannya di sini adalah menarik konsumen yang terpuaskan untuk mencoba produk baru (yang lebih baik) sebagai hasil dari pengalaman positif mereka dengan produk atau jasa organisasi saat ini.
- b) Ketika organisasi berkompetensi di industri yang ditandai oleh perkembangan teknologi yang cepat.
- c) Ketika pesaing utama menawarkan produk berkualitas lebih baik dengan harga “bagus”.
- d) Ketika organisasi bersaing dalam industri dengan tingkat pertumbuhan tinggi.
- e) Ketika organisasi memiliki kapabilitas penelitian dan pengembangan yang sangat kuat.

## 2) Strategi pengembangan Pasar

David (2009:251) mengemukakan bahwa Pengembangan pasar adalah “memperkenalkan produk atau jasa saat ini ke wilayah geografis baru”. Strategi pengembangan pasar dipilih untuk dijalankan dengan pertimbangan dapat dilakukan pengkoordinasian, sehingga akan dapat dicapai biaya pengorbanan yang lebih rendah dan resiko yang dihadapi lebih kecil. Penekanan dari strategi ini adalah pada pemasaran produk yang sekarang dijalankan, dengan pertimbangan telah dimilikinya keahlian dan keterampilan dalam pengoperasian baik untuk pelanggan yang ada, maupun untuk pelanggan baru. Dalam hal ini kegiatan yang ditingkatkan adalah penambahan saluran distribusi dan cabang perusahaan, serta mengubah dan

meningkatkan program advertensi dan promosi. Assauri (2013:135) Mengatakan bahwa pengembangan pasar adalah “suatu keputusan stratejik dari suatu perusahaan atau korporasi”. Keputusan stratejik itu diarahkan untuk dapat memanfaatkan peluang pasar bagi pertumbuhan perusahaan secara berkelanjutan.

Dengan keberhasilan ini diharapkan suatu perusahaan dapat mempunyai keunggulan bersaing yang berkesinambungan. Dalam pelaksanaannya suatu strategi pemasaran perusahaan menggambarkan rencana bermain manajerial untuk keberhasilan dalam menjalankan penjualan dan bagian pemasaran dari suatu bisnis. Suatu perusahaan dapat meningkatkan pertumbuhannya dengan penekanan pada lingkup stratejik di dalam suatu industri, dengan menawarkan lebih banyak produk/teknologi/jasa guna membuka jalan untuk segmen pasar yang lebih banyak.

Menurut David (2009:259) ada enam pedoman tentang kapan pengembangan pasar dapat menjadi sebuah strategi yang sangat efektif, yaitu:

- a) Ketika saluran-saluran distribusi baru yang tersedia dapat diandalkan, tidak mahal, dan berkualitas baik.
- b) Ketika organisasi sangat berhasil dalam bisnis yang dijalankannya.
- c) Ketika pasar baru yang belum dikembangkan dan belum jenuh muncul.
- d) Ketika organisasi mempunyai modal dan sumber daya manusia yang dibutuhkan untuk mengelola perluasan operasi.
- e) Ketika organisasi memiliki kapasitas produksi yang berlebih.
- f) Ketika industri dasar organisasi dengan cepat berkembang menjadi global dalam cakupannya.

### 3) Strategi Pengembangan yang Terkonsentrasi

Strategi pengembangan yang terkonsentrasi memfokuskan pada peningkatan pelayanan terhadap konsumen. Menurut Pearce dan Robinson (2008) suatu pertumbuhan konsentrasi merupakan strategi perusahaan yang langsung menekankan pemanfaatan sumber daya untuk meningkatkan pertumbuhan dari suatu produk tunggal. Pemilihan secara rasional atas pendekatan ini adalah melakukan penetrasi pasar dengan strategi terkonsentrasi, yang dimanfaatkan perusahaan atas pengalaman pengolahan operasi bisnis perusahaan di dalam suatu arena bisnis persaingan.

Strategi pengembangan yang terkonsentrasi diarahkan untuk mempertinggi kinerja perusahaan. Dimungkinkannya hal ini, karena didukung oleh kemampuan menilai kebutuhan pasar, pengetahuan tentang perilaku pembeli, sensitivitas harga pelanggan dan efektivitas dari advertensi dan promosi. Suatu perusahaan menjalankan strategi pertumbuhan yang terkonsentrasi secara berhasil, bila didukung oleh pengembangan keterampilan atau skills, dan kompetensi bagi upaya pencapaian keberhasilan bersaing.

### 4) Strategi Inovasi

Menurut Drucker (2007) inovasi adalah tindakan yang memberi sumber daya kekuatan dan kemampuan baru untuk menciptakan kesejahteraan. Strategi inovasi selalu dibutuhkan perusahaan baik untuk produksi-produksi industri, maupun untuk



barang-barang konsumsi, karena selalu diharapkan adanya perubahan atau kemajuan dari produk yang ditawarkan. Di dalam era persaingan, kompetensi suatu perusahaan ditentukan oleh kemampuan perusahaan itu melakukan inovasi, baik yang terkait dengan inovasi produk untuk menemukan produk baru atau produk modifikasi, maupun inovasi proses yang dapat menghasilkan produk yang sama dengan biaya yang lebih murah, sebagai akibat digunakannya teknologi baru yang lebih maju. Pengertian inovasi ini tidak hanya terbatas pada benda atau barang hasil produksi saja, tetapi mencakup ide, teknologi, perilaku, dan praktek-praktek baru yang belum ditemukan atau digunakan oleh sebagian masyarakat tertentu.

#### 5) Strategi Integrasi Horizontal (*Horizontal Integration*)

Yunus (2016) mengatakan ketika strategi jangka panjang suatu perusahaan didasarkan pada pertumbuhan melalui akuisisi satu atau lebih perusahaan serupa yang beroperasi pada tahapan yang sama dari rantai produksi pemasaran, maka strategi umum perusahaan tersebut adalah integrasi horizontal. Integrasi horizontal terjadi apabila suatu organisasi perusahaan menambah satu atau lebih bisnisnya yang memproduksi produk/jasa yang sejenis dioperasikan pada pasar produk yang sama.

#### **e. Unsur Pengembangan Usaha**

Unsur-unsur penting dalam mengembangkan usaha, ada 2 unsur yaitu:

1) Unsur yang berasal dari dalam (pihak internal) :

- a) Adanya niat dari pengusaha atau wirausaha untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih besar
- b) Mengetahui teknik memproduksi barang seperti berapa banyak barang yang harus diproduksi, cara apa yang harus digunakan untuk mengembangkan barang atau produk, dan lain-lain.
- c) Membuat anggaran yang bertujuan seberapa besar pemasukan dan pengeluaran produk.

2) Unsur yang berasal dari luar (pihak eksternal) :

- a) Mengikuti perkembangan informasi dari pihak luar usaha.
- b) Mendapatkan dana tidak hanya mengandalkan dari dalam.
- c) Mengetahui kondisi lingkungan sekitar yang baik atau kondusif untuk usaha.
- d) Harga dan kualitas ialah unsur strategi yang paling umum ditemui. Strategi ini bisa digunakan untuk menghasilkan produk atau jasa berkualitas dan harga yang sesuai atau menghasilkan barang berbiaya rendah dan menjualnya dengan harga yang murah pula

## **2. Kewirausahaan**

### **a. Pengertian Kewirausahaan**

Menurut Anwar (2017) kewirausahaan merupakan 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 Perancis, yaitu *entreprende* yang berarti petualang, pengambil resiko, kontraktor, pengusaha (orang yang mengusahakan suatu pekerjaan tertentu), dan pencipta yang menjual hasil ciptaannya.

Istilah ini diawali oleh Cantillon (Lupiyoadi:2004), yaitu *Entrepreneurial is an innovator and individual developing something unique and new*. Istilah ini kemudian dipopulerkan oleh ekonomi J.B Say untuk menggambarkan para pengusaha yang mampu mengelola sumber-sumber daya yang dipunyai secara ekonomis (efektif dan efisien) dari tingkat produktivitas yang rendah menjadi lebih tinggi.

Drucker (Anwar:2017) kewirausahaan merupakan “kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda”. Pengertian ini mengandung maksud bahwa seorang wirausahawan adalah orang yang memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, berbeda dari yang lain, atau mampu menciptakan sesuatu yang berbeda dengan yang sudah ada sebelumnya.

Sementara itu, Zimmerer (Anwar:2017) 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 Peter F. Drucker, artinya untuk menciptakan sesuatu diperlukan suatu kreativitas jiwa innovator yang tinggi. Seseorang yang memiliki kreativitas dan jiwa innovator tentu berpikir untuk mencari atau menciptakan peluang yang baru agar lebih baik dari sebelumnya.

Coulter (Suryana:2011) mengemukakan bahwa kewirausahaan “sering dikaitkan dengan proses, pembentukan atau pertumbuhan suatu bisnis baru yang berorientasi pada perolehan keuntungan, penciptaan nilai, dan pembentukan produk atau jasa baru yang unik dan inovatif”. Suryana (2003:1) mengungkapkan bahwa kewirausahaan adalah “kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses”. Adapun inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*create new and different*) melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang.

Peters (Suryana:2011) mengartikan kewirausahaan sebagai berikut:

*Entrepreneurship is the process of creating something different with value by devoting the necessary time and effort, assuming the accompanying financial, psychic, and social risk, and receiving the resulting rewards of monetary and personal satisfaction and independence.*

Kewirausahaan adalah proses menciptakan sesuatu yang lain dengan menggunakan waktu dan kegiatan disertai modal dan risiko serta menerima balas jasa dan kepuasan serta kebebasan pribadi.

Drucker (Suryana:2011) menyatakan bahwa:

kewirausahaan lebih merujuk pada sifat, watak, dan ciri-ciri yang melekat pada seseorang yang mempunyai kemauan keras untuk mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia usaha yang nyata dan dapat mengembangkannya dengan tangguh.

Oleh karena itu, dengan mengacu pada orang yang melaksanakan proses gagasan, memadukan sumber daya menjadi realitas, muncul apa yang dinamakan wirausaha (*entrepreneur*).

Wirasamita (Suryana:2011) menyatakan bahwa kewirausahaan dan wirausaha merupakan :

produksi aktif yang dapat menggerakkan dan memanfaatkan sumber daya lainnya seperti sumber daya alam, modal, dan teknologi, sehingga dapat menciptakan kekayaan dan kemakmuran melalui penciptaan lapangan kerja, penghasilan dan produk yang diperlukan masyarakat.

Menurut Ropke (Suryana:2011) faktor yang memengaruhi tindakan kewirausahaan yaitu “hak milik (*property raight*), kemampuan (*competency*), dan lingkungan eksterna (*environment*)”.

Menurut Drucker (Suryana:2011) wirausaha mengacu pada orang yang melaksanakan penciptaan kekayaan dan nilai tambah melalui gagasan baru, memadukan sumber daya dan merealisasikan gagasan ini menjadi kenyataan. Mekanisme penciptaan kekayaan dan pendistribusian merupakan hal yang fundamental dalam pengembangan usaha koperasi. Dengan demikian, bahwa kewirausahaan merupakan semangat, perilaku, dan kemampuan untuk memberikan tanggapan yang positif terhadap peluang memperoleh keuntungan untuk diri sendiri dan/atau pelayanan yang lebih baik pada pelanggan/masyarakat; dengan selalu berusaha mencari dan melayani langganan lebih banyak dan lebih baik, serta menciptakan dan menyediakan produk yang lebih bermanfaat dan menerapkan cara

kerja yang lebih efisien, melalui keberanian mengambil risiko, kreativitas, dan inovasi, serta kemampuan manajemen.

Menurut Anwar (2017) Dari beberapa konsep kewirausahaan, ada enam hakikat penting kewirausahaan, yaitu:

- 1) Kewirausahaan adalah suatu nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang dijadikan dasar sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, proses, dan hasil bisnis.
- 2) Kewirausahaan adalah suatu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda.
- 3) Kewirausahaan adalah suatu proses penerapan kreativitas dan keinovasian dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan (usaha).
- 4) Kewirausahaan adalah suatu nilai yang diperlukan untuk memulai suatu usaha (*start-up phase*) dan perkembangan usaha (*venture growth*).
- 5) Kewirausahaan adalah suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru (*creative*), dan sesuatu yang berbeda (*innovative*) yang bermanfaat memberikan nilai lebih.
- 6) Kewirausahaan adalah usaha menciptakan nilai tambah dengan jalan mengkombinasikan sumber-sumber melalui cara-cara baru dan berbeda untuk memenangkan persaingan.

Berdasarkan keenam konsep di atas, secara ringkas kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai suatu kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan kiat, dasar, sumber daya, proses, dan perjuangan untuk menciptakan nilai tambah barang dan jasa yang dilakukan dengan keberanian untuk menghadapi risiko.

#### **b. Karakteristik Kewirausahaan**

Menurut Zimmerer dan Scarborough (Kurniati:2015), karakteristik kewirausahaan adalah:

- 1) *Desire for responsibility*, yaitu memiliki rasa tanggung jawab atas usaha-usaha yang dilakukannya. Seseorang yang memiliki rasa tanggung jawab akan selalu mawas diri.
- 2) *Preference for moderate risk*, yaitu lebih memiliki resiko yang moderat, artinya ia selalu menghindari risiko yang rendah dan menghindari resiko yang tinggi.
- 3) *Confidence in their ability to success*, yaitu percaya akan kemampuan dirinya untuk berhasil.
- 4) *Desire for immediate feedback*, yaitu selalu menghendaki umpan balik yang segera.
- 5) *High level of energy*, yaitu memiliki semangat dan kerja keras untuk mewujudkan keinginannya demi masa depan yang lebih baik.
- 6) *Future orientation*, yaitu berorientasi ke masa depan, perspektif, dan berwawasan jauh ke depan.
- 7) *Value of achievement over money*, yaitu memiliki keterampilan dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah.
- 8) *Skill at organizing*, yaitu memiliki keterampilan dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah.

Menurut Sreevidya and Venugopalan (Kurniati:2015), seorang wirausaha sangat berorientasi berprestasi merupakan individu yang antusias dan energik, serta pemimpin bisnis. Sifat kewirausahaan adalah sebagai berikut:

- 1) Wirausaha adalah fungsi dari inovasi, 2) Wirausaha adalah fungsi kepemimpinan, 3) Wirausaha adalah fungsi bangunan organisasi, 4) Wirausaha adalah fungsi dari pencapaian prestasi yang tinggi, 5) Wirausaha melibatkan penciptaan dan pengoperasian suatu perusahaan, 6) Wirausaha berkaitan dengan kombinasi unik dari sumber daya dengan membuat metode atau produk baru, 7) Wirausaha berkaitan dengan aktivitass memperkerjakan, mengelola, dan mengembangkan faktor-faktor produksi, 8) Wirausaha adalah proses menciptakan nilai bagi pelanggan dengan memanfaatkan peluang yang

belum dimanfaatkan, 9) Wirausaha adalah orientasi yang kuat dan positif terhadap pertumbuhan penjualan, pendapatan, aset, dan kerja.

Selain profil sebagai perwujudan dari ciri dan watak, maka wirausaha juga harus mempunyai sifat/karakteristik yang dikemukakan oleh Scermerhorn (1999) sebagai berikut:

- 1) Locus control internal, 2) Tingkat energy tinggi, 3) Kebutuhan tinggi akan berprestasi, 4) Toleransi terhadap ambiguitas, 5) Kepercayaan diri, 6) Berorientasi pada action.

Wirausaha yang berhasil mempunyai standar prestasi yang tinggi. Potensi kewirausahaannya dapat dilihat dari karakteristik menurut Wiratmo (Kurniati:2015) adalah sebagai berikut:

- 1) Kemampuan inovatif, 2) Memiliki toleransi terhadap perbedaan (*ambiguity*),
- 3) Memiliki keinginan untuk berprestasi, 4) Memiliki kemampuan merumuskan perencanaan yang realistis, 5) Memiliki gaya kepemimpinan yang berorientasi pada tujuan, 6) Memiliki pemikiran yang objektif, 7) Memiliki tanggung jawab pribadi, 8) Memiliki kemampuan beradaptasi (*flexibility*), 9) Memiliki kemampuan sebagai organisator dan administrator, 10) Memiliki tingkat komitmen yang tinggi (*survival*)

Menurut Kasmir (2007), ada enam hakikat penting yang perlu dicermati dari pengertian kewirausahaan, yaitu:



- 1) Kewirausahaan adalah nilai yang diwujudkan dalam perilaku, dijadikan dasar untuk mengelola sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, proses, dan hasil bisnis.
- 2) Kewirausahaan adalah suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan atau usaha
- 3) Kewirausahaan adalah suatu nilai yang diperlukan untuk memulai suatu usaha dan mengembangkan usaha
- 4) Kewirausahaan adalah suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru dan sesuatu yang berbeda yang bermanfaat memberikan nilai lebih
- 5) Kewirausahaan adalah kemampuan menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda
- 6) Kewirausahaan adalah suatu usaha menciptakan nilai tambah dengan jalan mengombinasikan sumber-sumber melalui cara-cara baru dan berbeda untuk memenangkan persaingan. Nilai tambah tersebut dapat diciptakan dengan cara mengembangkan teknologi baru, pengetahuan baru, menemukan cara baru untuk menghasilkan barang dan jasa baru yang lebih efisien, memperbaiki produk dan jasa yang sudah ada, dan menemukan cara baru untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

### **c. Manfaat Kewirausahaan**

Kewirausahaan menurut Zimmerer (Kurniati:2015) adalah sebagai berikut:

- 1) Memberi peluang dan kebebasan untuk mengendalikan nasib sendiri

Dengan memiliki usaha sendiri akan memberikan kebebasan dan peluang bagi pebisnis untuk mencapai tujuan hidupnya. Pebisnis akan berusaha memenangkan hidup mereka dan memungkinkan mereka untuk memanfaatkan bisnis untuk mewujudkan cita-cita mereka.

2) Memberi peluang melakukan perubahan

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

3) Memberi peluang untuk mencapai potensi diri sepenuhnya

Banyak sekali yang menyadari bahwa bekerja di suatu perusahaan kadang membosankan, kurang menantang dan tidak ada daya Tarik. Hal ini tentu tidak berlaku bagi wirausaha. Bagi mereka tidak banyak perbedaan antara bekerja dan menyalurkan hobi atau bermain, baik keduanya sama saja. Bisnis-bisnis yang mereka miliki merupakan alat aktualisasi diri, keberhasilan yang mereka dapat merupakan sesuatu yang ditentukan oleh kreativitas, inovasi, sikap antusias dan visi

mereka sendiri. Seseorang yang memiliki usaha atau pengusaha sendiri pada dasarnya memberikan kekuasaan kepadanya, kebangkitan spiritual dan membuat dia mampu mengikuti minat atau hobinya sendiri

4) Memiliki peluang untuk meraih keuntungan seoptimal mungkin

Walaupun pada tahap awal uang bukan daya Tarik utama bagi wirausaha, namun keuntungan yang didapat dari berwirausaha merupakan sumber motivasi yang penting bagi seseorang untuk membuat usaha sendiri. Kebanyakan dari para pebisnis tidak memiliki keinginan untuk menjadi kaya raya, tetapi banyak diantara mereka yang memang menjadi berkecukupan.

5) Memiliki peluang untuk berperan aktif dalam masyarakat dan mendapatkan pengakuan atas usahanya

Pengusaha kecil atau pemilik usaha kecil seringkali merupakan warga masyarakat yang paling dihormati dan paling dipercaya. Ciri dari pengusaha kecil ialah kesepakatan bisnis berdasarkan kepercayaan dan saling menghormati. Pemilik usaha menyukai kepercayaan dan pengakuan yang diterima dari pelanggan yang telah mereka layani dengan setia selama bertahun-tahun. Peran yang dimainkan dalam system bisnis dilingkungan setempat serta kesadaran bahwa kerja memiliki dampak nyata dalam melancarkan fungsi sosial dan ekonomi nasional merupakan imbalan bagi manajer perusahaan kecil

6) Menumbuhkan rasa senang dalam mengerjakannya

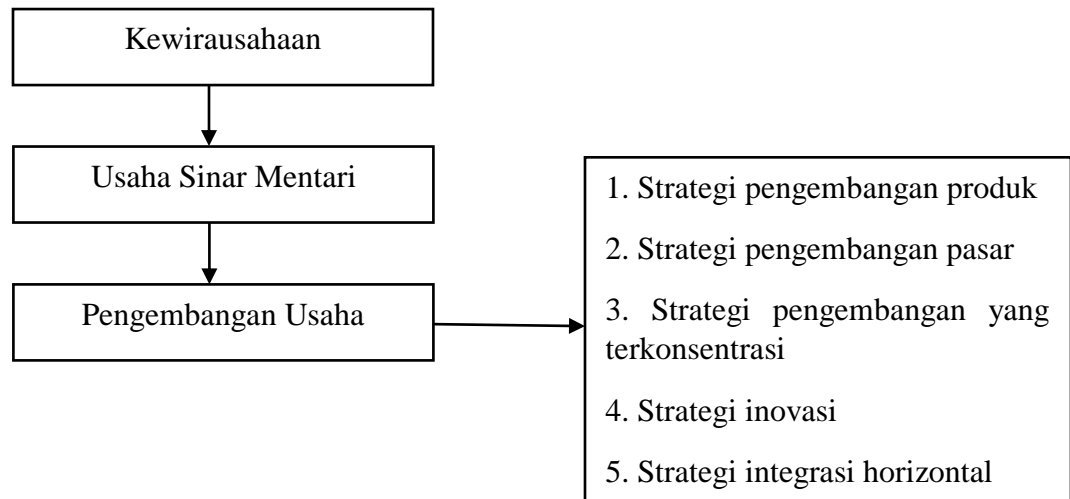
Hal yang dirasakan oleh pengusaha kecil atau pemilik perusahaan kecil, bahwa kegiatan usaha mereka sesungguhnya bagi mereka bukanlah kerja. Kebanyakan dari para wirausaha yang berhasil, mereka memilih untuk masuk dalam bisnis tertentu karena mereka tertarik dan menyukai bisnis tersebut. Jadi pada intinya mereka menyalurkan hobi atau kegemaran mereka menjadi pekerja, sehingga mereka senang melakukannya.

### **B. Kerangka Konseptual**

Pengembangan usaha adalah tugas dan proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan strategi dan implementasi dari peluang pertumbuhan usaha.

Dalam menghadapi dunia persaingan usaha yang semakin ketat. Sebuah usaha dituntut untuk melakukan pengembangan usahanya agar dapat maju dan besar serta pengusahanya semakin sukses. Definisi pengembangan usaha itu sendiri adalah terdiri dari sejumlah tugas dan proses pada umumnya bertujuan mengembangkan dan mengimplementasikan pertumbuhan. Akan banyak hambatan-hambatan yang dihadapi tetapi hal itu dapat diatasi dengan cara mengembangkan dan menerapkan strategi pengembangan usaha yang baik.

Berikut ini adalah skema kerangka konseptual yang akan menjadi acuan dalam melakukan penelitian mengenai Analisis Pengembangan Usaha Pada Usaha Kecil Menengah Sinar Mentari di Kelurahan Sudiang Kecamatan Biringkanaya.



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual