

BUKU REFERENSI KEWIRAUSAHAAN

Berwirausaha merupakan hal yang bisa dilakukan oleh siapa saja, asalkan memiliki passion yang kuat untuk memulai bisnis sendiri dari awal. Pada dasarnya memulai bisnis bukanlah suatu bisnis yang mudah karena banyak tantangannya. Tidak semua orang bisa memimpin bisnis. Namun, mereka yang berhasil memulai bisnisnya sendiri dan mencapai tujuannya akan mampu mencapai kesuksesan yang telah lama diidam-idamkan. Beroperasi dengan tujuan yang baik, yaitu tujuan umum kegiatan usaha adalah memperoleh keuntungan. Dengan memperoleh keuntungan maka bisnis yang Anda jalankan akan terus berjalan dan berkembang semakin besar.

Dengan cara ini, Anda dapat menggunakan ini sebagai keuntungan Anda untuk mencapai keinginan Anda yang lain. Menjadi wirausaha tidak hanya menguntungkan diri sendiri, namun juga dapat membantu meningkatkan kebahagiaan orang lain. Karena Anda pasti membutuhkan bantuan, Anda perlu menyewa tenaga kerja. Menjadi seorang wirausaha juga dapat memotivasi orang lain.

Memulai bisnis bukanlah suatu hal yang mudah dan pastinya banyak orang yang mengalami kegagalan. Namun, ketika melihat kesuksesan Anda, orang-orang ini akan bersedia untuk mencoba lagi dan akhirnya mengatasi pesimisme mereka sendiri. Siapa pun yang ingin menjadi wirausaha harus mempunyai sikap: membangun bisnis penuh risiko dan tantangan. Tidak semua orang berani mengambil risiko dan tantangan karena merasa hidupnya semakin baik. Misalnya mengalami kebangkrutan komersial atau terilit utang ratusan juta.



BUKU REFERENSI KEWIRAUSAHAAN

Dr. Syamsulrijal Hasan, S.P., M.M., Dkk

Dr. Syamsulrijal Hasan, S.P., M.M.
Dr. Rahmat Laan, M.M.
Dr. ST. Rukaiyah, S.E., M.Si.
Dr. Sultan, S.E., M.Si. Hery Purnomo, S.E., M.M.
Editor: Muh. Rezky Naim, S.E., M.M., CBPA

BUKU REFERENSI KEWIRAUSAHAAN



BUKU REFERENSI KEWIRAUSAHAAN

Dr. Syamsulrijal Hasan, S.P, M.M.

Dr. Rahmat Laan, M.M.

Dr. ST. Rukaiyah, S.E, M.Si.

Dr. Sultan, S.E, M.Si.

Hery Purnomo, S.E, M.M.



PT. PENA PERSADA KERTA UTAMA

**BUKU REFERENSI
KEWIRAUSAHAAN**

Penulis:

Dr. Syamsulrijal Hasan, S.P, M.M.
Dr. Rahmat Laan, M.M.
Dr. ST. Rukaiyah, S.E, M.Si.
Dr. Sultan, S.E, M.Si.
Hery Purnomo, S.E, M.M.

Editor:

Muh. Rezky Naim, S.E, M.M.

ISBN : 978-623-167-077-9

Design Cover :

Yanu Fariska Dewi

Layout :

Eka Safitry

PT. Pena Persada Kerta Utama

Redaksi :

Jl. Gerilya No. 292 Purwokerto Selatan, Kab. Banyumas
Jawa Tengah
Email : penerbit.penapersada@gmail.com Website :
penapersada.com Phone : (0281) 7771388

Anggota IKAPI: 178/JTE/2019

All right reserved

Cetakan pertama :

September 2023

Hak Cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin penerbit

PENGANTAR

Buku ini berjudul Kewirausahaan dan penjelasan teorinya memudahkan pembaca untuk mengetahui bahwa kewirausahaan diartikan Kewirausahaan sebagai suatu kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari. Anda mungkin seorang pengembang bisnis atau sedang mencari wirausaha yang dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari Anda. Padahal, kegiatan ini sangat dekat dengan kita.

Berwirausaha merupakan hal yang bisa dilakukan oleh siapa saja, asalkan memiliki passion yang kuat untuk memulai bisnis sendiri dari awal. Pada dasarnya memulai bisnis bukanlah suatu bisnis yang mudah karena banyak tantangannya. Tidak semua orang bisa memimpin bisnis. Namun, mereka yang berhasil memulai bisnisnya sendiri dan mencapai tujuannya akan mampu mencapai kesuksesan yang telah lama diidam-idamkan. Beroperasi dengan tujuan yang baik, yaitu tujuan umum kegiatan usaha adalah memperoleh keuntungan. Dengan memperoleh keuntungan maka bisnis yang Anda jalankan akan terus berjalan dan berkembang semakin besar.

Dengan cara ini, Anda dapat menggunakan ini sebagai keuntungan Anda untuk mencapai keinginan Anda yang lain. Menjadi wirausaha tidak hanya menguntungkan diri sendiri, namun juga dapat membantu meningkatkan kebahagiaan orang lain. Karena Anda pasti membutuhkan bantuan, Anda perlu menyewa tenaga kerja. Menjadi seorang wirausaha juga dapat memotivasi orang lain.

Memulai bisnis bukanlah suatu hal yang mudah dan pastinya banyak orang yang mengalami kegagalan. Namun, ketika melihat kesuksesan Anda, orang-orang ini akan bersedia untuk mencoba lagi dan akhirnya mengatasi pesimisme mereka sendiri. Siapa pun yang ingin menjadi wirausaha harus mempunyai sikap: membangun bisnis penuh risiko dan tantangan. Tidak semua orang berani mengambil risiko dan tantangan karena merasa hidupnya semakin baik. Misalnya mengalami kebangkrutan komersial atau terlilit utang ratusan juta.

Tantangannya sangat berat. Meski demikian, para pengusaha tetap berani menghadapinya. Mereka akan terus maju dan berusaha mencari solusi atas kegagalan yang mereka temui. Menjadi wirausaha memang memungkinkan Anda memiliki jadwal yang fleksibel, namun bukan berarti Anda malas. Pengusaha justru memanfaatkan waktunya dengan baik. Dia mungkin orang yang bekerja paling lama dibandingkan bawahannya. Mereka juga sangat konsisten dengan jadwal kerja mereka. Mereka akan beristirahat ketika tiba waktunya istirahat. Mereka memiliki disiplin.

Wirausahawan adalah seseorang yang berkepribadian mandiri. Mereka adalah orang-orang yang proaktif, yang pertama menggerakkan orang lain. Mereka juga tahu apa yang harus dilakukan berkat naluri mereka. Sebagai pemimpin, mereka tidak bekerja ketika menerima instruksi dari orang lain. Merekalah yang memberi instruksi.

Wirausahawan harus mempunyai kepribadian yang realistis. Tujuannya bukan untuk memaksakan sesuatu diluar kemampuan. Dia juga bukan orang yang bersikeras agar semua rencananya berhasil. Mereka menyadari bahwa sebagai orang yang tidak sempurna, mereka pasti akan mengalami kegagalan. Oleh karena itu, dia adalah orang yang menoleransi kegagalan. Namun yang membedakan adalah setelah kekalahan ini, mereka akan cepat pulih. Mereka juga tahu bahwa kesuksesan bisnis tidak terjadi dalam semalam. Jadi mereka akan sabar menunggu hari itu tiba. Sifat lain yang harus dimiliki pengusaha adalah kejujuran.

Dalam berbisnis, Anda harus jujur dalam pengelolaannya. Jangan menyakiti orang lain dengan ketidakjujuran, karena bisa menjadi bumerang. Kejujuran akan memudahkan Anda membangun hubungan yang nantinya bisa menjadi alasan kesuksesan bisnis Anda.

DAFTAR ISI

PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
BAB 1 TEORI KEWIRAUSAHAAN.....	1
A. DEFENISI KEWIRAUSAHAAN.....	1
B. TUJUAN KEWIRAUSAHAAN.....	7
C. SIFAT KEWIRAUSAHAAN.....	12
D. JENIS-JENIS KEWIRAUSAHAAN.....	15
E. FUNGSI KEWIRAUSAHAAN.....	20
F. PERAN KEWIRAUSAHAAN.....	21
BAB 2 TEORI, KONTEKS ATAU HAKIKAT KEWIRAUSAHAAN.....	25
A. TEORI KEWIRAUSAHAAN.....	25
B. KONTEKS KEWIRAUSAHAAN.....	26
C. HAKIKAT KEWIRAUSAHAAN.....	27
BAB 3 IDE, PELUANG KREATIVITAS DAN INOVASI DALAM KEWIRAUSAHAAN.....	29
A. IDE DALAM KEWIRAUSAHAAN.....	29
B. PELUANG DALAM KEWIRAUSAHAAN.....	31
C. KREATIVITAS KEWIRAUSAHAAN.....	35
D. INOVASI KEWIRAUSAHAAN.....	43
BAB 4 PERENCANAAN, PENGELOLAAN DAN STRATEGI BISNIS.....	49
A. PERENCANAAN BISNIS.....	49

B. PENGELOLAAN BISNIS.....	68
C. STRATEGI BISNIS	78
BAB 5 PROSES KEWIRAUSAHAAN.....	91
A. PROSES KEWIRAUSAHAAN.....	91
B. TAHAPAN KEWIRAUSAHAAN	93
BAB 6 FAKTOR PENGHAMBAT DAN PENDORONG BERWIRAUSAHA.....	95
A. FAKTOR PENGHAMBAT BERWIRAUSAHA.....	95
B. FAKTOR PENDORONG BERWIRAUSAHA	96
C. KEUNTUNGAN DAN KERUGIAN DALAM BERWIRAUSAHA	97
BAB 7 KEMAMPUAN DAN STRATEGI BERSAING DALAM BERWIRAUSAHA	102
A. KEMAMPUAN BERWIRAUSAHA	102
B. STRATEGI BERSAING DALAM BERWIRAUSAHA	106
C. STRATEGI PEMASARAN DALAM BERWIRAUSAHA	122
BAB 8 ETIKA BISNIS DALAM BERWIRAUSAHA.....	137
A. DEFENISI ETIKA BISNIS	137
B. PRINSIP-PRINSIP ETIKA.....	152
C. TANGGUNG JAWAB SOSIAL	153
BAB 9 KEWIRAUSAHAAN SECARA GLOBAL.....	167
A. TANTANGAN GLOBAL DALAM KEWIRAUSAHAAN.....	167
B. KEANEKARAGAMAN ANGKATAN KERJA.....	177

C. PERSAINGAN GLOBAL	186
D. KEMAJUAN TEKNOLOGI.....	193
DAFTAR PUSTAKA.....	200
PROFIL PENULIS	202

**BUKU REFERENSI
KEWIRAUSAHAAN**

BAB 1

TEORI KEWIRAUSAHAAN

A. DEFENISI KEWIRAUSAHAAN

Kata “wirausaha” berasal dari gabungan kata wirausaha dan wirausaha. Menurut Rujukan Kata Besar Indonesia, kata wirausaha merupakan gabungan dari dua kata yang masing-masing mempunyai arti penting, wira dapat diartikan sebagai mitos atau orang, sedangkan kata ikhtiar adalah suatu tindakan, menggunakan tenaga dan berpikir. tentang mencapai suatu tujuan. Oleh karena itu, kata wirausaha dapat diartikan sebagai seseorang yang melakukan sesuatu dengan sekuat tenaga untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Dalam perjalanannya, latihan wirausaha dibentuk menjadi kewirausahaan, istilah kewirausahaan bisa dibandingkan dengan business venture dalam bahasa Inggris. Sebelum diubah ke dalam bahasa Inggris, kata bisnis sendiri berasal dari kata Perancis, khususnya *entreprende* yang berarti penjelajah, pembuat, dan direktur bisnis. Sebagaimana ditunjukkan oleh hubungan dengan Pengumuman Pendeta Koperasi dan Kemajuan Klien Kecil No.961/KEP/M/XI/1995, itu menjelaskan pentingnya wirausaha dan kewirausahaan, khususnya:

1. Wirausaha adalah individu yang memiliki mentalitas, perilaku, suasana hati yang ceria dan kapasitas kewirausahaan.
2. Kewirausahaan, khususnya disposisi, perilaku, jiwa, dan kapasitas seseorang yang bertanggung jawab untuk bisnis yang mendorong bisnis dalam menemukan, mengakui dan menerapkan yang menggabungkan pendekatan yang lebih baik untuk bekerja, inovasi dan item dengan meningkatkan produktivitas dalam menawarkan jenis bantuan secara tepat dan selanjutnya lebih baik dan mendapatkan manfaat yang lebih besar.

Ungkapan "wirausaha" sebagian besar digunakan dalam latihan bisnis. Untuk situasi ini, wirausaha menyinggung gagasan membangun, menciptakan, dan menangani suatu usaha untuk memperoleh manfaat dengan menghadapi beberapa tantangan dalam dunia bisnis. Secara umum, kewirausahaan adalah kemampuan seorang yang memiliki meminta informasi/mental/jiwa yang ada di wirausaha untuk membuat aset yang ada dengan beberapa campuran pemikiran imajinatif, kreatif, dan unik yang umumnya dikemas dalam mimpi berubah menjadi pintu terbuka yang hasilnya membawa keuntungan bagi dirinya sendiri maupun orang lain yang terkait dengannya.

Arti dari kewirausahaan adalah upaya untuk menggambarkan, menciptakan, dan kemudian mengkonsolidasikan kemajuan, pintu terbuka yang menakjubkan, dan cara-cara yang lebih baik untuk memiliki nilai lebih dalam kehidupan sehari-hari.

Beberapa ahli menyadari bahwa ide kewirausahaan adalah proses melakukan atau membuat sesuatu yang baru dengan cara yang inventif dan imajinatif yang memberikan keuntungan bagi orang lain dan menambah harga diri. Ada juga orang yang menjelaskan arti dari kewirausahaan adalah disposisi psikologis seseorang yang memiliki imajinasi, dinamis, membuat kemampuan untuk membuat sesuatu yang luar biasa dan baru dan dapat bermanfaat bagi beberapa individu.

Kewirausahaan dan wirausaha sendiri adalah sebuah karya yang mencakup aset yang berbeda seperti aset normal, modal dan inovasi, untuk membuat kelimpahan dan kesuksesan melalui pembentukan pekerjaan, gaji dan item yang dibutuhkan oleh daerah setempat. Meskipun demikian, hipotesis tentang kewirausahaan sendiri telah banyak berkembang, dan memiliki arti masing-masing menurut para ahli.

1. Richard Cantillon

Kewirausahaan sebagai karya nyata (wirausaha). Seorang spesialis keuangan membeli barang hari ini dengan biaya tertentu dan menjualnya di masa depan dengan biaya yang meragukan. Jadi definisi ini lebih menekankan pada bagaimana seseorang berada dalam bahaya atau kelemahan.

2. Thomas W. Zimmerer

Kewirausahaan adalah penggunaan kemajuan dan pikiran kreatif untuk menangani masalah dan naik ke pintu masuk penting yang dihadapi orang lain dengan andal.

3. Norman M. Scarborough dan Thomas W. Zimmerer

Kewirausahaan adalah kursus membuat beberapa pilihan yang berbeda dari apa yang umumnya diantisipasi dengan mencurahkan seluruh waktu dan energi bergabung dengan mengambil risiko keuangan, mental, sosial, dan mendapatkan hadiah uang dan kepuasan individu.

4. Joko Untoro

Menurut Joko Untoro, prospek kewirausahaan merupakan kekuatan untuk memajukan berbagai upaya pemenuhan kebutuhan hidup yang dilakukan oleh seseorang, dengan memperhatikan batasan dengan memanfaatkan segala potensi yang dimilikinya untuk menyampaikan sesuatu yang penting bagi dirinya maupun orang lain.

5. Pusaran Air Soeryanto Soegoto

Menurut Whirlpool Soeryanto Soegoto, prospek kewirausahaan adalah upaya imajinatif yang dilakukan dengan mempertimbangkan perbaikan untuk menyampaikan hal lain, telah menambahkan penghargaan, memberi manfaat, menjadikan pekerjaan dan hasilnya penting bagi orang lain.

6. Ahmad Sanusi

Menurut Ahmad Sanusi, arti penting kewirausahaan adalah nilai yang terkandung dalam timbal yang digunakan sebagai sumber daya, kekuatan pendorong mendasar, tujuan, teknik, kiat, siklus, dan hasil bisnis.

7. Suharto Prawiro

Menurut Suharto Prawiro, kemungkinan kewirausahaan adalah nilai yang diharapkan untuk memulai bisnis dan mendorong bisnis.

8. Peter Drucker

Kewirausahaan hanyalah sebuah disiplin, dan disiplin itu dapat dipelajari (Drucker, 1985). Hal utama Peter Drucker sebagai Bapak Dewan dan pengembangan, adalah bahwa kemajuan bukanlah gerakan yang terbatas pada kelas individu yang luar biasa tetapi tersedia untuk setiap individu yang benar-benar memiliki keinginan dan bergabung dengan disiplin dalam menyelesaikannya.

9. Siswanto Sudomo

Menurut Siswanto Sudomo, pemikiran kewirausahaan adalah semua yang penting tentang seorang wirausaha, khususnya seorang individu yang berdedikasi dan siap untuk kehilangan, berpikir secara umum kekuatannya dan berusaha menghadapi tantangan untuk memahami pikirannya.

10. Wirausaha dari Irlandia

Kewirausahaan dapat dicirikan sebagai siklus di mana orang mencari pintu terbuka terlepas dari aset yang mereka kendalikan saat ini untuk memanfaatkan tenaga kerja dan produk di kemudian hari.

11. Irham Fahmi

Kewirausahaan adalah ilmu yang melihat pergantian peristiwa dan kemajuan jiwa inovasi dan berani menghadapi tantangan untuk pekerjaan yang diselesaikan untuk memahami efek samping dari karya-karya tersebut.

12. Hisrich dkk

Kewirausahaan adalah metode yang terlibat dengan membuat hal yang benar-benar baru dan signifikan dengan merugikan waktu dan tenaga, mengambil risiko moneter, fisik, dan sosial, dan mendapatkan hadiah uang terkait dan pemenuhan individu dan kesempatan.

13. Arif F. Hadipranata

Kewirausahaan adalah individu yang menghadapi tantangan penting untuk mengawasi dan mengendalikan semua usaha, dan mendapatkan berbagai keuntungan moneter dan non-moneter.

14. Andrew J. Dubrin

Kewirausahaan adalah seseorang yang menjalankan dan menyusun organisasi kreatif.

15. Robbin dan Coulter

Kewirausahaan adalah siklus di mana seseorang atau sekelompok orang menggunakan upaya dan cara yang terkoordinasi untuk mencari pintu terbuka potensial dan membuat pengembangan bernilai untuk memenuhi kebutuhan dan kebutuhan melalui kemajuan dan keunikan, terlepas dari aset yang digunakan saat ini.

16. Jean Baptista Say

Seorang pebisnis adalah seorang ahli yang menggabungkan berbagai metode untuk menciptakan dan menemukan nilai dari barang tersebut.

17. Penrose

Latihan kewirausahaan mencakup berbagai peluang yang dikenal dalam kerangka moneter. Kapasitas kewirausahaan atau batas tidak sama dengan batas administratif.

18. Raymond

Kewirausahaan adalah seseorang yang inventif, imajinatif dan cocok untuk inovasi untuk mendapatkannya akan bekerja pada bantuan pemerintah sendiri dalam iklim dan masyarakat.

19. Harvey Leibenstein

Kewirausahaan menggabungkan latihan yang diharapkan untuk membuat atau menjalankan suatu organisasi ketika semua pasar belum atau belum secara jelas dibedakan, atau bagian dari pekerjaan penciptaan tidak sepenuhnya diketahui.

20. Ksatria Biasa

Kewirausahaan adalah seorang visioner bisnis yang mencoba beradaptasi dan mengantisipasi perubahan saat waspada. Klarifikasi ini menggarisbawahi tugas para visioner bisnis dalam mengelola kelemahan elemen pasar. Seorang pebisnis diperlukan untuk memainkan semua kapasitas administrasi mendasar seperti manajemen dan arahan.

Kewirausahaan Adalah Penggerak Ekonomi

Di Indonesia sendiri, kawasan kewirausahaan sebagian besar dikembangkan oleh pengusaha swasta yang juga dikenal sebagai UMKM. Wirausahawan juga membantu otoritas publik dengan mengurangi jumlah pengangguran. Penjual jalanan juga bisa disebut sebagai pelaku wirausaha.

Menyinggung Jasa Perindustrian, Indonesia membutuhkan tidak kurang dari 4 juta wirausaha baru untuk membantu pemberdayaan perkuatan konstruksi moneter. Hal ini dikarenakan proporsi wirausaha dalam negeri saat ini masih berkisar 3,1 persen dari total penduduk. Meskipun proporsi kewirausahaan di Indonesia telah melampaui norma global, yaitu 2%, Indonesia harus dibantu lagi untuk menemukan prestasi negara-negara tetangga. Misalnya, Singapura saat ini sebesar 7%, sedangkan Malaysia sebesar 5%. Jika ditentukan dengan jumlah penduduk Indonesia sekitar 260 juta jiwa, maka jumlah masyarakat wirausaha mencapai 8,06 juta jiwa.

Kerinduan untuk berubah menjadi seorang wirausaha merupakan komponen penting dalam membentuk kecenderungan individu untuk berubah menjadi seorang wirausaha (Individual, 2005). Ini adalah perspektif yang mengoordinasikan dan memandu latihan individu, wirausaha, yang mendorong pergantian peristiwa dan pelaksanaan ide bisnis lain (Bird, 1998). Kepeloporan minat adalah kerinduan, minat dan kemampuan untuk berusaha dengan ikhlas atau memiliki kemauan yang kuat untuk mandiri atau ikhtiar dalam menyikapi suatu persoalan. keberadaan tanpa rasa takut akan bahaya yang akan terjadi, dan memiliki kemauan yang kuat untuk memperoleh keuntungan dari kekecewaan (Fu'adi, dkk., (2009:92), Sementara itu, seperti yang ditunjukkan oleh Santoso (Fu'adi, et al., 2009:92), minat terhadap wirausaha merupakan manifestasi dari waskita untuk memusatkan perhatian dan mengurus wirausaha dengan senang hati karena membawa manfaat bagi dirinya maupun orang lain.

Minat inovatif harus terlihat sebagai harapan untuk membuat asosiasi atau bisnis lain atau sebagai perilaku yang menantang untuk menghadapi tantangan untuk memulai bisnis lain (Edy Dwi Kurnianti, 2015). Ketertarikan untuk merintis aksi merupakan keputusan individu untuk bergerak karena mereka merasa tertarik, bahagia dan siap untuk berinovasi dan mencoba menghadapi tantangan untuk membuat kemajuan (Suryana, 2011).

B. TUJUAN KEWIRAUSAHAAN

Dalam mempertahankan suatu usaha, ketika seorang wirausahawan membuat suatu perjanjian, pasti ada alasannya. Besar atau kecil, latihan kewirausahaan ini memengaruhi kehidupan. Untuk seluk-beluk tambahan, kita harus memeriksa sebagian dari tujuan kewirausahaan.

1. Mendukung Munculnya Usaha-usaha Kecil

Sebuah kegiatan kewirausahaan yang muncul, harus mempengaruhi banyak individu untuk membantu menjalankan bisnis. Dimasukkannya SDM ini, terlepas dari apakah secara langsung atau secara tersirat diakui, akan membentuk karakter-karakter baru sebagai penghibur bisnis.

Selama pandemi ini, banyak sektor keuangan terhenti, kemudian, banyak SDM kehilangan jenis pendapatan mereka. Saat ini yang dibutuhkan adalah gerakan kewirausahaan yang mendukung perekonomian individu. Jika latihan keuangan individu benar-benar ditegakkan, posisi baru pintu terbuka yang luar biasa akandibuka, dan ekonomi daerah juga akan terbantu.

2. Kesejahteraan Masyarakat Terangkat

Kemalasan perekonomian karena pandemi, membawa perluasan tingkat kemiskinan di arena publik. Meskipun demikian, masih ada beberapa latihan keuangan berkelanjutan, yang dapat diandalkan untuk menawarkan bantuan bagi ekonomi publik.

Dilengkapi dengan ide kewirausahaan yang solid, perkembangan baru akan muncul, dengan cara ini, ruang bisnis baru akan muncul, sehingga mengurangi tingkat pengangguran.

3. Menumbuhkan Semangat Berinovasi

Ketika seseorang berada di bawah tekanan tertentu, terkadang hal itu akan memicu jiwa berpikir yang berbeda dari sebelumnya. Bukan tidak mungkin, kemajuan-kemajuan baru akan bermunculan dari kondisi seperti ini. Sejalan dengan itu, dengan asumsi diartikan dengan pandangan yang menggembirakan, pandemi ini juga berperan, membentuk karakter individu untuk maju.

Dalam kewirausahaan kita juga harus memiliki perasaan energi, bersedia dan siap untuk melakukan posisi yang merepotkan dan berbahaya, dan bergantung pada kapasitas kita sendiri untuk menentukan pilihan

terbaik. Melalui buku berjudul Mengembangkan Semangat Kewirausahaan karya Rachmat Hidayat, Grameds akan terbantu dengan berbagai cara agar jiwa di dalam diri tidak tersiram air. Akibatnya, jika tujuan kewirausahaan ini tercapai, ekonomi publik akan berkembang.

Manfaat Berkewirausahaan

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa pengusaha mini, kecil, atau berpotensi menengah menerima bahwa mereka akan sering bekerja lebih antusias, mendapatkan lebih banyak arus kas, dan lebih bangga daripada bekerja di organisasi besar. Sebelum memulai bisnis, setiap visioner bisnis yang akan datang harus mempertimbangkan keuntungan memiliki bisnis mini, kecil, dan juga menengah.

Manfaat adanya para wirausaha, adalah sebagai berikut:

1. Berusaha memberikan bantuan kepada orang lain dan peningkatan sosial yang ditunjukkan oleh kapasitas mereka.
2. Meningkatkan batas kerja untuk mengurangi pengangguran.
3. Berikan ilustrasi tentang cara mengencangkan sabuk pengaman, mengemudi ke depan, namun tidak lupa untuk mengingat perintah yang ketat.
4. Menjadi panutan bagi individu-individu daerah sebagai orang yang tak tertandingi yang patut untuk diteladani.
5. Sebagai pembangkit pergantian peristiwa ekologis, individu, penyebaran, pemeliharaan alam, dan bantuan pemerintah.
6. Berusaha menginstruksikan perwakilannya untuk menjadi individu yang otonom, terkendali, tak kenal lelah, dan sah dalam pekerjaan mereka.
7. Berusaha menginstruksikan individu untuk hidup efektif, tidak boros dan tidak inefisien.

Thomas W. Zimmerer (et al.) merumuskan manfaat berkewirausahaan, sebagai berikut:

1. Memberi pintu terbuka dan kesempatan untuk mengendalikan nasib sendiri. Memiliki usaha Anda sendiri akan memberikan kesempatan dan kesempatan kepada pengelola uang untuk mencapai tujuan hidup mereka. Manajer uang akan berusaha memenangkan hidup mereka dan mengizinkan mereka menggunakan bisnis mereka untuk memahami fantasi mereka.
2. Beri kesempatan potensial untuk melakukan perubahan. Semakin banyak manajer keuangan yang memulai bisnis mereka karena mereka dapat memanfaatkan peluang untuk memiliki opsi untuk membuat perubahan yang mereka yakini penting. Ini mungkin dengan memberikan penginapan langsung yang kokoh dan masuk akal untuk keluarga atau membangun proyek penggunaan kembali limbah untuk mengurangi aset reguler yang dibatasi. Manajer keuangan saat ini mencari cara untuk menggabungkan kecemasan mereka dengan masalah moneter dan sosial yang berbeda dengan harapan memiliki pilihan untuk melanjutkan kehidupan yang lebih baik.
3. Beri kesempatan untuk mencapai kapasitas maksimal Anda. Banyak orang memahami bahwa bekerja dalam suatu organisasi seringkali melelahkan, tidak terlalu melelahkan, dan tidak terlalu melelahkan. Ini jelas tidak memiliki pengaruh yang signifikan bagi seorang wirausahawan. Sejauh yang mereka ketahui, tidak ada banyak perbedaan antara bekerja dan mencari aktivitas rekreasi atau bermain, keduanya adalah sesuatu yang serupa. Organisasi yang diklaim oleh seorang wirausahawan adalah alat untuk mengomunikasikan penyelesaian diri. Kemakmuran mereka tidak sepenuhnya ditentukan oleh imajinasi, kegembiraan, kemajuan, dan visi mereka. Memiliki usaha atau

perusahaan mereka sendiri memberi mereka kekuatan, gairah yang mendalam, dan kemampuan untuk mengikuti keuntungan atau kegiatan rekreasi mereka sendiri.

4. Memiliki kesempatan untuk mencapai manfaat yang ideal. Meskipun pada tahap awal uang bukanlah daya tarik utama bagi wirausahawan, keuntungan bekerja adalah elemen pendorong yang signifikan untuk menyiapkan usaha itu sendiri. Kebanyakan manajer uang lebih suka tidak kaya, namun sebagian besar dari mereka melakukannya. Hampir 75% dari mereka yang dikenang karena daftar individu paling boros adalah wirausahawan asli. Seperti yang ditunjukkan oleh hasil eksplorasi oleh Thomas Stanley dan William Danko, pemilik perusahaan sendiri mencatat 66% dari taipan di AS. "Individu yang bekerja untuk perusahaan mereka sendiri berkali-kali terikat untuk menjadi mogul daripada individu yang bekerja untuk orang lain atau menjadi perwakilan dari perusahaan lain."
5. Memiliki kesempatan untuk mengambil bagian yang berfungsi di arena publik dan mendapatkan pengakuan atas usaha mereka. Pemilik usaha kecil atau pemilik usaha kecil biasanya adalah yang paling dihormati dan dipercaya di masyarakat. Kesepakatan berdasarkan kepercayaan dan pengakuan yang diperoleh dari klien yang telah melayani dengan setia selama jangka waktu yang lama. Peran penting dalam kerangka kerja bisnis di iklim lingkungan serta kesadaran bahwa pekerjaan memiliki efek nyata dalam kelancaran kerja sosial dan ekonomi publik adalah hadiah untuk perusahaan majer kecil.
6. Memiliki kesempatan untuk mencapai sesuatu yang Anda sukai dan membuat perasaan senang dalam mewujudkannya. Apa yang diusulkan oleh pemilik usaha kecil atau pemilik perusahaan kecil adalah bahwa latihan usaha mereka tidak benar-benar berfungsi.

Sebagian besar wirausahawan yang efektif memutuskan untuk memasuki bisnis tertentu, karena mereka tertarik dan menyukai pekerjaan itu. Mereka mengubah minat atau energi sampingan mereka menjadi pekerjaan mereka dan mereka menghargai menyelesaikannya. Wirausahawan harus mengikuti rekomendasi Harvey McKey. Sesuai McKey, "Temukan dan buat usaha yang Anda sukai dan Anda tidak akan pernah merasa harus bekerja sehari pun dalam hidup Anda." Yang menjadi kebanggaan besar bagi pengelola uang/wirausahawan bukanlah tujuan, melainkan siklus dan perjalanan.

C. SIFAT KEWIRAUSAHAAN

Di usaha, harus ada poin tinggi dan poin rendah, ada kemenangan dan kekecewaan. Agar usaha bertahan, bahkan menciptakan, dan memiliki efek, maka, pada saat itu, seorang wirausahawan harus memiliki karakteristik kewirausahaan yang hebat.

Seorang analis bisnis bernama McClelland mengungkapkan bahwa, seorang wirausahawan di dunia yang sempurna memiliki kualitas dan atribut yang menyertainya:

1. Keinginan Untuk Berprestasi

Keinginan untuk berprestasi merupakan sifat yang muncul dari dalam diri seorang wirausahawan, yang muncul karena adanya kerinduan dan kecenderungan untuk terlibat dalam mencapai tujuan. Seorang wirausahawan harus memiliki naluri bisnis yang vital, siap menghasilkan keuntungan besar dan cepat.

2. Keinginan Untuk Bertanggungjawab

Rasa tanggung jawab yang tinggi, berubah menjadi sesuatu yang penting yang harus diklaim ketika menyelesaikan latihan kewirausahaan. Jaminan atas pilihan yang diambil, ketika seorang wirausahawan mengarang usaha, atau memilih untuk berubah menjadi

seorang wirausahawan, harus dilakukan dengan penuh tanggung jawab

Kewajiban ini berlaku untuk segala hal yang berhubungan dengan berjalannya suatu usaha, misalnya kewajiban mengenai usaha yang dibuat-buat, kewajiban mengenai harta kekayaan yang ada, dan kewajiban mengenai akibat dari usaha.

3. Prarasa Terhadap Risiko-risiko Menengah

Dalam latihan kewirausahaan, harus ada pencapaian atau tujuan yang berbeda yang harus dicapai. Siklus untuk mencapainya membutuhkan tahapan pengaturan kerja yang hati-hati.

Pengaturan ini siap sebagai metodologi untuk mengelola setiap hambatan yang muncul saat usaha dijalankan. Dalam menyusun rencana kerja, penting juga untuk mengantisipasi bahaya yang akan muncul, seperti memeriksa penyebab kekecewaan usaha, atau tidak membuat usaha.

4. Pemahaman Terhadap Sebuah Keberhasilan

Saat merencanakan tujuan kewirausahaan, itu harus diikuti dengan keyakinan. Keyakinan ini mendorong seorang wirausahawan merasa cocok untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kepastian dan keyakinan bahwa apa yang diciptakan adalah barang yang berkualitas dan dapat diakui oleh daerah setempat.

5. Rangsangan Oleh Umpan Balik

Selama usaha, kontribusi dari berbagai pertemuan sangat diperlukan. Info tersebut sebagai kritik, sebagai evaluasi terhadap suatu item yang dibuat. Evaluasi ini dapat bergeser, seperti yang ditunjukkan oleh apa yang dirasakan oleh klien.

Jika masukan ini sebagai penilaian yang layak, wirausahawan dapat mengikuti, atau bahkan mengerjakan sifat barang yang dikirimkan. Apalagi jika yang terlihat adalah penilaian negatif, segeralah sebagai seorang wirausahawan sebaiknya menilai diri sendiri dan mengembangkannya lebih lanjut, sehingga sesuai dengan keinginan atau selera klien.

6. Aktivitas Energik

Seorang wirausahawan harus memiliki watak ceria. Hal ini diharapkan dapat membantu semua proses gerakan usaha yang telah dibangun.

7. Orientasi ke Masa Depan

Dalam menyusun sebuah usaha, hal yang diharapkan saat ini, namun harus ditempatkan jauh ke depan, waktu yang singkat, namun juga kecenderungan ke arah pembangunan, seperti pola-pola yang saat ini dibutuhkan oleh masyarakat selama pandemi ini. Sedikit pengetahuan untuk dapat menyikapi peristiwa yang terjadi muncul, juga harus dimiliki oleh wirausahawan.

8. Keterampilan dalam Pengorganisasian

Kehadiran kerangka otoritatif di perusahaan, sangat penting. Seorang wirausahawan diandalkan untuk memiliki kemampuan dalam pergaulan perusahaan. Memang, bahkan tanpa pekerja menuju awal. Bagaimanapun, pada gilirannya, usaha akan membutuhkan perwakilan sebagai sekutu usaha ini.

Mengatur dalam perusahaan mengisi untuk tujuan mempercepat dalam mencapai target, selain itu asosiasi juga bekerja dengan koordinasi antar unit, pembagian tugas dan spesialis, dan membatasi bahaya pertengkar batin di dalam organisasi.

9. Sikap Terhadap Uang

Salah satu bagian dari pencapaian dalam menjalankan usaha, adalah mendapatkan keuntungan bersih yang besar. Artinya, seorang wirausahawan harus menggunakan strategi yang baik dan tepat untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal. Namun, yang tidak boleh diabaikan, pemberian manfaat ini tentu saja berupa uang.

Manfaat pada konsekuensi dari usaha, harus diawasi dengan tepat. Usahakan jangan dibiarkan begitu saja, Sudah pasti manfaat yang lebih banyak menjadi dambaan setiap wirausahawan. Namun, penting juga untuk fokus pada administrasi uang. Usahakan jangan sampai manfaat yang telah diperoleh disalahgunakan untuk hal-hal yang buruk.

D. JENIS-JENIS KEWIRAUSAHAAN

Sementara kewirausahaan adalah interaksi umum untuk membuat, mengirim, dan memelihara bisnis, ada berbagai macam kewirausahaan. Individu memiliki berbagai tujuan dan impian untuk jenis bisnis yang mereka butuhkan untuk membuat.

Setiap orang mempertahankan bisnis mereka dengan mempertimbangkan karakter, kemampuan, dan kualitas mereka sendiri. Orang-orang tertentu percaya bahwa dengan kerja keras mereka dapat melacak kemajuan, sementara yang lain mungkin menggunakan uang untuk membantu mereka mencapainya. Yang pasti, klien, manfaat kurang signifikan daripada memberikan produk sosial.

Terlepas dari kenyataan bahwa setiap jenis wirausahawan menghadapi kesulitan yang sama, mereka mungkin memutuskan untuk menanganinya dengan cara yang tidak terduga. Setiap jenis wirausahawan melihat kesulitan secara khusus dan memiliki berbagai aset untuk menaklukkannya.

Berikutnya adalah jenis wirausaha yang benar-benar ingin Anda ketahui:

1. Kewirausahaan Usaha Kecil

Sebagian besar organisasi adalah usaha swasta. Orang-orang yang tertarik pada usaha pribadi kewirausahaan kemungkinan besar akan menghasilkan keuntungan yang menopang keluarga mereka dan gaya hidup yang sederhana. Mereka tidak mencari keuntungan lingkup besar atau subsidi petualangan.

Sedikit kewirausahaan usaha sering terjadi ketika seorang individu mengklaim dan mempertahankan bisnisnya sendiri. Mereka biasanya menggunakan perwakilan lingkungan dan kerabat. Supermarket terdekat, ahli kecantikan, toko kecil, spesialis, dan tukang semuanya penting untuk kelas kewirausahaan ini.

2. Kewirausahaan Perusahaan Besar

Sebuah kewirausahaan perusahaan besar adalah titik di mana perusahaan memiliki jumlah siklus hidup yang terbatas. Jenis kewirausahaan ini adalah untuk pakar mutakhir yang tahu bagaimana mendukung kemajuan. Mereka sering penting untuk kelompok besar pemimpin tingkat-C.

Perusahaan besar secara teratur membuat administrasi dan produk baru berdasarkan keinginan pembeli untuk memenuhi kebutuhan pasar. Kewirausahaan usaha kecil dapat berubah menjadi perusahaan besar ketika perusahaan berkembang dengan cepat. Ini juga dapat terjadi ketika perusahaan besar mendapatkannya. Perusahaan, misalnya, Microsoft, Google dan Disney adalah contoh dari jenis kewirausahaan ini.

3. Startup Bisnis

Jaringan web saat ini bukanlah suatu hal yang boros. Jaringan web adalah kebutuhan sehari-hari. Dengan memanfaatkan ponsel, kita dapat menyelesaikan latihan keuangan, atau usaha melalui ponsel kita. Hal

inilah yang disebut dengan bisnis komputerisasi. Selama masa pandemi ini, usaha melalui perusahaan-perusahaan baru yang terkomputerisasi telah berubah menjadi teknik yang paling banyak dipilih oleh para penghibur usaha, baik dalam skala rumahan, hingga mereka yang memiliki omzet rupiah yang tak terhitung jumlahnya setiap hari.

Membuat bisnis di periode Bisnis 4.0 jelas bukan sesuatu yang sederhana, di mana dalam membuat kemajuan dari membangun Permulaan hingga melakukan usaha yang berbeda untuk berubah menjadi unicorn, Anda harus melalui siklus yang berbeda. Dalam buku berjudul *From A Startup For A Unicorn, Web Based Business And Advanced Business* dari M. Suyanto, Grameds akan diberikan garis besar bagaimana memulai usaha.

Salah satu penghibur model usaha ini yang telah mendulang prestasi di Indonesia adalah usaha yang dirintis oleh pendeta kita sekarang. Berawal dari usaha transportasi berbasis web, saat ini usaha telah berubah menjadi panggung yang menawarkan berbagai jenis bantuan untuk daerah setempat.

Misalnya, tahap GO-JEK yang didirikan pada tahun 2011 oleh Nadiem Makarim memulai usaha-nya dari perusahaan baru hingga saat ini, GO-JEK memiliki opsi untuk sampai di level unicorn, dan Nadiem Makarim sendiri memiliki opsi untuk membuat dari seorang wirausahawan dan saat ini menjadi Pendeta Pelatihan dan masyarakat Indonesia.

4. Kewirausahaan Sosial

Seorang wirausahawan yang perlu mengurus masalah sosial dengan barang dan administrasinya mendapat tempat dengan klasifikasi wirausaha ini. Tujuan utama mereka adalah membuat dunia menjadi tempat yang unggul. Mereka tidak bekerja untuk keuntungan besar atau kekayaan. Sebaliknya, pengusaha

semacam ini biasanya akan memulai asosiasi non-manfaat atau perusahaan yang berkomitmen untuk mengejar pertandingan persahabatan.

5. Kewirausahaan Yang Inovatif

Pengusaha imajinatif adalah individu yang terus-menerus mengarang pemikiran dan inovasi baru. Mereka mengambil pemikiran ini dan mengubahnya menjadi bisnis usaha. Mereka secara teratur berarti mengubah cara hidup individu untuk memperbaiki keadaan. Perintis akan lebih sering daripada tidak menjadi individu yang sangat energik dan antusias. Mereka mencari cara untuk membuat barang dan administrasi mereka berbeda dari yang tersedia. Orang-orang seperti Steve Occupations dan Bill Doors adalah contoh orang-orang bisnis yang imajinatif.

6. Kewirausahaan Hustler

Individu yang akan berusaha dengan tulus dan berusaha terus dianggap sebagai pengusaha hustler. Mereka sering memulai dari yang kecil dan berusaha mengembangkan organisasi yang lebih besar dengan kerjakeras daripada modal.

Kerinduan mereka mendorong mereka, dan mereka akan mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapai tujuan mereka. Mereka tidak menyerah secara efektif dan akan menghadapi kesulitan untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan. Misalnya, seseorang yang penipu akan memanggil banyak orang untuk membuat kesepakatan tersendiri.

7. Kewirausahaan Peniru

Peniru adalah sarjana yang memanfaatkan pemikiran bisnis orang lain sebagai motivasi namun bekerja untuk mengembangkannya lebih lanjut. Mereka mencoba untuk meningkatkan item dan administrasi tertentu dan lebih produktif.

Seorang peniru adalah perpaduan antara penentu tren dan penipu. Mereka akan memikirkan pemikiran inovatif dan benar-benar menyerah, namun mereka mulai dengan meniru orang lain. Individu yang bercermin memiliki banyak kepastian dan kepastian. Mereka bisa mendapatkan keuntungan dari kesalahan orang lain ketika masuk ke bisnis.

8. Kewirausahaan Peneliti

Spesialis mengambil waktu sebanyak yang diperlukan ketika masuk ke bisnis. Mereka perlu melakukan eksplorasi sebanyak mungkin yang diharapkan sebelum menawarkan barang atau administrasi. Mereka menerima bahwa dengan perencanaan dan data yang tepat, mereka memiliki kemungkinan yang lebih tinggi untuk berhasil.

Sebuah peneliti menjamin mereka melihat setiap bagian dari bisnis mereka dan memiliki pemahaman mendalam tentang apa yang mereka lakukan. Mereka umumnya akan bergantung pada kenyataan, informasi, dan pemikiran daripada naluri mereka. Strategi uji lapangan poin demi poin sangat penting bagi mereka dan membatasi kemungkinan kekecewaan mereka.

9. Kewirausahaan Pembeli

Pembeli adalah jenis pengusaha yang memanfaatkan kelimpahan mereka untuk mendorong bisnis mereka usaha. Spesialisasi mereka adalah memanfaatkan kelimpahan mereka untuk membeli organisasi yang menurut mereka akan efektif.

Mereka mengenali organisasi yang menjanjikan dan berusaha mendapatkannya. Kemudian, pada saat itu, mereka menyebabkan administrasi atau perubahan mendasar yang mereka rasa penting. Mereka ingin mengembangkan bisnis yang mereka peroleh dan menumbuhkan keuntungan mereka. Jenis kewirausahaan ini lebih aman karena mereka membeli perangkat perusahaan.

10. Kewirausahaan Ritel

Usaha ritel adalah semacam usaha yang tidak akan pernah menggigit debu. Usaha juga disebut sebagai penawaran eceran langsung kepada pembeli. Usaha ternyata merupakan jenis usaha yang memiliki resiko kecil, mengingat pertentangan yang terjadi hanya sebatas antar pengecer.

Ritel Usaha yang terkenal saat ini adalah jaringan minimarket yang jumlahnya banyak, dan tersebar di seluruh Indonesia. Jadi bisa dibayangkan, berapa keuntungan yang didapat pengelola setiap tahunnya?

Meskipun demikian, membangun usaha ritel itu sulit, dan membutuhkan aturan dan strategi yang tepat agar efektif. Ada konstruksi otoritas, administrasi moneter, manajemen dan kontrol barang, pekerja, dan banyak lagi yang merupakan pencapaian ritel usaha. Bagi Grameds yang tertarik, buku berjudul *Achievement in Retail Business* adalah keputusan ideal untuk mulai memahami segala sesuatu tentang usaha ritel.

E. FUNGSI KEWIRAUSAHAAN

Pada dasarnya manusia perlu makan, minum, berpakaian, dll. Kebutuhan ini akan meningkat seiring dengan kemajuan zaman yang membuat individu melakukan aktivitas yang sia-sia. Pengangguran yang semakin meluas jika tidak cenderung akan membuat orang mungkin berada dalam posisi pesimis. Dengan demikian, dibutuhkan semangat kewirausahaan bagi setiap individu untuk mengurangi jumlah pengangguran. Setiap Wirausaha memiliki kapasitas prinsip dan kapasitas tambahan yang menyertainya:

1. Tentukan pilihan yang signifikan dan hadapi tantangan tentang tujuan dan tujuan perusahaan.
2. Tentukan tujuan dan sasaran perusahaan.
3. Mengkarakterisasi bidang usaha dan pasar yang akan dilayani.

4. Menghitung skala usaha yang ideal.
5. Tentukan modal yang ideal (modal sendiri atau modal dari luar).
6. Memilih dan menetapkan model pekerja/perwakilan dan membangkitkan mereka.
7. Mengontrol dengan sukses dan efektif.
8. Temukan dan buat cara baru.
9. Mencari lompatan ke depan baru dalam mendapatkan sumber informasi atau masukan dan mengawasinya menjadi tenaga kerja dan produk yang menarik.
10. Memasarkan tenaga kerja dan produk ini untuk memenuhi klien dan secara bersamaan memperoleh dan mengikuti keuntungan yang paling ekstrim.
11. Fungsi tambahan wirausaha, diantaranya:
12. Memahami iklim perusahaan untuk menemukan dan memulai pintu terbuka usaha.
13. Mengontrol iklim dalam arah yang ideal untuk perusahaan.
14. Ikuti terus iklim usaha agar tidak melukai daerah setempat atau merusak iklim karena pemborosan usaha yang mungkin dihasilkannya.
15. Ekstra dan kepedulian terhadap CSR. Setiap klien harus memikirkan dan bertanggung jawab atas iklim umum.

F. PERAN KEWIRAUSAHAAN

Indonesia adalah negara non-industri yang berpikir tentang populasinya yang agak besar. Hal ini tentunya mempengaruhi kondisi keuangan dan sosial yang dimiliki oleh orang miskin secara adil. Isu-isu yang biasa dilihat oleh negara-negara agraris, misalnya, Indonesia adalah tingkat kemiskinan dan pengangguran yang tidak dapat disangkal, tingkat bantuan dan sekolah pemerintah yang rendah, biaya makanan dan kesejahteraan yang berlebihan, dll.

Metode untuk mengatasi masalah-masalah ini membutuhkan pekerjaan kewirausahaan dalam perekonomian Indonesia. Dengan membuat posisi baru,

peran kewirausahaan dalam perekonomian Indonesia adalah mengurangi pengangguran dan kemelaratan dengan bekerja pada bantuan pemerintah individu.

Berikutnya adalah peran wirausaha dalam perekonomian Indonesia sebagaimana dirinci oleh situs Investopedia, antara lain:

1. Memacu Pertumbuhan Ekonomi

Peran wirausaha dalam perekonomian Indonesia adalah agar barang dan administrasi baru yang dibuat oleh wirausaha dapat memberikan hasil yang menurun. Ini adalah salah satu peran kewirausahaan dalam perekonomian Indonesia adalah untuk menghidupkan organisasi atau bidang terkait sehingga mereka dapat menegakkan usaha baru dan mempengaruhi bekerja pada perekonomian.

2. Menambah Pendapatan Negara

Usaha baru yang dikerjakan oleh wirausaha menghasilkan pendapatan bagi negara. Dari organisasi tersebut, otoritas publik dapat mengumpulkan beban yang akan menambah pendapatan negara. Selain itu, usaha yang didirikan oleh wirausaha dapat memperluas bisnis sehingga akan membangun gaji individu sehingga juga menambah gaji negara. Gaji negara ini dapat dimanfaatkan oleh badan publik untuk memberikan bekal kepada buruh agar mereka dapat kembali melahirkan wirausahawan.

3. Wirausaha Menciptakan Perubahan Sosial

Peran wirausaha dalam perekonomian Indonesia adalah memiliki pilihan untuk melakukan perubahan sosial. Wirausaha bersaing untuk menghadirkan kemajuan dan pemikiran baru di bidang usaha-nya. Ini memungkinkan wirausaha untuk mengurangi ketergantungan pada kerangka kerja bisnis yang usang. Ini dapat menghasilkan kepuasan pribadi, kepercayaan diri, dan peluang moneter yang lebih menonjol seiring dunia dan masyarakat menjadi semakin kreatif.

Misalnya, layanan transportasi online dan manfaat transportasi makanan yang dapat mengubah cara hidup individu dalam menggunakan transportasi umum dan ekspresi kuliner. Jika pada awalnya orang menggunakan transportasi umum seperti angkot, angkot, becak, dan taksi cruiser, mereka beralih menggunakan layanan transportasi online. Kemudian, pada saat itu, jasa pengiriman makanan online juga dapat mengubah gaya hidup individu dan membantu perkembangan UMKM di bidang kuliner. Dengan demikian, peran kewirausahaan dalam perekonomian Indonesia akan mempengaruhi kemanfaatan bisnis dan individu.

Fungsi Dan Peran Wirausaha

Fungsi dan peran wirausaha harus dapat dilihat melalui dua metodologi, yaitu miniatur spesifik dan skala besar. Dalam tataran miniatur, wirausaha memainkan dua bagian, tepatnya sebagai pencipta (pelopor) dan (penyelenggara). Sebagai pencipta, wirausaha menemukan dan membuat hal baru, seperti item, inovasi, teknik, pemikiran, asosiasi, dll. Sebagai penyelenggara, wirausaha berperan dalam merencanakan kegiatan baru dan usaha, menyusun metodologi usaha baru, menyusun pemikiran dan keterbukaan luar biasa pintu kemajuan, membuat asosiasi perusahaan baru, dan lain-lain. Pada tingkat skala penuh, peran wirausaha adalah membuat penyebaran kelimpahan, merata, dan membuka posisi kapasitas itu sebagai motor pembangunan keuangan suatu negara.

Peran Pemerintah Untuk Wirausaha

Melihat peran kewirausahaan dalam perekonomian Indonesia sangat besar, peran otoritas publik diharapkan dapat membantu wirausaha membina lebih baik dan membuat wirausaha-wirausaha baru di Indonesia. Salah satunya dengan membuat pendekatan dan pedoman yang membantu wirausaha dalam membina usaha mereka. Selain

itu, otoritas publik juga perlu menyaring kontes antara wirausaha agar tetap solid, karena kebetulan, banyak wirausaha juga buruk karena dapat menyebabkan perbedaan gaji dan membuat orang bermasalah. Hal ini dikarenakan wirausaha akan terlalu keras berpendapat dan membuang-pilihan pekerjaan bagi orang-orang.

Oleh karena itu, keterkaitan antara wirausaha dan kemajuan keuangan negara sangat penting bagi otoritas publik untuk dipahami sebagai pencipta pendekatan dan penghibur dalam wirausaha itu sendiri. Karena, dengan memahami kekurangan dan peran wirausaha dalam perekonomian Indonesia, maka layak untuk memiliki cara yang wajar untuk menghadapinya dengan mengikuti kewirausahaan yang diambil untuk memberikan dampak finansial dan sosial yang positif.

BAB 2

TEORI, KONTEKS ATAU HAKIKAT KEWIRAUSAHAAN

A. TEORI KEWIRAUSAHAAN

Ada 5 TEORI kewirausahaan yang perlu diketahui antara lain:

1. *Kelincahan (Agility)*

Kelincahan atau agility, adalah kemampuan seseorang untuk mengubah arah dengan cepat dan tepat ketika dia bergerak tanpa kehilangan keseimbangannya, sehingga dia dapat menyesuaikan dan menyesuaikan diri dengan setiap waktu yang berkembang.

Ketangkasan ini erat kaitannya dengan kecepatan dan kemampuan untuk mempelajari hal-hal baru. Pandemi yang datang tiba-tiba muncul untuk mempercepat kecenderungan kita untuk hidup. Menurut pandangan wirausaha, seorang individu dituntut untuk gesit dalam menyikapi kondisi ini, baik secara tegas, sejauh hasil, maupun pasar.

2. *Daya Tahan (Endurance)*

Daya tahan atau endurance menyatakan keadaan yang menekankan batas kerja yang konsisten. Banyak bidang ekonomi telah meninggalkan bisnis selama pandemi ini. Perlawanan pada manusia, seperti halnya dalam organisasi, telah dipengaruhi oleh pandemi.

Daya tahan dipengaruhi secara signifikan oleh kelancaran pembuatan, dan transaksi. Dengan asumsi produk yang dibuat masih dibutuhkan oleh banyak pelanggan selama pandemi ini, pembayaran perusahaan secara alami akan terus mengalir. Hanya mereka yang memiliki ketekunan tinggi, yang dapat melewati penilaian.

3. Kecepatan

Kecepatan adalah kapasitas individu untuk melakukan perkembangan konstan dalam waktu yang paling terbatas yang dapat dibayangkan. Seorang wirausaha, harus memiliki kecepatan untuk ditingkatkan untuk mempercepat ke depan untuk menjawab kesulitan pasar dan seberapa cepat seorang wirausahawan dapat melewati para pesaingnya.

4. Kelenturan

Kelenturan adalah seseorang yang dapat menyesuaikan diri dengan kehidupan di mana pun itu. Adaptasi merupakan salah satu variabel yang dibutuhkan dalam penyesuaian. Sebuah wirausahawan, diandalkan untuk memiliki fleksibilitas yang besar. Dimanapun spot tersebut, siap untuk memperluas kemampuan space yang ada, untuk melakukan proses bisnis, tanpa harus mencemaskan kondisi spot saat ini.

5. Kekuatan

Kekuatan atau strength, khusus kapasitas keadaan manusia yang diperlukan dalam memperluas pencapaian gerakan belajar. Kekuatan adalah salah satu komponen keadaan yang sangat penting dalam bereaksi terhadap latihan kewirausahaan, karena dapat membantu dengan bekerja pada kapasitas bagian seperti kecepatan, ketangkasan dan ketepatan.

Perlu berada di ujung tombak atau memiliki pilihan untuk bertahan dalam pandemi, dengan asumsi Anda memiliki sejumlah besar komponen dalam penghibur bisnis, itu mungkin akan bertahan dan memajukan dirinyasendiri.

B. KONTEKS KEWIRAUSAHAAN

TEORitually a wirausahawan dapat dicirikan menurut beberapa sudut pandang dan pengaturan sebagai berikut:

1. Pandangan Ahli Ekonomi

Menurut Ahli Ekonomi, Wirausahawan adalah individu yang menggabungkan unsur-unsur penciptaan, misalnya Regular Assets (SDA), (HR), material, dan perlengkapan lainnya untuk membangun nilai yang lebih tinggi dari sebelumnya.

2. Pandangan Ahli Manajemen

Wirausahawan adalah seseorang yang dapat meningkatkan dan menggabungkan aset, misalnya bahan alami (materials), keuangan (money), pekerjaan (labours), Kemampuan (Skill) dan Data (Information dengan epxpoxn), untuk mengirimkan barang baru. Usman)

3. Pandangan Pelaku Bisnis

Dalam konteks bisnis, menurut Norman M Scarborough dan Thomas W. Zimmerer (1993) kewirausahaan dicirikan sebagai berikut. Wirausahawan adalah seseorang yang membuat bisnis lain bahkan dengan bahaya dan kerentanan untuk memperoleh manfaat dan pengembangan dengan mengenali peluang dan bergabung dengan aset yang diperlukan

4. Pandangan Psikolog

Wirausahawan merupakan semangat yang mendorong kekuatan individu dari dalam dirinya untuk mencapai suatu tujuan, suka menganalisis untuk menunjukkan kesempatannya melewati kekuatan orang lain.

5. Pandangan Pemodal

Wirausahaan (Entrepreanure) adalah orang yang membuat sukses orang lain, menelusuri ide-ide inovatif untuk memanfaatkan aset, mengurangi pemborosan, membuat pekerjaan dan lebih penting lagi dicintai oleh lingkungan/iklim setempat.

C. HAKIKAT KEWIRAUSAHAAN

Pada dasarnya, hakikat kewirausahaan menyinggung sifat, karakter, dan kualitas yang melekat pada seseorang yang memiliki keinginan kuat untuk mengakui pemikiran

imajinatif ke dalam dunia bisnis asli dan dapat menumbuhkannya dengan kekuatan. Jadi intisari dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk membuat sesuatu yang baru dan unik. Berkenaan dengan para eksekutif, wirausaha adalah seseorang yang dapat memanfaatkan aset (uang, material, manusia, inovasi/mesin, untuk menciptakan bisnis lain, produk baru, siklus penciptaan atau peningkatan asosiasi bisnis. Seperti halnya memiliki campuran komponen) internal yang menggabungkan perpaduan visi, inspirasi, korespondensi, itikad baik, dukungan dan kemampuan untuk memanfaatkan peluang bisnis. Menurut Edi Swasono (1978) sehubungan dengan sudut pandang bisnis, wirausaha adalah pebisnis namun tidak semua visioner bisnis adalah wirausaha. Ada 6 signifikan hakikat kewirausahaan, khususnya:

1. Kewirausahaan adalah nilai yang dicirikan dalam perilaku sehubungan dengan aset, dorongan utama, tujuan, strategi, tip, siklus, dan hasil bisnis.
2. Kewirausahaan adalah kemampuan untuk membuat sesuatu yang benar-benar baru dan unik.
3. Merupakan mata kuliah penerapan inovasi dan pengembangan dalam mengatasi masalah dan menemukan peluang untuk lebih mengembangkan kehidupan (usaha).
4. Sangatlah layak diharapkan untuk memulai bisnis dan membina bisnis
5. Ini adalah kursus bereksperimen (kreatif) dan sesuatu yang lain (inovatif) yang berguna untuk memberi nilai lebih.
6. Ini adalah pekerjaan untuk membuat added value dengan mengkonsolidasikan aset melalui cara baru dan berbagai cara memenangkan oposisi. The added value dapat dibuat dengan menumbuhkan inovasi baru untuk membuat item baru yang lebih mahir, mengerjakan item yang ada, melacak pendekatan yang lebih baik untuk memberikan pemenuhan kepada pembeli.

BAB 3

IDE, PELUANG KREATIVITAS DAN INOVASI DALAM KEWIRAUSAHAAN

A. IDE DALAM KEWIRAUSAHAAN

Pikiran menurut acuan Kata Besar Bahasa Indonesia adalah suatu rencana yang tersusun dalam jiwa sebagai pikiran untuk mencapai tujuan (Unknown, 2012). Untuk sementara, menurut Drucker, kewirausahaan adalah kemampuan untuk membuat sesuatu yang baru dan unik. Menurut salah satu master, Thomas W Zimmener, kewirausahaan adalah pemanfaatan imajinasi dan pengembangan dalam menangani masalah dan upaya untuk memanfaatkan masalah yang dihadapi setiap hari. Sehingga cenderung disimpulkan bahwa pentingnya pemikiran berkaitan dengan kewirausahaan adalah kemungkinan kreativitas dalam membuat sesuatu yang baru dan berbeda sebagai sumber keagungan untuk dimanfaatkan sebagai peluang.

Wirausaha dapat meningkatkan tenaga kerja dan produk melalui kemajuan. Pencapaian wirausaha dicapai ketika wirausaha menggunakan item pengembangan, siklus, dan administrasi sebagai alat untuk menyelidiki perubahan. Dengan cara ini, kemajuan adalah instrumen penting untuk memungkinkan aset memberikan hal baru dan membuat harga diri. Kekuatan kewirausahaan sebagai penggerak ekonomi terletak pada manifestasi barunya untuk membuat harga diri secara konsisten.

Wirausaha dapat membuat esteem dengan mengubah semua tantangan menjadi peluang melalui pikirannya terakhir ia berubah menjadi regulator bisnis. Segala kesulitan bisa menjadi peluang dengan asumsi ada kemajuan, misalnya mendorong minat melalui perkembangan baru. Dengan perkembangan baru ini,

visioner bisnis perusahaan mengendalikan pasar dan akhirnya membuat pelanggan bergantung pada pembuat. Selanjutnya, produsen sampai sekarang tidak bergantung pada pembeli.

Seperti yang ditunjukkan oleh Zimmerman, pemikiran yang berasal dari wirausaha dapat membuat peluang untuk memenuhi kebutuhan asli di pasar. Dalam menilai rencana untuk menghasilkan nilai yang mungkin (peluang tenaga), wirausaha perlu membedakan dan menilai setiap bahaya yang dapat dibayangkan, dengan:

1. Penurunan potensi bahaya melalui sistem proaktif
2. Sebarkan bahaya ke sudut yang paling masuk akal
3. Bahayakan eksekutif yang membawa nilai atau keuntungan

Seperti yang ditunjukkan oleh Zimmerman, imajinasi sering muncul sebagai pemikiran untuk menciptakan tenaga kerja dan produk baru. Pikiran yang sebenarnya tidak peluang dan tidak akan muncul jika wirausaha tidak melakukan penilaian dan persepsi tanpa henti. Banyak pemikiran yang benar-benar unik, namun kebanyakan peluang dibuat ketika wirausaha memiliki sudut pandang lain tentang pemikiran lama.

Sumber Ide awal Pendirian Perusahaan

Ada empat sumber utama, yaitu :

1. Pengalaman pribadi

Premis prinsip pemikiran yang mendasarinya adalah pengalaman pribadi, baik di tempat kerja maupun di rumah. Informasi yang diperoleh dari pekerjaan sebelumnya atau saat ini secara teratur memungkinkan seseorang untuk melihat kemungkinan menyesuaikan item yang ada, mengembangkan administrasi lebih lanjut, menyalin TEORI bisnis di berbagai bidang.

2. Minat

Kadangkala minat tumbuh diluar statusnya sebagai minat dan menjadi bisnis.

3. Penemuan secara tidak sengaja

Dalam sumber ketiga ini mencakup sesuatu yang oleh banyak orang disebut sebagai nasib baik (kemampuan untuk melacak sesuatu) atau semacam kapasitas untuk membuat wahyu yang ideal secara kebetulan.

Siapa pun dapat melacak pemikiran yang bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari. Misalnya, wirausaha J.P Shyu yang memikirkan kemungkinan hang it cut setelah ia mengalami masalah dalam menyimpan informasi desain mekanis pada pembagi.

4. Pencarian ide dengan penuh pertimbangan

Sebuah pemikiran yang mendasari dapat muncul dari tes yang dilakukan oleh wirausaha untuk mengamati pemikiran terobosan, pengerahan tenaga berburu seperti itu bisa berharga karena memperkuat persiapan jiwa.

B. PELUANG DALAM KEWIRAUSAHAAN

Peluang sebagaimana ditunjukkan oleh Rujukan Peluang Kata Besar Bahasa Indonesia (ruang gerak) baik dalam struktur substansial maupun dalam struktur unik (Taufan, 1998:34). Sehingga peluang kewirausahaan dapat diartikan sebagai pintu terbuka yang dapat diperoleh oleh seseorang atau lebih dengan bergantung pada kemungkinan diri yang ada dan melompati berbagai pintu terbuka atau peluang yang diambil dengan cepat.

Peluang kewirausahaan dari perspektif yang lebih mendalam dapat dipartisi menjadi dua untuk lebih spesifik di dalam peluang dan di luar peluang. Peluang batin adalah peluang yang sudah ada di dalam wirausah sehingga menjadi alasan untuk membaca apa yang terjadi sesuai kapasitas sebenarnya. Sementara itu, di luar peluang akan menjadi peluang yang dibawa ke dunia dari metode yang terlibat dengan meneliti kondisi atau reaksi dari wirausaha keadaan yang seperti yang ditunjukkan olehnya mungkin dapat berubah menjadi peluang (pintu terbuka tertentu).

Pada era modern sekarang ini, ada banyak peluang yang bisa dimanfaatkan oleh wirausahawan, yaitu:

1. Pesatnya kemajuan ilmu pengetahuan dan inovasi telah mempercepat pengadaan data. Selanjutnya masyarakat dibingkai dengan pandangan yang dapat menyalurkan data apa saja yang diperoleh dan memilih data mana yang dipandang menarik dan tidak untuk diterapkan.
2. Tingkat pembayaran per kapita dan populasi meningkat, semua ini diikuti oleh peningkatan tingkat kebutuhan yang diinginkan.
3. Tingkat pendidikan individu di seluruh dunia semakin meningkat, hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya lulusan perguruan tinggi.
4. Pekerjaan wirausahawan dengan kemampuannya untuk memulai bisnis akan memungkinkan pembukaan pekerjaan sehingga tingkat pengangguran akan berkurang. Lebih jauh lagi, hal ini secara konsekuensi dapat mengurangi beban negara.

Untuk pemikiran yang masih berpotensi menjadi peluang bisnis asli, maka, pada saat itu, wirausaha harus menilai peluang tanpa henti. Proses penyaringan pemikiran, atau disebut sistem penyaringan, adalah cara paling efektif untuk mengubah pemikiran yang mungkin menjadi barang dan administrasi asli. Sarana dalam menyaring pikiran harus dimungkinkan sebagai berikut:

1. Menciptakan Produk Baru dan Berbeda

Ketika pemikiran itu asli atau asli, misalnya sebagai pemikiran untuk pekerjaan dan produk baru, produk dan administrasi tidak boleh sama dengan pekerjaan dan produk di Pasaran. Demikian juga, produk dan layanan ini harus memberikan insentif bagi pembeli atau klien mereka. Selanjutnya, wirausaha harus benar-benar mengetahui perilaku pelanggan dipasar. Dalam memperhatikan perilaku pasar, ada sesuatu seperti dua komponen pasar yang harus dipikirkan:

- a. Permintaan terhadap barang atau jasa yang dihasilkan
- b. Waktu penyerahan dan waktu permintaan barang atau jasa

Dengan cara ini, jelas seorang wirausaha yang sukses perlu membuat produk dan layanan yang tak tertandingi yang menawarkan beberapa manfaat bagi pembeli. Tentu saja, jika wirausaha hanya menyoroti bagian pasar, tentu saja peluang akan bergantung pada pelaksanaan bagian pasar. Kemampuan untuk memperoleh peluang itu sendiri sangat bergantung pada kemampuan wirausaha untuk memecah pasar yang mencakup sudut pandang:

- a. Kapasitas untuk menyelidiki sosioekonomi pasar
- b. Kapasitas untuk menyelidiki sifat dan perilaku pesaing
- c. Kemampuan untuk menyelidiki keunggulan pesaing dan melihat kekurangan pesaing dapat membuat peluang.

2. Mengamati Pintu Peluang

Wirausaha harus memperhatikan kemampuan sebenarnya pesaing, misalnya, kemampuan pesaing untuk membuat item baru, keterlibatan yang bermanfaat dengan pengembangan item baru, bantuan keuangan, dan manfaatlain yang dipindahkan oleh pesaing di pasar. Kapasitas pesaing untuk mengikuti posisi pasar dapat dinilai dengan memperhatikan kekurangan dan bahaya pesaing dalam menyumbangkan modal baru mereka.

Sesuai zimmerer, ada beberapa kondisi yang dapat membuat peluang, termasuk:

- a. Item baru harus dipromosikan dengan cepat dalam jangka waktu yang agak singkat
- b. Merancang kemalangan harus rendah. Oleh karena itu, penggunaan prosedur harus dipikirkan terlebih dahulu
- c. Pesaing tidak memiliki inovasi pengaturan tren

- d. Pesaing sejak awal tidak memiliki sistem yang sesuai dengan posisi pasar mereka
- e. Perusahaan baru memiliki kapasitas dan aset untuk mengirimkan item barunya.

3. Analisis Produk dan Proses Produksi Secara Mendalam

Analisis ini Sangat penting untuk memastikan apakah jumlah dan sifat barang yang dibuat memuaskan atau tidak, dan terlepas dari apakah biaya yang ditimbulkan lebih efisien daripada biaya yang dikeluarkan oleh pesaing.

4. Menaksir Biaya Awal

Menaksir berapakah biaya yang harus diberikan untuk organisasi baru, untuk membeli perlengkapan, perangkat keras, persewaan gedung dan lain-lain.

5. Memperhitungkan Resiko yang Mungkin Terjadi

Resiko yang mungkin terjadi misalnya resiko merancang, resiko moneter atau resiko pesaing.

Strategi Resiko, berkaitan dengan proses pengembangan item yang sesuai dengan standar atau menyangkut artikel tertentu apakah pemikiran benar-benar dapat diubah menjadi item siap pakai dengan kemampuan dan atributnya.

Resiko moneter, adalah resiko moneter yang muncul karena kekurangan moneter baik dalam tahap pengembangan item baru maupun dalam membuat dan mengikuti perusahaan untuk membantu pengeluaran item baru. Contender resiko, adalah kapasitas dan keinginan para pesaing untuk mengikuti situasi mereka di pasar.

Keterkaitan Ide dan Peluang Kewirausahaan

Seorang wirausaha dapat menambah nilai suatu barang dan jasa melalui inovasi. Keberhasilan wirausaha dicapai apabila wirausaha menggunakan produk, proses dan jasa-jasa inovasi sebagai alat untuk menggali perubahan. Oleh sebab itu, inovasi merupakan instrument penting untuk memberdayakan sumber-sumber agar menghasilkan sesuatu yang baru dan menciptakan nilai tersendiri. Ketangguhan kewirausahaan sebagai penggerak perekonomian terletak pada kreasi baru untuk menciptakan nilai secara terus- menerus. Wirausaha dapat menciptakan nilai dengan cara mengubah semua tantangan menjadi peluang melalui ide- idenya dan akhirnya ia menjadi pengendali usaha (*business driven*).

C. KREATIVITAS KEWIRAUSAHAAN

Sesuai dengan referensi Kata Besar Bahasa Indonesia, kreativitas berasal dari kata dasar inovatif yaitu mampu membuat sesuatu. Sedangkan kreativitas sendiri memiliki arti penting kapasitas untuk membuat atau mengamati sesuatu yang baru yang tidak sama dengan masa lalu. Kreativitas adalah kapasitas untuk terhubung di antara orang-orang dan keadaan mereka saat ini. Seorang individu dipengaruhi dan dipengaruhi oleh iklim dimana ia berada, maka perubahan- perubahan dalam diri individu dan iklim tersebut dapat mendukung atau dapat merusak usaha-usaha kreatif.

Kreativitas memiliki implikasi yang berbeda, ada yang mengatakan kreativitas sebagai mentalitas atau perilaku atau aktivitas, namun ada juga individu yang mencirikan kreativitas sebagai perspektif sederhana.

Berikut ini ialah beberapa definisi kreativitas menurut para ahli

1. Menurut Conny R Semiawan

Kreativitas adalah penyesuaian dari sesuatu yang sudah ada menjadi TEORI baru. Dengan begitu, ada dua TEORI lama yang digabungkan menjadi satu TEORI baru.

2. Menurut Utami Mundar

Kreativitas adalah konsekuensi dari komunikasi antara individu dan keadaannya saat ini, kemampuan untuk membuat campuran baru, mengingat informasi, data atau komponen yang sudah ada atau diketahui sebelumnya, untuk lebih spesifik semua pertemuan dan informasi yang dimiliki individu. telah ditangani selama hidupnya, baik dalam iklim sebagai keluarga maupun di arena publik. .

3. Menurut Barron Yang Dikutip Dari Ngalimun dan Awan-Kawan

Kreativitas adalah kapasitas untuk membuat novel, hal baru. Guilford, dikutip dari Ngalimun dan kawan-kawan, mengungkapkan bahwa kreativitas mengacu pada kapasitas yang menunjukkan individu sebagai imajinatif.

4. Menurut Rogers

Kreativitas adalah cara paling umum untuk membawa hasil baru langsung ke dalamnya. Hasil baru muncul dari atribut luar biasa dari orang-orang yang bekerja sama dengan orang lain, bertemu dan lebih jauh lagi kondisi kehidupan mereka.

5. Menurut Dreavdahl

Kreativitas adalah kapasitas yang dapat berupa kreativitas sebagai kemampuan untuk menciptakan struktur dan lebih jauh lagi pemikiran baru yang dapat berupa inovasi atau kesatuan yang dapat mencakup pengembangan contoh-contoh baru dan lebih jauh lagi merupakan perpaduan dari pertemuan-pertemuan sebelumnya yang terkait dengan yang sudah ada di keadaan saat ini.

6. Menurut Jawwad (Dikutip Dari Kemendikbud)

Kreativitas adalah kemampuan mengingat untuk mencapai hasil yang berfluktuasi dan baru, dan memungkinkannya untuk diterapkan, baik dalam bidang sains, menulis, olahraga, dan berbagai bidang kehidupan.

7. Mc. Pherson dalam Hubeis

Menyatakan bahwa kreativitas adalah mengasosiasikan dan merakit kembali informasi dalam jiwa manusia yang memungkinkan dirinya untuk berpikir lebih bebas dalam menciptakan hal-hal baru, atau menghasilkan pemikiran yang tidak terduga orang lain dalam memberikan hal-hal yang bermanfaat. Definisi lain adalah bahwa kreativitas adalah pengumpulan informasi dari berbagai bidang keterlibatan untuk menciptakan pemikiran yang lebih baik.

8. Santrock

Arti dari kreativitas adalah kapasitas individu untuk merenungkan hal-hal dengan cara baru dan aneh dan menyusun pengaturan khusus.

9. Supriadi (1994)

Yang dimaksud dengan kreativitas adalah kemampuan individu untuk memunculkan sesuatu yang benar-benar baru, baik berupa pemikiran maupun karya asli yang agak unik dalam kaitannya dengan yang ada saat ini.

10. Csikzentmihalyi (dalam Munandar, 1995)

Arti dari kreativitas adalah sebagai item yang khawatir menemukan sesuatu, menciptakan hal baru, daripada mengumpulkan kemampuan atau melatih informasi dan berkonsentrasi pada buku.

Kegiatan atau perenungan tertentu dapat memicu kreativitas. Dilanjutkan dengan catatan "Aturan Indikatif Potensi Siswa (2004)" oleh Nurhayati, selanjutnya adalah atribut kreativitas:

1. Memiliki minat yang luar biasa.

2. Menghasilkan rencana yang berbeda untuk mengatasi suatu masalah.
3. Sering mengarang reaksi yang menarik dan cerdas.
4. Bersiaplah untuk menghadapi tantangan. Senang mencobahal baru.
5. Menyentuh untuk keunggulan dan nuansa.

Di samping itu, kreativitas dapat muncul melalui tahapan sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

Tahap ini berisi kegiatan pengenalan masalah, mengumpulkan informasi penting, untuk menyelidiki hasil potensial yang akan terjadi.

2. Tahap Inkubasi

Setelah data atau informasi terkumpul, barulah pada saat itu memasuki tahap merenung atau berbaring dan merenungkannya. Kreativitas adalah konsekuensi dari kapasitas otak untuk menghubungkan berbagai rencana untuk menyampaikan hal baru, hal baru dan sejenis.

3. Tahap Pencerahan

Ini adalah tahap ketika pemikiran-pemikiran yang inovatif menyerang untuk menjawab kesulitan-kesulitan imajinatifyang sedang dihadapi.

4. Tahap Pembuktian

Pada tahap ini, individu mulai meyakinkan dirinya sendiri bahwa pemikiran yang diperoleh dapat diterapkan dandicoba.

Perilaku Kreatif Mengutip buku "Kreativitas and Talent (2000)" karya Nursito, aliran inovatif akan terjadi dengan asumsi ia bersemangat melalui isu-isu yang mendorong lima jenis perilaku imajinatif yang menyertainya:

1. Fluency (kelancaran), kapasitas untuk menyusun pikiran untuk menangani masalah.
2. Flexibility (keluwesan), kapasitas untuk menciptakan berbagai macam pemikiran di luar kelas biasa.
3. Originality (keaslian), kemampuan untuk memberikan reaksi yang luar biasa.

4. Elaboration (keterperincian), kemampuan untuk mengungkapkan jalan pikiran yang bertekad untuk mengakuinya.
5. Sensitivity (kepekaan), artinya tanggap dalam menangkap dan menghasilkan masalah dalam situasi tertentu.

Faktor yang Memengaruhi Kreativitas

Kreativitas tidak dapat tumbuh secara konsekuen, namun membutuhkan perasaan dari iklim. Pencipta Elizabeth Bergner Hurlock berpendapat bahwa kondisi dapat meningkatkan kreativitas, khususnya:

1. Waktu.
2. Kesempatan menyendiri.
3. Dorongan untuk kreatif.
4. Sarana eksperimentasi dan eksplorasi.
5. Rangsangan dari lingkungan.
6. Cara mendidik anak.
7. Kesempatan untuk memperoleh pengetahuan.

Kreativitas bisa berupa kemampuan dan minat yang diciptakan oleh iklim atau sesuatu yang langsung didapat dari iklim. Sebuah kreativitas mungkin membuat. Dalam membina kreativitas, seorang individu dapat menghadapi rintangan, penghalang, atau halangan yang dapat merusak daya imajinatif individu.

Variabel-variabel yang menghambat kreativitas antara lain cara pandang pesimis, kecemasan terhadap kekecewaan, tekanan yang berlebihan, mematuhi aturan, membuat kecurigaan, sangat bergantung pada rasionalitas, merasa tidak kreatif. Sebagian dari elemen di atas dapat menghambat kreativitas seseorang. Selain itu, menurut Rachmawati dan Kurniati (2010), faktor-faktor yang menghambat kemajuan kreativitas antara lain:

1. Hambatan Diri Sendiri

Variabel diri sendiri merupakan pendorong utama penghambat kreativitas, mengingat dorongan dan keinginan yang ada dalam diri seseorang menjadi kekuatan dalam melakukan kreativitas. Variabel diri meliputi mental individu, organik, fisiologis, dan sosial.

2. Psikologis

Psikologis seseorang mempengaruhi perilaku kreativitas. Seperti yang ditunjukkan oleh Munandar (1999) kecenderungan atau kecenderungan individu dalam kehidupan sehari-hari yang teratur mempengaruhi kreativitas individu, misalnya, penilaian asumsi orang lain; tidak adanya penerahan tenaga dan sikap apatis, kecemasan terhadap pemikiran, menghadapi tantangan, dan ketakutan akan dicemooh; tidak berangkat untuk tampil sebagai sesuatu yang lain; ketergantungan pada kekuasaan, sikap orang lain, jadwal, dan hiburan sangat mempengaruhi penelitian otak individu dalam menciptakan kreativitas.

3. Biologis

Kreativitas merupakan salah satu faktor biologis atau hereditas atau keturunan. Kualitas kreativitas yang diperoleh oleh wali memiliki variabel yang signifikan dalam menciptakan kreativitas. Seorang anak yang walinya adalah spesialis atau memiliki kreativitas yang tinggi akan genetik akan memberikan kualitas kepada anak tersebut.

4. Fisiologis

Seorang individu yang memiliki masalah fisiologis karena kerusakan otak yang disebabkan oleh penyakit atau kecelakaan yang memungkinkan seseorang untuk menghadapi masalah yang sebenarnya dapat menahan kreativitas individu tersebut.

5. Sosiologis

Lingkungan sosial merupakan pertimbangan utama dalam membina kreativitas individu. Iklim sosial berperan penting dalam menentukan kapasitas individu untuk memanfaatkan potensi inventifnya dan mengekspresikan keunikannya. Kapasitas kreativitas individu akan terhambat ketika pertimbangannya tidak diakui oleh iklim. Seperti yang ditunjukkan oleh Suryani (2007), seorang individu harus memutuskan batasan perilaku namun juga harus mengikuti inspirasi alam. Seseorang yang merasa sedang diawasi dan tidak senang dalam suatu iklim menyebabkan kreativitas menjadi terkendali.

Unsur-unsur yang mendorong inovasi setiap orang memiliki potensi imajinatif dalam berbagai derajat. Hal ini sepertinya harus didukung sejak awal dengan tujuan agar cenderung dicari tahu. Untuk itu kita sangat menginginkan dorongan utama, baik dari luar (iklim) maupun dari dalam tunggal itu sendiri. Penting untuk membuat kondisi ekologis

dapat mendorong daya inovasi individu, untuk situasi ini mengingat baik iklim dalam arti sempit (keluarga, sekolah) maupun dalam arti luas (masyarakat, budaya).

Tumbuh dan berkembangnya daya cipta dan kemajuan yang dihasilkan dari suatu kreasi yang dibuat oleh individu tidak lepas dari pengaruh budaya dan pengaruh daerah tempat tinggal dan berkaryanya (Selo Soemardjan 1983).

Faktor pendukung imajinasi, khususnya:

1. Faktor Lingkungan Keluarga

Iklim keluarga yang menyenangkan dan berdasarkan suara mendorong anak-anak untuk menempatkan diri mereka di luar sana tanpa ketegangan dan hambatan.

2. Faktor Lingkungan Sekolah

Sekolah adalah iklim kedua setelah keluarga. Iklim, kondisi sekolah menentukan imajinasi untuk berkreasi.

3. Faktor Lingkungan Masyarakat

Lingkungan kelas sosial yang heterogen dan memiliki tatanan sosial yang berbeda-beda, lingkungan yang kurang baik membuat anak tidak mendorong kreativitasnya.

Kreativitas adalah kemampuan individu untuk memunculkan sebuah novel, hal baru, baik sebagai pikiran atau karya asli yang cukup tidak sama dengan apa yang telah ada sebelumnya. Sebuah wirausaha inventif memiliki peluang lebih menonjol untuk membuat salah satu dari jenis dan berbagai item, dan dapat bereaksi lebih baik.

Menurut Zimmerer dalam Yuyus Suryana, kreativitas tidak hanya penting untuk keunggulan, tetapi juga penting untuk pemeliharaan perusahaan (membuat jatuh tempo). Ini menyiratkan bahwa seseorang dapat mengatakan bahwa dalam menghadapi kesulitan di seluruh dunia, diperlukan SDM yang imajinatif, kreatif atau tidak disetujui.

Seorang pebisnis adalah seseorang yang memiliki kreativitas dari bisnis lain dengan menghadapi tantangan dan kerentanan yang sepenuhnya berniat mencari keuntungan dan pengembangan bisnis mengingat bukti peluang yang dapat dikenali dan aset siap pakai dan keuntungan dari peluang ini. Seperti yang ditunjukkan oleh Kusnadi, pebisnis adalah sumber kepemilikan inventif dan imajinatif. Ini adalah cara jiwa seorang wirausaha dengan tujuan bahwa itu berubah menjadi mata air kreativitas dan pengembangan.

1. Seorang wirausaha secara konsisten memimpikan pemikiran-pemikiran yang inovatif.
2. Terus mencari peluang baru atau mencari pendekatan yang lebih baik untuk membuat peluang baru.
3. Lokasi aktivitas terus menerus.
4. Seorang visioner utama, terlepas dari kenyataan bahwa fantasinya tidak selalu berhasil.

5. Tidak sederhana untuk memulai sesuatu, bahkan dari skala yang terbatas.
6. Jangan pernah berpikir untuk menyerah, coba lagi secara konsisten.
7. Tidak pernah segan untuk jatuh.

Sejalan dengan ini, bahwa kewirausahaan adalah jiwa, perilaku, dan kapasitas untuk memberikan reaksi positif terhadap peluang untuk memperoleh manfaat bagi diri sendiri atau dukungan yang lebih baik dari klien/masyarakat; dengan terus berusaha untuk menemukan dan melayani klien yang lebih banyak dan lebih baik, sama seperti membuat dan memberikan item yang lebih bermanfaat dan melakukan pendekatan yang lebih mahir untuk bekerja, melalui pengambilan bahaya, kreativitas, dan pengembangan, seperti halnya kemampuan dewan.

D. INOVASI KEWIRAUSAHAAN

Umumnya wirausaha memulai profesi mereka dari hal-hal kecil yang terus mereka kembangkan, sehingga pada akhirnya mereka mendapatkan bayaran yang secara umum akan bermanfaat. Tidak hanya itu, seorang wirausaha atau pebisnis membuat bisnis baru yang dapat menghadapi semua bahaya dan kerentanan dan memiliki tujuan untuk mencapai manfaat dan pengembangan melalui bukti nyata peluang- peluang dengan melihat aset yang diharapkan untuk mendapatkan keuntungan darinya. Terlebih lagi, seorang wirausaha harus yakin, memiliki daya cipta, berani menghadapi tantangan, bebas dan praktis. Karena ini membuat mereka akhirnya membuat kemajuan.

Dari gambaran di atas, cenderung dianggap bahwa wirausaha yang efektif adalah benar-benar seorang perintis yang dapat mengubah pintu terbuka menjadi pemikiran yang dapat dijual, dapat menawarkan manfaat tambahan melalui upaya, waktu, biaya, dan kemampuan yang sepenuhnya niat untuk menciptakan memperoleh. Selain itu, mereka adalah orang-orang yang menemukan persyaratan

pasar dan membuat persyaratan pashaan baru yang dapat mengatasi masalah pasar tersebut. Metode mereka untuk memenuhi kebutuhan pasar adalah dengan mengembangkan untuk membuat item baru yang diminati pembeli potensial mereka.

Apa itu pembangunan? Pengembangan itu sendiri merupakan hasil dari suatu asosiasi yang menggunakan aset input sebagai informasi, data, dan pengalaman yang dimiliki secara umum oleh para pekerjanya. Kemajuan juga harus mencakup imajinasi dan coba-coba menghasilkan produk baru, administrasi baru, atau siklus mekanis yang lebih baik.

Arti dari pembangunan sangat penting untuk diketahui. Dalam kehidupan sehari-hari biasa, Anda pasti sering mendengar kata kemajuan. Perkembangan dalam asosiasi pertama kali dikemukakan oleh Schumpeter pada tahun 1934.

Kemajuan adalah segala sesuatu yang baru yang bersumber dari ilmu pengetahuan, dan dapat memberikan manfaat bagi keberadaan manusia. Ilmu pengetahuan dibutuhkan dalam kemajuan pembangunan. Tanpa sains, pembangunan tidak akan berjalan sebagaimana mestinya. Bahkan bisa disesatkan, tidak berlama-lama, dan hanya tinggal di negeri fantasi.

Berikut ini Defenisi Inovasi Menurut UU dan Para Ahli:

1. UU No. 19 Tahun 2002

Inovasi adalah eksplorasi, peningkatan, serta latihan desain yang diselesaikan dengan tekad untuk mendorong penggunaan kualitas dan pengaturan logis baru, atau pendekatan yang lebih baik untuk menerapkan sains dan inovasi yang ada ke dalam item atau proses penciptaan.

2. Stephen Robbins

Inovasi ialah sebagai pemikiran baru yang diterapkan untuk memulai atau menyegarkan item atau interaksi dan jasa.

3. Everett M. Rogers

Inovasi ialah sebuah pemikiran, pemikiran, taksi penjelajah, dan praktik yang bergantung dan diakui sebagai hal yang benar-benar baru oleh seseorang atau perkumpulan tertentu untuk diterapkan atau diambil.

4. Kuniyoshi Urabe

Inovasi bukan adalah tindakan satu kali (one time phenomenon), melainkan siklus panjang dan agregat yang menggabungkan banyak siklus dinamis di dalam dan oleh asosiasi dari wahyu pemikiran hingga eksekusi di pasar.

5. Van de Ven, Andrew H

Inovasi ialah pengembangan dan pelaksanaan pemikiran baru oleh individu dalam jangka waktu tertentu yang dilengkapi dengan latihan pertukaran yang berbeda dalam pengaturan otoritas tertentu.

6. Sa'ud (2014)

Inovasi ialah keputusan imajinatif, tindakan dan seperangkat aset manusia dan material baru atau penggunaan implikasi luar biasa yang akan menghasilkan pencapaian yang lebih luas dari tujuan yang diantisipasi.

7. Nurdin (2016)

Inovasi ialah sesuatu yang baru, lebih spesifik dengan menghadirkan dan menyelesaikan praktik atau siklus baru (tenaga kerja dan produk) atau mungkin dengan mengambil contoh baru yang dimulai dari asosiasi yang berbeda.

Terdapat beberapa ciri-ciri inovasi yang perlu Anda ketahui, di antaranya:

1. Baru

Ciri-ciri inovasi yang pertama yaitu selalu bersifat baru. Artinya, pemikiran yang benar-benar murni dan tidak pernah dimanfaatkan oleh siapa pun. Ia juga dapat diartikan sebagai sesuatu yang telah digunakan oleh oranglain, namun perlu dirangkul karena dianggap tepat sebagai jawaban.

2. Khas

Ciri-ciri inovasi berikutnya yaitu memiliki ciri khas. Kemajuan akan selamanya menjadi salah satu dari jenis meskipun fakta bahwa itu dimulai dari penerimaan. Ini dapat diuraikan, dengan semua resepsi yang dilakukan di tempat lain akan menarik atributnya sendiri.

3. Terencana

Inovasi adalah sesuatu yang diatur karena dibuat dengan sengaja. Artinya, inovasi dimunculkan melalui interaksi yang siap dengan susah payah, jelas, lambat dan telah diatur sebelumnya.

4. Memiliki Tujuan yang Jelas

Suatu inovasi pasti memiliki tujuan yang jelas. Tergantung dari ilmu yang digunakan.

Sains tentu saja berpusat di sekitar artikel dan subjek yang sedang dikerjakan. Jika Anda tidak menunjukkan item dan subjek yang wajar, maka, pada saat itu, inovasi tidak akan akurat dan bahkan lalai untuk dilakukan.

Beberapa manfaat Inovasi adalah:

1. Memecahkan Masalah

Inovasi adalah pemikiran dan pemikiran inovatif yang dapat dimanfaatkan dalam berpikir kritis. Masalah baru jelas harus ditangani dengan pemikiran inovatif juga.

2. Menciptakan Kualitas Unik

Manfaat inovasi berikutnya yaitu menciptakan kualitas yang unik. Banyak orang tidak mengerti bahwa berinovasi menyebabkan dirinya memiliki kualitas yang luar biasa.

Terlebih lagi jika inovasi berhasil dibuat dan dijalankan, perbedaannya akan terlihat. Itu berarti, inovasi akan menonjol dan tampaknya memiliki kualitas yang unik.

3. Meningkatkan Produktivitas

Berinovasi juga akan berdampak baik bagi produktivitas. Mulai dari karyawan, supervisor, atau bahkan mahasiswa akan mendapatkan efek ini dengan asumsi mereka mewujudkannya.

4. Tangguh

Seseorang yang pintar dalam berinovasi ialah sosok yang tangguh. Ini berarti menyesuaikan diri dengan masalah baru dan menyelesaikannya harus dimungkinkandengan baik.

Inovasi dapat mengirimkan dan membuat barang yang mereka buat menjadi daya tarik utama bagi pembeli mereka, barang inovasi adalah ide baru atau barang yang dianggap baru oleh klien atau pembeli. Dengan begitu barang-barang yang mereka hasilkan akan dapat dipertukarkan secara efektif karena jenis barang yang mereka buat tidak benar-benar diklaim oleh wirausahawan lain.

Meskipun demikian, ada beberapa hal yang membuat inovasi jelek bagi calon pembeli, seperti cara pembuatannya, bahan yang digunakan dan bentuknya yang mungkin mengejutkan. Inovasi item yang mereka renungkan serta perlu melakukan transaksi inovasi, bagaimana item yang mereka jual harus terlihat dari berbagai latar belakang dan di beberapa daerah yang jauh, khususnya dengan mengiklankan item mereka melalui aplikasi berbasis transaksi berbasis internet yang pasti biasa kita sebut online shop.

Online shop adalah cara paling umum untuk pembelian tenaga kerja dan produk melalui web di mana pedagang dan pembeli tidak bersentuhan langsung atau tidak bertemu dan tidak terhubung, dan di mana barang yang dipertukarkan hanya disajikan melalui gambar di suatu tempat maka angsuran dilakukan dengan cara pindah ke rekening bank yang bersangkutan. Setelah interaksi cicilan didapatkan, komitmen dealer adalah mengirimkan barang dagangan yang telah diatur pembeli ke lokasi yang dituju. Dengan cara ini, tanpa disadari telah membuatnya lebih mudah untuk wirausaha.

Dalam artikel yang beredar di Kompas.com, pembeli Indonesia mulai menyukai belanja online seiring dengan semakin berkembangnya pintu masuk web di Indonesia.

Dengan hadirnya online shop beberapa wirausahawan telah terbantu. Mereka tidak perlu mencoba membuat dan menyebarkan brosur karena melalui online shop, mereka dapat membagikan foto barang mereka. Juga manfaat lain, seorang wirausaha dapat berbicara dengan calon pembeli tanpa bertatap muka.

BAB 4

PERENCANAAN, PENGELOLAAN DAN STRATEGI BISNIS

A. PERENCANAAN BISNIS

Memahami perencanaan secara keseluruhan adalah pekerjaan untuk memutuskan berbagai hal yang akan dicapai atau tujuan di kemudian hari dan selanjutnya memutuskan berbagai tahapan yang diharapkan untuk mencapai tujuan tersebut.

Memahami perencanaan juga dapat diartikan sebagai jenis tindakan yang telah disusun untuk mencapai tujuan tertentu dan juga dalam jangka waktu tertentu. Oleh karena itu, dalam perencanaan akan ada latihan percobaan yang berbeda dalam beberapa bantalan pencapaian, membedah semua kerentanan, mengevaluasi batas, menentukan tujuan pencapaian, dan selanjutnya memutuskan langkah-langkah dalam mencapainya.

Secara lugas, arti perencanaan adalah jalan pemikiran yang koheren dan pengambilan keputusan yang normal sebelum membuat berbagai langkah yang akan diambil. Ini akan membantu masing-masing pihak memproyeksikan masa depan mereka dan memilih cara terbaik untuk mengelola keadaan yang akan terjadi di kemudian hari.

Beberapa ahli juga mengatakan bahwa pemahaman perencanaan adalah salah satu fungsi administrasi utama, di mana perencanaan itu sendiri berisi latihan dalam memperjelas tujuan otoritas, membuat prosedur, dan selanjutnya membuat rencana kerja hierarkis. Dengan demikian, memahami perencanaan adalah tahap awal dalam latihan asosiasi yang terkait dengan pencapaian tujuan otoritatif. Jadi kita lebih baik memahami apa yang dimaksud perencanaan, ada baiknya untuk melihat penilaian para ahli di bawah ini:

1. Erly Suandy

Erly Suandy berpendapat bahwa makna perencanaan adalah interaksi dalam menentukan tujuan hierarkis dan selanjutnya memperkenalkannya secara lebih jelas dengan berbagai teknik, strategi, dan kegiatan yang diharapkan untuk mencapai tujuan mendasar dari asosiasi secara keseluruhan.

2. Barbara Becker

Becker Menjelaskan bahwa pemikiran perencanaan adalah metode bijaksana untuk bersiap-siap untuk masa depan yang unggul.

3. Jacqueline Alder

Birch menjelaskan bahwa arti dari perencanaan adalah siklus dalam mencari tahu apa yang benar-benar perlu Anda capai nanti dan selanjutnya memutuskan berbagai kemajuan yang diharapkan untuk mencapai tujuan ini.

4. John Douglas

Douglas mengatakan bahwa arti perencanaan adalah siklus tanpa henti sejauh mensurvei, membuat tujuan dan gagasan, serta melaksanakan dan menilai atau mengamatinya.

5. George Steiner

Sementara Steiner berpendapat bahwa gagasan perencanaan adalah interaksi dalam memulai berbagai tujuan, batas vital, strategi, dan terlebih lagi poin demi poin bermaksud untuk mencapainya, pencapaian hierarkis untuk melaksanakan pilihan dan selanjutnya menggabungkan survei pelaksanaan dan selanjutnya masukan sejauh presentasi dari siklus pengaturan lain.

1. Karakteristik Perencanaan

Di dalam perencanaan itu sendiri ada atribut lain yang membedakannya dari kapasitas cabang administrasi lainnya. Sebagian dari sifat-sifat administrasi itu adalah:

a. Fungsi Manajerial

Perencanaan adalah suatu fungsi manajerial yang Yang pertama dan selanjutnya yang paling penting dalam memberikan premis kepada berbagai elemen dewan, khususnya kepegawaian, koordinasi, pengaturan, dan pengendalian, karena mencakup luasnya rencana yang dibuat.

b. Berorientasi Pada Tujuan

Perencanaan akan lebih fokus dalam hal menjelaskan tujuan perusahaan, membedakan kegiatan elektif, serta menetapkan desain kegiatan yang berbeda sesuai, untuk mencapai tujuan prinsip perusahaan.

c. Pervasif

Dalam hal ini, Defenisi pervasif adalah perencanaan yang harus tersedia di semua bagian dan diperlukan di semua tingkatan dalam asosiasi. Meskipun derajat di dalamnya sangat berbeda dalam level dan divisi.

d. Proses Berkelanjutan

Rencana dibuat dalam jangka waktu tertentu, seperti sebulan, seperempat, setahun, dan seterusnya. Setelah periode ini selesai, diperlukan pengaturan lain dengan perenungan yang berbeda seperti prasyarat dan kondisi saat ini dan yang akan datang. Jadi, perencanaan adalah siklus yang terus-menerus karena dibuat, dijalankan, dan diselesaikan oleh pengaturan orang lain juga.

e. Proses Intelektual

Perencanaan adalah kursus persiapan mental yang mencakup penerapan pemikiran, perspektif, penilaian, dan membayangkan hal-hal yang berbeda dengan lebihbijaksana dan meningkatkan.

f. Futuristik

Dalam interaksi perencanaan, kita dapat melihat apa yang akan datang. Ini termasuk memproyeksikan masa depan, memeriksa dan mengantisipasinya, sehingga perusahaan akan siap menghadapi masa depan dengan lebih sukses.

g. Pengambilan Keputusan

Keputusan bisa diselesaikan sehubungan dengan keputusan langkah elektif yang dapat dibuat untuk mencapai tujuan. Pilihan yang dapat dipilih harus luar biasa di antara semua pilihan yang tersedia, di mana ada banyak manfaat dan juga beberapa manfaat.

2. Fungsi Perencanaan

Pada dasarnya, perencanaan berharga untuk membantu berbagai siklus penentuan pilihan yang ideal dan paling sesuai dengan target prinsip perusahaan. Dalam interaksi eksekusi, kepala harus memiliki opsi untuk menjawab pertanyaan 5W dan 1H, untuk lebih spesifik:

- a. **What:** Apa tujuan yang hendak dicapai oleh perusahaan?
- b. **Why:** Kenapa hal tersebut menjadi tujuan perusahaan?
- c. **Where:** Dimanakah lokasi yang paling pas untuk mencapai tujuan tersebut?
- d. **When:** Kapanakah pekerjaan harus diselesaikan untuk mencapai tujuan tersebut?
- e. **Who:** Siapa saja orang yang tepat untuk melakukan pekerjaan yang berkaitan dengan tujuan perusahaan?
- f. **How:** Bagaimana cara yang paling tepat untuk melakukan pekerjaan dalam upaya mencapai tujuan perusahaan.

Jadi secara umum, perencanaan memiliki kapasitas untuk mencapai tingkat kecukupan dan kecakapan fungsional perusahaan. Sehingga nantinya dapat dilakukan upaya untuk membedakan hambatan yang berbeda, melakukan penyesuaian terkait dengan penyimpangan dengan cepat, sehingga perusahaan dapat berjalan lebih baik.

3. Tujuan Perencanaan

Setiap perusahaan jelas memiliki motivasinya sendiri, dan jelas perencanaan yang digabungkan juga akan unik. Namun pada dasarnya motivasi di balik perusahaan dalam melakukan perencanaan adalah sebagai berikut:

- a. Mengharapkan dan selanjutnya menyesuaikan diri dengan berbagai perubahan yang mungkin terjadi.
- b. Memberikan pembinaan kepada pengurus atau non ketua agar dapat menyelesaikan kewajibannya sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat.
- c. Menjauhi atau membatasi berbagai kemungkinan yang berhubungan dengan cross over dan pemborosan dalam pelaksanaan pekerjaan.
- d. Menetapkan standar tertentu yang nantinya harus digunakan dalam pekerjaan, sehingga akan bekerja dengan manajemen atau pengamatan.

4. Jenis-Jenis Perencanaan

Pada umumnya, perencanaan dipisahkan menjadi tiga, khususnya didirikan adil dan persegi, berdasarkan rentang waktu, dan selanjutnya didirikan pada ekstensi.

a. Perencanaan Berdasarkan Tingkatan

- 1) Master Plan atau Rencana Induk, adalah perencanaan yang lebih menekankan pada strategi perusahaan yang menggabungkan tujuan dalam periode dan tingkat yang lebih luas.
- 2) Operational Planning atau Rencana Operasional, adalah perencanaan yang lebih menekankan pada aturan atau arahan sejauh menjalankan program perusahaan yang berbeda.
- 3) Day to Day Planning atau Rencana harian, adalah perencanaan di mana terdapat berbagai latihan yang lebih bersifat jadwal harian.

b. Perencanaan Berdasarkan Jangka Waktu

- 1) Rencana Long Jangka atau long term Arranging, adalah perencanaan yang dibuat dan akan tetap sah untuk waktu 10 hingga 25 tahun.
- 2) Rencana Jangka Menengah atau Medium Range Planning, adalah perencanaan yang dibuat dan pada dasarnya akan bertahan selama 5 hingga 4 tahun
- 3) Rencana jangka pendek atau short range planning, adalah perencanaan yang dibuat dan pada dasarnya akan bertahan selama 1 tahun

c. Perencanaan Berdasarkan Teori

- 1) Rencana strategis atau strategic planning, adalah perencanaan di mana ia memiliki penjelasan terkait dengan pendekatan selama rentang waktu yang signifikan dan waktu eksekusi juga panjang. Biasanya, perencanaan semacam ini tidak dapat disangkal menantang untuk diubah.
- 2) Rencana taktis atau tactical planning, adalah jenis perencanaan di mana penjelasannya lebih terbatas, dan lebih mudah untuk mengubah latihannya selama tujuannya belum berubah.
- 3) Rencana terintegrasi atau integrated planning, adalah jenis perencanaan yang menggabungkan klarifikasi yang jauh dan lebih terkoordinasi.

Secara historis, kata 'bisnis' diadaptasi dari bahasa Inggris *business*, dari kata dasar *busy* yang berarti 'sibuk' dalam konteks individu, komunitas, atau masyarakat. Secara sederhana, bisnis adalah kesibukan dalam menyelesaikan suatu tindakan atau pekerjaan yang menguntungkan seseorang. Sedangkan untuk suatu zat, Defenisi bisnis adalah perkumpulan atau unsur lain yang mengambil bagian dalam usaha, kemahiran, atau latihan modern untuk kepentingan.

Secara keseluruhan, bisnis adalah latihan yang diselesaikan oleh orang atau asosiasi yang mencakup cara paling umum untuk membuat, membeli, menjual, atau

memperdagangkan tenaga kerja dan produk yang sepenuhnya bertujuan untuk menciptakan manfaat.

5. Defenisi Bisnis Menurut Para Ahli

a. Hughes dan Kapoor

Arti dari bisnis adalah gerakan individu yang terkoordinasi untuk mengirimkan dan menawarkan tenaga kerja dan produk untuk menciptakan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

b. Brown dan Pretello

Arti dari bisnis adalah suatu perusahaan yang menghasilkan tenaga kerja dan produk yang dibutuhkan oleh daerah setempat dan segala sesuatu yang menggabungkan berbagai usaha yang diselesaikan oleh otoritas publik dan daerah pribadi, kurang memperhatikan mencari keuntungan atau tidak.

c. Jeff Madura

Arti dari bisnis adalah perusahaan yang memberikan barang atau administrasi yang diinginkan oleh klien.

d. L.R. Dicksee

Arti dari bisnis adalah suatu jenis gerakan yang tujuan utamanya adalah untuk memperoleh manfaat bagi orang-orang yang menggunakan atau berkepentingan terhadap terjadinya suatu tindakan.

e. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)

Bisnis adalah usaha bisnis di bidang perdagangan; bidang usaha; pertukaran usaha.

6. TEORI dan Tujuan Bisnis

Pada umumnya dalam TEORI bisnis ada beberapakomponen utama, yaitu:

a. Strategi inti (*core strategy*), khususnya visi dan misi bisnis yang menggabungkan standar yang diantisipasi dari bisnis.

b. Sumber daya strategis (*strategic resources*), yaitu sejumlah besar terhubung dengan kemampuan kunci,

siklus pusat, dan sumber daya vital.

- c. Perantara pelanggan (*customer interface*), yaitu segala sesuatu yang berhubungan dengan data, backing dan konsistensi, elemen hubungan, dan struktur nilai.
- d. Jaringan nilai (*value network*), yaitu semua organisasi bernilai yang dapat memperkuat dan melengkapi aset perusahaan.

7. Tujuan bisnis

Beberapa tujuan bisnis, yakni sebagai berikut:

- a. Untuk mendapatkan manfaat dari latihan bisnis.
- b. Untuk mendapatkan tenaga kerja dan produk yang dibutuhkan oleh daerah setempat.
- c. Untuk mewujudkan bantuan pemerintah dari pemilikvariabel penciptaan dan masyarakat.
- d. Tetapkan pintu kerja terbuka untuk area lokal.
- e. Untuk menunjukkan kehadiran perusahaan dalam jangka panjang.
- f. Untuk bekerja pada kemajuan dan pengembangan keuangan masyarakat secara keseluruhan.
- g. Untuk menunjukkan penghargaan dan prestasi.

8. Fungsi dan Manfaat Bisnis

a. Fungsi bisnis

Adapun beberapa fungsi bisnis adalah sebagai berikut:

- 1) Form utility, lebih spesifiknya adalah karya penciptaan di mana sebuah bisnis menghasilkan suatu barang atau administrasi yang dibutuhkan oleh daerah setempat. Misalnya, furnitur perusahaan, administrasi moneter perusahaan.
- 2) Place utility, yaitu suatu karya dispersi dimana suatu bisnis mengambil suatu barang atau administrasi ke daerah terdekat yang dapat dijangkau oleh pelanggan.
- 3) Possessive utility, lebih spesifiknya pekerjaan bisnis di bisnis di mana seorang perusahaan menawarkan

barang kepada pembeli yang membutuhkannya, dua tenaga kerja dan produk.

- 4) Time utility, untuk lebih spesifiknya kapasitas kerja dan pemasaran di bisnis, di mana barang-barang di sekitar kemudian kurang bermanfaat untuk dikirim lain waktu ketika barang itu lebih berharga.

b. Manfaat bisnis

Menjalankan bisnis memberikan banyak keuntungan bagi para pelakunya. Dengan memiliki bisnis, Anda akan menemukan keuntungan berikut:

- 1) Dapatkan hibah dan pengakuan.
- 2) Bekerja untuk diri sendiri.
- 3) Bayar sendiri.
- 4) Dapat mengawasi waktu tanpa hambatan.
- 5) Memiliki masa depan yang cemerlang.

9. Jenis-jenis bisnis

Semakin lama hidup seseorang, semakin banyak persyaratan yang harus mereka penuhi. Jadi, ada juga banyak jenis bisni. Ada beberapa jenis bisni, untuk lebih spesifik mengingat latihan dan pekerjaan mereka. Berikutnya adalah klarifikasi, khususnya:

a. Jenis Bisnis berdasarkan kegiatannya

Bisni dilihat dari jenis gerakannya, dibedakan menjadi 4 macam, yaitu:

1) Bisnis Agraris

Bisnis agraris adalah gerakan atau tindakan bisnis yang dilakukan di bidang pertanian, peternakan, budidaya hewan, perikanan, dll. Misalnya, ikan, sapi, kambing, dll.

2) Bisnis Ekstraktif

Bisnis ekstraktif adalah gerakan bisnis yang diselesaikan di area penambangan, tepatnya dengan menggali atau menggali bahan tambang yang dimiliki oleh isi perut bumi. Contoh bahan pertambangan adalah: batu bara, besi, emas,

permata, tembaga, minyak, gas yang mudah terbakar, dll.

3) **Bisnis Jasa**

Bisnis jasa adalah latihan atau latihan bisnis yang diselesaikan di area bantuan yang menghasilkan atau membuat item yang tidak terdeteksi atau tidak material. Misalnya, industri perjalanan, administrasi perlindungan, pendidikan, kesehatan, kecantikan, dll.

4) **Bisnis Industri**

Bisnis industri adalah latihan atau latihan bisnis lakukan dalam bisnis perakitan. Misalnya bisnis material, pesawat terbang, rokok, kertas, barang sandang, dan lain-lain.

b. **Bisnis berdasarkan jenis kegunaannya**

Dilihat dari jenis penggunaannya, bisnis dibedakan menjadi 4 macam, yaitu:

1) ***Form Utility* (Kegunaan bentuk)**

Form utility adalah tindakan atau tindakan bisnis yang membuat perubahan dan siklus item menjadi struktur alternatif dari struktur masa lalu sehingga dapat memiliki lebih banyak keuntungan untuk area lokal. Misalnya, furnitur bisnis, roti, pakaian, dll.

2) ***Place Utility* (Kegunaan tempat)**

Place utility adalah kegiatan atau aktivitas bisnis yang melakukan pemindahan sesuatu benda dari satu tempat ke tempat lainnya yang dapat memiliki manfaat lebih dan bergerak di bidang transportasi. Misalnya seperti, angkutan barang, angkutan manusia, laut, darat, udara, dan lain sebagainya.

3) ***Time Utility* (Kegunaan waktu)**

Time utility adalah suatu tindakan atau gerakan bisnis yang melakukan usaha dengan menyimpan produk dengan anggapan bahwa barang dagangan yang diberikan kurang bermanfaat bagi

pelanggan, maka barang tersebut akan disimpan, dan akan diterbitkan kembali apabila barang dagangan tersebut sampai saat ini sudah memiliki keuntungan bagi pembeli mereka. Misalnya pergudangan di pelabuhan, Bulog, dll.

4) *Possession Utility* (Kegunaan pemilikan)

Possession utility adalah tindakan atau gerakan biala yang memainkan kegunaannya untuk membuat atau menciptakan dan memenuhi pemanfaatan tenaga kerja dan produk yang dimilikinya. Misalnya, pertukaran, toko, dll.

Berikut ini adalah macam-macam bisnis termasuk yang menyertainya:

a. Bisnis Pertanian

Bisnis Pertanian ini adalah usaha di bidang pertanian atau agrobisnis tambahan yang mencakup agribisnis, peternakan, budidaya hewan, perikanan, dan lain-lain.

Contoh Pertanian

- 1) Penjual Tanaman Organik
- 2) Penjualan Tanaman Obat
- 3) Budidaya Tanaman Rempah
- 4) Penjual Bibit Tanaman
- 5) Pembuatan Pupuk
- 6) Bisnis Tanaman Hias
- 7) Pengepul Padi
- 8) Menjual Alat Pertanian
- 9) Usaha Tanaman Hidroponik.

b. Bisnis Produksi Bahan Mentah

Bisnis Produksi Bahan Mentah ini adalah salah satu bidang usaha yang ditempati dengan pertambangan, layanan ranger, dan area yang berbeda, di mana item yang dibuat adalah sebagai komponen yang belum dimurnikan untuk diproses ulang.

Contoh Bisnis Produksi Bahan Mentah

- 1) Usaha Mebel
- 2) Usaha Keripik
- 3) Usaha Karet
- 4) Usaha Sawit
- 5) Usaha Plastik
- 6) Usaha Logam
- 7) Usaha Emas

c. Bisnis Manufaktur

Bisnis Assembling adalah usaha di bidang penanganan komponen mentah atau bahan alami menjadi bahan jadi.

Contoh Bisnis Manufaktur

- 1) Tekstil dan Garmen
- 2) Otomotif
- 3) Elektronik
- 4) Makanan dan Minuman
- 5) Kerajinan

d. Bisnis Konstruksi

Bisnis Perkembangan ini merupakan usaha dalam bidang development atau perbaikan pondasi. Administrasi pembangunan tersebut adalah layanan jasa konseling dari jasa perencanaan pekerjaan pengembangan, jasa pelaksanaan pekerjaan pengembangan dan selanjutnya layanan jasa konseling kerja pengawasan pekerjaan. Sedangkan pekerjaan pembangunan adalah semua pekerjaan yang meliputi keseluruhan pelaksanaan pembangunan gedung, misalnya persiapan komposisi, umum, mekanikal, elektrikal dan ekologi dalam memahami suatu struktur.

Contoh Bisnis Konstruksi

- 1) jalan raya
- 2) gedung bertingkat
- 3) bandara udara, dan lain-lain.

e. Bisnis Transportasi

Bisnis Transportasi ini adalah usaha di bidang transportasi yang membantu dalam portabilitas area lokal untuk menyebarkan barang dagangan.

Contoh Bisnis Transportasi

- 1) Travel
- 2) Rental Mobil
- 3) Antar Jemput Sekolah atau Karyawan

f. Bisnis Komunikasi

Bisnis Komunikasi ini adalah usaha di bidang korespondensi yang membantu daerah setempat sejauh korespondensi dan data. Misalnya TV, radio, telepon, dan lain-lain.

Contoh Bisnis Komunikasi

- 1) Penulis
- 2) Penyiar Radio
- 3) Pertelevisionan, dll

g. Bisnis Perdagangan

Bisnis Perdagangan Besar/ Kecil ini adalah usaha di bidang bisnis yang berperan sebagai mediator antara pembuat dan pembeli.

Contoh Bisnis Perdagangan

- 1) Usaha berjualan makanan
- 2) Bisnis niaga dibidang fashion
- 3) Berdagang gadget dan elektronika
- 4) Jualan pulsa dan kuota internet
- 5) Usaha waralaba franchise jenis minuman
- 6) Bisnis layanan atau berjualan jasa

h. Bisnis Finansial, Asuransi, dan Real Estate

Bisnis Finansial, Asuransi, dan Real Estate ini adalah usaha di area moneter yang membantu area lokal. Dana ini adalah bisnis yang keuntungan dari spekulasi seperti modal pengelolaan. Perlindungan adalah jenis perlindungan inklusif yang dapat diakses oleh dua orang dan bisnis dengan mendapatkan biaya perlindungan, memiliki pilihan untuk memberikan pembayaran kembali kepada yang dijamin karena

pemutusan hubungan kerja, meninggalnya yang dilindungi, atau tambahan kecelakaan yang melemahkan pemegang polis. . Tanah ini adalah bisnis yang menciptakan manfaat itu dengan menjual, menyewakan, dan membuat properti, rumah, dan struktur.

Contoh Bisnis Finansial, Asuransi, dan Real Estate

- 1) Kredit permodalan
- 2) Asuransi
- 3) perencanaan serta kredit kepemilikan prop

i. Bisnis Jasa

Bisnis Jasa ini adalah usaha yang latihan atau latihannya membuat dan menjual barang-barang yang sulit dipahami, menjadi administrasi tertentu, untuk menciptakan manfaat.

Contoh Dari Bisnis Jasa

- 1) Usaha Jasa Les Privat
- 2) Usaha Jasa Penerjemah
- 3) Usaha Jasa Pengetikan
- 4) Usaha Jasa Penulisan Artikel
- 5) Pebisnis Online atau Blogger
- 6) Jasa Mengantar Anak Sekolah
- 7) Usaha Jasa Titip atau Jastip

Setelah rencana untuk memulai usaha muncul, langkah awal yang harus dilakukan adalah membuat perencanaan usaha. Menurut Peggy Lambing (2000:131), perencanaan usaha adalah garis besar yang terdiri dari misi usaha, proposisi untuk usaha, tugas usaha, seluk-beluk moneter, teknik usaha, rekomendasi usaha, dan kapasitas dan kemampuan supervisor mereka.

Perencanaan bisnis atau strategi teruji lapangan adalah gerakan atau tindakan signifikan yang harus Anda rencanakan sebelum memulai usaha. Dalam strategi yang telah teruji di lapangan, Anda benar-benar ingin menjelaskan secara mendalam ide bisnis, keuangan, pemasaran, dan masalah terkait lainnya. Ini agar bisnis

Anda memiliki pengaturan yang lengkap, sehingga lebih mudah untuk membuat kemajuan daripada tidak memiliki pengaturan dengan imajinasi apa pun.

Perencanaan usaha sebagai kesiapan dasar memiliki dua kapasitas penting, yang meliputi berikut ini:

- a. Sebagai pedoman untuk mencapai keberhasilan manajemen usaha.
- b. Sebagai alat untuk mengajukan kebutuhan permodalan yang bersumber dari luar.

Menurut Zimmerer (1993:331) ada beberapa unsur yang harus ada dalam perencanaan usaha, yaitu meliputi hal-hal berikut:

- a. Ringkasan pelaksanaan
- b. Profil usaha
- c. Strategi usaha
- d. Produk dan jasa
- e. Strategi pemasaran
- f. Analisis pesaing
- g. Ringkasan karyawan dan pemilik
- h. Rencana operasional
- i. Data financial
- j. Proposal/usaha pinjaman
- k. Jadwal operasional

Sementara itu, menurut Peggy Lambing (2000:131), perencanaan bisnis membuat sejumlah topic, yang meliputi hal hal berikut.

- a. Ringkasan eksekutif (*executive summary*) menjelaskan tentang:
 - 1) Maksud usaha;
 - 2) Usulan finansial;
 - 3) Permintaan dana;
 - 4) Cara menggunakan dana dan cara pembayaran kembali pinjaman.
- b. Pernyataan misi (*mission statement*)
- c. Lingkungan usaha (*business environment*)
- d. Perencanaan pemasaran (*marketing plan*)

- e. Tim manajemen (*management team*)
- f. Data financial (*financial data*)
- g. Aspek-aspek legal (*legal consideration*)
- h. Jaminan asuransi (*insurance requirements*)
- i. Orang-orang penting (*key person*)
- j. Pemasok (*suppliers*)
- k. Risiko (*risk*)

10. Tujuan Perencanaan Bisnis

Melakukan perencanaan di sebuah usaha sangat mendesak karena rencananya akan membuat usaha berjalan dengan stabil dan lebih produktif. Selain itu, ada banyak tujuan yang berbeda dari rencana bisnis yang harus Anda lakukan, yaitu sebagai berikut.

a. Memastikan Bisnis Sesuai Visi Misi

Tujuan utama perencanaan bisnis adalah untuk menjamin bahwa bisnis yang Anda jalankan berjalan sesuai dengan visi dan misi yang telah Anda tetapkan sejak awal.

Tidak hanya itu, dengan membuat pengaturan bisnis, Anda dapat mensurvei latihan bisnis yang Anda lakukan secara konsisten dan dapat Anda libatkan sebagai bahan ujian dan penilaian.

b. Menghitung Sumber Daya

Motivasi kedua di balik membuat pengaturan bisnis adalah dengan tujuan agar klien dapat mengetahui jumlah aset yang diperlukan untuk latihan fungsional perusahaan. Ini juga mencakup gambaran yang wajar dari jumlah SDM dan semua kemampuan yang akan Anda butuhkan.

Memang, jika Anda sudah mengetahui dengan pasti berapa banyak aset yang dibutuhkan, Anda bisa menentukan berapa biaya yang dibutuhkan untuk aset tersebut.

c. Membuat Estimasi Profit Bisnis

Alasan untuk bisnis perencanaan berikut adalah untuk memiliki opsi untuk membuat ketika bisnis Anda akan membuat keuntungan yang ditentukan. Selain itu, Anda juga dapat mengembangkan sistem untuk mencapai fokus manfaat seperti yang ditunjukkan oleh jadwal.

d. Evaluasi Rencana Bisnis Selanjutnya

Tujuan terakhir dari membuat pengaturan bisnis adalah untuk memiliki pilihan untuk menilai usaha atau bisnis berikut. Misalnya, jika ada masalah di masa lalu perencanaan, Anda dapat menemukan jawaban agar rencana bisnis berikut tidak memiliki masalah atau masalah serupa.

Untuk mengumpulkan informasi dan data sebagai bahan penilaian dari setiap divisi membutuhkan usaha yang sangat besar jika tidak menggunakan program ERP yang terkoordinasi satu sama lain. Oleh karena itu program Mekari dapat membantu Anda dalam melakukan hal tersebut, karena saat ini Mekari sudah memiliki program-program seperti pemrograman pembukuan, pemrograman SDM, aplikasi penilaian online dan aplikasi CRM omnichannel.

11. Tipe-Tipe Rencana Bisnis

Mengetahui jenis paket bisnis juga penting karena Anda dapat menemukan jenis mana yang sesuai untuk jenis usaha Anda.

a. Perencanaan Operasional

Jenis utama adalah perencanaan fungsional. Rencana bisnis semacam ini adalah rencana bisnis yang dapat memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana fungsi perusahaan.

Bagaimanapun, Anda dapat mengganti perencanaan ini jika hasilnya kurang layak. Contoh perencanaan manajemen operasional adalah SOP (*Standar Operational Prosedur*)

b. Perencanaan Strategik

Jenis kedua perencanaan adalah perencanaan vital, yang merupakan rencana bisnis yang terdiri dari kemajuan penting yang ditarik untuk mencapai tujuan bisnis. Jenis perencanaan ini juga penting karena dapat menentukan pilihan jangka panjang seperti nilai perusahaan, visi dan misi perusahaan, dll.

c. Perencanaan Taktis

Jenis perencanaan strategis berguna untuk memahami metodologi usaha yang baru saja Anda atur, misalnya sistem pemasaran.

d. Perencanaan Jangka Panjang

Seperti namanya, perencanaan semacam ini berharga untuk paket usaha untuk jangka waktu lebih dari 1 tahun. Lagi pula, apa tujuan dari perencanaan? Intinya adalah untuk memperluas pencapaian perusahaan untuk cakupan yang lebih besar, seperti "Go international", atau mencapai IPO.

12. Komponen Penting dalam Perencanaan Usaha

Dalam menyusun rencana bisnis, ada beberapa bagian penting yang harus Anda sertakan. Secara keseluruhan, apa saja bagian dari rencana bisnis? Bagian-bagian atau framework perencanaan bisnis yang penting untuk Anda ketahui adalah sebagai berikut.

a. Identitas Perusahaan & Visi Misi

Komponen perencanaan bisnis yang pertama yaitu visi misi dan identitas perusahaan. Bagaimana karakter perusahaan memperlakukan perlu masuk? Anda benar-benar ingin memasukkan bukti yang dapat dikenali, misalnya, nomor akta yayasan, hibah, nama penulis, dll.

Anda benar-benar harus memasukkan kepribadian perusahaan Anda sehingga pembaca dan pendukung keuangan menyadari bahwa bisnis Anda dijamin oleh hukum.

b. Gambaran Umum Bisnis

Selain komponen identitas dan visi misi perusahaan, Anda juga perlu memasukkan bagian berikut yang merupakan garis besar bisnis. Garis besar bisnis menggabungkan jenis item Anda, bidang industri, arah, dan nilai bisnis. Ini agar pembaca dapat menemukan profil bisnis Anda.

c. Target Pasar

Memasukkan komponen target pasar penting untuk membuat pembaca memahami bahwa bisnis Anda memiliki tujuan yang tepat.

Selain itu, memasukkan target pasar juga berfungsi untuk membantu meyakinkan pendukung keuangan sehubungan dengan kemampuan bisnis Anda.

d. Rincian Produk

Komponen dalam business plan yang berikutnya yaitu rincian produk. Anda harus memasukkan bagian kehalusan barang karena suatu barang merupakan bukti bahwa klien penting dalam melakukan usaha, baik itu barang bantuan atau barang nyata.

Detail item yang ingin Anda ingat untuk paket usaha adalah, misalnya, nama item, pembuatan, biaya, dan penggambaran item.

e. Rencana Pemasaran

Juga penting untuk memasukkan bagian paket pemasaran di perencanaan bisnis karena Anda harus memiliki opsi untuk mengiklankan item perusahaan untuk mendapatkan omset.

f. Biaya Operasional

Biaya operasional adalah bagian bisnis perencanaan berikut yang harus Anda sertakan. Jika kebetulan, modal yang Anda inginkan sangat tinggi, Anda bisa mencari pendukung keuangan untuk memenuhi pengeluaran fungsional tersebut.

g. Perhitungan Break Even Point (BEP)

Break Even Point adalah posisi ketika modal absolut atau biaya yang keluar setara dengan berapa bayaran yang Anda dapatkan. Pada dasarnya, BEP adalah ekspresi "balik modal".

Semua hal dipertimbangkan, jika Anda sudah memiliki perkiraan kapan BEP akan terjadi, Anda dapat mengetahui kapan usaha dapat menghasilkan keuntungan. BEP juga bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi para financial backer yang akan membiayai usaha Anda.

h. Profitabilitas

Seperti yang kemungkinan besar Anda ketahui, alasan mendasar untuk menjalankan usaha adalah untuk mendapatkan manfaat sebanyak yang diharapkan. Semua hal dipertimbangkan, dengan menyusun rencana usaha, maka, pada saat itu, Anda dapat menghitung manfaat yang dinilai dari perusahaan.

i. Analisa Persaingan & Strategi

Bagian terakhir dari perencanaan usaha adalah menyelidiki untuk persaingan dan prosedur. Penyelidikan pesaing utama penting karena berguna untuk mengetahui cara memenangkan pertandingan dengan pesaing bisnis.

B. PENGELOLAAN BISNIS

Sebagai aturan, manajemen bisnis menyiratkan latihan perencanaan, bekerja, dan mengawasi ada bisnis atau usaha. Latihan-latihan ini dimaksudkan untuk membuat usaha mencapai tujuan.

Arti lainnya dari tindakan ini juga bisa sebagai usaha yang sengaja dibuat dalam rangka mencapai tujuan bisnis. Hal ini dimaksudkan agar tanpa adanya gerakan manajemen tidak mungkin keuntungan bisnis dapat diperoleh. Manajemen yang diterapkan ke usaha

menggabungkan semua yang diharapkan untuk mencapai target transaksi. Mulai dari mengatur, mengontrol, aktivitas, terakhir penilaian. Mengingat keempat latihan ini, kemajuan usaha dapat dikontrol, terlepas dari apakah itu perlu bergerak secara bertahap atau cepat.

Menyinggung Defenisi di atas, dapat dipastikan bahwa manajemen bisnis adalah komponen utama yang menentukan kemajuan sebuah usaha. Biasanya yang layak tidak sepenuhnya diatur oleh manajemen yang layak juga. Meskipun bisni yang buruk sebagian besar dijalankan mengingat manajemen yang buruk. Biasanya jalannya usaha juga tidak mendapatkan pengawasan yang intensif.

Bisnis yang terdiri dari bagian-bagian penting yang berbeda harus memiliki manajemen yang layak. Hal ini karena, seandainya satu bagian menjadi pendek, itu akan menghalangi bagian yang berbeda karena sifatnya yang umumnya stabil dan sesuai. Pelajari lebih lanjut melalui buku Prolog untuk Manajemen Bisnis.

Melihat realitas ini, jelas, usaha saat ini dapat dieksplorasi. Jika ternyata perencanaan tidak masuk akal, itu cenderung diubah berdasarkan pengaturan yang lebih baik. Karena, seandainya Anda terpaksa lari, yang akan Anda dapatkan hanyalah kemalangan dan kemalangan.

1. Fungsi Manajemen Bisnis

Setelah baru-baru ini berbicara tentang pentingnya manajemen bisnis, berikutnya adalah klarifikasi tentang kapasitas manajemen yang diterapkan pada usaha. Anda akan melihat betapa pentingnya menyadari manajemen ini setelah mengetahui kemampuannya.

Ini akan menjadi alasan untuk memahami pentingnya memiliki manajemen bisnis bagi Anda yang akan atau saat ini memiliki usaha. Berikut adalah bagian dari elemen manajemen bisnis yang harus Anda ketahui:

a. *Planning*

Kapasitas utama manajemen bisnis adalah mengatur. Sebelum membangun sebuah usaha, tentunya kita menginginkan perencanaan, misalnya pemasaran, kemajuan barang, barang yang dijual, akuntansi keuangan dan dokumentasi yang tercatat, dan lain-lain. Susunan ini harus direkam secara menyeluruh karena akan menjadi patokan untuk latihan usaha nanti.

Kekeliruan khas yang dibuat oleh pemilik usaha adalah kekurangan siklus logging. Meskipun pencatatan atau interaksi akuntansi yang tepat dapat memudahkan Anda untuk mengontrol informasi keuangan yang ada. membantu Anda dengan juga membuat pengaturan bisnis seperti yang ditunjukkan oleh modal saat ini.

Alasan utama mengapa pebisni tidak mencatat adalah karena mereka tidak mendapatkan pembukuan. Selain itu, mereka juga percaya bahwa akuntansi adalah masalah dan membutuhkan banyak waktu.

Terlepas dari kenyataan bahwa itu tidak akurat dengan cara apa pun, akuntansi adalah komponen penting dalam menjalankan usaha.

b. *Organizing*

Organizing erat kaitannya dengan sumber daya manusia alias pekerja. Setelah *planning* dibuat, Tahap selanjutnya adalah membuat *gathering* yang berfungsi. Pertemuan yang berfungsi ini berisi individu-individu yang dialokasikan bagian yang sama dari usaha. Misalnya kelompok organisasi, pemasaran, lapangan, dan lain-lain.

Pembagian tandan kerja seperti ini adalah bekerja dengan interaksi kerja. Cara paling umum untuk menilai hasil kerja juga sederhana. Perintis akan secara efektif memutuskan apakah perwakilan mereka

telah bekerja dengan kemampuan mereka atau tidak. Penyelesaian yang baik akan mendukung pencapaian tujuan bisnis. Jika grup tidak dapat berfungsi dengan baik, pelopor dapat menggantikannya dengan cepat agar bisnis tidak kehilangan uang.

c. *Staffing*

Staffing menggabungkan semua aset yang dimiliki oleh perusahaan seperti perangkat keras, bahan alami, kantor pendukung, dan lainnya. Aset harus diawasi dalam pemanfaatannya dan disesuaikan dengan kebutuhan bisnis. Ini harus dilakukan jika perusahaan menggunakan manajemen yang layak. Jika manajemen tidak ada, pemanfaatan aset mungkin melebihi kebutuhan dan mempengaruhi arus kas untuk memperbesar.

Hal-hal seperti ini sering membawa kemalangan moneter. Akhirnya, bisnis saat ini berisiko gagal.

d. *Directing*

Fungsi keempat dari manajemen adalah *directing* yang terkait erat dengan koordinasi. Di sini aktivitas otoritas berdiri kokoh pada pijakan yang signifikan sebagai dukungan bagi kelompok untuk bekerja sesuai perencanaan.

Bukan sesuatu yang aneh jika di perencanaan semangat buruh benar-benar turun. Dengan asumsi bahwa ini terjadi, otoritas harus segera turun untuk memberikan pemahaman dan arah. Karena presentasi dan kemajuan pekerjaan yang tidak sesuai maka secara signifikan mempengaruhi gaji perusahaan.

Directing sangat penting karena terkait erat dengan kepatuhan terhadap perencanaan. Bekerja sesuai dengan program perencanaan akan memungkinkan usaha untuk mencapai tujuan. Bagaimanapun, penting untuk memastikan untuk menghindari teguran yang dapat menghalangi pekerja untuk bekerja.

e. *Controlling*

Controlling Ini adalah kontrol apakah kerangka kerja telah dijalankan dengan tepat atau tidak. Dengan pengendalian akan terlihat fokus signifikan yang harus dinilai dan dicatat. Secara bersamaan, hambatan saat ini juga dapat dilihat.

Controlling tidak perlu dilakukan langsung oleh pionir, tetapi juga dapat dilakukan oleh ketua kelompok. Nanti perintis akan meminta laporan langsung dari ketua kelompok. Sehubungan dengan laporan tersebut, pihak berwenang dapat mengambil langkah untuk perencanaan berikut.

2. Perencanaan Manajemen Bisnis

Perencanaan diharapkan dapat membuat usaha Anda berjalan seperti yang diharapkan dan dapat mencapai tujuan yang telah ditentukan. Tanpa perencanaan, bisnis Anda akan berjalan tanpa kendali yang baik. Modal yang ada hanya dapat dihabiskan tanpa perencanaan yang tepat. Bahkan ada kemungkinan kehabisan arus kas hingga bangkrut.

Hal ini karena dalam menangani suatu kegiatan bisnis, diterima bahwa akan selalu ada masalah yang berhubungan dengan navigasi vital dan fungsional. Model yang berbeda dapat ditemukan di buku Manajemen Uang dan Bisnis.

Perencanaan yang seharusnya diterapkan pada bisnis Anda juga tidak berbelit-belit. Ada beberapa perencanaan yang dapat digunakan saat memulai usaha, misalnya,

- a. Menentukan tujuan dan target yang ingin dicapai oleh perusahaan
- b. Susun langkah-langkah sesuai target agar dapat mencapai tujuan.
- c. Menentukan sumber daya manusia dan sumber dayalainnya yang dibutuhkan.
- d. Tetapkan standarisasi kerja untuk mencapai sasaran target.

3. Unsur Penting dalam Perencanaan Manajemen Bisnis

Agar perencanaan berjalan dengan benar, penting untuk menunjukkan komponen pengaturan yang sesuai. Berikut adalah beberapa komponen penting yang harus dipertimbangkan dalam sebuah perencanaan manajemen bisnis.

a. Deskripsi Bisnis Jelas

Sebuah bisnis harus memiliki gambaran yang masuk akal sehingga pelanggan mendapatkan jenis usaha Anda. Bisnis Anda harus jelas di bidang apa. Baik itu kuliner, desain, administrasi, diskon kebutuhan, atau lainnya.

Jika jenis usaha Anda tidak jelas, pembeli akan salah dalam mencari barang yang mereka butuhkan. Mereka tidak memiliki gagasan yang paling kabur tentang detail item yang dibuat oleh perusahaan Anda.

Penggambaran bisnis terkait erat dengan merek perusahaan. Anda dapat mulai dengan berfokus pada nama yang digunakan di bisnis Anda. Nama perusahaan seharusnya tidak sulit untuk mengingat dan membahas jenis usaha dan item terkait yang dijual. Kemudian, pada saat itu, logo perusahaan yang biasanya diperkenalkan dengan nama perusahaan. Logo juga biasanya menggunakan gambar yang sederhana dan mudah diingat. Nada pada logo juga biasanya merupakan warna biasa dari perusahaan. Mungkin terlihat sepele, namun memang nama, logo, dan warna perusahaan adalah hal utama yang diingat pembeli saat berbelanja.

Sebuah bisnis juga memerlukan alamat usaha agar pelanggan tidak bingung. Alamat tambahan diperlukan untuk menyiapkan usaha. Nantinya, lokasi tersebut akan dimanfaatkan sebagai tempat pengiriman dan pengambilan merchandise. Pembeli juga akan memberikan nilai positif karena keberadaan

perusahaan. Kemudian, pada saat itu, penentuan item juga harus jelas. Yang pasti, banyak perusahaan menghasilkan beberapa item, tetapi pada umumnya mereka serupa. Misalnya, usaha sibuk dengan perhiasan.

Selain berbagai jenis hasil karya, ada juga tambahan seperti gelang, aksesoris, dan cincin. Ada juga jenis perhiasan perak sebagai permata wanita. Jelas bukan kalau barangnya banyak tapi komparatifnya? Penggambaran bisnis yang jelas akan memudahkan Anda saat mengiklankan produk tersebut. Karena pembeli juga mengetahui jenis produk, Anda juga jenis produk yang dibuat.

b. Melakukan Analisis Pesaing

Mengetahui barang pesaing akan memudahkan Anda dalam menentukan jenis barang yang akan dipamerkan. Bisa dibayangkan bahwa barang-barang yang diberikan memiliki jenis yang sama, namun harus memiliki kualitas yang lebih baik.

Dengan asumsi item pesaing lebih baik dibandingkan dengan item perusahaan Anda, itu berarti bahwa harus ada peningkatan kualitas untuk memiliki opsi untuk bersaing. Tidak ada hal buruk yang bisa dikatakan tentang mempelajari prosedur pemasaran yang dikirim oleh pesaing. Anda dapat meningkatkan diri Anda sejauh pemasaran sehingga pembeli perlu membeli barang yang diberikan.

Anda juga dapat mengetahui bagaimana pesaing mengoordinasikan pekerja mereka. Mungkin saingan Anda sedang menerapkan disiplin ilmu yang bisa diterapkan di perusahaan. Secara keseluruhan, memiliki pesaing menyiratkan peluang bagi usaha Anda untuk menjadi lebih baik secara mengejutkan.

c. Memiliki Strategi Pemasaran

Sebuah bisnis akan tumpul jika tidak memiliki rencana periklanan yang berpengalaman. Kemajuan yang mendasari pemasaran harus dimungkinkan dengan memecah item yang dibutuhkan pembeli. Kemudian, pada saat itu, metode periklanan dapat dikirim melalui pengembangan yang tepat.

Kemajuan ini dengan menghadirkan merek usaha seperti halnya barang yang dikirimkan. Kemajuan yang berbeda harus dimungkinkan, mulai dari promosi rabat, hingga menjual barang dengan hadiah.

Kemajuan ini juga biasanya menggunakan media, artinya Anda harus mulai belajar tentang pemasaran terkomputerisasi juga. Promosi lanjutan adalah metode pemasaran yang memanfaatkan media berbasis web.

Teknik pemasaran dalam manajemen bisnis harus digunakan secara memadai dan sesuai jalur. Di mana ini sangat kuat terkait dengan membuat klien bernilai dan membangun koneksi klien yang produktif, seperti yang dibicarakan dalam buku Manajemen Bisnis Pemasaran.

d. Laporan Keuangan

Apa yang sering diabaikan oleh usaha adalah catatan moneter. Terlepas dari kenyataan bahwa akuntansi adalah sesuatu yang penting untuk menjalankan bisnis. Akuntansi yang hebat nantinya akan menjadi acuan untuk latihan perusahaan. Misalnya, jumlah barang yang tersedia, jumlah stok yang diberikan. Selain itu, pencatatan pengangkutan barang dagangan sangat penting.

Demikian juga, akuntansi diperlukan untuk mencatat beban aset saat ini. pembuatan produk jadi menjadi lebih efisien dan terkendali jika mengacu pada catatan yang ada. Dengan tujuan agar bisa

mencoba untuk tidak menggunakan bahan mentah yang terlalu mahal. Ini juga bisa menjadi harapan jika bahan mentah mulai berkurang, dan produksi dapat berjalan dengan mudah.

Laporan moneter dimulai dari catatan moneter perusahaan. Berapa modal dasarnya, dan berapa penggunaan yang dibutuhkan. Catatan keuangan yang bagus dapat mencegah perusahaan dari kegagalan.

Dari laporan fiskal, keuntungan yang dihasilkan harus terlihat. Apakah modal sudah dimanfaatkan dengan baik, apakah usaha terus menutupi modal yang mendasarinya kembali, dan apakah tidak ada modal? Laporan moneter akan membuatnya lebih mudah untuk mengontrol latihan moneter perusahaan. Sehingga dengan asumsi penciptaan diketahui melampaui modal dasar, cenderung dihentikan terlebih dahulu. Catatan moneter yang apik diandalkan untuk menjaga Perusahaan agar tidak gagal.

e. Menjaga Kualitas Produk dan Layanan

Satu hal yang harus selalu dipertahankan dan ditingkatkan adalah sifat barang dan layanan. Kedua komponen ini terhubung erat dengan pemasaran. Dengan asumsi sifat produk berantakan, pasti pembeli akan frustrasi dan kesepkatan akan berkurang. Begitu pula dengan layanan, benefit yang bereaksi cepat dan menyenangkan akan membuat pelanggan nyaman saat berbelanja.

4. Komponen Manajemen Bisnis

Sehubungan dengan apa yang tersirat oleh bagian manajemen bisnis akan menjadi bagian yang latihannya harus didasarkan pada kerangka kerja manajemen. Setiap bagian memiliki kapasitas alternatif. Berikutnya adalah bagian-bagian yang dirujuk.

a. Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan adalah manajemen yang berhubungan dengan rekening perusahaan. Dengan memanfaatkan bagian ini, wajar jika akun Perusahaan dapat stabil dan digunakan untuk tujuan yang benar.

b. Manajemen Marketing

Bagian ini sebagai latihan perencanaan dan pengelolaan latihan pemasaran. Alasan untuk iklan manajemen adalah perintah atas item pemasaran.

Dengan begitu banyak kontes bisnis hingga saat ini, banyak perusahaans berebut untuk menemukan rencana pemasaran baru. Seperti salah satunya, manajemen bisnis yang tidak berbahaya bagi ekosistem ide yang dapat dipelajari pada buku Green Business Manajemen Bisnis BerTEORI Ramah Lingkungan.

c. Manajemen Produksi

Pembuatan Manajemen berkaitan dengan cara paling umum untuk mengirimkan barang dagangan di perusahaan. Jelas, ini mencakup perintah atas kemungkinan dan kapasitas mesin kreasi. Pengawasan administrator pembuatan, dan interaksi fabrikasi itemsampai akhir.

d. Manajemen Distribusi

Bagian manajemen bisnis bertanggung jawab untuk mengawasi latihan sirkulasi. Gerakan manajemen ini diharapkan dapat menjamin barang dalam kondisi bagus dan beredar dengan cepat.

e. Manajemen SDM

Manajemen ini mengarahkan setiap latihan para pekerja di perusahaan. Ini termasuk berurusan dengan bagian tanggung jawab, bidang pekerjaan, serta disiplin spesialis. Untuk melakukan semua fokus di atas memang sulit. Dukungan usaha tidak hanya tunduk pada manajemen tetapi juga bergantung pada tanggung jawab.

Bagaimana setiap komponen di manajemen saling bersinergi untuk menjalankan perencanaan. Terutama upaya terkoordinasi antara pionir dan buruh. Perencanaan bisnis sebagai pengelolaan manajemen, keuangan, kemajuan, hingga pemasaran harus diatur sebaik mungkin. Karena perencanaan yang layak di usaha adalah hal yang paling menarik yang mendukung pencapaian.

Manajemen bisnis hebat benar-benar ingin membawa perusahaan ke kursus yang unggul. Perencanaan bisnis dapat digambarkan bekerja dengan baik dengan asumsi ia dapat tetap berjalan dengan semua penghalang yang ada. Prosedur dalam bisnis juga harus dilakukan untuk membangun keseriusan perusahaan. Jelas, bahwa perusahaan bisa bertahan di tengah persaingan yang luar biasa.

C. STRATEGI BISNIS

Secara umum, metode bisnis adalah serangkaian upaya yang dilakukan agar bisnis dapat mencapai tujuannya dengan baik dan efektif. Tujuannya di sini adalah untuk mendapatkan bayaran dan pencapaian paling ekstrem dalam jangka panjang.

Metodologi bisnis juga dapat diartikan sebagai upaya perusahaan dalam mengambil pengaturan dan aturan yang memiliki tanggung jawab dan kegiatan yang terkoordinasi. Hal ini dimaksudkan untuk membangun manfaat atas persaingan bisnis untuk memenuhi dan mencapai tujuan bisnis.

1. Prinsip Dasar Strategi Bisnis

Setelah mengetahui pentingnya metodologi bisnis, Anda benar-benar ingin tahu apa standar dasarnya. Berikut klarifikasinya.

a. Mulai dengan Data

Dalam merencanakan suatu teknik, jangan hanya mengandalkan intuisi atau kecurigaan. Lakukan eksplorasi yang berbeda tergantung pada situasi untuk mendapatkan informasi atau data terbaru yang tepat.

Dalam proses pemilahan informasi cenderung dimulai dari informasi tentang bisnis selesai. Kumpulkan faktor-faktor nyata tentang bagaimana bisnis berfungsi selama beberapa waktu. Misalnya, mengumpulkan informasi tentang jumlah barang yang dijual dalam jangka waktu tertentu.

Hal berikut yang harus dilakukan adalah membaca peluang pasar untuk item bisnis yang dijalankan. Selain itu, perhatikan juga transaksi yang dilakukan dalam waktu tertentu, saat transaksi paling rendah dan saat transaksi paling tinggi, dan apa penyebabnya.

b. Memilih Pendekatan Strategi Bisnis

Sebelum memutuskan seluk-beluk metodologi bisnis yang akan diterapkan, pilih metodologi yang umumnya masuk akal untuk bisnis yang sedang dilakukan.

Ada beberapa metodologi yang dapat diambil, khususnya sebagai berikut.

2. Analisa SWOT

Pemeriksaan SWOT adalah instrumen ilmiah untuk menangani masalah yang dilihat oleh berbagai asosiasi atau asosiasi yang ingin memiliki evaluasi pengaturan yang ideal.

Dalam hipotesis ini, keadaan eksekusi otoritatif atau perusahaan diisolasi dengan membandingkan variabel interior dan elemen luar.

Faktor internal terdiri dari kekuatan (strength) dan kelemahan (*weakness*), sedangkan untuk faktor eksternal terdiri dari peluang (opportunity) dan ancaman (*threat*).

	Strength (S) Tentukan 5 - 10 kekuatan internal.	Weakness (W) Tentukanlah 5 - 10 faktor kelemahan internal.
Opportunity (O) Tentukanlah 5 - 10 faktor peluang eksternal.	Strategi (SO) Ciptakanlah strategi yang memanfaatkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	Strategi (WO) Ciptakanlah strategi yang dapat meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.
Threat (T) Tentukanlah 5 -10 ancaman eksternal.	Strategi (ST) Ciptakanlah strategi yang memakai kekuatan untuk mengatasi ancaman.	Strategi (WT) Ciptakanlah Strategi yang dapat meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

3. Analisis SMART

Analisis SMART adalah analisis yang berencana untuk memiliki pilihan untuk menemukan dan selanjutnya menguji konsekuensi kuantitatif dari kondisi suatu gerakan.

Dengan memimpin tes atau evaluasi ini, nilai ideal dari kehadiran suatu gerakan atau tindakan akan diketahui.

Kondisi suatu tindakan adalah analisa mengingat, spesifik (Specific), terukur (Measurable), keberhasilan (Achievable). Setiap kondisi ini dipisahkan menjadi faktor yang berbeda dan diberi ukuran atau klasifikasi dan diberi bobot.

Untuk sementara, nilai yang dihasilkan dari setiap kondisi tersebut adalah sebagai panduan, khususnya peta investigasi SMART untuk meningkatkan suatu tindakan.

a. Teori Optimasi

Teori optimasi adalah hipotesis yang dapat digunakan untuk menilai pelaksanaan suatu tindakan secara tidak memihak dengan mengetahui kondisi dan masalah saat ini.

Hipotesis ini dapat digunakan untuk mensurvei apa yang sedang terjadi dan isu-isu dengan membicarakan komponen kantor atau kerangka pendukung, perangkat keras, tenaga kerja, dan rencanakeuangan.

b. Menentukan Detail Strategi Bisnis

Dari data atau informasi eksplorasi atau pemeriksaan yang diklaim. Kemudian, pada saat itu, Anda dapat memutuskan seluk-beluk teknik yang akan diterapkan.

Lakukan pembagian teknik sesuai dengan wilayah atau breakdown tertentu. Misalnya, teknik pemasaran, bagaimana memperlakukan perlu diterapkan. Perkembangan ini sangat penting untuk dilakukan, dalam hal apa pun, untuk bisni dalam skala terbatas.

Tujuannya adalah untuk bekerja dengan teknik eksekusi yang telah diatur atau diatur secara pas.

c. Evaluasi Berdasarkan Data

Setelah menjalankan prosedur yang telah diatur, tahap selanjutnya adalah memeriksa apakah teknik tersebut sudah efektif.

Jika berhasil, hal selanjutnya yang harus dilakukan adalah terus mengecek pelaksanaan teknik tersebut.

Jika tidak berfungsi, penting untuk memeriksa bagian mana yang tidak berfungsi dan apa penyebabnya. Misalnya, jika kekecewaan terjadi

dalam transaksi, itu berasal dari tidak adanya kunjungan tamu ke situs. Maka yang harus dilakukan adalah memastikan apakah teknik pemasaran yang dilakukan sudah sesuai dengan susunan atau tidak.

4. Keahlian Penyusun Strategi Bisnis

Untuk dapat menyusun strategi yang wajar, maka dalam menyelesaikan perencanaan strategi diperlukan kemampuan yang berbeda sebagai penyusun strategi. Beberapa dari kemampuan ini termasuk yang berikut:

a. Identifikasi

Identifikasi adalah interaksi yang signifikan dan hati-hati untuk menjamin bahwa semua faktor yang mempengaruhi strategi telah dipikirkan dengan cermat.

Apa yang secara signifikan lebih signifikan adalah bahwa siklus ID ini memutuskan batas atau penanda yang berbeda untuk memulai analisis strategi.

b. Prediksi

Prediksi di sini itu menyiratkan mengukur strategi. Hal ini membutuhkan penguasaan dalam memikirkan kondisi masa depan.

Masa depan tidak dapat dibedakan, namun seluruhnya harus diantisipasi. Ramalan tidak hanya dilihat dari tujuan analisis, tetapi juga membutuhkan perenungan abstrak yang berbeda.

Dalam perencanaan strategi, kita harus memikirkan bagaimana memiliki pilihan untuk bereaksi terhadap perubahan alam yang terjadi dengan mengharapkan perubahan yang ada. Harapan ini membutuhkan perenungan yang berbeda tentang kerentanan dan konsistensi yang sangat merepotkan.

c. Inovasi

Perkembangan kesiapan strategi sangat signifikan, karena pada masa perkembangan ini persoalan yang muncul semakin pelik.

Sehubungan dengan iklim dan sumber mata air lainnya dari perusahaan, kesiapan strategi ini harus mengeksplorasi berbagai pilihan strategi seluas mungkin, tetapi dalam kapasitas perusahaan.

d. Evaluasi

Setelah membedakan, mengantisipasi, dan meningkatkan, tahap selanjutnya adalah menilai atau menguji.

Penilaian tidak hanya mencakup berbagai instrumen yang konsisten, tetapi sebenarnya juga membutuhkan pemikiran dan pemikiran.

Di dalam sistem kuat rencana strategi, penilaian dapat menyatukan iklim saat ini dan berbagai sumber serta ekspektasi kondisi luar dan dalam di kemudian hari.

e. Pembuatan Keputusan

Arah terhubung dengan penentuan strategi. strategi pilihan yang siap dengan bakat kemajuan atau mencoba konsistensi sehingga pilihan pada penentuan strategi dapat dibuat. Waktu dengan kerentanan dapat memicu navigasi berbahaya.

5. Jenis Strategi Bisnis

Strategi bisnis pada dasarnya ada 3 macam, khususnya sebagai berikut.

a. Pertumbuhan

Strategi pertumbuhan adalah titik di mana sebuah asosiasi atau organisasi meningkatkan jumlah pasar yang disajikan atau item yang ditawarkan, baik melalui bisnis saat ini atau dengan membuka bisnis baru.

Dengan memanfaatkan strategi, sebuah asosiasi dapat meningkatkan pendapatan, jumlah karyawan, atau porsi pasar.

b. Stabilitas

Strategi stabilitas adalah asosiasi di mana asosiasi terus melakukan apa yang dilakukannya sekarang.

Misalnya, misalnya, melanjutkan untuk melayani klien atau pembeli serupa dengan menawarkan barang atau layanan serupa, mengikuti porsi pasar saat ini, dan mengikuti tugas bisnis saat ini. Untuk situasi ini asosiasi tidak mengalami perkembangan dan tidak mengalami kecelakaan.

c. Pembaharuan

Ketika asosiasi atau perusahaan mengalami masalah, maka, pada saat itu, asosiasi harus mencapai sesuatu.

Administrator harus membuat strategi, yang disebut pembaruan strategi, yang menangani penurunan eksekusi otoritatif.

Ada 2 tipe prinsip dalam strategi ini, khususnya strategi contracting atau retrenchment dan strategi turn around. Strategi pemotongan kembali adalah strategi yang diharapkan dapat mengurangi pasar atau bahkan beberapa fungsi dalam asosiasi yang memiliki aliran moneter negatif. Sebagai aturan, strategi diterapkan pada perusahaan atau asosiasi yang berkurang.

Strategi turn around adalah strategi yang digunakan untuk membalikkan pembusukan profitabilitas menuju pemulihan dan pencapaian pemeliharaan usaha dalam jangka panjang. Perusahaan atau asosiasi dalam kondisi dasar membutuhkan tindakan yang tidak biasa dan pembangunan kembali untuk mencapai lingkaran kembali.

6. Komponen Strategi Bisnis

Berikut ini merupakan beberapa komponen dari strategi bisnis.

a. Strategi Operasi

Strategi operasi adalah strategi yang dilakukan untuk mengubah sumber data atau sumber informasi (bahan mentah, bahan pembantu, mesin, orang, dll) menjadi hasil atau hasil yang memiliki harga diri.

Strategi kegiatan ini terhubung dengan berbagai kantor dan perangkat keras, aset, perencanaan, dan kontrol.

b. Strategi Pemasaran

strategi pemasaran ini mencakup divisi pasar, item strategi, biaya strategi, kemajuan strategi, tempat strategi, dan penembakan pasar. Dalam strategi pemasaran item atau administrasi, faktor divisi utama adalah geografis, mental, segmen, perilaku, dan juga pembagian keuntungan.

Pembagian adalah suatu pengerjaan dalam mengenali dan mengamati pintu terbuka yang mengisi pasar secara akurat dan tepat. Biasanya, pembagian adalah interaksi yang melompati semua pintu terbuka yang ada dengan mengisolasi pasar menjadi beberapa bagian.

Pasar diselesaikan berdasarkan atribut tertentu, maka perusahaan dapat melihat dengan lebih jelas pasar mana yang akan terlibat dengan menampilkan item atau administrasinya. Selain pembagian, ada juga penembakan pasar. Penembakan pasar ini menyiratkan penentuan pesaing. Asosiasi bisnis atau perusahaan harus menyelidiki posisi pesaing dan menentukan yang terbaik.

Penempatan atau positioning adalah kegiatan yang dilakukan untuk merencanakan gambar dan layak untuk diiklankan. Dengan demikian, klien dalam satu fragmen akan benar-benar ingin

memahami dan juga menyukai tempat perusahaan sesuai dengan pesaingnya.

Positioning juga dapat diartikan sebagai strategi yang dilakukan untuk mempertahankan suatu situasi dalam kepribadian klien, oleh karena itu strategi ini berkaitan dengan cara membangun kepercayaan, kepastian, dan kemampuan untuk perusahaan. Situasi ini harus memiliki pilihan untuk menggambarkan kualitas dan keunggulan dari sebuah asosiasi bisnis.

c. Strategi Sumber Daya Manusia

Strategi sumber daya manusia ini menggabungkan penataan dan penggambaran SDM yang berbeda yang memiliki kualitas yang hebat, menciptakan SDM yang berkualitas, mengevaluasi pameran SDM, memberikan inspirasi, dan menjaga SDM yang berkualitas.

d. Strategi Keuangan

strategi moneter ini terhubung dengan program tindakan moneter yang cukup produktif dan kuat seperti yang diharapkan. Sebuah bisnis seharusnya produktif dan lebih kuat dengan asumsi bahwa itu dapat menciptakan manfaat besar dengan sedikit biaya. Kecukupan dan kemampuan keuangan Perusahaan dapat dicapai dengan mengurangi biaya atau mengurangi biaya yang berlebihan dan memiliki opsi untuk mengeksploitasi aset yang berlebihan untuk usaha atau perpanjangan.

Tujuan bisnis akan dicapai dengan eksekusi kuat dari berbagai strategi yang layak juga. Sementara masing- masing perwakilan, kaki tangan, dan selanjutnya perusahaan atau mitra asosiasi berpusat di sekitar satu tujuan bisnis. Latihan mereka tidak sepenuhnya diatur oleh strategi berbeda sesuai tingkat mereka dalam asosiasi. Strategi bisnis dapat disusun atau dirangkai menjadi 3 level, yaitu sebagai berikut:

- **Level 1: Tingkat Perusahaan**

Tingkat perusahaan adalah tingkat strategi bisnis yang paling penting dan paling luas. Ini adalah rencana bisnis yang menetapkan aturan tentang apa yang harus dicapai dan bagaimana bisnis diandalkan untuk mencapainya. Misalnya seperti visi, misi, dan tujuan dari asosiasi bisnis untuk semua orang.

- **Level 2: Tingkat Unit Bisnis**

Level unit bisnis adalah level strategi unik yang diterapkan pada unit yang jelas berbeda untuk berbagai unit bisnis. Unit dapat berupa berbagai item atau saluran yang memiliki berbagai tugas.

Unit yang berbeda membingkai strategi untuk memisahkan diri dari pesaing dengan menggunakan strategi kejam dan untuk menyesuaikan tujuan mereka dengan tujuan umum bisnis ditandai di tingkat perusahaan strategi.

- **Level 3: Tingkat Fungsional**

Strategi tingkat fungsional ini diaplikasikan atau diterapkan oleh berbagai departemen unit. Strategi ini terbatas pada aktivitas sehari-hari dan pilihan yang diharapkan memberikan level unit dan level perusahaan untuk mengikuti hubungan antar divisi yang berbeda, dan memenuhi tujuan praktis untuk perusahaan. Misalnya, memanfaatkan program pembukuan untuk mempermudah melakukan pencatatan keuangan.

7. Manfaat Strategi Bisnis

Dengan membuat strategi bisnis yang layak tentunya akan memberikan keuntungan bagi bisnis yang dicoba, misalnya,

a. Pedoman dalam Membangun Bisnis

Strategi bisnis pasti dapat membantu pebisnis untuk dapat mengetahui arah perkembangan usaha mereka. Akibatnya, strategi bisnis ini secara konsisten memiliki arah masa depan. Meski dalam penerapannya dilakukan dengan gerak maju sesaat yang eksplisit.

b. Mengetahui Tingkat Keberhasilan

Pebisnis dapat menemukan betapa bermanfaatnya langkah-langkah bisnis.

Misalnya, dengan asumsi transaksi barang atau administrasi meningkat 10%, tetapi tujuannya adalah 15%, maka, pada saat itu, penilaian harus dilakukan pada strategi yang telah selesai.

c. Memenangkan Persaingan

Dengan mengetahui informasi batin yang berbeda dari perusahaan dan selanjutnya pasar. Para penghibur bisnis akan lebih siap untuk menjual barang-barang mereka dan juga mendapatkan keuntungan yang memadai. Jika kebetulan, pesaing belum menerapkan strategi bisnis yang bagus, maka, pada saat itu, jelas mereka dapat memenangkan lawan lebih banyak tanpa masalah.

Berikut adalah beberapa contoh strategi bisnis bermanfaat yang dapat membangkitkan.

a. Menciptakan Pasar Baru

Contoh yang menerapkan strategi ini adalah Rico Huang dalam bisnis photobook / photo album, yang saat ini belum ada pemain bisnis yang bermain dalam bidang ini di Indonesia.

Para penghibur bisnis dapat melayang strategi untuk diterapkan di mana para penghibur bisnis sendiri membuat pasar yang bahkan pesaing atau pesaing masuk.

Dengan tujuan agar para penghibur bisnis lebih mudah merancang perkembangan bisnis yang tepat.

b. Akuisisi

Contoh yang menerapkan strategi ini adalah Facebook. Seperti kita ketahui Facebook sudah mengakuisisi Instagram, WhatsApp, Oculus, dan lain sebagainya.

Strategi memiliki penekanan pada pembelian atau perolehan pesaing daripada membuat sesuatu sendiri. Strategi memiliki satu tujuan, khususnya untuk membangun jangkauan dan basis klien atau endorser.

c. Diferensiasi Produk

Inovasi Perusahaan Apple mengenali kerangka kerja itemnya dari item yang berbeda. Ini dapat memisahkan item Apple dari item yang berbeda dan dapat merakitnya sendiri setelahnya.

d. Permainan Harga

OnePlus meluncurkan produk unggulannya yang bernama OnePlus 6T dengan fitur berbeda yang bisa dibilang setara dengan iPhone X, namun dengan harga yang lebih rendah dari harga iPhone X. India dan negara lain.

e. Content Marketing

HubSpot adalah perusahaan yang membuat platform untuk content marketing. Hal tersebut dengan tujuan untuk mempromosikan produk dengan berbagai artikel yang relevan dan juga bermanfaat bagi audiens.

Sebelum melakukan pembelian, sebagian besar pembeli akan menyelesaikan siklus yang disebut klien journey. HubSpot menerapkan konten strategi yang dapat menjawab semua pertanyaan dari pelanggan seperti yang ditunjukkan oleh sistem pembelian (customer journey). Strategi ini telah berlaku Sehubungan dengan menyebabkan HubSpot mendapatkan penghasilan sampai \$2miliar.

f. *Social Media Marketing*

Sebuah contoh melakukan ini bisnis strategi adalah Sahabat Sayuran. Sahabat Nabati adalah jajanan perusahaan yang menggunakan Twitter sebagai media untuk memajukan barangnya. Ini jelas berencana untuk menghubungi kerumunan besar dan membangun perhatian merek untuk tujuan pasar ahli muda.

BAB 5

PROSES KEWIRAUSAHAAN

A. PROSES KEWIRAUSAHAAN

Seperti yang ditunjukkan oleh Srie Sulastri (2008), peningkatan kewirausahaan dimulai dengan proses yang sebagai berikut:

1. Proses Inovasi

Faktor-faktor yang mendukung perkembangan, khususnya keinginan untuk berprestasi, gagasan tentang minat, keinginan untuk menghadapi tantangan, dan pengalaman. Hubungan antara kemajuan dan kewirausahaan adalah:

- a. Inovasi dan kreativitas, seorang ahli keuangan di zaman tradisional khususnya Jean Submerse Say menyatakan bahwa wirausaha adalah individu yang dapat memindahkan aset yang kurang bermanfaat menjadi aset yang bermanfaat sehingga menawarkan keuntungan moneter.
- b. Inovasi dan Kerja Sulit, Thomas Alfa Edison memupuk bahwa inovasi terdiri dari 1% motivasi dan hampir 100% keringat. Untuk membuat kemajuannya, dia harus benar-benar bekerja keras untuk melihat sebagai cahaya. Dalam tahap terhadap pengakuan pikiran- pikiran ini, bisa dibayangkan bahwa kita akan menghadapi reaksi atau komentar negatif dari semua orang di sekitar kita, kesempatan lain adalah kekecewaan yang kita hadapi berulang-ulang, sehingga kita merasa bahwa tidak diragukan lagi sulit untuk mengakui apa ada, itu seharusnya tidak menjatuhkan kita.
- c. Inovasi dan Prestasi , Seorang individu imajinatif biasanya secara bersamaan berprestasi. Dia umumnya berusaha untuk menjadi yang paling luar biasa dalam

segala situasi. Achievers sangat terpikat dengan kontes yang solid. Persaingan membuat orang umumnya berpikir bagaimana bisa menjadi luar biasa. Pikiran luar biasa yang belum pernah dipikirkan individu sebelumnya akan membuat mereka menjadi pelopordan tetap berada di garis depan.

2. Proses Pemicu

Faktor yang mendorong seseorang untuk masuk ke alam semesta Bisnis adalah kekecewaan terhadap jabatan yang ada, akhir pekerjaan, keberanian menghadapi tantangan, dan kewajiban yang tinggi terhadap Bisnis. Kewirausahaan dimulai dengan kemajuan, ditegakkan, dengan memulai acara, dieksekusi, terakhir berkembang dan menciptakan. Elemen pemicu mulai dari iklim adalah pintu terbuka yang berharga, contoh yang baik, latihan, pesaing, tempat penetasan, aset, dan pengaturan pemerintah. Individu yang berbuah dalam berwirausaha adalah individu yang dapat mengkonsolidasikan nilai-nilai, atribut prinsip (contoh mentalitas), dan perilaku dengan pengaturan informasi, pengalaman, dan kemampuan yang wajar.

3. Proses Pelaksanaan

Faktor yang mendorong pelaksanaan dari sebuah bisnis yaitu ketersediaan mental wirausaha sama sekali, kehadiran manajer sebagai agen gerakan, dan kehadiran visi yang jauh untuk membuat kemajuan.

4. Proses Pertumbuhan

Proses pertumbuhan didorong factor organisasi, khususnya kehadiran kelompok minimal dalam menyelesaikan usaha, adanya sistem yang kuat, adanya konstruksi dan budaya organisasi yang layak dan adanya item yang lazim.

B. TAHAPAN KEWIRAUSAHAAN

Selanjutnya adalah resume dari buku Daryanto yang berjudul Pelatihan Kewirausahaan dalam hal tahap-tahap kewirausahaan, khususnya:

1. **Tahap imitasi dan duplikasi (*imitating and duplicating*).**
Dalam tahap ini, wirausaha meniru pikiran orang lain, baik dari strategi penciptaan, rencana, proses, organisasi usaha dan desain pemasara.
2. **Tahap duplikasi dan pengembangan (*duplicating and developing*).** Dalam tahap ini, wirausaha telah mulai menumbuhkan pemikiran-pemikiran baru mereka, meskipun pada kenyataannya mereka masih lamban dalam pergantian peristiwa dan secara umum akan kurang unik.
3. **Tahap menciptakan sendiri produk baru yang berbeda (*creating new and different*).** Pada saat ini tahap wirausaha telah mulai berpikir untuk mencapai hasil yang jauh lebih baik, dengan membuat item baru dan berbeda. Ini tergantung pada bagaimana wirausaha semakin lelah dengan interaksi kreasi saat ini, minat, dan kekecewaan dengan hasil saat ini.

Jalan menuju pencapaian klien dalam memenangkan pasar adalah kekuatan pekerjaannya dalam memajukan dan membuat rencana bagus untuk menyusup ke dalam potongankue.

Development tidak perlu membuat item baru, namun bisa muncul sebagai apa saja, dari administrasi hingga item. Coba sebutkan fakta-fakta yang dapat diamati pada administrasi atau barang yang ada, kemudian, kemudian mengubahnya menjadi lebih baik atau menghasilkan barang baru, dengan standar berikut: ATM (Amati - Tiru - Modifikasi). Secara umum tahap-tahap melakukan wirausaha terdiri dari :

1. Tahap Memulai

Tahap ini adalah tempat di mana seseorang yang bermaksud melakukan usaha merencanakan semua yang diperlukan, dimulai dengan memeriksa pintu terbuka usaha baru, terlepas dari apakah akan membuka usaha baru atau melakukan diversifikasi. Selain itu, pilih bagaimana usaha akan merespons, terlepas dari apakah dalam agribisnis, industri atau perakitan, atau penciptaan atau jasa.

2. Tahap melaksanakan usaha

Tahap ini seseorang wirausahawan mengawasi berbagai perspektif terkait dengan usaha-nya. Menggabungkan perspektif: Pembiayaan, SDM, Kepemilikan, Organisasi, Inisiatif yang menggabungkan bagaimana menghadapi tantangan dan hanya memutuskan dan menilai.

3. Mempertahankan usaha

Ini tahap dimana wirausahawan mengingat hasil yang telah dicapai untuk ditindaklanjuti sesuai dengan kondisi yang dihadapi.

4. Mengembangkan usaha

Tahap dimana dengan asumsi hasil yang didapat disebut positif atau sudah maju atau bisa bertahan, maka, pada saat itu, pengembangan usaha adalah salah satu pilihan yang mungkin bisa diambil.

BAB 6

FAKTOR PENGHAMBAT DAN PENDORONG BERWIRAUSAHA

A. FAKTOR PENGHAMBAT BERWIRAUSAHA

Seperti yang ditunjukkan oleh Zimmerer (1996: 14-15) keberhasilan atau kekecewaan berwirausaha sangat bergantung pada kapasitas individu wirausahawan itu sendiri. Ada beberapa faktor yang menyebabkan wirausahawan gagal dalam menjalankan usaha barunya, yaitu:

1. Tidak kompeten dalam hal manajerial. Ketidakmampuan atau tidak memiliki kapasitas dan informasi untuk mengawasi usaha adalah faktor utama yang membuat usaha kurang efektif.
2. Tidak adanya keterlibatan, baik dalam kemampuan khusus, membayangkan usaha, merencanakan, mengawasi SDM dan memasukkan tugas perusahaan.
3. Tidak adanya kontrol moneter. Agar organisasi menjadi efektif, elemen utama dalam keuangan adalah menjaga pendapatan, mengawasi biaya, dan membayar dengan hati-hati. Gangguan dalam menjaga pendapatan akan menghambat tugas organisasi dan mempengaruhi organisasi untuk berjalan seperti yang diharapkan.
4. Gagal dalam mengatur. Merangkai merupakan tahap awal dari sebuah gerakan, ketika gagal dalam mengorganisasi, akan menemui tantangan dalam pelaksanaannya.
5. Daerah yang kurang. Area penting Usaha adalah elemen penentu kemakmuran usaha. Area yang tidak vital dapat mempersulit organisasi untuk bekerja karena kurang mahir.
6. Tidak adanya manajemen perangkat keras. Manajemen terkait erat dengan kemahiran dan kelengkapan

hidup. Tidak adanya manajemen dapat menyebabkan pemanfaatan perangkat keras organisasi (kantor) yang boros dan tidak memadai.

7. Disposisi yang kurang tulus dalam bisnis. Mentalitas apatis terhadap usaha akan mengakibatkan usaha selesai menjadi goyah dan mendesis. Dengan watak acuh tak acuh, peluang kecewa lebih bersih.
8. Ketidakberdayaan untuk melakukan perubahan/maju kewirausahaan. Wirausahawan yang tidak siap menghadapi dan melakukan perubahan tidak akan berbuah wirausahawan. Prestasi di berwirausaha harus diperoleh jika Anda mencoba membuat perubahan dan dapat membuat kemajuan tanpa gagal.

Zimmerer (1996:17) mengajukan beberapa kemungkinan yang menyebabkan seseorang menarik diri dari usaha-nya, yaitu :

1. Pendapatan yang meragukan.
2. Kerugia karena kehilangan modal usaha.
3. Dibutuhkan kerja keras dan waktu yang cukup lama.
4. Kepuasan pribadi yang tetap rendah meskipun usaha telah membuahkan hasil.

B. FAKTOR PENDORONG BERWIRAUSAHA

Pencapaian tersebut tidak sepenuhnya ditentukan oleh tiga variabel sebagai berikut:

1. Kapasitas dan kemauan. Individu yang tidak memiliki kapasitas, namun banyak kemauan dan individu yang memiliki kemauan, namun tidak memiliki kapasitas, keduanya tidak akan efektif wirausaha. Sebaliknya, individu yang memiliki kemauan yang dilengkapi dengan kemampuan akan menjadi individu yang efektif. Hanya kesiapan saja tidak cukup jika tidak dilengkapi dengan kapasitas.
2. Jaminan yang kuat dan pekerjaan yang sulit. Orang yang tidak memiliki keyakinan yang kuat, namun memiliki kemauan untuk berusaha dengan sungguh-sungguh

dan individu yang suka benar-benar bekerja keras, namun tidak memiliki keyakinan yang kuat, keduanya tidak akan pernah berhasil.

3. Pintu terbuka dan pintu terbuka yang menakjubkan. Ada jawaban ada pintu terbuka, bagaimanapun tidak ada pengaturan tidak akan ada pintu terbuka yang menakjubkan. Pintu terbuka potensial ada dengan asumsi kita membuka pintu sendiri, tidak mencari atau menunggu pintu terbuka yang datang kepada kita.

David C. McClelland (1961:207) mengusulkan bahwa tidak sepenuhnya ditentukan oleh pencapaian proses berpikir, harapan, mentalitas, kualitas, dan status kewirausahaan atau pencapaian. Pencapaian tidak sepenuhnya ditentukan oleh perilaku kewirausahaan. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku kewirausahaan diisolasi menjadi elemen dalam dan faktor luar. Faktor dalam termasuk hak kepemilikan (property right), kemampuan/Kemampuan (ability/competency), dan insentif (incentive). Sedangkan faktor eksternalnya meliputi lingkungan (environmental).

Peggy Lambing dan Charles R. Kuehl (2000:63) mengemukakan tentang beberapa faktor kunci untuk mengembangkan produk, yaitu meliputi hal-hal sebagai berikut :

1. Lakukan penelitian pasar yang cukup.
2. Memenuhi kebutuhan.
3. Memiliki keunggulan item yang tinggi.
4. Memanfaatkan biaya dan kualitas yang tepat waktu awal.
5. Memanfaatkan saluran sirkulasi yang tepat.

C. KEUNTUNGAN DAN KERUGIAN DALAM BERWIRSAUSAHA

Untuk wirausahawan, jelas, dia tidak akan dengan sengaja bertindak atau memutuskan pilihan tanpa pemikiran dan perhitungan yang hati-hati. Dari tulisan kewirausahaan kami berbagi berbagai keuntungan dan

kerugian menjadi wirausahawan (Suparyanto, 2006:18-28), diantaranya: **Keuntungan berwirausaha:**

1. Dapat memilih bidang usaha sesuai minat dan bakat

Seorang wirausahawan dapat memilih bidang usaha sesuai dengan kecenderungan dan bakatnya, kemudian, pada saat itu, dia akan menyukai usaha-nya, dan jika dia sekarang menghargai usaha-nya, semua pertimbangan dan kemampuannya akan diberikan untuk peningkatan dari usaha. Selain bidang usaha, bidang yang dipilih sesuai minat dan kemampuan tentunya sangat dibutuhkan oleh pelanggan agar "*profitable*".

2. Keuntungan usaha dapat dinikmati sendiri

Usaha yang dieksekusi adalah usaha yang dia klaim, manfaat dari hasil usaha juga ada tempatnya. Dia akan mendapatkan tidak kurang dari dua macam bayaran. Pertama-tama, bayaran dari situasinya sebagai pemilik usaha dan kedua, bayaran yang didapat dari situasinya sebagai manajer.

3. Memperoleh kepuasan

Keberhasilan mengelola usaha akan memberikan kepuasan independen untuk wirausahawan. Pemenuhan ini secara tidak langsung akan memacunya untuk bekerja lebih giat dengan tujuan agar kemajuan usaha semakin meningkat dan lebih membumi meskipun ada persaingan. Pemenuhan juga akan memperkuat kepercayaan diri dalam berhubungan dengan para pihak ketiga termasuk dengan pelanggan, pemasok, distributor, perbankan dan investor.

4. Tidak ada yang memerintah

Seorang wirausahawan, dia adalah pemilik dan direktur organisasinya sehingga dia juga berdiri teguh di pijakan paling penting dalam organisasi sehingga tidak ada yang akan mengaturnya untuk melakukan pekerjaan tertentu. Dia hanya dikelola tanpa bantuan dari orang lain dan dia bisa mengawasi orang lain yang bekerja untuknya.

5. Tidak perlu persetujuan pihak lain dalam membuat keputusan

Pada waktu tertentu, seseorang harus menentukan pilihan sehubungan dengan sesuatu, misalnya pilihan untuk berkembang dengan membuka cabang Perusahaan di tempat lain, pilihan untuk mengikuti pameran barang yang dikoordinir oleh pihak tertentu, pilihan usaha bersama, dan sebagainya. Seorang wirausahawan sebagai pemilik dan ketua organisasi dapat memilih hal-hal tersebut tanpa bergantung pada pengaturan pihak lain, terlepas dari apakah ia meminta pemikiran dari ahli atau ahli karena pilihan yang akan diambil adalah pilihan terbaik untuk perbaikan organisasi. Semua masukan dari pertemuan yang berbeda dipikirkan oleh seorang wirausahawan dan pada akhirnya dia, pada akhirnya, akan menentukan pilihan.

6. Mempunyai peluang membantu orang lain

Sebagai makhluk sosial, seorang wirausahawan memiliki cukup banyak kesempatan untuk membantu orang lain, misalnya dengan membagikan uang zakat untuk membantu korban bencana alam, perang, atau memanfaatkan individu yang memiliki potensi namun belum beruntung untuk menemukannya. lini pekerjaan baru, sementara masih berfokus pada kualitas sesuai job specification.

Kerugian dalam berwirausaha

1. Jam kerja panjang dan tidak teratur

Wirausahawan tidak menutup kemungkinan untuk bekerja dalam waktu yang sangat lama mulai dari bangun di bagian pertama hari sampai kembali untuk beristirahat sekitar waktu malam. Waktu benar-benar terikat pada kecenderungan usaha, terutama jika usaha yang dijalankan menghadapi kerugian atau sebaliknya dengan alasan ingin mendapatkan keuntungan besar dalam jangka waktu tertentu. Juga, bentangan panjang

wirausahawan yang berfungsi tidak jelas. Pada waktu-waktu tertentu ia memiliki energi cadangan yang cukup namun pada waktu yang berbeda ia sangat sibuk sehingga ia bahkan lupa untuk beristirahat.

2. Resiko dan tanggung jawab luas

Karena posisinya sebagai pemilik dan pengelola usaha-nya sendiri, seorang wirausahawan memiliki kewajiban yang luas mengenai pencapaian dan kekecewaan usaha-nya. Wirausahawan harus menanggung bahaya jika terjadi kerugian pada usaha-nya. Bisa dibayangkan bahwa bahaya harus direpresentasikan ke sumber daya yang dimiliki meskipun faktanya mereka berada di luar organisasi. Hal ini terutama terjadi dengan asumsi organisasi adalah individu dan bangkrut sehingga akan ditutup, kemudian, pada saat itu, untuk memenuhi komitmen kepada pihak luar, Wirausahawan harus memenuhi komitmen ini bahkan dengan menggunakan sumber daya di rumah.

3. Pendapatan tidak stabil

Salah satu kerugian yang dialami oleh wirausahawan terkait dengan gaji. Penghasilan Wirausahawan meragukan atau tidak sehat. Dalam periode tertentu, keuntungan bersih setelah dikurangi penggunaan penuh akan menghasilkan keuntungan. Berapa banyak manfaat yang dimulai dengan satu periode kemudian ke periode berikutnya berbeda, kadang-kadang besar pada waktu yang berbeda sedikit, bahkan dalam periode tertentu wirausahawan mengalami kerugian. Inilah salah satu bahaya yang bisa di dapat oleh wirausahawan.

4. Sering terlibat masalah keuangan

Kerugian lain yang dialami oleh hampir setiap wirausahawan adalah masalah moneter. Wirausahawan harus mempertimbangkan setiap opsi untuk memiliki opsi untuk membagi aset yang dapat diakses untuk berbagai kepentingan usaha termasuk perolehan zat

yang tidak dimurnikan, kompensasi kerja, biaya promosi, danlainnya.

5. Belajar tidak ada akhirnya

Wirausahawan pelajaran untuk selalu mengadaptasi berbagai perubahan yang terjadi. Keterlambatan dalam mengikuti perkembangan dunia usaha akan berakibat kerugian dalam berwirausaha.

Keuntungan dan Kerugian dalam berwirausaha

Peggy Lambing dan Charles R. Kuehl (2000: 19-20) mengemukakan keuntungan dan kerugian berwirausaha, yaitu :

Keuntungan Kewirausahaan :

1. Otonomi
2. Tantangan awal dan perasaan menjadi motif berprestasi.
3. Kontrol Finansial.

Kerugian Kewirausahaan :

1. Pengorbanan personal.
2. Beban tanggungjawab.
3. Kecilnya margin keuntungan dan besarnya kemungkinan gagal.

BAB 7

KEMAMPUAN DAN STRATEGI BERSAING DALAM BERWIRAUSAHA

A. KEMAMPUAN BERWIRAUSAHA

Dalam arti sebenarnya, Kemampuan berasal dari kata *ability* yang berarti keahlian, kapasitas dan otoritas. Secara etimologis Kemampuan dicirikan sebagai aspek tingkah laku atau kehebatan seorang pionir atau staf yang memiliki kemampuan, informasi dan tingkah laku yang hebat (Soegoto,2009).

Seperti yang ditunjukkan oleh Sulaksana (2003) Kemampuan dicirikan sebagai otoritas suatu tugas, kemampuan, mentalitas dan penghargaan yang diharapkan dapat membantu pencapaian. Sementara itu, seperti yang dikemukakan oleh Utami (2017: 645) Ide kapasitas atau Kemampuan adalah elemen penentu utama bagi seorang individu dalam memberikan eksekusi yang brilian. Kapasitas diciptakan dari informasi (reaksi cepat terhadap data, prosedur, dan kenyataan), kemampuan/penguasaan (kemampuan dalam melakukan usaha yang signifikan untuk menyelesaikan praktik yang lebih rumit) dan bakat (kemampuan potensial yang dikembangkan atau dijalankan secara penuh).

Sesuai UU no. 13 Tahun 2003 tentang Usaha, pasal 1 ayat (10) Kemampuan wirausaha adalah kemampuan kerja setiap orang yang meliputi bagian dari informasi, kemampuan, dan mentalitas kerja sesuai dengan pedoman yang ditetapkan. Mangkunegara (2005) menyatakan bahwa Kemampuan wirausaha adalah komponen dasar yang digerakkan oleh seseorang yang memiliki kapasitas lebih, yang membuatnya unik dalam hubungannya dengan individu yang berkemampuan normal. Kemampuan kewirausahaan adalah kualitas individu yang

menggabungkan mentalitas dan kecenderungan, di mana wirausaha dapat mencapai dan mengikuti pencapaian bisnis mereka (Ahmad dan Wilson, 2006).

Pria dkk. (2002) menganggap Kemampuan kewirausahaan sebagai kualitas tingkat yang lebih signifikan yang menggabungkan atribut karakter, kemampuan dan informasi, dan dengan cara ini dapat dilihat sebagai kapasitas lengkap wirausaha untuk melakukan pekerjaan pekerjaan secara efektif.

Sedangkan Baum dkk. (2001) menggambarkan Kemampuan sebagai kualitas individu seperti informasi, kemampuan, dan kapasitas yang diharapkan untuk memainkan pekerjaan tertentu. Kemampuan adalah ide yang terkait dengan informasi, kemampuan, dan kapasitas individu untuk mencapai kinerja.

Penanda Kemampuan wirausaha seperti yang diungkapkan oleh Asep dan Yun (2018) adalah:

1. *Opportunities competency,*
2. *Organizing competencies*
3. *Strategic competencies,*
4. *Social competencies,*
5. *Commitment competencies,*
6. *Conceptual competencie.*

Sementara itu, menurut Endang (2017), petunjuk yang digunakan untuk mengukur Kemampuan adalah informasi, kemampuan, dan kapasitas.

Walaupun pada organisasi masa kini seperti saat ini, telah terjadi perubahan strategi, lebih spesifik dari menambah keuntungan investor (mencari keuntungan organisasi) menjadi memperluas keuntungan bagi setiap orang yang terinspirasi oleh organisasi (mitra), yaitu signifikan namun gagasan manfaat tidak dapat dihalangi. untuk usaha untuk membuat manfaat bagi mitra. Salah satu tugas dari manajemen strategis adalah membuat keuntungan yang dapat dimanfaatkan sebagai sumber aset untuk usaha dan meningkatkan keuntungan bagi mitra.

Sebagaimana dikemukakan oleh Albert Widjaja (1993), manfaat organisasi masih merupakan tujuan dasar bagi organisasi dan merupakan bagian dari pencapaian, namun bukan merupakan tujuan yang pasti dari suatu organisasi. Perusahaan bisa mendapatkan keuntungan jika:

1. Memiliki keunggulan yang unik
2. Tercipta dari penemuan yang dilakukan para wirausaha
3. Dihasilkan dari proses kreatif yang dinamis
4. Menciptakan daya saing khusus

Seperti yang ditunjukkan oleh hipotesis dinamis strategi Doorman (1991), sebuah organisasi dapat membuat kemajuan dengan asumsi tiga kondisi terpenuhi, yaitu:

1. Tujuan perusahaan dan pengaturan kapasitas manajemen (seperti penciptaan dan pemasaran) semuanya harus menunjukkan posisi paling membumi di pasar.
2. Tujuan dan pengaturan ini menjadi lebih kuat dari organisasi, dan terus-menerus disegarkan (kuat) sesuai dengan perubahan pintu terbuka dan bahaya di iklim luar.
3. Perusahaan harus mengklaim dan menyelidiki Kemampuan unik sebagai kekuatan untuk menjalankan perusahaan, misalnya dengan ketenaran merek dan biaya pembuatan yang rendah. Jika Kemampuan spesifik ini tidak diubah, maka, pada saat itu, tingkat keuntungan organisasi mungkin berkurang.

Dengan cara ini, sesuai Mintzberg (1990) dalam hipotesis design school, perusahaan harus merencanakan strategi perusahaan yang cocok antara luar pintu terbuka yang menakutkan dan bahaya dengan kapasitas batin yang cukup dan diarahkan oleh keputusan pilihan dari strategigi (grz strzanate). yang merupakan Kemampuan unik dari aset perusahaan para eksekutif.

Gery Hamel dan C.K. Parahalad dalam karyanya *Competing for The Future* (1994), merekomendasikan beberapa makna center Kemampuan (core competency) sebagai berikut:

1. Kemampuan center menggambarkan kapasitas otoritas dalam seri item atau jasa.
2. Kemampuan adalah sekumpulan kemampuan dan inovasi yang diklaim oleh organisasi untuk mendapatkan bersaing.
3. Kemampuan pusat adalah kemampuan yang memberdayakan organisasi untuk menyampaikan keunggulan utama kepada klien.
4. aset Kemampuan benar-benar baru di bersaing dan menambah nilai dan pengeluaran pembeli.

Sesuai Mahoney dan Pandian (1992), untuk menghadapi persaingan yang semakin kompleks dan keadaan darurat luar, organisasi kecil dapat menggunakan hipotesis 'strategi berbasis aset' (resource-based strategy). Hipotesis ini menekankan peningkatan kapasitas internal yang tak tertandingi, tidak mudah, sulit ditiru oleh pesaing, memberikan keseriusan jangka panjang yang melampaui permintaan saat ini, dan aman untuk menurun.

Sesuai hipotesis ini, organisasi dapat memperoleh manfaat melalui pemanfaatan aset yang lebih baik, khususnya dengan:

1. Pola administrasi dan organisasi yang baik
2. Campuran sumber daya aktual yang substansial seperti aset manusia dan normal, sama seperti sumber daya yang sulit dipahami, misalnya, kecenderungan penalaran inventif (Penrose, 1995) dan kemampuan manajerial.
3. Perusahaan . budaya
4. Interaksi kerja yang cepat dan perubahan sesuai dengan permintaan baru.

Baik hipotesis strategi dinamis dan strategi berbasis aset tampaknya sangat relevan ketika diterapkan dalam pergantian peristiwa dan peningkatan organisasi kecil di Indonesia, yang dihadapkan dengan persaingan bebas dan darurat moneter yang tertunda seperti hari ini.

Mengenal dan menilai kemampuan atau kapasitas. Kemampuan dicirikan sebagai bagaimana organisasi dapat memperlakukan kerja sama (bukan orang) untuk mendorong aset berbeda yang diklaim oleh organisasi. Kemampuan ini mengoordinasikan pemikiran, kemampuan, dan informasi lain yang inovatif yang merupakan jalan menuju penalaran imajinatif.

Mengatur dan menciptakan keterampilan untuk dilakukan di pasar untuk mencapai pengembalian tinggi yang didukung yang sulit untuk ditiru atau dilawan. Pada tahap ini, kapasitas harus dijaga sejauh:

1. Ketekunan, yaitu harus terus disegarkan atau diubah dengan mencari informasi dan pemikiran baru.
2. Tidak boleh langsung, khususnya dengan menciptakan kemampuan yang berbeda dan tidak bergantung pada satu sumber kemampuan dengan tujuan agar orang lain sulit untuk memperhatikan atau memperbanyaknya.
3. Rencanakan kemajuan strategi dari aset dan kapasitas pusat sebaik mungkin dalam semua latihan manajemen.

B. STRATEGI BERSAING DALAM BERWIRAUSAHA

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani "strategia" yang diartikan sebagai "the art of the general" atau seni seorang panglima yang biasanya digunakan dalam peperangan.

Dari perspektif keseluruhan, strategi adalah metode untuk mendapatkan kesuksesan atau mencapai tujuan. Strategi pada dasarnya adalah karya dan ilmu yang memanfaatkan dan menciptakan kekuatan (sistem kepercayaan, masalah pemerintahan, ekonomi, sosial budaya) untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.

Strategi adalah studi tentang perencanaan dan jaminan judul tugas bisnis lingkup besar, mengaktifkan semua aset organisasi yang mungkin produktif di bisnis.

Strategi adalah sekumpulan pilihan dan aktivitas yang menghasilkan definisi dan pelaksanaan rencana yang dimaksudkan untuk mencapai tujuan organisasi. Strategi adalah usaha administratif dalam membina kekuatan organisasi untuk memanfaatkan peluang yang muncul untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan sesuai misi yang masih mengudara.

Strategi bisnis adalah pilihan penting yang diambil oleh manajemen teratas yang memutuskan di bidang usaha asosiasi bergerak sekarang dan di bidang bisnis bagaimana asosiasi akan memperlakukan apa yang akan datang.

Strategi adalah rencana aktivitas yang menyesuaikan aset dan kewajiban otoritatif untuk menyelesaikan eksekusi yang lazim.

Berikut adalah pemikiran para spesialis sehubungan dengan berbagai ide strategi.

1. John A.Byrne

John A.Byrne mencirikan strategi sebagai contoh dasar dari tujuan yang berkesinambungan dan teratur, pengiriman aset dan kerja sama otoritatif dengan pasar, pesaing, dan variabel alami.

2. Jack Trout

Jack Trout menyatakan bahwa substansi strategi adalah cara untuk bertahan di dunia yang sangat serius, bagaimana membuat penegasan yang baik dalam kepribadian pembeli, untuk tampil sebagai sesuatu yang lain, untuk memahami kualitas dan kekurangan pesaing, untuk berlatih, mendominasi satu kata langsung di kepala, inisiatif yang memberikan bimbingan dan memahami kebenaran pasar dengan menjadi yang pertama, kemudian, pada saat itu, menjadi lebih baik.

3. Oxford Pocked Dictionary

Sesuai dengan referensi Oxford Marked Word, strategi adalah spesialisasi perang, khususnya pengembangan pasukan, mengirim, dll ke posisi yang sah, strategi atau cita-cita dalam bisnis atau masalah pemerintahan, dll.

4. Alfred Chandler

Seperti yang ditunjukkan oleh Alfred Chandler (1962), teknik adalah meletakkan tujuan jangka panjang dan tujuan organisasi, dan jalannya aktivitas dan penugasan aset yang diharapkan untuk mencapai tujuan dan target ini.

5. Robert D Buzzell & Bradley T Gale (1987)

Menurut Robert D Buzzell dan Bradley T Storm (1987), strategi adalah pendekatan dan pilihan utama yang digunakan oleh manajemen yang sebagian besar mempengaruhi eksekusi moneter. Pendekatan dan pilihan ini sebagian besar mencakup tanggung jawab aset yang kritis dan tidak dapat digantikan secara efektif.

6. Kenneth Andrew

Seperti yang ditunjukkan oleh Kenneth Andrew (1971), strategi adalah contoh tujuan, maksud atau target dan pendekatan dan rencana yang signifikan untuk mencapai tujuan tersebut, yang dinyatakan untuk mencirikan bisnis yang diambil atau akan diambil oleh organisasi, dan semacam atau akan menjadi apa perusahaan ini.

7. Johnson dan Scholes

Strategi adalah arah dan tingkat asosiasi atau pendirian dalam jangka panjang, yang mencapai manfaat melalui desain aset dalam iklim yang sulit, untuk mengatasi masalah dan kepentingan pasar.

8. Tjiptono

Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani *strategia* yang berarti keahlian atau studi tentang berubah menjadi seorang jenderal. Strategi juga dapat diartikan sebagai pengaturan peredaran dan pemanfaatan kekuatan militer di wilayah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.

9. Menurut Carl Von Clausewitz

Strategi adalah informasi tentang memanfaatkan pertarungan untuk memenangkan konflik. Juga perang itu sendiri merupakan kelanjutan dari masalah legislatif.

10. A. Halim

Strategi adalah cara di mana yayasan atau asosiasi akan mencapai tujuannya seperti yang ditunjukkan oleh pintu terbuka yang berharga dan bahaya dari iklim luar yang dihadapinya serta kapasitas dan aset internalnya.

Dalam strategi dewan baru, Mintzberg mengusulkan 5P yang memiliki signifikansi yang sama dengan strategi, yaitu:

1. Strategi adalah Perencanaan (*Plan*)

Ide strategi tidak dapat dipisahkan dari sudut pandang perencanaan, bantalan atau referensi untuk sarana organisasi untuk mencapai tujuan di kemudian hari. Bagaimanapun, strategi tidak selamanya merupakan perencanaan ke masa depan yang tidak diimplementasikan. Strategi juga menyangkut semua yang telah dilakukan sebelumnya. Misalnya, McDonald's telah lama berpegang pada dan dengan andal menjalankan standar nilai, administrasi, dan kerapian. Ini menjadi strategi perusahaan McDonald's.

2. Strategi adalah Pola (*Patern*)

Menurut Mintzberg, strategi adalah pola (*strategy is patern*), selanjutnya disebut sebagai teknik yang direncanakan, karena belum dilakukan dan disusun ke arah yang akan datang. Atau sebaliknya disebut *realized strategy* dengan alasan telah diselesaikan oleh perusahaan.

3. Strategi adalah Posisi (*Position*)

Yaitu menempatkan item tertentu untuk pasar tertentu yang ditunjuk. Strategi sebagai situasi seperti yang ditunjukkan oleh Mintzberg pada umumnya akan mengintip ke bawah, untuk lebih spesifik ke tempat di mana item tertentu memenuhi klien, dan mencari secara eksternal, khususnya menjelajahi berbagai bagian iklimluar.

Misalnya, organisasi rokok Marlboro dan Sempoerna Gentle adalah organisasi yang umumnya signifikan dalam memajukan produk mereka di Indonesia. Masing-masing memiliki posisi alternatif strategi di pasar. Marlboro memajukan dirinya sebagai rokok pria sejati yang lebih menyukai kesulitan alam seperti yang digambarkan melalui iklannya. Sementara itu, Sempoerna Gentle lebih fokus pada usia yang lebih muda yang memiliki rokok dengan kandungan tar dan nikotin yang ringan.

4. Strategi adalah Perspektif

Jika dari segi Contoh dan Jabatan mereka akan cukup sering mengintip untuk diperhitungkan, sebenarnya, dalam Konteks mereka umumnya akan melihat lebih internal, untuk lebih spesifik ke dalam asosiasi, dan ke atas, khususnya untuk melihat visi organisasi yang hebat.

5. Strategi adalah Permainan (*Play*)

Dalam Defenisi ini, strategi adalah langkah pasti untuk mengakali musuh atau pesaing. Sebuah merek misalnya, mengeluarkan merek kedua agar posisinya tetap kokoh dan rapi, karena merek pesaing akan disibukkan dengan pertarungan melawan merek berikutnya.

1. Teori-Teori Strategi

a. Teori Strategi Generik dan Keunggulan Bersaing.

Manfaat bersaing memiliki dua implikasi unik namun terkait. Persaingan yang ketat membuat organisasi berusaha untuk memenangkan oposisi dengan melakukan strategi bersaing yang tepat sehingga dapat menjalankan dan memahami tujuan yang benar untuk dibentuk. Sebagaimana dikemukakan oleh Agustinus Sri Wahyudi, ciri-ciri manfaat bersaing adalah: “sesuatu yang memungkinkan suatu organisasi memperoleh manfaat

yang lebih tinggi daripada manfaat biasa yang diperoleh para pesaing dalam bisnis. Semakin membumi manfaat, semakin tinggi pula manfaat yang diperoleh organisasi sebagai begitu juga sebaliknya". Sesuai Crown Dirgantoro bahwa, "manfaat bersaing adalah peningkatan nilai yang dapat dibuat organisasi untuk pembelinya".

Michael P. Watchman (1997 dan 1998) mengungkap beberapa strategi yang dapat digunakan organisasi untuk mendapatkan bersaing, yaitu:

- 1) Kontes adalah inti dari kemajuan dan kekecewaan. Ini menyiratkan bahwa pencapaian atau kekecewaan bergantung pada keberanian organisasi untuk berbuah. Strategi bersaing direncanakan untuk mempertahankan tingkat keuntungan dan posisi yang bertahan lama saat menghadapi kontes.
- 2) Keuntungan bersaing tercipta dari nilai yang dapat dihasilkan organisasi untuk klien atau pembeli. Kelebihan bersaing menggambarkan bagaimana organisasi memilih dan menjalankan strategi noneksklusif (biaya, pemisahan, dan konsentrasi minimal) untuk mencapai dan mengikuti manfaat bersaing.
- 3) Ada dua jenis manfaat dasar bersaing, khususnya biaya dan pemisahan minimal. Banyak manfaat bersaing ini berasal dari desain modern. Perusahaan yang efektif dengan biaya minimal strategi dapat merencanakan item dan pasar yang lebih mahir daripada pesaing. Sedangkan pemisahan adalah kemampuan untuk menciptakan tenaga kerja dan produk yang menarik dan memiliki insentif yang dominan bagi pembeli sebagai kualitas barang, atribut yang unik, dan administrasi yang berbeda.

- 4) Dua macam manfaat bersaing di atas menghasilkan tiga strategi konvensional (Watchman, 1997:11-13), yaitu:
 - a) Biaya rendah: Strategi ini mengandalkan keunggulan biaya yang relatif rendah dalam menghasilkan barang dan jasa. Keunggulan biaya berasal dari pengerjaan berskala ekonomis, teknologi milik sendiri, dan akses preferensi ke bahan baku.
 - b) Diferensiasi : Strategi ini berasal dari kemampuan perusahaan untuk menghasilkan barang dan jasa yang unik dalam industrinya dan dalam dimensi umum yang dapat dihargai oleh konsumen.
 - c) Fokus : Strategi fokus berusaha mencari keunggulan dalam segmen pasaran tertentu meskipun tidak memiliki keunggulan bersaing secara keseluruhan.

b. Strategi The New '7-S's (D'Aveni).

Richard A. D'Aveni (1994: 253) mengemukakan pemikiran mendasar bahwa organisasi harus menekankan strategi yang berpusat di sekitar menciptakan pusat Kemampuan, informasi, dan keunikan sumber daya yang sulit dipahami untuk membuat kehebatan. Sejalan dengan ini, D'Aveni mengusulkan tujuh kunci pencapaian organisasi dalam iklim serius yang sangat kuat yang dikenal sebagai The New 7-S's.

TEORI The New 7-S ini meliputi pokok-pokok dasar sebagai berikut:

1) *Superior stakeholder satisfaction*

Berarti untuk memberikan kepuasan luar biasa kepada individu yang memiliki kepentingan dalam organisasi, investor, tetapi juga penyedia, karyawan, manajer, pelanggan, pemerintah, dan wilayah sekitarnya.

2) *Soothsaying*

Ini adalah strategi yang menyoroti tujuan, menyiratkan bahwa organisasi harus mengamati situasi yang tepat untuk item dan hasil yang disampaikan oleh organisasi.

3) *Positioning for speed*

Apakah strategi dalam menempatkan perusahaan dengan cepat di pasar. Perusahaan harus segera menyampaikan barang yang diproduksinya kepada pasar agar pembeli dapat segera dikenal.

4) *Positioning for surprise*

Hal ini menyebabkan apa yang terjadi melalui yang baru, lebih belum pernah terjadi sebelumnya dan berbagai produk dan merchandise jazz dan memberikan keuntungan ekstra baru sehingga pembeli bergantung pada produk dan produk jazz yang dibuat oleh perusahaan.

5) *Shifting the role of the game*

Ini mengubah contoh kontes yang dimainkan organisasi sehingga pesaing kecewa dengan contoh baru yang beragam.

6) *Signaling strategic intent*

Berfokus pada sentimen. Kedekatan dengan pekerja, koneksi, dan pembeli merupakan aset integral untuk lebih mengembangkan pelaksanaan perusahaan.

7) *Simultaneous and sequential strategic thrusts*

Adalah membina unsur-unsur penggerak atau pendorong strategi secara terus menerus dan berurutan melalui pembentukan tenaga kerja dan produk-produk yang umumnya memberikan kepuasan kepada pembeli.

Kunci utama dari The New 7-S's adalah memanfaatkan dorongan untuk menahan lawan. Seperti yang ditunjukkan oleh D Aveni, The

New 7-S tertarik pada produksi sesuatu yang benar-benar baru dan berbeda untuk apa yang akan datang. Strategi direncanakan untuk membatasi strategi dinamis yang diklaim oleh para pesaing.

D'Aveni, menggabungkan 7-S Baru di atas menjadi tiga kelompok yang sangat menarik untuk mengganggu pasar dan menggabungkan visi, kapasitas, dan strategi. Sistem New 7-S bergantung pada pengungkapan dan kemajuan kebesaran melalui gangguan pasar, bukan pada kebesaran yang terus- menerus dan keseimbangan yang luar biasa.

Tujuan dari The New 7-S adalah untuk membuat interupsi melalui pembuatan manfaat baru tanpa henti.

c. Strategi Berbasis Sumber Daya

Mahoney dan Pandian (1992), organisasi dapat memperoleh manfaat melalui pemanfaatan aset yang lebih baik, dengan:

- 1) Pola organisasi dan manajerial yang hebat
- 2) Campuran sumber daya
- 3) perusahaan . budaya
- 4) Siklus dan variasi kerja yang cepat.

Sebagaimana ditunjukkan oleh Award (1991) yang diacu oleh Albert Wijaya (1994), ada beberapa tahapan yang dapat digunakan untuk mengembangkan teknik berbasis aset, antara lain: Mengenali dan memesan aset.

Sumber daya tersebut berupa :

- 1) Teknologi
- 2) Kapabilitas karyawan
- 3) Paten dan merek
- 4) Kemampuan keuangan
- 5) Kecanggihan pemasaran
- 6) Pelayanan pelanggan

Sumber daya tersebut diklasifikasikan menjadi:

- 1) Sumber daya finansial
- 2) Sumber daya fisik
- 3) Sumber daya manusia
- 4) Sumber daya teknologi
- 5) Sumber daya reputasi organisasi.

Penjabaran dari strategi adalah suatu proses persiapan langkah ke depan yang diharapkan dapat menyusun visi dan misi asosiasi, mengajukan tujuan strategis dan dana teman, dan merencanakan strategi untuk mencapai tujuan tersebut untuk memberikan penghargaan klien yang terbaik.

Beberapa tahapan harus diambil oleh organisasi dalam mencari tahu strategi, yaitu:

- 1) Mengenali iklim yang akan dimasuki organisasi di kemudian hari dan memutuskan tujuan utama organisasi untuk mencapai visi yang dicari dalam iklim tersebut.
- 2) Pimpin pemeriksaan ekologi ke dalam dan ke luar untuk mengukur kualitas dan kekurangan seperti halnya pintu terbuka dan bahaya yang akan terlihat oleh organisasi dalam melakukan tujuan utamanya.
- 3) Rencanakan elemen pencapaian utama strategi-strategi yang direncanakan berdasarkan penyelidikan sebelumnya.
- 4) Tentukan tujuan dan target yang dapat diukur, nilai opsi yang berbeda untuk strategi dengan mempertimbangkan aset yang dapat diakses dan kondisi luar yang dihadapi.
- 5) Pilih strategi yang paling tepat untuk mencapai tujuan saat ini dan jangka panjang. (Hariadi, 2005).

Pada tahap eksekusi, strategi mengharapkan organisasi untuk menetapkan tujuan tahunan, melakukan pendekatan, memacu karyawan, dan membagikan aset, sehingga strategi yang terbentuk

dapat dieksekusi. Tahap eksekusi strategi terdiri dari:

- 1) Peningkatan sosial yang kuat di strategi
- 2) Membuat desain hierarki yang menarik
- 3) Penempatan kembali upaya pemasaran
- 4) Pengaturan rencana pengeluaran
- 5) Kemajuan dan penggunaan kerangka data
- 6) Pengaitan kompensasi karyawan dengan kinerja organisasi

Secara teratur dianggap sebagai tahap yang paling menyusahkan dalam stranjemen strategis, melaksanakan atau melaksanakan strategi membutuhkan disiplin, tanggung jawab, dan mengabaikan kebutuhan sendiri. Eksekusi strategi yang berhasil bergantung pada kapasitas manajer untuk membujuk karyawan, yang merupakan jumlah keahlian yang lebih besar daripada informasi. Strategi direncanakan, tetapi jika tidak dieksekusi tidak ada gunanya.

2. Tingkatan Strategi

Seperti yang ditunjukkan oleh Wheelen dan David (2008:15) Ada beberapa tingkat dalam strategi untuk organisasi besar, ada tiga tingkat strategi manajemen yang dibuat sesuai dengan peningkatan organisasi usaha, yaitu:

a. Strategi Korporasi (*Corporate Strategy*)

Ini adalah strategi yang mencerminkan seluruh judul organisasi, sepenuhnya bermaksud membuat pengembangan untuk organisasi secara keseluruhan dan manajemen cakupan yang luas dari penawaran produk.

Ada 3 jenis strategi yang dapat digunakan di tingkat perusahaan strategi, khususnya strategi pengembangan (*growth strategy*) adalah strategi mengingat tahap pengembangan yang sedang dilalui organisasi. Kekuatan Strategi (*Stability Strategy*)

adalah strategi terlepas dari penurunan gaji yang sedang dilihat oleh sebuah organisasi. Terlebih lagi sistem konservasi adalah strategi yang diterapkan untuk membatasi atau mengurangi usaha yang dilakukan oleh perusahaan.

b. Strategi Bisnis (*Business Strategy*)

Ini adalah strategi yang terjadi pada item atau tingkat unit bisnis dan merupakan strategi yang menggarisbawahi tempat keuangan item bersaing atau jasa di industri atau bagian tertentu dari pasar tertentu.

Ada tiga macam strategi yang bisa digunakan pada level bisnis ini strategi, yaitu "Strategi Cost Benefit, Separation Strategi dan Centered Strategi". Pusat Strategi sendiri terdiri dari pusat pengeluaran dan pusat pemisahan. Pada tingkat bisnis, strategi adalah departemen. Strategi pada tingkat ini dianggap tidak sepenuhnya diselesaikan oleh manajer yang bergantung pada tugas kewajiban oleh manajemen atas untuk berurusan dengan bisnis yang berlaku. Strategi yang diterapkan ke unit bisnis secara teratur disebut metodologi noneksklusif.

Strategi bisnis adalah penguatan dari usaha yang terorganisir dan didukung, yang dikoordinasikan untuk mencapai tujuan usaha jangka panjang. Strategi bisnis menunjukkan berapa lama tujuan jangka panjang tercapai. Dengan cara ini, strategi bisnis dapat dicirikan sebagai metodologi umum yang mencakup semua yang mengoordinasikan aktivitas fundamental suatu organisasi.

Sementara itu, apa yang dimaksud dengan strategi bisnis perusahaan adalah contoh pilihan dalam organisasi yang memutuskan dan mengungkapkan tujuan, maksud dan tujuan yang menghasilkan strategi, perencanaan untuk mencapai tujuan. Strategi perusahaan berlaku untuk semua organisasi, baik itu

organisasi besar atau organisasi kecil, sementara strategi bisnis hanya menyoroti memutuskan bagaimana organisasi akan bersaing dan memposisikandirinya di antara para pesaingnya.

c. Strategi Fungsional (*Functional Strategy*)

Adalah strategi yang terjadi pada tingkat yang berguna, misalnya, fungsional, pemasaran, keuangan, SDM. Pekerjaan inovatif di mana strategi ini akan membangun wilayah praktis organisasi dengan tujuan mendapatkan sisi positif dari bersaing.

Strategi ini harus mengacu pada strategi bisnis dan strategi enterprise. Berfokus pada penguatan efisiensi aset yang digunakan dalam menawarkan manfaat terbaik untuk memenuhi kebutuhan klien. strategi praktis sering juga disebut Value-based-strategy.

3. Strategi Bersaing

Rivalitas memiliki kepentingan kontes antara organisasi untuk mencapai porsi yang lebih besar dari Pasar. Persaingan antara organisasi untuk memenangkan klien akan mendorong kemajuan dan peningkatan produk dan akhirnya menurunkan biaya. Dari perspektif tipis, persaingan menyiratkan bahwa organisasi memberikan upaya yang berani untuk membuat klien membeli barang mereka daripada barang pesaing. Dengan demikian, akan ada pemenang dan washout.

Kotler dan Doorman menyatakan bahwa pertentangan sehubungan dengan pemasaran adalah apa yang terjadi di mana klien dari item atau jazz tertentu akan menunjukkan manfaat mereka sendiri, dengan atau tanpa dibatasi oleh pedoman khusus untuk sampai pada klien mereka. Menurut penjaga pintu, persaingan akan terjadi di beberapa kelompok pesaing, di produk sejenis atau jazz, tetapi juga di produk pengganti atau jazz, seperti persaingan hulu dan hilir. Rivalitas adalah proses

kerja tanpa henti pada kapasitas organisasi untuk mencari dan mempertahankan manfaat.

Strategi bersaing mendorong pengaturan tentang bagaimana bisnis akan bersaing, apa tujuannya seharusnya dan pendekatan apa yang diharapkan untuk mencapai tujuan tersebut.

Definisi Competitive Marketing Strategy atau strategi bersaing adalah gabungan dari tujuan akhir yang dicapai organisasi dengan instrumen (kecerdasan) dan upaya organisasi untuk mencapainya. Masalah utama dari perincian strategi bersaing adalah untuk menghubungkan organisasi dengan keadaannya saat ini, meskipun fakta bahwa iklim yang berlaku sangat luas, termasuk kekuatan sosial dan moneter. Bagian mendasar dari keadaan organisasi saat ini adalah bahwa bisnis organisasi dapat bersaing.

Salah satu tujuan strategi bersaing untuk unit usaha dalam suatu industri adalah untuk mengamati situasi dalam bisnis di mana organisasi dapat mengamankan dirinya sendiri dari ketegangan yang kejam atau dapat berdampak pada ketegangan ini dengan tegas. Pertarungan di antara pesaing yang ada muncul sebagai perlombaan untuk posisi menggunakan strategi seperti persaingan nilai, mempromosikan perang, memberikan hadiah, presentasi item dan lebih lanjut mengembangkan bantuan atau sertifikasi kepada klien. Kontes terjadi karena setidaknya satu pesaing merasakan ketegangan atau melihat peluang potensial untuk memajukan posisi mereka.

Strategi bersaing yang layak harus dimungkinkan oleh bank dengan membedakan dan mensurvei pesaing utama, mengevaluasi tujuan, aset dan kekurangan mereka serta desain respons mereka, kemudian, pada saat itu, bank harus memilih pesaing utama untuk diserang atau dijauhi, dalam hal ini cara bank dapat mengamati daerah manfaat dan beban yang diharapkan bersaing. hal-hal yang harus

dipersyaratkan sebagai contoh bank dalam memeriksa pesaing, yaitu:

1. Mengenali pesaing

Bank dapat membedakan pesaing mereka menurut perspektif industri dan mereka harus memahami contoh kontes di industri mereka dengan asumsi bahwa mereka ingin menjadi pemain yang menarik dalam bisnis. Menurut perspektif pasar, bank juga dapat mengenali para pesaingnya. Di sini mereka mencirikan pesaing sebagai bank yang berusaha memenuhi kebutuhan klien yang serupa.

2. Memastikan tujuan pesaing

Setelah bank pesaing fundamental, pertanyaan berikutnya adalah, apa tujuan pesaing? apakah Anda ingin meningkatkan manfaat? bank harus tahu apa yang digunakan pesaing strategi untuk mencapai tujuan ini. Bank juga harus menyaring target mendasar dari pesaing yang perlu memasukkan bagian pasar yang telah dilayani oleh bank

3. Mengenali strategi pesaing

Di setiap industri, pesaing dapat dipartisi menjadi kelompok yang menjalankan strategi berbeda. Kelompok strategi adalah organisasi atau bank dalam bisnis yang merangkul sesuatu yang serupa atau sebanding strategi di pasar yang objektif. Bank perlu menganalisis setiap aspek yang mengenali kumpulan strategi dalam bisnis keuangan, bank harus mengetahui kualitas, sifat dan campuran item atau biaya pinjaman, jumlah kantor cabang dan wilayahnya, sifat kekuatan transaksi dan kemajuan yang digunakan oleh pesaing. Demikian pula, program pemeriksaan keuangan dan data pesaing digunakan oleh pesaing.

4. Menilai kekuatan dan kelemahan pesaing

Bank dapat memperoleh dari informasi tambahan untuk menemukan kualitas dan kekurangan pesaing atau dari pengalaman individu dan melalui penelitian oleh

pemasaran. Saat ini banyak bisnis menggunakan benchmarking, kontras item atau jasa melawan pesaing atau produk industri mengemudi lainnya atau jasa untuk bekerja pada kualitas dan eksekusi.

5. Memperkirakan reaksi pesaing

Bank juga perlu tahu: bagaimana tanggapan pesaing? manajemen harus menyadari bahwa respons setiap pesaing adalah unik, beberapa tidak merespons dengan cepat terhadap perkembangan yang serius. Dalam industri tertentu, pesaing hidup dalam kesesuaian relatif. Menyadari bagaimana pesaing utama merespons adalah tanda terbaik bagi bank untuk mengetahui keuntungan dari menyerang pesaing atau idealnya mengikuti bagian bank saat ini.

6. Memilih pesaing untuk diserang dan dihindari

Alat yang berguna untuk mensurvei aset dan kekurangan pesaing adalah investigasi harga diri klien (customer value analysis). Alasan pemeriksaan ini adalah untuk menentukan keuntungan yang sangat dihargai oleh klien sasaran dan bagaimana menilai nilai dan kontribusi relatif dari bank pesaing.

Hal utama yang harus diselesaikan oleh bank adalah mengenali sifat-sifat prinsip yang sangat dijunjung tinggi oleh nasabah dan penilaiannya menurut nasabah. Kemudian, pada saat itu, bank harus mengevaluasi penampilan pesaing pada atribut utama yang sangat dihargai oleh klien dan penilaian mereka menurut klien. Kemudian, pada saat itu, bank harus mensurvei pameran pesaing tentang kualitas-kualitas terhormat ini.

Cara untuk mendapatkan keunggulan adalah dengan memeriksa setiap bagian klien dan memeriksa bagaimana kesepakatan bank dilihat dari kontribusi pesaing utama. Jika penawaran bank lebih baik, bank dapat membebankan biaya yang lebih besar untuk memperoleh manfaat yang lebih tinggi atau membebankan biaya serupa dan porsi pasar-nya naik.

Namun, dengan asumsi bahwa kinerja bank untuk jangka waktu yang lama lebih rendah daripada pesaing utama, bank harus melakukan upaya yang kuat untuk memperkuat kualitas ini atau mencari karakteristik penting yang dapat diciptakan melewati pesaing utama.

C. STRATEGI PEMASARAN DALAM BERWIRAUSAHA

Strategi pemasaran adalah tujuan dan sasaran dari pemasaran organisasi yang tergabung dalam satu rencana yang menjangkau jauh. Kepala bisnis akan menarik pemasaran yang bermanfaat dari penelitian pasar. Gerakan ini juga berpusat pada paduan item yang tepat agar Anda bisa mendapatkan keuntungan maksimal.

Untuk menjelaskannya secara gamblang: strategi pemasaran adalah strategi dimaksudkan untuk memajukan produk atau jasa dengan tujuan menciptakan manfaat. Dalam keadaan khusus ini, kata 'barang dagangan' berarti setara dengan 'barang'.

Great strategi pemasaran membantu organisasi dengan membedakan klien terbaik mereka. Ini juga membantu mereka dalam memahami kebutuhan pembeli. Dengan strategi yang layak, adalah layak untuk menerapkan teknik pemasaran terbaik. Rencana lahan yang layak, misalnya, membutuhkan asosiasi wilayah lokal yang luas dan sistem administrasi individu. Strategi pemasaran yang lengkap menggabungkan "empat P" dari pemasaran: item, nilai, titik, dan kemajuan. Yang mencolok strategi pemasaran harus berputar di sekitar penawaran organisasi, yang dapat menyampaikan kepada pembeli apa yang organisasi bergantung pada; bagaimana organisasi bekerja; dan mengapa itu pantas untuk bisnis mereka. Ini akan memberikan grup pemasaran format yang harus menerangi drive mereka di semua item perusahaan dan rentang administrasi. Misalnya, Walmart secara universal dianggap sebagai pengecer yang paling tidak dievaluasi, yang tugas bisnis dan upaya pemasaran ditetapkan dalam pemikiran.

Ada banyak sentimen yang memenuhi syarat tentang pentingnya strategi pemasaran, diantaranya:

1. Menurut Paul dan Guiltinan

Menurut Paul dan Guiltinan, strategi pemasaran adalah mentalitas yang digunakan untuk membuat bisnis atau perusahaan. Strategi yang digunakan adalah menggabungkan beberapa komponen pemasaran, misalnya divisi pasar, campuran iklan, posisi, tujuan, dll.

2. Menurut Tjiptono

Seperti yang ditunjukkan oleh Tjiptono, strategi pemasaran adalah perangkat yang diatur dan direncanakan pada tingkat yang sangat dasar. Siklus rencana ini dilakukan sebagai pekerjaan oleh organisasi untuk mendorong kehebatan di bersaing melalui program unik untuk melayani pasar secara berkelanjutan.

3. Menurut Philip Kotler

Arti dari strategi pemasaran menurut Philip Kotler adalah cara di mana kapasitas pemasaran mengoordinasikan latihannya untuk mencapai pengembangan yang bermanfaat dalam menangani latihan di tingkat campuran promosi.

4. Menurut Michael Baker

Arti dari strategi pemasaran menurut Michael Bread cook kurang sulit. Menurut Michael, Strategi pemasaran adalah tujuan mendasar dalam memperluas kesepakatan dan mencapai keunggulan yang wajar.

5. Menurut Christian Homburg

Seperti yang ditunjukkan oleh Christian Homburg, strategi pemasaran adalah upaya yang dilakukan baik jangka pendek maupun jangka panjang di bidang pemasaran.

Karya ini berhubungan dengan penyelidikan keadaan yang mendasari strategis dari perusahaan, di mana strategi dimulai dengan definisi. Kemudian, pada saat itu, nilai dan pilih strategi dan tambahkan ke tujuan organisasi atau bisnis

6. Menurut David Aaker

Sama sekali tidak seperti yang lain, David Aaker mengungkapkan bahwa strategi pemasaran adalah siklus yang dimulai dengan cara paling umum untuk menggerakkan iklim bisnis, baik kondisi di dalam maupun di luar. Lalu, pada saat itu, apa alasannya? Siklus perpindahan ini dimaksudkan untuk memahami banyak bagian penting dari iklim luar. Sistem pemahaman ini diharapkan dapat memberdayakan bisnis untuk membidik pada bagian inovasi, hukum, ekonomi, budaya dan masalah legislatif.

7. Menurut Hausman dan Associates

Menurut Hausman and Partners, Strategi pemasaran dicirikan sebagai rencana pemasaran dalam jangka panjang yang mengarah pada perampingan transaksi. Peningkatan interaksi ini dilakukan dengan memberikan loyalitas konsumen.

Berdasarkan penilaian tersebut, cenderung dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran merupakan suatu rangkaian rencana yang berarti memamerkan suatu barang kepada orang banyak, untuk mencapai tujuan pasar, salah satu barang yang ditawarkan dapat dijual dan dapat dibuat manfaat terbesar.

Bagaimanapun, pada dasarnya, strategi pemasaran menjawab tentang bagaimana membuat suatu barang laku.

1. Fungsi Strategi Pemasaran

Secara umum, fungsi strategi pemasaran dibagi menjadi 4 poin utama, yaitu:

a. Meningkatkan Inovasi Pengembangan Bisnis

Dengan strategi pemasaran, Anda dapat menemukan apa yang dibutuhkan pembeli. Mulai dari apa yang dibutuhkan dan dibutuhkan pelanggan sekarang hingga apa yang akan datang.

Dengan menyadari kebutuhan pembeli ini, secara tidak langsung dapat meningkatkan kemajuan baru untuk peningkatan bisnis Anda. Barang-barang yang terus meningkat untuk memperbaiki

keadaan, biasanya akan lebih banyak dicari oleh masyarakat umum.

Sebuah model kecil adalah bahwa pembeli tidak benar-benar harus membeli paket secara konsisten. Meskipun demikian, dengan strategi pemasaran, Anda dapat memanfaatkan penjelasan di balik pola paket terbaru untuk menarik minat pembeli.

b. Membuat Koordinasi Tim Lebih Efektif

Dengan strategi pemasaran, koordinasi kelompok akan lebih layak dan terpusat. Hal ini dikarenakan strategi dapat membantu untuk menyelesaikan tugas masing-masing staf di setiap divisi di dalam bisnis sehingga mereka dapat bekerja sama untuk mencapai tujuan.

Misalnya, bisnis ada peningkatan yang dicari dari pelanggan. Sehingga dengan adanya strategi pemasaran dapat membuat koordinasi kelompok antara pemasaran dan divisi pembuatan dengan tujuan agar kebutuhan pembeli dapat terpenuhi dengan tepat.

c. Merumuskan Tujuan Perusahaan

Dalam sebuah bisnis, tujuan adalah hal penting yang harus ada agar bisnis bisa lebih terlibat dan bisa berkreasi di kemudian hari, atau bisa dikatakan bisnis tanpa tujuan tidak bisa berkreasi.

Misalnya, Anda mengajukan tujuan bisnis, yaitu untuk mencapai fokus bisnis dengan tarif tertentu. Jadi, jika tujuan ini tercapai, nilai keuangan organisasi Anda akan meningkat dan bisnis Anda akan berkembang.

Oleh karena itu, untuk itu diperlukan suatu strategi pemasaran, khususnya untuk menentukan tujuan organisasi, baik untuk merencanakan maupun mencapai tujuan yang sebenarnya dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

d. Mengawasi Kegiatan Pemasaran

Untuk memutuskan strategi pemasaran nanti, Anda juga perlu menyaring apakah strategi yang Anda gunakan dapat digunakan untuk melawan pemasaran atau tidak.

Implikasinya, ini berarti bahwa strategi pemasaran juga dapat berfungsi untuk menyaring latihan pemasaran. Misalnya, memeriksa bagaimana kinerja masing-masing kelompok dalam mendukung organisasi untuk mencapai target kesepakatan, dll.

e. Meningkatkan Penjualan

Memperluas transaksi adalah hasil normal dari membuat strategi pemasaran. Itu karena ketika kita memasarkan suatu barang, kita juga akan memajukan barang tersebut dan mempersilahkan orang lain untuk membeli dan menggunakannya. Namun, membuat orang membeli produk kami tidak begitu alami seperti yang terlihat.

Dibutuhkan strategi yang luar biasa dengan memikirkan banyak hal, misalnya siapa tujuan kami pasar dan siapa pesaing kami, sehingga kami dapat menampilkan kapasitas atau manfaat dari barang yang tepat dan dapat menjadi jawaban untuk kebutuhan pembeli.

Berikut ini 5 contoh strategi pemasaran yang mungkin bisa kamu coba terapkan pada bisnismu, yaitu:

a. Memanfaatkan Mesin Pencarian Google

Memanfaatkan mesin pencarian google mungkin ilustrasi terbaik dari strategi pemasaran yang dapat Anda coba. Hal ini tergantung pada kenyataan yang ada, dimana pembeli ketika akan membeli suatu barang umumnya akan melakukan inquiry pertama di web tentang barang tersebut.

Sejujurnya, ada sekitar 74% pembeli yang akan melakukan ini. Pembeli akan mengetahui tentang barang tersebut, mulai dari kualitas dan harga barang

tersebut. Anda dapat memanfaatkan ini untuk memperluas penawaran item Anda.

Untuk situasi ini, Anda dapat memanfaatkan optimasi Web dan SEM sehingga item Anda dapat masuk ke indeks web Google. Pengoptimalan web atau peningkatan desain situs adalah sebuah usaha dengan tujuan agar situs Anda muncul di halaman utama pencarian Google. Sedangkan SEM atau Web index Promoting adalah mempublikasikan situs di halaman utama pencarian Google.

Oleh karena itu, Anda dapat menggunakan kedua strategi tersebut agar bisnis Anda muncul di halaman utama perayap web. Dengan cara ini, item Anda dapat dilihat oleh banyak orang, level penawaran item Anda akan meningkat, dan bisnis Anda dapat terisi dengan cepat di kemudian hari.

b. Membuka Program Afiliasi

Satu lagi ilustrasi strategi pemasaran yang bisa Anda coba adalah membuka program associate. Kerangkanya adalah Anda akan meminta orang tersebut menjual barang Anda, kemudian, pada saat itu, Anda akan memberi orang itu komisi dari transaksi barang mereka.

Strategi ini tentunya akan sangat berguna untuk membangun kemajuan item Anda sehingga nantinya cenderung dikenal banyak orang. Dengan cara ini, semakin banyak individu yang bergabung dengan program Anda, semakin besar pasar yang akan Anda dapatkan.

Namun, saat menjalankan program ini, ada beberapa hal yang benar-benar ingin Anda pertimbangkan, salah satu yang paling penting adalah komisi yang diiklankan. Kami menyarankan bahwa dalam memutuskan komisi ini Anda harus memikirkan jenis barang, keuntungan, dan alasan.

Daripada memberikan komisi yang tinggi namun akan membuat bisnis anda merugi, sebaiknya anda memberikan komisi yang masuk akal dan pas sesuai dengan item dan keuntungan yang anda dapatkan. Bagaimanapun, jangan terlalu rendah dengan cara yang sama.

Salah satu ilustrasi bisnis memanfaatkan program ini adalah Zalora.co.id. Zalora sendiri adalah toko berbasis internet untuk desain dan keunggulan, mulai dari perhiasan, kemasan, hingga barang-barang kecantikan untuk orang-orang. Klien baru akan mendapatkan komisi 6% dan klien lama 4%.

c. Menggunakan Platform Media Sosial

Memanfaatkan media berbasis web adalah salah satu ilustrasi strategi pemasaran yang harus Anda coba. Media berbasis web adalah salah satu kesempatan khusus untuk bisnis yang telah terbukti ampuh dalam memperluas kesepakatan. Dengan demikian, Anda bisa memanfaatkan tahapan media berbasis web seperti Facebook, Instagram hingga TikTok sebagai salah satu strategi bisnis.

Dalam menggunakan teknik ini, hal utama yang perlu Anda lakukan adalah membedakan pembeli yang objektif. Kemudian, Anda dapat membuat bahan yang menarik untuk menarik pembeli, mulai dari membuat rekaman yang menarik hingga spanduk ucapan selamat.

Kami menyarankan bahwa ketika Anda menggunakan teknik ini, Anda tidak melakukan kemajuan keras secara langsung. Karena diharapkan pembeli akan segera kabur sebelum membeli barang Anda.

Anda mulai dengan membuat substansi yang berharga seperti latihan instruksional, tips dan trik, dan sebagainya yang relevan dengan bisnisx Anda. Dengan tujuan agar calon pembeli akan mengikuti

media berbasis web Anda. Setelah Anda memiliki pendukung yang cukup, Anda dapat mulai menambahkan beberapa posting yang menawarkan item Anda. Atau mungkin Anda dapat menggabungkan zat berharga ini dengan latihan khusus. Untuk alasan apa ini mendasar? Hal ini karena konten yang tidak perlu, kebanyakan pembaca akan melewatkannya. Selain itu, jika konten tersebut hanya sebuah promosi, maka akan segera dianggap sebagai iklan yang lewat.

d. Memaksimalkan Konten

Berikut ilustrasi strategi pemasaran yang bisa Anda pertimbangkan adalah dengan meningkatkan pemanfaatan konten. Meskipun Anda mungkin telah menggunakan promosi, Anda juga harus menggunakan konten.

Ini karena beberapa pembeli potensial biasanya lebih tertarik pada konten survei daripada publikasi. Selain itu seperti penggambaran sebelumnya, Anda harus memilih konten yang mendidik dan menarik sebagai rekaman atau artikel dengan peningkatan ekstra.

Sekarang ada banyak organisasi yang menggunakan zat ini untuk bisnis mereka. Salah satunya adalah Hermes, yang menggabungkan karung mahal bisnis dengan kualitas terbaik yang terbuat dari kulit makhluk asli.

Di situs tersebut, Anda bisa melihat betapa menariknya konten Hermes. Mulai dari acara yang mereka pegang hingga ragam bungkus yang mereka miliki. Semua konten ini ditampilkan dengan substansi baru, sehingga Anda juga akan memiliki pertemuan yang fenomenal.

Salah satu materi yang menarik adalah video berdurasi dua menit yang menceritakan tentang keanekaragaman tumbuhan mereka. Untuk seluk-

beluk tambahan, Anda dapat melihat contoh konten Hermes di situs otoritas.

e. Menggunakan Jasa Influencer

Memanfaatkan jasa influencer adalah salah satu ilustrasi strategi pemasaran yang harus Anda coba. Influencer sendiri adalah individu yang memiliki banyak followers.

Semua hal dipertimbangkan, Anda dapat memanfaatkan pendukung ini untuk memperkenalkan item dengan populasi keseluruhan. Anda bisa mulai mencari influencer, baik di YouTube, Instagram dan lain sebagainya untuk menawarkan barang Anda.

Dalam memilih influencer, Anda dapat mencoba influencer dengan pendukung atau endorser mencapai beberapa ribu hingga jutaan. Bagaimanapun, Anda juga harus memilih influencers yang memiliki konten sesuai dengan item Anda sehingga target pasar dapat tercapai.

Misalnya, Anda perlu memajukan paket. Daripada mencari food vlogger, Anda harus mencari pengrajin atau Youtuber dengan gaya dasar. Terlepas dari apakah ada banyak akun food vlogger, kemungkinan besar itu tidak akan mencoba untuk memajukan item paket Anda.

Ini karena jelas klien yang mengikuti catatan adalah pecinta kuliner. Oleh karena itu, jika salah satu item karung Anda muncul, mereka dapat dipastikan akan mengabaikan Anda.

2. Elemen Strategi Pemasaran

Dalam strategi pemasaran, ada lima elemen yang harus kamu perhatikan. Lima elemen tersebut dikenal dengan 5P yaitu Product, Price, Promotion, Place, dan People. Untuk lebih jelasnya, berikut penjelasan kelima elemen tersebut:

a. Product (Produk)

Komponen pertama strategi pemasaran terletak cukup lama pada produk. Dalam menentukan strategi pemasaran melalui produk ini, hal-hal yang dapat Anda pertimbangkan meliputi kapasitas, penampilan, kualitas, dan bundling produk.

Dalam memilih produk, klien akan mempertimbangkan manfaat dan kelebihan produk. Memang, tidak biasa bagi klien untuk awalnya memindai web untuk produk yang akan mereka beli.

Selanjutnya, Anda harus benar-benar mempertimbangkan fitur utama, keunggulan, dan keinginan klien untuk produk yang akan Anda tawarkan. Sehingga strategi pemasaran yang akan andajalankan dapat berjaya nantinya.

b. Price (Harga)

Komponen harga ini berhubungan dengan strarga yang Anda gunakan dalam menentukan item atau administrasi harga yang akan Anda tawarkan, seperti halnya tentang bagaimana harga yang Anda tawarkan dapat mempengaruhi klien.

Memang, dalam memilih harga mana yang akan Anda tawarkan, Anda dapat menyinggung beberapa hal. Seperti harga menjual barang di pasaran, limit, teknik cicilan, kredit, dan administrasi lainnya. Jadi perusahaan Anda tidak kalah, tetapi harga tetap dapat dikenali oleh pembeli. Tidak hanya itu, saat memutuskan tugas strategi dari harga ini, Anda juga harus mempertimbangkan tempat bisnis Anda di pasaran saat ini.

Misalnya, Anda memasarkan karung dengan kualitas terbaik, bahkan dari kulit makhluk asli. Dengan demikian, harga yang Anda tawarkan juga harus sesuai dengan kualitasnya.

c. *Promotion (Promosi)*

Strategi pemasaran terhubung erat dengan promosi. Promosi adalah segala macam gerakan yang dilakukan agar bisnis dapat diketahui oleh banyak orang. Promosi bisa sebagai pemberitahuan, penambahan koneksi, dan patron.

Dalam promosi, sebuah strategi pemasaran adalah signifikan. Mengingat biaya pembuatannya tidak murah. Jadi, penting untuk memutuskan apakah promosi yang Anda lakukan sepadan dengan usaha atau tidak dalam memperluas penawaran barang Anda.

d. *Place (Tempat)*

Komponen strategi pemasaran yang ingin Anda fokuskan adalah tempat. Tempat menyinggung di mana barang atau administrasi Anda dilihat, dibuat, dijual, dan dikirim.

Dalam memikirkan tentang tempat ini, ada beberapa hal yang harus Anda fokuskan. Dua di antaranya masuk akal, dan jangan terlalu mahal.

Sangat penting untuk mempertimbangkan kesopanan atau kemudahan masuknya produk ke pelanggan, sehingga pelanggan pasti dapat melacak produk tersebut. Jika Anda membutuhkan bisnis Anda untuk dikembangkan, Anda harus memastikan bahwa item tersebut dapat diakses oleh klien dengan waktu yang tepat, tempat, dan dalam jumlah yang tepat.

Tidak hanya itu, Anda juga perlu memperhatikan pengeluaran yang Anda inginkan untuk tempat. Apakah sesuai dengan modular bisnisx Anda atau tidak. Usahakan jangan sampai tempat untuk channel bisnist anda banyak modal usaha anda. Karena hal utama dalam bisnis adalah itemnya. Untuk situasi ini, Anda dapat melibatkan beberapa lokal diweb untuk tempat Anda atau di lokasi ritel, dll

e. **People (Orang-orang)**

Komponen terakhir strategi pemasaran adalah individu. Individu tersebut adalah staf atau karyawan, karyawan penjualan, dll. Orang terhubung erat dengan HR untuk bisnismu. Dalam menjalankan strategi bisnis untuk menghasilkan keuntungan, Anda dapat meminta karyawan yang terampil.

Hal ini dikarenakan salah satu faktor keberhasilan seorang usaha adalah adanya SDM yang mumpuni. Salah satu ilustrasi kemampuan adalah bahwa pekerja dapat menawarkan bantuan yang besar kepada klien. Jadi klien tertarik untuk membeli barang Anda.

Contoh 5P dalam Pemasaran

Budi sedang berpikir untuk bekerja di toko ski sungai yang melayani pelancong dan pelancong. Untuk menempatkan bisnis-nya, Budi dapat berkonsultasi dengan 5P pemasaran dengan cara sebagai berikut:

- a. Produk: Penyewaan jet ski per jam untuk orang-orang yang berada di kota untuk waktu yang singkat. Formulir pertanggungjawaban terbatas yang akan ditandatangani oleh orang-orang yang berpartisipasi dalam layanan dan deposit uang jika terjadi kerusakan.
- b. Harga: Perjalanan jet ski murah untuk memenuhi batasan anggaran para pelancong dan turis. Diskon 10% untuk perjalanan jet ski jika dirujuk oleh agen perjalanan.
- c. Promosi: Halaman Facebook, halaman Instagram, dan akun Twitter untuk mempromosikan bisnis. Juga, promosi berbayar di situs web agen perjalanan.
- d. Tempat: Lokasi yang mudah diakses dari sistem transit yang ada.

- e. Orang: Anggota staf yang ramah yang suka bertemu wisatawan dan menawarkan layanan pelanggan yang luar biasa.

Contoh Bisnis yang Berhasil Membuat Strategi Pemasaran

1. Spotify: Menawarkan Pengalaman Pengguna yang Berbeda

Saat ini, Spotify adalah salah satu organisasi dunia yang paling terkenal di dunia. Namun, bagaimana merek Swedia ini mengalahkan dunia? Ada banyak layanan musik streaming, tetapi yang membuat Spotify luar biasa adalah perhatiannya dalam membantu klien menemukan konten baru.

Spotify tidak persis sama dengan panggung streaming musik biasa dan setelah dipikir-pikir menawarkan pengalaman klien yang sama sekali baru kepada penonton.

Misalnya, terlepas dari saluran biasa berdasarkan jenis, Spotify juga memungkinkan klien untuk memilih musik berdasarkan pola pikir mereka, terlepas dari apakah Anda ingin berolahraga, beristirahat, atau bahkan ingin beberapa lagu untuk dinyanyikan di kamar mandi.

Ini membantu klien menemukan lagu yang tidak pernah mereka pertimbangkan dan dengan demikian, memperkuat hubungan mereka dengan merek. Mereka juga berada di garis depan dalam menggunakan penalaran terkomputerisasi untuk menyesuaikan daftar putar berdasarkan kecenderungan untuk klien mereka, seperti Release Radar dan Discover Weekly.

2. GoPro: Percayai Konten Buatan Pengguna

Salah satu strategi pemasaran terbaik mereka adalah cara mereka mempermudah klien mereka untuk membagikan konten yang dibuat klien.

Untuk ini, Anda mungkin harus mampu dalam bahasa alternatif yang dimiliki audiens Anda dan memiliki jargon yang layak dalam interaksi papan untuk

substansi. Untuk membuatnya lebih mudah, Anda dapat menggunakan Parafrase online efektif yang akan memungkinkan Anda untuk memainkan tugas ini.

Dengan perangkat ini, Anda tidak perlu khawatir tentang apa pun, karena itu akan merobohkan setiap pekerjaan. Anda hanya perlu memasukkan teks di kotak yang diberikan. Selain itu, perangkat awalnya akan membedah teks dan kemudian mulai merevisinya. Akhirnya, Anda akan diberikan 100 persen satu jenis dan substansi bebas pelanggaran hak cipta. Karena inovasi berbasis kecerdasan yang disimulasikan, pentingnya substansi pertama akan dilindungi. Sepanjang baris ini, Anda bisa masuk ke seluruh blog tanpa rasa takut.

Kamera GoPro adalah pilihan teratas di antara penjelajah dunia, pencari sensasi, dan pesaing karena mereka mengetahui cara menangkap konten yang hampir sulit ditangkap menggunakan kamera biasa. Karena ide produk tersebut, GoPro siap untuk membuat bahan yang luar biasa.

Misalnya, program pengubah GoPro membuat rekaman dengan garis awal dan akhir yang mencolok secara efektif yang menyertakan logo dan penandaan GoPro. GoPro kemudian, pada saat itu, membagikan rekaman ini melalui media berbasis web, yang dengan demikian mendorong lebih banyak klien untuk membuat dan memposting rekaman mereka sendiri.

Strategi pemasaran ini sangat bermanfaat untuk GoPro. Cobalah untuk tidak menerima? Periksa Youtube GoPro channel dan lihat betapa hebatnya zat itu dan lebih jauh lagi berapa banyak subscriber itu.

3. Twitch: Fokus pada *Niche* Anda

Brengsek mungkin adalah organisasi interpersonal terbaik di akhir zaman, namun sangat sedikit orang yang mengenalnya. Itu karena Brengsek bergantung pada satu hal: permainan komputer langsung telekomunikasi.

Kunci kemakmuran Brengsek adalah bahwa mereka tidak bermaksud menargetkan semua orang. Memang, mereka telah melakukan kebalikan spesifik dan memilih untuk membidik pada spesialisasi yang jelas dan membuat asosiasi dengan klien mereka.

4. Nike: Promosikan Nilai Anda

Tidak banyak merek yang sejelas Nike dan merek dagang "Just do it". Selama ini, merek memusatkan perhatian pada pemasaran pada peningkatan kualitas merek, misalnya, mengalahkan kesulitan atau kemajuan.

Untuk mewariskan budaya ini kepada khalayaknya, Nike sangat bergantung pada narasi: iklan yang menceritakan kisah-kisah yang memotivasi dan membangkitkan perasaan positif pada klien. Selain itu, penghargaan merek tidak hanya hadir di pemasaran Anda, tetapi juga dalam semua yang Anda lakukan.

5. WWF: Komitmen pada Kreativitas

Drive "Earth Hour" dari World Untamed life Establishment adalah kesempatan di mana individu di seluruh planet dengan sengaja mematikan lampu mereka selama satu jam untuk menunjukkan bahwa sangat alami untuk melawan perubahan lingkungan.

WWF mengirimkan misi standar dalam pers tradisional Norwegia untuk melaporkan Earth Hour. Dengan asumsi klien menghubungi standar, layar telepon mereka akan menjadi benar-benar gelap.

Ketika mereka menyelipkan jari di atasnya, permulaan Earth Hour akan muncul. Misi pertama adalah kemenangan, dan menemukan cara menarik sekitar 1 juta tayangan.

BAB 8

ETIKA BISNIS DALAM BERWIRAUSAHA

A. DEFENISI ETIKA BISNIS

Secara bahasa kata „etika“ lahir dari bahasa Yunani ethos yang artinya tampak dari suatu kebiasaan. Dalam hal ini yang menjadi perspektif objeknya adalah perbuatan, sikap, atau tindakan manusia. Defenisi etika secara khusus adalah ilmu tentang sikap dan kesusilaan suatu individu dalam lingkungan pergaulannya yang kental akan aturan dan prinsip terkait tingkah laku yang dianggap benar.

Sedangkan Defenisi keseluruhan dari etika adalah suatu standar, standar, aturan, atau teknik yang secara teratur digunakan sebagai pedoman atau pedoman seseorang dalam melakukan aktivitas dan perilaku. Penggunaan standar ini erat kaitannya dengan sifat-sifat besar dan mengerikan orang-orang di mata publik.

Dengan begitu, Etika adalah ilmu yang berkonsentrasi pada yang besar dan yang mengerikan seperti halnya komitmen, kebebasan, dan kewajiban, baik secara sosial maupun etis, kepada setiap orang dalam aktivitas publiknya. Atau bisa juga dikatakan bahwa etika memasukkan nilai-nilai yang berkaitan dengan etika individu yang benar-benar berkaitan dan salah.

Dengan berbagai macam etika yang dapat kita temukan di iklim, misalnya etika sahabat, etika menelepon atau bekerja, etika dalam keluarga, etika dalam melakukan bisnis, dan sebagainya.

Etika jelas harus dimiliki oleh setiap orang dan sangat dibutuhkan dalam bergaul yang merupakan perancah untuk membuat kondisi yang layak dalam aktivitas publik.

Misalnya, etika yang biasa dijumpai dalam kehidupan sehari-hari dan faktor lingkungannya, khususnya halo individu ketika mengunjungi rumah individu, baik itu anggota keluarga, anggota keluarga, atau sahabat. Kemudian, pada saat itu, minta maaf setelah kami melakukan kesalahan, dan ucapkan terima kasih ketika seseorang telah membantu atau membantu kami.

Berikut ini adalah penjabaran secara singkat mengenai Defenisi etika dari beberapa ahli.

1. Aristoteles

Aristoteles adalah seorang pemikir dari Yunani dan pengganti Plato berpendapat dengan memisahkan etika menjadi 2 bagian, yaitu Terminus Technicus dan Way and Cutom.

Terminus Technicus adalah etika sebagai ilmu yang mengkaji problema perilaku atau aktivitas individu (manusia), sedangkan Manner dan Cutom adalah suatu pendekatan untuk mempertimbangkan perilaku dan perilaku individu yang etik. perilaku tunggal.

2. W. J. S. Poerwadarminta

Wilfridus. J.S Poerwadarminta, salah satu tokoh dalam sastra Indonesia, mengungkapkan bahwa etika adalah ilmu yang mengatur tentang perbuatan dan tingkah laku manusia yang dilihat dari sisi besar dan sisi mengerikan yang masih dimunculkan oleh orang-orang dengan cara yang sama.

3. Prof. Dr. R. Soegarda Poerbakawatja

Prof. Dr. R. Soegarda Poerbakawatja adalah salah satu kepala sekolah di Indonesia yang memberikan definisi bahwa etika adalah ilmu yang memberi pedoman, acuan, dan lebih lanjut sebagai daya tarik terhadap suatu tingkah laku atau aktivitas manusia.

4. Louis O. Kattsoff

Kattsoff memberikan pandangan bahwa etika umumnya terikat dengan standar pertahanan dalam melakukan hubungan antara orang-orang.

5. **H. A Mustafa**

H. A. Mustafa mengemukakan gagasan etika adalah ilmu yang mengkaji suatu perbuatan atau aktivitas manusia sejauh besar dan seburuk-buruknya dengan memusatkan perhatian pada tingkah laku manusia sejauh yang diketahui oleh otak manusia.

6. **K. Bertens**

Menurut K. Bertens, makna etika, lebih spesifiknya: Etika adalah keutamaan dan standar yang menjadi aturan, baik bagi individu maupun perkumpulan, dalam mengarahkan kegiatan atau perilaku. Secara keseluruhan, pemahaman ini juga disebut sebagai kerangka nilai dalam keberadaan manusia, baik secara eksklusif maupun di arena publik. Etika menyiratkan informasi tentang besar dan buruknya manusia (moral). Kemudian, pada saat itu, etika juga ditandai sebagai berbagai kebajikan dan standar (kode etik).

7. **Prof. Robert Salemon**

Menurutnya, etika adalah orang atau karakter individu atau hukum sosial yang mengontrol, mengatur, juga memeriksa perilaku individu.

8. **Sumaryono**

Sumaryono mencirikan etika sebagai ulasan yang berbicara tentang realitas aktivitas atau perilaku manusia terhadap fitrah atau fitrah yang ada pada diri manusia.

1. **Ciri-Ciri atau Karakteristik Etika**

Berikut akan dijabarkan ciri-ciri ataupun karakteristik dari etika.

a. **Etika Bersifat Mutlak atau Absolut**

Etika memiliki sifat langsung atau outright berarti etika berlaku untuk siapa saja, di mana saja, dan kapan saja. Etika sebagai aturan yang tidak dapat diperdebatkan dan tidak bergantung pada premis moral yang berubah.

Misalnya, membunuh dan mempertahankan hak-hak istimewa atau milik orang lain adalah demonstrasi dan tindakan yang tidak pantas, apa pun penjelasannya.

b. Etika Tetap Berlaku Meskipun Tanpa Disaksikan oleh Orang Lain

Pada umumnya, etika tetap dalam kenyataan terlepas dari apakah itu tidak terlihat oleh siapa pun. Itu karena etika terkait dengan suara hati dan standar kehidupan manusia yang baik.

Misalnya, dengan asumsi ada seseorang yang mengambil meskipun tidak diketahui orang lain, itu masih demonstrasi yang mengabaikan etika dan standar yang relevan. Sehingga kalau dilihat-lihat, arwah sang singular akan mengerikan, meski tidak terjebak oleh aparat penegak hukum.

c. Etika Berhubungan dengan Cara Pandang Batin Manusia

Etika, lebih tepatnya metode sudut pandang internal yang berhubungan dengan hebat dan buruknya suatu kegiatan yang dilakukan oleh orang atau orang.

Umumnya, setiap orang diperlihatkan hal-hal berbeda yang seharusnya dan tidak mungkin. Kemudian, pada saat itu, selangkah demi selangkah orang akan mengetahui hal-hal besar dan mengerikan sehingga mereka akan dibingkai dan ditanamkan dalam jiwa mereka. Ini jelas akan mendorong diskusi pada orang-orang untuk melakukan hal-hal yang mengerikan atau berbahaya.

d. Etika Berhubungan dengan Perbuatan, Perilaku, dan Tingkah Laku Manusia

Etika terkait erat dengan perilaku, aktivitas, dan perilaku seseorang. Dengan begitu, pada umumnya etika akan terbentuk secara normal karena tingkah laku, aktivitas, dan tingkah laku orang tersebut.

Perilaku dan aktivitas yang buruk dianggap sebagai etika yang buruk, sedangkan perilaku dan aktivitas yang pantas dianggap sebagai etika yang hebat juga. Faktanya adalah, semua hal dipertimbangkan, etika terkait erat dengan perilaku dan kegiatan yang dilakukan oleh singular itu sendiri.

2. Macam-Macam Etika

Berikutnya adalah percakapan tentang jenis etika apa yang bergantung pada jenis, derajat, iklim, dan sumbernya. Simak penjelasannya di bawah ini.

a. Etika Berdasarkan Jenisnya

Menurut jenisnya, ada dua jenis-jenis etika di antaranya etika normatif dan etika deskriptif. Berikut penjabarannya secara singkat.

1) Etika Normatif

Etika normatif adalah sejenis etika yang mencoba memutuskan dan memutuskan berbagai praktik, kegiatan, perspektif ideal yang harus dimiliki setiap individu dalam hidup ini.

2) Etika Deskriptif

Etika deskriptif adalah sejenis etika yang mencoba melihat perilaku dan mentalitas individu, seperti hal yang dicari orang dalam hidup ini untuk hal-hal yang memiliki harga diri.

b. Etika Berdasarkan Cakupannya

Menurut cakupannya, ada dua jenis-jenis etika, yaitu etika khusus dan etika umum. Berikut penjabarannya secara singkat.

1) Etika Khusus

Etika khusus adalah sejenis etika yang merupakan pelaksanaan standar moral atau standardalam keberadaan orang secara khusus.

2) Etika Umum

Etika umum adalah semacam etika yang mengatur keadaan dan kondisi penting mengenai perilaku individu dan kegiatan moral.

c. Etika Berdasarkan Lingkungannya

Dilihat dari iklim, ada dua macam etika, khususnya etika individu dan etika sosial. Berikut adalah gambaran singkatnya.

1) Etika Individual

Etika individual adalah etika yang berkaitan dengan perspektif dan komitmen orang terhadap dirinya sendiri.

2) Etika Sosial

Etika sosial adalah sejenis etika yang berkaitan dengan mentalitas dan komitmen, sama seperti perilaku seseorang sebagai individu.

d. Etika Berdasarkan Sumbernya

Menurut sumbernya, ada dua macam etika, di antaranya etika religius dan etika filosofis. Berikut penggambaran di bawahnya.

1) Etika Teologis

Etika teologis adalah sejenis etika yang terkait dengan agama seperti halnya keyakinan individu, dengan praktis tidak ada batasan pada agama tertentu. Ada dua hal yang harus ditonjolkan dalam etika teologis ini.

Pertama-tama, etika teologis tidak dibatasi oleh satu agama, itu adalah akibat langsung dari sejumlah besar agama di dunia ini. Pada dasarnya, setiap agama harus memiliki etika filosofisnya sendiri yang unik dan eksplisit.

Kedua, etika ini merupakan augmentasi dari etika umum yang telah dieksekusi dan diketahui kebanyakan orang. Etika umum ini pada umumnya akan luas dan beragam dengan bagian-bagian yang tidak terbatas. Sehingga secara tidak langsung,

seseorang memahami etika teologis dengan mengetahui dan melihat tambahan dari etika umum, serta sebaliknya.

2) Etika Filosofis

Etika filosofis adalah sejenis etika yang dibawa ke dunia dari latihan berpikir atau berfilsafat yang dilakukan oleh orang-orang dan dikenang untuk segmen filosofis (mengingat filsafat).

Filsafat sebagai bidang ilmu yang salah satunya berkonsentrasi pada jiwa manusia. The etika filosofis dipisahkan menjadi dua kualitas, khususnya eksperimental dan non-empiris.

Observasional adalah semacam filsafat yang terkait erat dengan sesuatu yang asli, substansial, atau konkret. Misalnya, jika seorang tunggal mengambil salah satu bidang filsafat yang sah, ia akan berbicara tentang hukum

Kemudian, pada saat itu, non-empiris adalah bagian yang mencoba melampaui sesuatu yang asli, substansial, atau konkret sebelumnya. Sifat yang tidak pasti ini pada umumnya akan mendapatkan beberapa informasi tentang manifestasi substansial yang menyebabkannya.

3. Fungsi Etika

Tentu etika memiliki beberapa fungsi, yaitu:

- a. Sebagai tempat untuk mendapatkan perspektif atau sudut pandang dasar mengelola etika yang membingungkan.
- b. Untuk pandangan atau arah moral ini, penting untuk mengambil sikap yang masuk akal dalam keadaan dan keadaan budaya pluralistik (pluralisme).
- c. Menunjukkan keahlian kearifan yang handal, khususnya kemampuan untuk bersaing secara mendasar dan wajar.

- d. Berfungsi sebagai pembeda yang dapat diubah dan tidak dapat diubah.
- e. Berfungsi mengeksplorasi pertentangan atau masalah hingga ke dasar-dasarnya.
- f. Berfungsi untuk membantu konsistensi.
- g. Berfungsi untuk menentukan bentrokan, baik pertentangan moral maupun perjuangan sosial lainnya, dengan jenis pemikiran yang tepat dan mendasar.

4. Manfaat Etika

Etika sebagai sesuatu yang dibawa sejak lahir pada orang, jelas, memiliki beberapa manfaat dalam aktivitas ramah dan publik. Gambar berikut akan sejenak menggambarkan manfaat dari etika dalam aktivitas publik.

a. Etika Bermanfaat sebagai Penghubung Antarnilai

Etika dapat dianggap sebagai perancah antara satu nilai dengan nilai lainnya. Misalnya, pentingnya budaya dan kualitas yang ketat, dengan hadirnya etika, kedua hal ini akan berubah menjadi kecenderungan yang terikat bersama secara intrinsik di arena publik, tanpa ada pihak yang merasa terhalang.

Dengan begitu, ini menunjukkan bahwa etika seharusnya dilengkapi untuk menjadi perancah di antara kualitas-kualitas yang ketat dan sosial. Dalam buku *Fungsional Etika* oleh Romo Al. Budyapranata, Humas mengklarifikasi tentang nilai etika mengingat sepuluh titah Tuhan yang ada.

b. Etika Bermanfaat sebagai Pembeda Antara yang Baik dan Buruk

Etika yang telah ditambahkan ke bentuk tunggal akan terus membuat bentuk tunggal mengetahui dan memahami sepenuhnya hal-hal atau hal-hal di sekitarnya. Kesepakatan yang disinggung di atas

adalah sesuatu yang dipandang hebat dan mengerikan.

Dengan asumsi individu dapat memisahkan yang hebat dari yang mengerikan dan melakukan semua 'hal' sesuai standar atau aturan yang relevan, etika akan menjadi ajudan di mana individu itu dapat menerapkan 'sesuatu' itu.

- c. Etika Bermanfaat untuk Menjadikan Individu Memiliki Sikap Kritis

Etika yang sudah cukup lama ditanamkan dalam bentuk tunggal membuatnya lebih mendasar dalam mengelola suatu kondisi dan keadaan. Orang tersebut tidak hanya menyerah pada keadaan, tetapi juga memikirkan cara atau pengaturan yang tepat.

Etika akan membuat orang menjadi orang yang tidak mudah terpengaruh karena tentu saja mereka akan memikirkan perasaan dengan renungannya. Menariknya, orang tidak akan menyelesaikan sesuatu secara mandiri atau sembrono.

- d. Etika Bermanfaat sebagai Suatu Pendirian dalam Diri
Etika dapat digunakan sebagai pembantu dalam bertindak atau dalam mencapai sesuatu. Orang yang benar-benar memahami etika akan bertindak positif sesuai dengan standar yang relevan, tanpa merasa terkekang. Bisa dikatakan bahwa ini akan mempengaruhi posisi singular pada pemahaman etika yang ada di arena publik.
- e. Etika Bermanfaat untuk Membuat Sesuatu Sesuai dengan Peraturan

Etika akan membuat orang memperlakukan orang lain sesuai level mereka. Artinya, singular akan ditolak oleh beberapa orang yang tidak dapat diterima yang dilakukannya. Dengan asumsi dia melakukan sedikit kesalahan, disiplin yang diberikan akan ringan. Kemudian lagi, dengan asumsi dia melakukan kesalahan yang signifikan hingga mematikan, disiplin yang diberikan kepadanya secara umum akan serius.

Oleh karena itu, penting untuk memiliki pilihan untuk menyesuaikan diri dengan iklim saat ini. Salah satu modelnya adalah, untuk membangun iklim hidup yang bersahabat, Anda harus memiliki pilihan untuk bergaul dengan tetangga. Dalam buku *Etika Neighbors* karya Hetti Restianti, akan dijelaskan betapa pentingnya etika dalam menjadi tetangga.

f. Etika sebagai Bentuk Mengorbankan Sedikit Kebebasan dalam Dirinya

Pedoman-pedoman yang ada dalam seperangkat aturan yang sudah umum disepakati akan membuat orang tidak layak untuk menindaklanjutinya sendiri. Semua aturan yang disepakati harus dipatuhi dan tidak boleh disalahgunakan. Karena, dalam hal individu menyalahgunakannya, jelas dia akan dikenakan sanksi sesuai pedoman yang bersangkutan.

g. Etika Dapat Membantu dalam Menentukan Pendapat

Dalam sebuah percakapan percakapan, jelas ada etika dalam mengkomunikasikan pikiran atau perasaan. Dengan begitu, orang-orang telah setuju untuk menghormati setiap individu yang perlu menawarkan sudut pandang mereka.

Bagaimanapun, jaminan pengaturan harus didasarkan pada pengaturan bersama. Jika penilaian, argumentasi, atau proposisi tidak dapat diakui oleh orang banyak dalam diskusi, orang yang membuat proposisi harus berpikiran terbuka.

5. Defenisi Etika Bisnis

Dalam menyelesaikan bisnis bersama dengan mitra, organisasi harus menjamin bahwa hubungan di antara mereka selalu baik. Jawaban untuk masalah ini adalah dengan menerapkan pedoman etika berbisnis di perusahaan.

Etika bisnis terkait dengan standar pengarahan bagi suatu organisasi dalam memutuskan. Dengan menjaga hubungan baik antara organisasi dan mitra melalui pelaksanaan pedoman etika, potensi usaha untuk dibuat juga semakin terjamin.

6. Defenisi Teori Etika Bisnis Menurut para Ahli

Untuk lebih memahami pentingnya etika bisnis secara lebih mendalam, kita dapat melewati beberapa definisi yang dikemukakan oleh para ahli, yaitu:

a. Yosephus

Etika berbisnis adalah pemanfaatan etika di bidang keuangan, khususnya bisnis bisnis.

b. Muslich

Menurut dia, etika yang ada di ranah bisnis adalah informasi individu tentang cara terbaik untuk mengawasi bisni berdasarkan standar moral umum.

c. Hill And Jones

Etika dalam bisnis adalah pengaturan bagi setiap pionir sebagai pemikiran untuk menetapkan pilihan yang strategis dan dalam pandangan etika.

d. Velasquez (2005)

Menyatakan bahwa etika bisnis adalah penyelidikan khusus tentang baik dan buruk dan berfokus pada prinsip-prinsip moral sebagaimana diterapkan dalam pengaturan, pendirian, dan perilaku bisnis;

e. Bertens (2013)

Menyatakan bahwa etika bisnis adalah gagasan atau refleksi yang menentukan atas kualitas mendalamdalam latihan moneter dan bisnis;

f. Lereng Dan Jones (1998)

Menyatakan bahwa etika bisnis adalah instruksi untuk mengenali baik dan buruk untuk memberikan wawancara kepada setiap kepala organisasi ketika mempertimbangkan untuk memutuskan pilihan yang terkait dengan masalah moral yang kompleks;

g. Steade Et.Al (1984)

Menyatakan bahwa etika bisnis adalah standar etika yang berhubungan dengan alasan dan cara menentukan pilihan bisnis;

h. Budi Untung (2012)

Menyatakan bahwa etika bisnis adalah informasi tentang teknik terbaik untuk mengarahkan dan mengawasi bisnis yang berfokus pada standar dan kualitas mendalam yang berlaku di sekitar dan secara moneter atau sosial;

i. Irham Fahmi (2013)

Menyatakan bahwa etika bisnis adalah memutuskan bahwa ciri seorang bisnis dapat bertindak dan tidak dapat bertindak, di mana pedoman ini dapat diperoleh dari standar yang disusun atau dari prinsip-prinsip tidak tertulis. Juga jika bisnis menyalahgunakan pedoman ini, persetujuan akan diakui, di mana otorisasi dapat bersifat langsung atau berputar-putar.

7. Teori Etika Bisnis

Secara umum, teori ini memang berbicara tentang bagaimana perilaku berbisnis yang baik dan sesuai dengan norma. Namun, ada empat teori besar yang juga dipelajari dalam TEORI tersebut. Baca selengkapnya tentang penjelasan empat teori etika dalam bisnis berikut ini.

a. Teori keutamaan

Teori pertama adalah tentang keutamaan melihat bagaimana seseorang bertindak. Perilaku atau sikap yang dapat diterima seseorang akan membuat orang dan karakter yang layak secara etis juga.

b. Teori Hak

Seperti percakapan etika sebagai aturan, teori hak membahas sesuatu yang pantas dan harus diperoleh seseorang. Jadi jika dilihat dari sudut pandang bisnis, semua pilihan yang diambil oleh

organisasi tidak boleh menyalahgunakan hak seseorang.

c. Teori Deontology

Teori deontologi di etika bisnis menggarisbawahi komitmen individu untuk bertindak sesuai kewajiban yang diberikan. Misalkan Anda bekerja di sebuah organisasi dan dipercayakan untuk mengurus barang-barang pemasaran, maka, pada saat itu, menurut teori deontologi di etika bisnis, Anda harus melakukan pekerjaan dengan efektif.

d. Teori Teleology

Kata teleologi berasal dari bahasa Yunani "Telos" dan itu berarti objektif atau akhir. Teori ini menganggap moral bisnis sebagai orang-orang yang mencari cara untuk membuat keseimbangan yang layak hingga tujuan terakhir. Jadi secara keseluruhan, teori ini mendasarkan gagasan tentang kebaikan.

8. Prinsip Etika Bisnis

Selain empat teori besar tersebut, adapun prinsip etika yang harus dijalankan selama penerapannya. Populix telah merangkum sejumlah prinsip utama dalam poin berikut ini.

a. Otonomi

Seperti yang kita tahu, Kemampuan seorang pelaku bisnis dalam mengambil keputusan haruslah baik. Prinsip otonomi memandang hal tersebut sebagai wewenang perusahaan sepenuhnya. Sehingga, visi dan misi yang disusun membawa dampak baik pada kesejahteraan karyawan dan stakeholder perusahaan.

b. Equilibrium

Sebanding dengan independensi pelaku bisnis, semua pilihan yang diambil juga harus disesuaikan. Dengan demikian, organisasi tidak boleh sepihak dalam memilih sesuatu. Misalnya, pemberian upah

sesuai dengan kesepakatan dan komitmen kerja karyawan.

c. Free Will (Kehendak bebas)

Pilihan yang dimaksud adalah pintu terbuka normal yang dapat diperoleh orang. Semua penghibur bisnis memiliki bagian yang sama sesuai kapasitas mereka yang sebenarnya, tidak boleh ada batasan hanya untuk kepentingan satu pertemuan.

d. Responsibility

Sebelumnya, hipotesis deontologi dalam etika berbisnis juga berbicara tentang kewajiban penghibur usaha. Maka selain menoleransi kebebasan berpikir, segala perbuatan atau kegiatan yang dilakukan harus dapat dipertanggungjawabkan.

e. Honesty

Dalam domain bisnis, keterusterangan dan keaslian juga harus diterapkan dalam perilaku. Sebuah model adalah ketika ketika melakukan transaksi barang dan pertukaran pembelian, maka, pada saat itu, metodologi yang diselesaikan harus menyetujui pedoman terkait di organisasi. Tidak hanya itu, model lain adalah detail keuangan yang juga harus didasarkan pada keterusterangan.

9. Contoh Kasus Etika Bisnis

Untuk menjaga agar bisnis Anda berjalan dengan baik, jelas menerapkan aturan etika bisnis sangat penting untuk dilakukan. Karena kecenderungan kecil ini dapat menjadi pekerjaan untuk menghindari tangkapan artikel dalam melakukan usaha. Secara garis besar, berikut adalah beberapa contoh kasus pelanggaran etika bisnis di perusahaan.

a. Pelanggaran dalam Etika Berbisnis Lembaga Pers

Contoh etika bisnis yang sering kita alami adalah pay off dan debasement. Salah satunya adalah kasus pay off antara otoritas dan penulis. Tidak jarang

otoritas menawarkan insentif kepada penulis untuk menyembunyikan kemarahan.

Pelanggaran tidak sesuai dengan lima standar, terutama keaslian dan kewajiban. Terlebih lagi, Pasal 6 dari Kumpulan Prinsip Editorial juga menetapkan bahwa kolumnis Indonesia tidak boleh menyalahgunakan panggilan mereka dan mengambil uang tutup mulut.

Semua hal dipertimbangkan, seorang penulis berada di bawah lembaga pers, jadi ini bisa menjadi ilustrasi kasus pelanggaran untuk etika bisnis di perusahaan.

b. Pelanggaran dalam Etika Berbisnis Perusahaan Barang

Model terdekat yang bisa kita temukan adalah situasi penyimpanan kerudung yang terjadi menjelang dimulainya pandemi virus corona. Banyak toko di e-commerce dengan sengaja membeli banyak maskers untuk dipesan dan ditukar dengan keuntungan tinggi.

Ini adalah demonstrasi keunggulan utama toko karena efektif dalam menjual barang dengan keuntungan produktif. Kasus ini bisa menjadi pelanggaran karena tidak sesuai dengan pedoman kerukunan dalam sebuah bisnis.

10. Faktor yang Mempengaruhi Etika Bisnis

Melihat banyaknya pelanggaran etika yang terjadi antara organisasi dengan mitra, menimbulkan kecurigaan bahwa ada hal-hal yang mempengaruhi etika bisnis, berikut beberapa di antaranya:

- a. Pressure yang didapat karena persaingan competitor
- b. Kondisi ekonomi
- c. Kesalahan operasional
- d. Pengetahuan individu akan etika
- e. *Demand* pasar yang tidak sesuai dengan kemampuan perusahaan

B. PRINSIP-PRINSIP ETIKA

Ada enam prinsip yang merupakan dasar penting dari etika, khususnya prinsip keunggulan, prinsip korespondensi, prinsip kebaikan, prinsip ekuitas, prinsip-prinsip.

Di bawahnya akan dijelaskan masing-masing prinsip-prinsip etika :

1. Prinsip Keindahan

Dasarkan semuanya dengan senang hati terhadap keindahan dengan menunjukkan sesuatu yang luar biasa dalam perilakunya. Model: dalam berpakaian, berpenampilan, tata ruang ruangan, dan lain sebagainya

2. Prinsip Persamaan

Persamaan tentang kebebasan di antara orang-orang, ras persamaan, sama seperti persamaan di berbagai bidang.

3. Prinsip Kebaikan

Tingkah laku individu adalah konsisten bertindak dalam bekerja sama dengan iklim, menjaga kualitas manusia seperti menghormati, simpati, dan membantu orang lain.

4. Prinsip Keadilan

Prinsip yang mendasari seseorang untuk bertindak adil dan tidak mengambil sesuatu yang seharusnya menjadi hak orang lain.

5. Prinsip Kebebasan

Kebebasan setiap individu memiliki hak istimewa untuk melakukan sesuatu sesuai keinginannya sendiri selama tidak merugikan atau mengganggu kebebasan orang lain dan harus diikuti dengan tanggung jawab. Oleh karena itu, peluang individu dicirikan sebagai:

- a. Kemampuan untuk mencapai sesuatu atau membuat keputusan.
- b. Kemampuan yang memungkinkan orang melakukan keputusan mereka.

c. Kemampuan untuk memikul tanggung jawab atas aktivitas mereka.

6. Prinsip Kebenaran

Prinsip yang dapat didemonstrasikan dan ditampilkan agar realitas dapat diterima oleh masyarakat dan masyarakat serta koheren/objektif. Realitas harus didemonstrasikan dan ditampilkan agar realitas dapat diterima oleh masyarakat dan masyarakat. Hanya satu dari setiap kebenaran ganjil yang dapat diakui sebagai kenyataan jika tidak dapat dibuktikan.

Prinsip-prinsip yang telah digambarkan di atas merupakan hal mendasar yang esensial dalam menciptakan nilai-nilai etika atau seperangkat prinsip yang melingkupi dalam hubungan antara manusia, rakyat dengan masyarakat, dengan pemerintah, dll. masyarakat, organisasi, kantor pemerintah, dan karyawan harus benar-benar memiliki pilihan untuk memastikan produksi keunggulan, keseimbangan, kebaikan, kesetaraan, peluang, dan kebenaran bagi semua orang.

C. TANGGUNG JAWAB SOSIAL

Berdasarkan KBBI atau yang biasa disebut dengan Kamus Besar Bahasa Indonesia, tanggung jawab adalah kondisi di mana setiap individu memiliki komitmen untuk menanggung semuanya sendirian.

Selain didasarkan pada KBBI, dalam arti sebenarnya tanggung jawab adalah suatu kondisi di mana seseorang harus menanggung sendiri sesuatu meskipun ia dituduh sebagai penerima beban yang dibawa oleh berbagai perkumpulan.

Sebagai aturan umum, pemikiran tanggung jawab adalah kesadaran individu akan demonstrasi atau perilaku yang sengaja dilakukan meskipun dia tidak sengaja memperlakukannya. Anda dapat melakukan Tanggung jawab dalam kondisi di mana seseorang sadar. Jika

seseorang memiliki sifat tanggung jawab, ia disebut sebagai orang yang memiliki kesungguhan dan kepedulian yang tinggi.

Bagaimanapun, dengan asumsi bahwa individu kehilangan atribut tanggung jawab, akan ada satu pihak lagi untuk mendorong tanggung jawab. Dengan ini, tanggung jawab harus terlihat dari dua sisi, khususnya arisan berlebihan yang telah dibuat atau dibingkai di samping kepentingan arisan yang berbeda.

1. Defenisi Tanggung Jawab Menurut Para Ahli

Jadi, Anda tahu apa itu tanggung jawab, Anda juga dapat merujuk pada pemikiran tertentu dari para ahli tentang tanggung jawab. Berikutnya adalah pemahaman tanggung jawab menurut para ahli yang ingin Anda ketahui.

a. Friedrich August von Hayek

Sesuai Friedrich August von Hayek, ia mengemukakan kemungkinan bahwa istilah tanggung jawab pada umumnya digunakan untuk mencakup tanggung jawab itu sendiri. Sementara itu, tanggung jawab dan kesempatan adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Karena seorang individu yang dapat tanggung jawab untuk aktivitasnya dan dapat melegitimasi aktivitasnya dan dapat melegitimasi aktivitasnya dan dapat bertindak secara terbuka atau tanpa ketegangan dari pertemuan yang berbeda.

b. George Bernard Shaw

Sementara itu, pemikiran yang dikemukakan oleh George Bernard Shaw sehubungan dengan tanggung jawab adalah setiap individu yang dapat melatih semua wawasan dan energinya dalam aktivitas yang kuat, dan membantu dengan asumsi seseorang berkewajiban untuk menanggung setiap hasil dari apa yang dia lakukan. melakukan. Keduanya bisa memberikan keuntungan padanya atau malah membuat dia nakal.

2. Ciri-Ciri Tanggung Jawab

Terdapat beberapa ciri-ciri dari seseorang yang bertanggung jawab. Apa sajakah sikapnya, Berikut dibawah ini adalah ciri-ciri dari seseorang yang bertanggung jawab.

- a. Tentukan cara yang benar
- b. Terus memacu diri sendiri
- c. Terus hargai dirimu sendiri
- d. Tetap waspada
- e. Memiliki jaminan atas tugas
- f. Lakukan tugas seperti yang ditunjukkan oleh norma-norma besar
- g. Simpan setiap jaminannya
- h. Berani menanggung setiap bahaya yang dilakukannya.

3. Jenis-Jenis Tanggung Jawab beserta Contohnya

Tanggung jawab memiliki pemahaman yang berbeda tentang tanggung bersama model dari beberapa di sekitar salah satu properti, khususnya tanggung jawab beserta contohnya:

a. Tanggung Jawab pada Diri Sendiri

Tanggung jawab terdiri dari tanggung jawab untuk diri sendiri, hanya diri sendiri yang memahami pentingnya dan pencapaian yang ingin Anda lakukan. Untuk menyelesaikan tanggung jawab yang Anda miliki pada diri Anda sendiri.

Salah satu ilustrasi tanggung jawab pada diri sendiri adalah memiliki pilihan untuk pindah sekolah sesuai jadwal dan memiliki IPK sesuai keinginan. Kemudian, pada saat itu, Anda diwajibkan untuk fokus dengan waktu yang Anda miliki.

Anda harus tahu kapan waktunya untuk bermain dan belajar. Anda ingin menyadarinya agar Anda dapat mencapai keinginan Anda dan memiliki pilihan untuk merenungkan waktu yang Anda miliki.

Jadi wajib untuk melakukannya tanpa bantuan orang lain karena Anda tidak memiliki jiwa untuk belajar. Yang terjadi adalah IPK sekolah anda tidak akan maksimal atau kurang memuaskan.

b. Tanggung Jawab pada Keluarga

tanggung jawab juga merupakan tanggung jawab yang harus dipenuhi seseorang untuk keluarganya. Tanggung jawab tidak hanya tulang belakang, tetapi juga dapat menyerupai tanggung jawab sebagai anak untuk menyelesaikan pelatihan dan melakukan yang benar oleh wali.

Salah satu ilustrasi tanggung jawab kepada keluarga adalah sebagai seorang anak wajib menghormati wali karena itu penting untuk komitmennya. Jadi seorang anak harus memiliki pilihan untuk mengatakan tanggung jawab kepada wali dengan menghargai dan menghormati mereka.

c. Tanggung Jawab kepada Masyarakat

Sebagai bantuan individu dari orang lain, tentu saja, Anda memiliki tanggung jawab yang harus dipenuhi oleh masyarakat dalam iklim tempat Anda tinggal sekarang.

Salah satu ilustrasi tanggung jawab to masyarakat adalah melakukan administrasi wilayah karena lesu. Kemudian, pada saat itu, dia akan mendapat teguran dari kepala kota atau penghuni lingkungan, karena administrasi wilayah adalah tanggung jawab terhadap semua individu dari masyarakat.

d. Tanggung Jawab kepada Tuhan

Mengingat Pancasila dalam statuta pokok, khususnya Tuhan Yang Maha Esa, maka pada saat itu, kamu adalah binatang yang dibuat oleh Tuhan dengan memiliki tanggung jawab kepada tuhanmu.

Salah satu ilustrasi tanggung jawab kepada Tuhan adalah bahwa setiap individu yang ketat berkewajiban untuk mematuhi komitmen khusus mereka sebagaimana diatur oleh agama mereka. Cinta, namun seseorang juga harus baik hati dan memilikisikap ketanggihan kepada semua orang.

e. Tanggung Jawab kepada Bangsa dan Negara

Selain menjadi seorang warga negara yang menghuni di sebuah negara bersama para pemimpin dengan aturan yang telah ditetapkan negara. Maka kamu mempunyai tanggung jawab kepada bangsa dan negara sebagai seorang warga negara yang baik.

Salah satu ilustrasi tanggung jawab untuk bangsa dan negara adalah dengan menjaga persatuan dan solidaritas dan mencintai negara atau bangsa itu sendiri. Anda dapat mewujudkannya dengan memperkenalkan prestasi yang dapat dilakukan dengan benar oleh negara.

Selain itu, Anda juga dapat melakukannya dengan menjaga dan memujanya, warisan negara dilimpahkan tanggung jawab menjadi anggota masyarakat yang produktif.

4. Langkah Guna Membangun Rasa Tanggung Jawab

Dengan bertambahnya usia, tanggung Anda juga akan meningkat. Sebelumnya, saya memiliki kesempatan dan kemauan untuk berpikir menabung untuk membeli pulsa atau hal lain, saat ini Anda harus pandai mengatur uang agar Anda tetap bisa mendapatkannya. Jadi kami dapat memahami masa depan Anda yang indah. Berikut ini adalah beberapa cara meringkai rasa tanggung jawab.

a. Menghentikan Kebiasaan Mengeluh

Hentikan kecenderungan untuk menggerutu dan mengeluh tentang sesuatu. Kecenderungan ini dapat mempengaruhi perkembangan sesuatu yang negatif dalam jiwa.

Dengan pertimbangan negatif, Anda akan melihat sesuatu menurut sudut pandang negatif. Itulah sebabnya Anda sebenarnya harus terbiasa dengan keluhan dan gerutuan mulai sekarang hingga masa yang akan datang. Jika Anda melakukan sesuatu yang salah, Anda merengek, tetapi juga menunjukkan apayang harus dilakukan.

b. Tidak Perlu Banyak Alasan

Selain menghilangkan kecenderungan untuk merengek, Anda juga harus membuang kecenderungan untuk merasionalisasi. Pada titik ketika Anda melakukan kesalahan, itu adalah titik di mana Anda benar-benar ingin membiarkannya diketahui dan mendapatkan keuntungan dari kesalahan yang telah Anda buat. Kesalahan adalah sesuatu yang khas, karena jelas semua orang telah melakukannya, dan bahkan pada saat-saat tertentu kesalahan ini juga harus terjadi pada Anda sehingga Anda dapat melihat bagaimana seharusnya lebih benar daripada salah untuk melakukannya. Rasionalisasi atau menuduh seseorang akan membuat Anda mudah menyerah dan tidak memiliki tanggung jawab. Jadi jangan menjaminkan semuanya kepada orang lain jika Anda tidak bisa melakukannya dengan baik dan benar.

c. Jangan Menunda-Nunda Pekerjaan

Waktu senggang yang Anda gunakan untuk bermain ponsel atau mengerjakan sesuatu yang tidak jelas, sebenarnya bisa Anda lakukan dengan segala hal yang positif. Anda dapat membaca laporan, menyelesaikan suatu pekerjaan meskipun waktu cutoffmasih lebih lama atau berolahraga. Anda juga dapat menggunakan energi yang tersedia untuk membersihkan kamar Anda yang kacau, sehingga Anda dapat memiliki iklim lain yang pasti dapat menjernihkan atau menenangkan jiwa Anda.

Ragu-ragu tugas kemudian, pada saat itu, juga berarti itu akan menunda kemakmuran Anda. Jadi dengan asumsi Anda memiliki energi cadangan, Anda harus melibatkannya untuk sesuatu yang memiliki manfaat.

d. Menjadi Seorang Konsisten

Lakukan semua latihan Anda setiap hari dengan andal. Dengan asumsi Anda biasanya bangun pukul 6 pagi pada hari-hari non-akhir pekan, maka, pada saat itu, mulailah dari acara liburan juga. Cobalah untuk tidak bermalas-malasan sampai sore hari di kamar Anda karena Anda telah bekerja sepanjang minggu, dan saat-saat harus lesu. Anda dapat mengisi hari bebas Anda dengan mengambil cuti dari keletihan di tempat kerja atau sekolah dengan berolahraga. Tidak hanya bisa menghilangkan rasa lelah, tapi juga bisa menopang tubuh Anda. Hal-hal sederhana dan bermanfaat yang bisa Anda lakukan sebagai anak muda di luar negeri saat berlibur, khususnya dengan menjangkau teman atau keluarga. Untuk membantu Anda menjadi individu yang stabil, Anda dapat membuat jadwal. Dengan memiliki jadwal ini, Anda akan selamanya mengingat bagaimana Anda seharusnya memperlakukan hari.

e. Belajar Mengatur Keuangan secara Sendiri

Uang adalah hal yang penting dalam hidup. Dengan uang Anda dapat menentukan apa yang dapat Anda lakukan dan ke mana Anda pergi. Belajar mengelola keuangan adalah sesuatu yang harus Anda lakukan untuk menjadi orang yang memiliki tanggung jawab. Anda akan memiliki penghasilan secara mingguan atau bulanan. Sisihkan sebagian uang dan lakukan berulang-ulang. Jangan mudah terbujuk dengan sesuatu yang tidak berguna atau tidak berguna, justru dapat mengganggu kelangsungan hidup Anda di akhir bulan. Jadi

belajarlah menabung agar Anda terhindar dari kebiasaan meminjam uang atau berhutang.

5. Akibat Jika Tidak Melakukan Sikap Tanggung Jawab

Bagi anda yang tidak dapat bertanggung jawab atas suatu hal yang telah dibebankan kepada kamu, maka dapat memberikan dampak negatif antara lain :

- a. Dikucilkan oleh warga setempat maupun orang terdekat anda
- b. Tidak akan dihargai orang atas apa saja yang telah anda lakukan
- c. Tidak akan dianggap menjadi bagian dari warga padalingkungan tempat tinggal anda
- d. Menjadi perbincangan oleh warga di lingkungan tempat tinggal anda
- e. Memperoleh banyak teguran ataupun hingga cacian dari masyarakat

Tanggung jawab adalah komitmen yang harus Anda lakukan terhadap apa yang secara khusus dibebankan kepada Anda. Sikap tanggung jawab dapat mempersiapkan Anda untuk berubah menjadi individu yang terkendali dan dapat melihat nilai dalam waktu yang ada.

Gagasan disiplin yang telah dipraktikkan oleh banyak orang adalah bahwa anak-anak harus ditolak dan dibangkitkan, seperti menggunakan kerangka istirahat. Ini mungkin menangani semua lebih cepat, tetapi sebagai aturan umum masalah yang jauh lebih buruk dapat terjadi. Kita tidak perlu menjadi orang tua yang hebat.

6. Manfaat Sikap Tanggung Jawab

Mentalitas tanggung jawab benar-benar memiliki hadiah yang sangat besar selamanya. Karena, mentalitas yang satu ini harus dimiliki oleh semua orang. Bagaimana mungkin kita hidup tanpa rasa tanggung jawab. Padahal hidup itu sendiri adalah tanggung jawab

dari setiap individu. Dimana kita dituntut untuk bertanggung jawab untuk hidup kita sendiri, mencapai sesuatu yang bermanfaat bagi orang lain, dan bertanggung jawab untuk apa yang kita lakukan.

Beberapa mentalitas manfaat tanggung jawab yang akan Anda dapatkan dengan asumsi Anda memiliki disposisi itu.

a. Lebih Dihargai Orang Lain

Dengan memilikinya tanggung jawab maka seseorang akan dihargai oleh masyarakat. Karena dengan memiliki sikap tanggung jawab Anda akan bertanggung jawab terhadap tugas yang telah dia tunjuk dan tidak mengabaikannya. Jadi Anda tidak akan melakukan kesalahan dalam usaha yang telah dialokasikan untuk Anda. Itulah alasan seseorang menganggap Anda.

b. Mempunyai Ketelitian Tinggi

Sebagai aturan umum, seseorang yang memiliki kualitas ini akan memiliki sifat tegak yang tinggi. Karena dia melakukan semuanya dengan hati-hati. Individu yang memiliki mentalitas tanggung jawab umumnya akan merenungkan bahaya dan manfaat untuk apa yang mereka lakukan. Jadi mereka akan lebih berhati-hati dan mempertimbangkan berbagai hal.

c. Akan Lebih Dipercaya Orang Lain

Gagasan tanggung jawab adalah karakteristik yang layak, jadi seseorang yang memiliki sikap itu akan dengan mudah dipercaya oleh orang lain. Baik dari organisasi atau tempat yang berbeda. Keyakinan itu adalah usaha tentang apa yang telah Anda lakukan sebelumnya.

Misalnya, untuk menyambut orang lain untuk berkoordinasi, tentu saja Anda akan memilih individu yang memiliki sikap tanggung jawab. Karena, semua yang mereka lakukan akan sesuai dengan apa yang Anda harapkan. bukan?

d. Mendorong Kesuksesan

Tanggung jawab pasti akan mendapatkan hasil pemenuhan untuk Anda dan orang lain. Karena benar-benar seseorang yang memiliki mentalitas tanggung jawab tidak akan mencapai sesuatu tanpa berpikir. Juga dia tidak akan pernah lari dari masalah sampai dia menangani masalah itu.

Itulah beberapa survei tentang perilaku tanggung jawab dan bagaimana membentuk watak tanggung jawab dalam diri Anda. Sikap ini sangat penting untuk dididik dan ditanamkan dalam diri seseorang sejak awal. Selain berharga untuk diri sendiri, mentalitas tanggung jawab juga dapat bermanfaat untuk masa depan kita. Karena, dengan memiliki watak ini, kita akan semakin mudah dipercaya oleh orang lain.

Tanggung jawab sosial atau kewajiban sosial adalah sistem moral di mana orang atau organisasi mengambil bagian dalam latihan yang akan membantu masyarakat secara keseluruhan.

Dengan asumsi suatu organisasi atau individu berpikir untuk melakukan suatu tindakan yang dapat merugikan iklim atau masyarakat, maka pada saat itu tindakan tersebut dianggap melanggar hukum.

Sesuai ide ini, manajer harus menetapkan pilihan yang meningkatkan manfaat serta memastikan kepentingan area lokal dan masyarakat secara keseluruhan.

7. Tanggung Jawab Sosial dan Etika

Etika menyinggung sekelompok aturan moral yang mengawasi perilaku organisasi atau individu. Perusahaan harus memadukan etika ke dalam aktivitas sehari-hari mereka, terutama pilihan yang memengaruhi orang lain atau iklim.

Kode tanggung jawab sosial dan perilaku moral harus diterapkan di dalam organisasi sama seperti saat berhubungan dengan orang lain di luar organisasi.

Selama organisasi mempertahankan prinsip-prinsip etika yang kokoh dan memenuhi kewajiban sosial di dalam organisasi, iklim dan karyawan dipandang setara dengan penekanan pada produktivitas.

Namun, dengan asumsi organisasi mengabaikan norma-norma etika dan membuat langkah-langkah yang tidak dapat dipercaya, campur tangan pemerintah seringkali penting.

8. Keuntungan dari Tanggung Jawab Sosial dalam Bisnis

Ada beberapa manfaat untuk memutuskan untuk melakukan tanggung jawab, misalnya,

a. Memberi perusahaan keunggulan kompetitif

Sebagian besar klien saat ini setuju bahwa kewajiban sosial adalah aturan utama saat memilih organisasi untuk berbelanja atau berbelanja. Menjadi perusahaan bertanggung jawab sosial juga merupakan pesan yang dapat Anda gunakan dalam penempatan gambar dan pemasaran.

b. Menarik kandidat yang kuat dan meningkatkan retensi

Pencapaian organisasi Anda sangat dipengaruhi oleh individu yang bekerja untuk Anda. Dengan asumsi bahwa Anda andal memberikan budaya kewajiban sosial tentang karyawan Anda, dan Anda telah mendapatkan ketenaran karena melakukan hal itu, Anda dapat menarik dan mempertahankan kemampuan terbaik untuk organisasi Anda.

c. Membuat bisnis Anda menarik bagi investor

Investor pada umumnya percaya bahwa kewajiban untuk berubah adalah metode yang luar biasa untuk menempatkan organisasi untuk pencapaian jangka panjang. Meskipun harus ada

latihan yang sulit antara perhatian pada manfaat organisasi dan drive sosial, melakukan hal tersebut secara efektif dapat membuat peluang terbaik bagi perusahaan.

d. Meningkatkan budaya bisnis

Karyawan Anda mungkin akan lebih terbujuk dan memiliki kewajiban yang lebih penting untuk organisasi dengan asumsi bahwa mereka melihat drivesosial diatur. Menyisihkan beberapa menit untuk karyawan untuk membantu drive sosial mereka sendiri juga dapat menciptakan kebanggaan, pengabdian, dan inspirasi di antara rekan-rekan Anda. Ini, dengan demikian, membuat semua orang lebih tertarik dan berguna.

e. Meningkatkan loyalitas dan advokasi pelanggan

Pembeli tertarik pada organisasi yang memiliki kedudukan sebagai penghuni perusahaan yang hebat. Selain itu, dukungan klien adalah cara untuk menarik klien baru. Ketika klien terpercaya Anda berbicara dengan orang-orang yang mereka kenal dengan produk Anda dan menawarkan survei positif, mereka akan mendorong lebih banyak bisnis kepada Anda.

f. Meningkatkan reputasi perusahaan

Jika organisasi Anda terus mengambil bagian dalam drive sosial, itu memberi kesan kepada klien, pendukung keuangan, dan dunia pada umumnya bahwa organisasi Anda cocok secara moneter. Dengan demikian, ini dapat menarik pendukung keuangan dan pendukung keuangan baru.

g. Meningkatkan profitabilitas dan nilai dalam bisnis

Sebagai aturan, perusahaan menemukan bahwa ketika mereka menyajikan teknik yang lebih hemat energi dan mulai menggunakan kembali, mereka benar-benar memotong biaya kerja dan membantu iklim.

Kewajiban sosial juga memperluas keterusterangan dengan peneliti bisnis, investor dan individu dari orang-orang pada umumnya, yang dengan demikian meningkatkan posisi dan nilai perusahaan secara keseluruhan.

9. Kerugian dari Tanggung Jawab Sosial pada Bisnis

Sementara tanggung jawab sosial perusahaan pada umumnya bagus untuk organisasi, ada beberapa kelemahannya. Berikut adalah kerugian mendasar yang perlu dipertimbangkan:

a. Memerlukan uang untuk mengimplementasikannya

Sementara organisasi besar dapat mengeluarkan rencana pengeluaran untuk memenuhi kewajiban sosial kepada organisasi, ini bisa menjadi beban moneter untuk organisasi yang lebih sederhana.

Sementara organisasi kecil dapat menggunakan media sosial untuk menyampaikan pengaturan kewajiban sosial atau dorongan kepada klien dan individu lokal, mengamati saluran ini membutuhkan waktu dan aset.

Ini mungkin memerlukan perusahaan untuk menggunakan karyawan ekstra agar berhasil menangani interaksi, yang bisa sangat sulit bagi usaha kecil.

b. Dampak profitabilitas

Perusahaan memiliki komitmen wali amanat kepada investornya dan dorongan selangit dari tanggung jawab sosial dapat langsung memengaruhi hal ini.

Perdebatan ini bisa sangat sulit bagi manajer, yang mungkin perlu memilih salah satu pilihan atau mengarahkan perhatian itu pada keuntungan perusahaan.

c. *Greenwashing*

Kadang-kadang, drive tanggung jawab sosial telah digunakan sebagai metode untuk mengerjakan gambar perusahaan meskipun tidak ada perubahan nyata yang dibuat. Oleh karena itu, penting untuk mempertimbangkan dorongan kewajiban sosial apa yang akan Anda ambil dan menilai pengaruhnya terhadap organisasi.

10. Contoh Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan

Berikut adalah beberapa contoh dorongan kewajiban sosial perusahaan yang telah dilakukan oleh banyak organisasi di dunia ini:

- a. Pemberian amal dan upaya sukareka: Perusahaan memberikan waktu istirahat kepada karyawan untuk menjadi sukarelawan setiap tahun dan juga menyumbangkan sebagian pendapatan ke organisasi amal.
- b. Perubahan kebijakan perusahaan dalam upaya meningkatkan atau memberi manfaat bagi lingkungan: Perusahaan mengadakan acara penanaman pohon, meminimalkan limbah kertas, beralih ke lampu hemat energi, menyiapkan tempat sampah daur ulang, dan mengizinkan pekerjaan jarak jauh untuk mengurangi dampak negatif lalu lintas komuter.
- c. Meningkatkan kebijakan tenaga kerja dan merangkul perdagangan yang adil: Merek berusaha untuk meningkatkan kondisi kerja dan kesejahteraan karyawan. Mereka memberi orang tua periode cuti berbayar yang signifikan, waktu liburan tanpa batas, pencahayaan yang lebih alami, tempat duduk yang lembut, dan tanaman untuk meningkatkan energi dan moral.

BAB 9

KEWIRAUSAHAAN SECARA GLOBAL

A. TANTANGAN GLOBAL DALAM KEWIRAUSAHAAN

Skema Tantangan Global Sumber Daya Kewirausahaan



1. Tantangan Pengangguran

Pengangguran merupakan isu yang tidak ada habisnya dan merupakan salah satu isu mendasar dalam membangun perekonomian. Berdasarkan informasi BPS yang baru disampaikan, jumlah pengangguran per Agustus 2009 adalah 13,08% dari total angkatan kerja 113,83 juta orang. Dari jumlah tersebut, pengangguran terinstruksi mulai dari lulusan sekolah naik menjadi 14,89 juta orang dibandingkan dengan 14,09 juta orang pada periode yang sama tahun sebelumnya (Simanjuntak, 2009). Kondisi ini disebabkan oleh sulitnya aksesibilitas posisi terbuka dan kesenjangan antara kebutuhan dunia dan sifat lulusan perguruan tinggi. Dengan cara ini, kewirausahaan menjadi pilihan agar lulusan yang

disampaikan oleh perguruan tinggi dapat menggunakan kapasitasnya dengan membangun tanah usaha mereka sendiri. Dengan cara ini, kewirausahaan mengalahkan pengangguran serta dapat membuat pekerjaan yang dengan demikian dapat mengurangi pengangguran lainnya.

2. Struktur Pengangguran

Model peningkatan keuangan yang menekankan pada perdagangan bertujuan lulusan perguruan tinggi yang tidak memiliki kemampuan yang cukup untuk tidak diinvestasikan dalam angkatan kerja. Dengan ledakan penduduk, beban penduduk juga meningkat. Alumni pendidikan lanjutan dapat tetap berada pada dua jalur, khususnya sebagai aset yang berguna atau bahkan menjadi beban masyarakat. Lulusan yang memiliki kapasitas yang memuaskan dan dapat bersaing dalam bidang usaha akan menjadi aset berguna yang dapat menaungi alam semesta usaha sehingga dapat menambah perekonomian, kemudian lagi lulusan yang tidak memiliki barang yang layak sehingga menjadi pengangguran benar-benar berubah menjadi beban bagi perekonomian.

3. Model Kewirausahaan

Ada implikasi yang berbeda dalam kewirausahaan, yang pada umumnya menggarisbawahi pembuatan asosiasi baru, melakukan campuran baru (latihan), menyelidiki pintu terbuka, menghadapi kerentanan, dan mengumpulkan variabel penciptaan. Schumpeter (1934) mengaitkan wirausaha dengan gagasan pengembangan yang diterapkan sehubungan dengan bisnis dan mengaitkannya dengan campuran aset. Pelakunya dianggap sebagai pelopor yang melakukan perubahan pasar melalui campuran baru. Campuran baru dapat berupa:

- a. Menyajikan barang lain atau dengan kualitas lain,
- b. Menghadirkan teknik kreasi baru,
- c. Buka pasar baru (pasar baru),
- d. Mendapatkan penyebab baru pasokan bahan atau sukucadang baru, atau
- e. Menjalankan asosiasi lain dalam suatu industri. Substansi kewirausahaan adalah kebebasan yang mengingat otonomi untuk berpikir, bertindak, dan mengendalikan apa yang mereka lakukan.

a. Tantangan Tanggung Jawab Sosial

Wirausaha yang mendominasi merasa benar-benar bertanggung jawab atas konsekuensi dari usahanya. Mereka lebih siap untuk mengontrol aset yang mereka miliki dan memanfaatkan aset tersebut untuk mencapai tujuan mereka. Wirausaha yang efektif dalam jangka panjang harus memiliki perasaan tanggung jawab untuk usaha dilakukan. Kemampuan untuk menanggung bahaya, misalnya, bahaya moneter, bahaya khusus kadang-kadang muncul, sehingga wirausaha harus memiliki opsi untuk membatasi bahaya.

b. Tantangan Kemajuan Teknologi

Semangat kewirausahaan dalam pandangan teknologi atau biasa disebut technopreneurship merupakan pilihan lanjutan untuk menjawab tantangan. Cara paling umum untuk mengembangkan unit usaha dan pembuatan menggunakan teknologi dapat menduplikasi hasil seperti halnya pameran unit usaha. Untuk itu, dengan asumsi ada beberapa kemajuan dasar yang mungkin untuk mendorong wirausaha berbasis teknologi ini.

Untuk memulainya, penting untuk melakukan sosialisasi langsung seperti halnya mempersiapkan ke daerah, khususnya para pelaku UMKM di teknologi yang tepat guna dan multiproduk. Salah satunya,

otoritas publik dapat menunjukkan model penggunaan pemborosan ciptaan menjadi produk yang bernilai penawaran. Misalnya pada unit usaha di area industri penanganan makanan, dapat digunakan kascing teknologi yang biasanya dapat menangani limbah alam dengan memanfaatkan cacing untuk mengantarkan pupuk. Teknik ini dapat memberikan pupuk kandang dan cacing hewan secara bersamaan tanpa menggunakan biaya pembuatan yang lebih tinggi. Tahap ini adalah penanaman perspektif teknologis di unit usaha.

Kedua, peningkatan usaha harus dimungkinkan dengan memanfaatkan teknologi dalam organisasi, khususnya dunia maya. Ini dapat memberikan manfaat dalam memperluas sifat item seperti halnya memperluas porsi pasar dari usaha. Untuk situasi ini, upaya dilakukan untuk membuat unit usaha beberapa kali menggunakan teknologi.

c. Tantangan Gaya hidup dan kecenderungannya

wirausaha adalah individu yang dapat melihat dan mengamati pintu terbuka yang menakjubkan, mengumpulkan aset dasar untuk mengeksploitasinya dan membuat langkah yang sesuai untuk menjamin hasil yang baik. Para wirausahas adalah orang-orang yang suka aktivitas, dan sangat energik yang menghadapi tantangan dalam mencari tujuan mereka.

4. Ciri-ciri dan sifat dari wirausaha

- a. Percaya diri: keyakinan, ketidak tergantungan, individualitas, optimisme.
- b. Berorientasikan tugas dan hasil : kebutuhan akan prestasi berorientasi laba, ketekunan dan ketabahan, tekad kerja keras, mempunyai dorongan kuat, dan inisiatif.
- c. Pengambil resiko: kemampuan mengambil resiko, sukapada tantangan.

- d. Kepemimpinan: bertingkah laku sebagai pemimpin dapat bergaul dengan orang lain menanggapi saran-saran dan kritik.
- e. Keorisinilan: inovatif dan kreatif fleksible, punya banyak sumber rerba bisa.
- f. Berorientasi ke masa depan.

a. Falsafah Wirausaha

Pencapaian sebagai wirausaha bergantung pada keinginan Anda untuk fokus pada pekerjaan Anda sendiri. Carilah tujuan yang berhubungan dengan kapasitas dan kemampuan Anda. Jika Anda dengan sungguh-sungguh dan tegas mengejar tujuan-tujuan ini, Anda sebenarnya ingin mencapai hasil yang positif.

b. Wirausaha Sebagai Pribadi

Setiap orang adalah individu yang istimewa, setiap orang memiliki masa lalu yang berbeda, menjalani dalam berbagai situasi kehidupan, memiliki berbagai ikatan dan memiliki berbagai tujuan dalam kehidupan sehari-hari.

c. Menjadi Wirausaha Ditempat Kerja Anda

Berwirausaha adalah cara hidup dan standar tertentu akan mempengaruhi profesi Anda. Jadilah mudah beradaptasi dan inovatif, siap untuk merancang, menghadapi tantangan, memutuskan dan bergerak untuk mencapai tujuan. Anda harus bekerja dalam keadaan pertentangan, perubahan, dan kerentanan. Anda harus fokus pada tujuan panggilan Anda, dan hasil yang ideal harus dikaitkan dengan tujuan yang dapat diukur dan signifikan. Komponen penting dari wirausaha adalah Anda menawarkan sesuatu yang berharga kepada orang lain.

d. Sifat Mental

Wirausaha memiliki sudut pandang yang baik. Mereka adalah orang dewasa yang telah memupuk pendekatan yang baik untuk mengamati pertemuan. Disposisi mental yang ideal terhadap pekerjaan sangat penting bagi parawirausaha yang efektif yang mengambil bagian dalam pekerjaan mereka dan sepenuhnya berkomitmen pada apa yang mereka lakukan. Sikap mental positif mereka mengubah pekerjaan mereka menjadi pekerjaan yang memberi energi, menarik, dan memuaskan.

e. Pentingnya Sikap Positif

Sikap mental positif memudahkan Anda untuk membidik pada latihan dan kesempatan pada hasil yang ingin Anda capai.

f. Kebiasaan dan Sikap

Dengan asumsi Anda memahami bahwa Anda adalah orang yang menyalahkan aktivitas Anda untuk aktivitas Anda, Anda harus mensurvei kecenderungan sesuai dengan tujuan masa depan. Seorang wirausaha sejati adalah individu yang terus berubah dan berkreasi. Memiliki pandangan yang meneguhkan dan pandangan diri yang kuat adalah penting bagi semua wirausaha.

5. Tantangan Etika

Moral adalah penyelidikan baik dan buruk dan keputusan etis yang dibuat individu. Pilihan moral adalah sesuatu yang benar sehubungan dengan perilaku standar. Moral Bisnis menggabungkan hubungan antara organisasi dan individu yang menempatkan uang mereka dalam organisasi, dengan pembeli, perwakilan pemberi pinjaman, pesaing, dll. Individu Bisnis diandalkan untuk bertindak secara moral dalam berbagai aktivitas mereka dimata publik.

Menjaga moral adalah sesuatu yang vital untuk mengamankan kedudukan perusahaan. Masalah moral ini selalu dihadapi oleh manajers dalam latihan sehari-hari bisnis, namun harus selamanya dipertahankan terus-menerus, dengan alasan bahwa kedudukan sebagai organisasi moral tidak dibentuk sementara, namun akan dibingkai dalam jangka panjang. Selanjutnya ini adalah sumber daya penting sebagai altruisme bagi sebuah organisasi.

Dalam membuat bisnis moral ada beberapa hal yang harus dipikirkan, antara lain:

- a. Pengendalian diri
- b. Pengembangan tanggung jawab sosial (social responsibility)
- c. Mempertahankan jati diri dan tidak mudah untuk terombang-ambing oleh pesatnya perkembangan informasi dan teknologi
- d. Menciptakan persaingan yang sehat
- e. Menerapkan TEORI "pembangunan berkelanjutan"
- f. Menghindari sifat 5K (Katabelece, Kongkalikong, Koneksi, Kolusi dan Komisi)
- g. Mampu menyatakan yang benar itu benar
- h. Menumbuhkan sikap saling percaya antara golongan pengusaha kuat dan golongan pengusaha kebawah
- i. Konsekuen dan konsisten dengan aturan main yang telah disepakati bersama
- j. Menumbuhkembangkan kesadaran dan rasa memiliki terhadap apa yang telah disepakati
- k. Perlu adanya sebagian etika bisnis yang dituangkan dalam suatu hukum positif yang berupa peraturan perundang-undangan.

6. Tantangan Keanekaragaman Angkatan Kerja

Secara umum dan singkat tipe kepribadian manusia menurut Psikolog dari Amerika yang terkenal dengan JL Holland dapat dibedakan dengan 6 macam:

a. Tipe Kepribadian Konvensional

Ciri ciri dari kepribadian konvensional adalah berhati-hati, menerima keadaan apa adanya, disengaja, produktif, berhati-hati, tidak dapat ditekuk, penakut, tidak merusak diri sendiri, setia, terkoordinasi, rajin, pragmatis, berhati-hati, perhatian, dan tidak orisinal.

Pekerjaan yang cocok untuk jenis biasa adalah: asisten, sekretaris, perwakilan, administrator PC atau pemegang buku.

b. Tipe Kepribadian Sosial

Ciri-ciri kepribadian konvensional adalah: menyukai individu, menghargai bergaul, ramah, liberal, mendukung, baik, penyayang, menarik, sabar, menyenangkan, dapat diandalkan, cerdik, dan hangat. Pekerjaan yang masuk akal untuk jenis ini adalah: Pendidik, ibu rumah tangga, atau spesialis manajemen.

c. Tipe Kepribadian *Investigative*

Ciri-ciri Kepribadian investigative adalah rasional, analitis, kompleks, selalu ingin tahu, teliti, senang menyendiri, isntrospektif, pemalu, penuh kehati-hatian, tidak terburu-buru, tidak terbawa emosi, dan tidak terlalu disukai orang.

Pekerjaan yang cocok untuk tipe ini: ilmuwan, dokter, penerjemah, surveyor, peneliti, atau dosen.

d. Tipe Kepribadian Artistik

Ciri-ciri Tipe Kepribadian artistik adalah tidak rapi, emosional, impulsive, tiakpraktis, mandiri, instrospektif, imajinatif, orisonal, tidak senang, mengikuti arus, intuitif, peka, terbuka, dan disukai banyak orang. Pekerjaan yang cocok untuk tipe ini adalah: penulis, musisi, jurnalis, seniman, disainer, *actor*, atau kritikus seni.

e. Tipe Kepribadian Realistis

Ciri-ciri kepribadian realistis Mereka mencoba menghindari bologna, umumnya memilih untuk tidak membuat jaminan atau kata-kata, sulit, materialistis, fungsional, menghindari komunikasi sosial, sedikit bergaul, bertindak normal tidak palsu, terus terang, akan lebih sering menerima apa adanya, mudah beradaptasi, ulet, dan berhati-hati. Pekerjaan yang masuk akal untuk jenis ini meliputi: pengemudi, pilot, tukang reparasi, juru masak, atau peternak.

f. Tipe Kepribadian Pengusaha

Ciri-ciri tipe Karakter Pengusaha adalah ulet, agresif, menyenangkan, sombong, berani, kadang-kadang overcompensating, cerewet, tak kenal takut, sangat berharap, dan siap untuk menusuk apa pun. Pekerjaan yang sesuai untuk karakter ini adalah: salesman, chief, manajer, atau business visioner/wirausahawan.

7. Tantangan Pertumbuhan Penduduk

Pertumbuhan penduduk dapat menimbulkan dampak yang sangat luas, apalagi dengan asumsi pembangunan kependudukan terjadi di Indonesia, yang pada umumnya akan membawa akibat yang merugikan, hal ini dikarenakan pembangunan kependudukan yang terjadi tidak diimbangi dengan pembinaan dan kerangka yang memuaskan, maka banyak akibat yang merugikan yang bisa ditimbulkan, terutama yang akan kita kaji adalah pengaruhnya terhadap perekonomian, pertumbuhan penduduk yang cepat tidak diimbangi dengan lowongan pekerjaan yang mudah diakses, menyebabkan pengangguran di mana-mana, apalagi diperparah dengan sentralisasi pekerjaan yang lebih sering terjadi di masyarakat perkotaan yang besar.

8. Tantangan Persaingan Global

Sumberdaya manusia (SDM) adalah salah satu elemen vital dalam persaingan global, khususnya bagaimana membuat SDM berkualitas dengan kemampuan dan intensitas tinggi dalam kontes global yang selama ini kita abaikan. Globalisasi yang sudah pasti dilihat oleh masyarakat Indonesia menuntut kemahiran dan keseriusan dalam ranah usaha. Dalam globalization termasuk hubungan intraregional dan dunia, akan ada kontes antar negara. Menurut World Intensity Report, Indonesia berada di posisi ke-45 atau paling rendah dari sekian banyak negara yang dipertimbangkan, di belakang Singapura (8), Malaysia (34), China (35), Filipina (38), dan Thailand (40).

Dihubungkan dengan kondisi SDM Indonesia, lebih tepatnya lubang antara jumlah lowongan yang dibuka dan angkatan kerja. Jumlah angkatan kerja publik pada tahun pokok darurat moneter (1998) sekitar 92,73 juta orang, sedangkan jumlah lowongan pekerjaan yang ada uniknya sekitar 87,67 juta orang dan ada sekitar 5,06 juta pengangguran terbuka. Angka ini meningkat secara konsisten selama keadaan darurat keuangan yang saat ini berjumlah sekitar 8 juta.

Kedua, tingkat pengajaran angkatan kerja saat ini masih agak rendah. Desain pelatihan tenaga kerja Indonesia masih terbebani dengan pengajaran yang mendasar, yaitu sekitar 63,2%.

Kedua masalah ini menunjukkan bahwa ada kekurangan posisi terbuka dan kualitas angkatan kerja yang rendah secara luas di bidang keuangan yang berbeda.

Dampak ilmu pengetahuan dan inovasi terhadap peningkatan SDM Indonesia, khususnya dalam persaingan global saat ini, mencakup sudut pandang yang berbeda dan mengubah seluruh desain masyarakat.

Sudut pandang yang terpengaruh adalah sebagai berikut:

- a. Efek yang ditimbulkan oleh teknologi pada periode globalization, khususnya data dan korespondensi teknologi, sangat luas. Teknologi ini dapat membunuh batas geografis di tingkat negara dan dunia.
- b. Aspek Ekonomi.

Dengan adanya IPTEK, SDM Indonesia akan bertambah dengan informasi dari teknologi. Dengan kemajuan SDM, tentunya secara tidak langsung akan mempengaruhi peningkatan perekonomian di Indonesia. Tentang pasar global saat ini, tidak terbayangkan bagi negara dengan tingkat SDM yang rendah untuk bersaing, itulah alasan otoritas IPTEK sangat penting untuk mendominasi. Lebih lanjut, jelas bahwa globalization telah menyebabkan perubahan kualitas dalam kehidupan individu saat ini karena dampak negatif dari globalization.

- c. Aspek Sosial Budaya.

Globalization juga membahas hal-hal yang penting bagi keberadaan manusia, termasuk masalah kebebasan umum (HAM), melindungi lingkungan dan hal-hal lain yang menjamin keamanan yang lebih baik, profesional dan individu yang datang di masa depan, karena didukung oleh kemajuan logis dan teknologi. Efek yang muncul adalah karena ikatan adat yang tidak lentur, atau dipandang tidak wajar atau kurang konsisten dan melelahkan. Hasil nyata yang muncul adalah munculnya keanehan-keanehan yang mencengangkan yang muaranya umumnya akan menggerakkan pemikiran patriotisme/patriotisme.

B. KEANEKARAGAMAN ANGKATAN KERJA

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), angkatan kerja adalah penduduk yang usianya masuk dalam kategori usia kerja, termasuk penduduk yang saat ini sudah bekerja maupun penduduk yang sedang dalam proses mencari pekerjaan itu sendiri.

Jika merujuk pada penjelasan di atas, maka semua orang yang sedang dalam masa produktif (usia kerja) akan dikategorikan sebagai angkatan kerja. Kelompok ini termasuk ke dalam semua kondisi, baik itu yang sudah mendapatkan pekerjaan maupun yang masih menganggur dan sedang dalam proses pencarian kerja.

Sedangkan menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Angkatan kerja adalah semua orang yang telah mencapai usia tertentu dan dapat bekerja, termasuk mereka yang sudah bekerja efektif atau sedang mencari pekerjaan yang sebenarnya.

Secara garis besar, kekuasaan adalah sebutan bagi penduduk yang berada dalam usia produktif atau usia kerja. Ini mencakup semua situasi, itu untuk orang-orang yang sekarang dinamis atau mendapatkan pekerjaan baru atau orang-orang yang masih mencari pekerjaan.

Sesuai dengan pengaturan pemerintah Indonesia, orang yang telah memasuki usia produktif adalah orang-orang yang berusia tidak kurang dari 15 tahun sampai dengan 65 tahun. Bagaimanapun, tidak semua penduduk yang memasuki usia tersebut dikenal sebagai angkatan kerja. Hal ini dikarenakan orang-orang yang tidak aktif dalam kegiatan keuangan dikeluarkan dari kelompok kerja, seperti ibu rumah tangga, pelajar, dan pelajar, serta penerima gaji (pensiunan).

Untuk sementara, penduduk yang berada dalam rentang usia produktif, namun tidak bekerja atau memutuskan untuk menganggur akan disebut sebagai bukan angkatan kerja. Silaturahmi ini berguna bagi mereka yang tidak bekerja dan juga tidak memiliki keinginan untuk mencari pekerjaan baru (tidak sedang mencari pekerjaan).

Jenis-jenis Angkatan Kerja

Angkatan kerja atau *labour force* adalah jumlah penduduk dengan usia produktif, yaitu 15-64 tahun yang sedang bekerja maupun mencari pekerjaan. Usia produktif tersebut dapat digolongkan menjadi dua yaitu :

1. Bukan Angkatan Kerja

Bukan angkatan kerja adalah sekelompok penduduk usia produktif yang tidak bersedia bekerja atau belum bekerja. Misal, pelajar dan mahasiswa yang masih bersekolah.

2. Angkatan kerja

Angkatan kerja adalah sekelompok penduduk usia produktif yang sudah mempunyai pekerjaan atau sedang mencari pekerjaan. Artinya sekelompok penduduk ini dalam usia kerja yang siap melakukan pekerjaan, yaitu mereka yang sudah bekerja, mereka yang sedang mencari pekerjaan, mereka yang bersekolah, dan mereka yang mengurus rumah tangga.

Pertumbuhan angkatan kerja dipengaruhi pula oleh struktur penduduk berdasarkan:

- a. Jenis kelamin
- b. Usia penduduk, dan
- c. Tingkat pendidikan.

Semakin tinggi penciptaan penduduk laki-laki di suatu negara, semakin tinggi pula angkatan kerja di negara tersebut. Karena ibu rumah tangga tidak disebut buruh. Sementara itu, usia penduduk mempengaruhi jumlah tenaga kerja di suatu negara. Semakin besar jumlah penduduk dalam usia manfaat, semakin tinggi angkatan kerja. Semakin rendah tingkat pendidikan penduduk suatu negara, maka akan semakin rendah pula angkatan kerjanya, dengan alasan bahwa saat ini tingkat pendidikan merupakan salah satu prasyarat untuk memasuki dunia kerja.

Terlepas dari tingkat pengajaran, ada beberapa tindakan berbeda yang ditetapkan oleh perusahaan atau kantor dalam menoleransi pekerja yang akan datang, misalnya:

1. jenis pendidikan
2. keahlian khusus
3. pengalaman kerja
4. kesehatan, dan
5. sikap dan kejujuran.

Untuk bergabung dengan kerinduan perusahaan atau organisasi yang membuka lowongan dengan pencari kerja, diperlukan sebuah media yang dapat menyatukan mereka. Media ini pada umumnya disebut pasar kerja. Di pasar kerja, data tentang pembukaan kerja akan diperoleh dari beberapa organisasi yang membutuhkan tenaga kerja, seperti posisi yang dapat diakses, spesialisasi, kapabilitas, dan kemampuan yang dibutuhkan. Di Indonesia, kantor atau perusahaan yang berfungsi sebagai pasar kerja adalah Dinas Tenaga Kerja dan pasar kerja.

Jenis-jenis angkatan kerja dilihat dari pekerjaannya, yaitu:

1. Pekerja Penuh

Yang dimaksud dengan tenaga kerja penuh adalah orang-orang yang saat ini memiliki beberapa pekerjaan, dimana jam kerjanya berkisar antara 8-10 jam/hari. Terlebih lagi, pertemuan kerja sehari-hari ini juga bekerja secara konsisten selama seminggu (sesuai pendekatan perusahaan) dan mendapatkan bayaran untuk pekerjaan mereka.

2. Setengah Menganggur

Yang dimaksud dengan angkatan kerja setengah menganggur adalah individu yang memiliki pekerjaan, namun pekerjaan tersebut tidak boleh dilihat dari tingkat efisiensi, waktu kerja atau upah.

Biasanya, perkumpulan ini adalah orang-orang yang tidak memiliki pekerjaan yang sangat tahan lama, seperti bekerja di perusahaan.

3. Pengangguran

Yang dimaksud dengan angkatan kerja pengangguran adalah individu yang berada dalam rentang usia yang berguna, namun tidak memiliki pekerjaan atau sedang memiliki tujuan akhir untuk mencari pekerjaan.

4. Pengumpulan ini dapat segera menjelma menjadi angkatan kerja, dengan asumsi yang bersangkutan telah mendapatkan bidang pekerjaan baru.

Dalam kehidupan sehari-hari, angkatan kerja dan angkatan kerja memainkan bagian dan keuntungan yang sangat signifikan dalam kehidupan sehari-hari. Karena keunggulan angkatan kerja dan pekerjaan dapat dipisahkan menjadi 3 karakteristik, yaitu:

1. Manfaat bagi Diri Sendiri

- a. Dapat menghasilkan pendapatan untuk diri sendiri. Karena, seandainya seseorang dapat bekerja jelas dia akan mendapatkan bayaran dan jelas dia juga dapat memenuhi kebutuhannya baik untuk dirinya maupun untuk keluarganya.
- b. Dapat meningkatkan kapasitas dan kemampuan yang digerakkan oleh seseorang yang membutuhkan pekerjaan. Ini berarti bahwa seseorang dapat memanfaatkan penguasaannya untuk memiliki pilihan untuk bekerja di suatu organisasi.
- c. Tawarkan diri Anda kesempatan untuk terus berkembang. Artinya seseorang yang sudah siap bekerja dalam suatu organisasi, tentunya akan terus berkembang sehingga suatu saat dapat meningkatkan pekerjaannya, yaitu dapat kembali bekerja untuk Perusahaan, atau membuka organisasi dan memberikan pekerjaan kepada orang lain.

- d. Mengurangi tingkat pengangguran saat ini. Karena, seandainya seorang individu dapat menjadi baik untuk dirinya sendiri atau untuk orang lain, secara alami dapat mengurangi tingkat pengangguran, dan akibatnya dapat memperluas tingkat penciptaan baik untuk dirinya sendiri atau untuk organisasi, selain itu juga dapat membangun publik. ekonomi.

2. Manfaat bagi Perusahaan

- a. Berikan kenyamanan pada perusahaan dalam latihan pembuatannya. Hal ini dimaksudkan agar dengan bantuan pekerja, latihan pembuatan perusahaan dapat dilakukan dengan lebih efektif dan dapat diselesaikan dengan lebih cepat.
- b. Dapat memberikan lebih banyak tingkat kreasi. Dimana dengan hadirnya karya, tingkat penciptaan perusahaan ternyata jauh lebih berkembang.
- c. Berikan pintu terbuka untuk perusahaan untuk terus menawarkan dukungan besar dibantu oleh tenaga kerja.
- d. Membantu perusahaan untuk terus berkembang lebih baik. itu menyiratkan bahwa ketika perusahaan mencoba untuk mendorong bisnis-nya, tenaga kerja secara alami akan membantu perusahaan untuk menciptakan bantalan yang unggul juga.

3. Manfaat bagi Negara

- a. Membantu negara dalam mengurangi tingkat pengangguran dan menggarap perekonomian bangsa. Karena, jika ada lebih banyak spesialis, maka pembayaran negara melalui pengeluaran akan meningkat dan dengan penilaian ini dapat membuat kerangka kerja, pendidikan, dan ekonomi publik.
- b. Kenaikan gaji per kapita dan gaji publik. Ini berarti bahwa dengan asumsi spesialis dapat meningkatkan efisiensi mereka, pemanfaatannya secara alami akan meningkat dan dengan penilaian ini, gaji per kapita mereka juga akan meningkat.

- c. Membantu negara dalam membuka pintu kerja bagi angkatan kerja yang menganggur. Karena angkatan kerja dapat menciptakan lapangan pekerjaan, maka hal ini sangat dibutuhkan oleh negara dalam mengurangi tingkat pengangguran.
- d. Mengurangi persentase pengangguran, kebutuhan dan kejahatan bagi negara. Dengan jumlah penduduk yang bekerja cukup banyak, pengangguran yang dapat menimbulkan kemelaratan yang berdampak sebaliknya terhadap aktivitas masyarakat seperti perampokan, perbuatan zalim, dan sebagainya dapat dikurangi dan dibatasi jumlahnya.

Variasi angkatan kerja (*workforce diversity*) adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan kontras segmen dalam angkatan kerja, terutama yang berhubungan dengan usia, orientasi, ras, negara asal, dan atribut aktual. Keragaman angkatan kerja yang semakin bertambah membuat semua asosiasi sadar akan pentingnya latihan bisnis yang adil.

Keragaman angkatan kerja ini merupakan keragaman antar individu dalam suatu perkumpulan. Setiap karyawan memiliki orang pengganti, yang merupakan merek dagang yang tidak dapat diubah. Mengenai kontras yang sebenarnya, baik itu usia, orientasi, yang membuat administrator harus memiliki pilihan untuk mengevaluasi sejauh mana perbedaan dapat bekerja secara ideal dengan jumlah pekerjaan yang diberikan. Agar kualitas dapat dicapai dengan baik, seorang direktur harus dapat melihat perbedaan-perbedaan ini dengan hati-hati agar setiap perwakilan dapat dengan mudah mengakui kewajiban mereka dan menyelesaikan kewajiban mereka tanpa batas.

Keanekaragaman mengacu pada setiap kontras yang tampak antara individu: usia, ras, agama, kekhususan yang berguna, panggilan, arah seksual, daerah asal, cara hidup, status dalam asosiasi atau posisi, dan kontras lainnya.

Tantangan untuk calon direktur adalah bahwa individu dengan karakteristik normal, yang tidak sama dengan individu normal, secara teratur berpikir, bertindak, belajar, dan menyampaikan dalam berbagai cara. Karena setiap individu, budaya, dan keadaan adalah khusus, tidak ada standar dasar untuk mengawasi keragaman, namun pakar keragaman mengatakan bahwa bisnis perlu mengembangkan toleransi, kemurahan hati, pengakuan, dan kesadaran sosial. Dimensi dari pokok keragaman :

1. Dimensi primer: komponen fundamental di mana individu menyusun pandangan dan perspektif mental mereka tentang dunia. Meliputi: usia, ras, kebangsaan, orientasi, kapasitas mental dan aktual, dan arah seksual.
2. Dimensi sekunder: komponen yang dapat diperoleh atau diubah dalam kehidupan individu. Memiliki dampak yang lebih kecil, namun mempengaruhi definisi diri dan perspektif individu tentang dunia dan mempengaruhi bagaimana individu itu dilihat oleh orang lain.

Varietas Manajemen menjamin aksesibilitas variabel untuk memberikan dan mendukung peningkatan ekonomi angkatan kerja yang berbeda dengan menyatukan kontras asli dan teratur ini untuk mencapai kegunaan yang paling ekstrem.

1. Orang Tua Tunggal Dan Ibu Bekerja

Banyak wanita yang baru-baru ini tinggal di rumah untuk menangani anak-anak keluarga yang saat ini membutuhkan dan ingin bekerja di luar rumah. Dengan asumsi bahwa bagian penting dari angkatan kerja ini akan digunakan secara layak, organisasi - organisasi harus sepenuhnya memahami pentingnya menangani masalah pekerjaan atau keluarga.

2. Keluarga Dwi_karier

Peningkatan keluarga dwi-karier, dimana baik suami maupun istri memiliki pekerjaan dan tanggung jawab keluarga, memberikantantangan dan peluang bagi organisasi - organisasi. Mayoritas anak yang tumbuh

dewasa ini memiliki kedua orang tua yang bekerja diluar rumah.

Dewasa ini, banyak kariawan monolak pemindahan (relokasi) tempat kerja disebabkan pekerjaan pasangan mereka dan kekhawatiran akan anak-anak mereka. Akibatnya beberapa perusahaan telah merevisi kebijakan mereka yang menentang nepotisme demi mengizinkan sepasang suami istri bekerja di perusahaan yang sama.

3. Karyawan Tua

Karyawan yang lebih berpengalaman tidak hanya membuat sebagian besar pesaing karyawan, tetapi saat ini lebih banyak orang yang membutuhkan atau ingin bekerja lebih lama Satu fokus AARP menunjukkan bahwa 68% dari karyawan antara usia 60 dan 70 berencana untuk bekerja dalam beberapa bidang selama pensiun atau bahkan tidak pernah mengundurkan diri.

4. Orang cacat

Kecacatan yang umum menggabungkan gangguan pendengaran atau penglihatan, perkembangan, hambatan mental atau antusias, dan masalah neurologis yang berbeda. Kelemahan ini membatasi jumlah atau jenis pekerjaan yang dapat dilakukan seseorang atau membuatnya menjadi sulit. meskipun demikian, dalam pekerjaan pekerjaan yang memenuhi syarat, karyawan yang cacat dapat melakukan seperti yang diharapkan karyawan sejauh kegunaan, partisipasi, dan tempat tinggal normal.

5. Pemuda dengan Terampilan Terbatas

Setiap tahun, memanfaatkan sejumlah besar pemuda yang tidak kompeten, terutama selama periode puncak, misalnya, belanja musiman. Karyawan pada umumnya memiliki pelatihan terbatas, terkadang mereka tidak memiliki sertifikat sekolah menengah. Sejumlah besar dari orang dewasa muda dan orang muda ini memiliki kecenderungan kerja yang tidak berdaya;

mereka umumnya akan lebih sering terlambat daripada karyawan yang lebih berpengalaman atau lebih baik diinstruksikan.

6. Tingkat Pendidikan Karyawan

Satu lagi jenis variasi yang saat ini ditemukan di lingkungan kerja untuk pencapaian instruktif, lebih lanjut berbelit-belit apa yang terjadi adalah perkiraan bahwa sebagian besar posisi baru akan memerlukan beberapa pelatihan setelah sekolah menengah. Menambahkan kerumitan yang lebih besar adalah pola di lingkungan kerja untuk mengaktifkan karyawan. Penguatan dimungkinkan oleh tingkat pengajaran yang tak terbantahkan yang diharapkan dari angkatan kerja baru. Meskipun demikian, mereka yang memiliki instruksi terbatas akan diingat dengan penuh kasih melalui upayapenguatan.

7. Peluang kerja yang setara

Seperti yang terlihat dari percakapan di atas, angkatan kerja saat ini menjadi sangat penting. Bagaimanapun, ini tidak seperti di pertengahan tahun 1960-an. Memang, hanya sekelompok kecil tenaga kerja di sekitar saat itu yang mirip dengan mereka hari ini. Meskipun pintu terbuka bisnis yang setara telah membuat beberapa kemajuan yang luar biasa sejak pertengahan 1960-an, melanjutkan dengan upaya diperlukan karena beberapa masalah tetap ada.

C. PERSAINGAN GLOBAL

Globalization dicirikan sebagai penciptaan dan pengiriman barang dan administrasi dengan jenis dan kualitas yang seragam di seluruh dunia (Rugman dalam Chandra, 2004). Pengaturan berbasis keuangan ini menunjukkan adanya konsistensi item dalam semua iklan yang naik di atas batas publik. Kemudian, pada saat itu, ada kesepakatan lain yang menyatakan bahwa globalisasi adalah interkoneksi global di tingkat sosial, politik dan moneter

yang terjadi karena berakhirnya hambatan korespondensi dan pertukaran (Gidden dalam Chandra, 2004). Berkenaan dengan globalization, kekuatan dan tingkat kontes sangat agresif dan ekspansif. Pesaing yang mereka hadapi saat ini tidak berasal dari distrik atau wilayah geografis sekitarnya, tetapi juga kekuatan global dari luar negeri tersedia untuk bertarung satusama lain.

Globalization adalah cara paling umum untuk menyebarkan komponen baru, terutama yang mengganggu data di seluruh dunia melalui media cetak dan elektronik. Pengaturan globalization adalah salah satu kemajuan paling cepat di bidang inovasi data dan korespondensi. Kehadiran globalization dapat membuat pekerjaan lebih cepat dan koneksi korespondensi seperti kekurangan batas realitas.

Salah satu ilustrasi ciptaan yang berhubungan dengan globalization adalah windows, yang saat ini sedang serius digunakan di PC teknologi. Windows diciptakan oleh William H Entryways III yang pasti sering kita dengar dengan sebutan Bill Doors. Windows kini telah menjadi organisasi microsoft raksasa yang menguasai sistem komputer dunia, karena hampir 80% PC di dunia menggunakan sistem operasi Windows teknologi.

Dalam ungkapan Gardner sebagaimana dikutip oleh Widianarko (2007) bahwa arus solid globalization saat ini digambarkan oleh sekitar empat pola prinsip, khususnya:

1. Perkembangan modal dan instrumen pasar lainnya di seluruh planet ini, dalam jumlah yang sangat besar dengan perputaran cepat secara konsisten.
2. Pengembangan individu di seluruh lini publik, dengan lebih dari 100 juta pekerja dihamburkan di berbagai wilayah di planet ini secara bersamaan.
3. Perkembangan data melalui internet dalam jumlah megabyte dengan berbagai tingkat kualitas yang tak tergoyahkan dapat diakses oleh siapa saja yang memiliki akses web.

4. Perkembangan masyarakat arus utama yang memasuki batas-batas publik dan sosial sehingga di seluruh dunia kecenderungan anak muda semakin mirip.

Dari kesepakatan ini, secara signifikan, menghadapi globalization pada dasarnya akan terus mengelola tantangan yang diperkenalkan oleh perubahan yang terjadi di domain yang lebih luas.

Seperti diungkapkan di atas, waktu global meminta kekuatan intensitas negara untuk mengelolanya. Proporsi keseriusan ini secara teratur digunakan untuk menentukan kapasitas suatu negara untuk bersaing dengan negara yang berbeda. Semakin rentan intensitas suatu negara, semakin merepotkan untuk dibuat. Bahkan ada tanda-tanda bahwa melemahnya intensitas dapat mendorong ketergantungan pada negara yang berbeda yang dengan demikian akan mengurangi kemampuan berdaulat negara seperti yang diungkapkan sebelumnya.

Persaingan global adalah prinsip normal bagi perekonomian menuju abad ke-21 yang membawa peluncuran ekonomi suatu negara ke seluruh dunia. Globalization membawa kondisi menuju kawasan perdagangan yang efisien yang membuat dunia menjadi negara tanpa batas atau semakin memecah hambatan pertukaran, lalu lintas moneter global dan arus masuk dan curahan modal dan pekerjaan. Kecenderungan ini sudah terlihat dengan adanya kesepakatan perdagangan internasional seperti APEC, AFTA, dan NAFTA yang makin mendorong keluar masuknya faktor produksi ke suatu negara.

Arus globalisasi ini akhirnya menimbulkan beberapa akibat:

1. Persaingan yang semakin ketat

Persaingan global meminta perubahan besar baik dalam teknologi, siklus pembuatan, dan rencana pembuatan, sama seperti mengerjakan kelayakan pilihan sehubungan dengan jaminan nilai jual. Persaingan parah

tidak hanya dilihat oleh organisasi dalam suatu negara tetapi juga antar negara. Dengan cara ini, globalization mengharuskan setiap negara untuk membidik industrinya yang menikmati Manfaat Jahat dan Manfaat Relatif.

2. Adanya ketergantungan dan keterkaitan global

Perkembangan tenaga kerja dan produk serta unsur- unsur penciptaan yang umumnya bebas menyebabkan hampir semua kehidupan di suatu negara dipengaruhi oleh ekonomi dunia. Masalah di satu negara akan mempengaruhi negara yang berbeda. Secara keseluruhan, di era globalisasi dan arus perdagangan saat ini, dapat dikatakan bahwa tidak ada negara "autarki", khususnya negara-negara yang hidup dalam keterputusan tanpa memiliki hubungan ekonomi, keuangan maupun perdagangan internasional (ekspor dan impor).

3. Proteksionisme dan blok - blok ekonomi yang makin tumbuh.

Terlepas dari kenyataan bahwa ada janji untuk mengambil pajak dalam pertukaran di seluruh dunia, globalisasi juga membawa sejenis proteksionisme non-retribusi dan aliansi moneter. Batas non-tugas memasukkan lisensi impor yang menindas, jumlah impor, dan prasyarat standar apa pun yang jelas-jelas melarang produk negara tertentu. Koalisi moneter dengan tegas mengorbankan negara-negara di luar pertemuan mereka dengan memberikan tindakan pertukaran yang berfokus pada negara-negara bagian sebagaimana adanya.

4. Kemajuan pesat teknologi.

Kemajuan pesat teknologi, terutama di negara-negara berkembang, memungkinkan mereka untuk membangun kegunaan yang menghasilkan pengurangan biaya tenaga kerja sebagai tingkat dari biaya habis-habisan di banyak bisnis. Jadi ini adalah bahaya yang signifikan bagi negara-negara berkembang yang telah

menyatukan industri mereka sehubungan dengan pekerjaan sederhana dan zat yang tidak dimurnikan.

5. Keprihatinan yang mendalam atas lingkungan.

Masalah alam menjadi semakin luar biasa dan menjadi pertimbangan utama, terutama yang terkait dengan tindakan keuangan. Kerusakan ekologis yang menghancurkan juga membangkitkan kesadaran akan pentingnya keamanan alam (environmental protection). Adanya kebutuhan barang-barang yang bebas ekologis untuk memasuki global pasar adalah sesuatu yang penting untuk dipertimbangkan oleh setiap negara mengingat Indonesia untuk menyelesaikan pertukaran dunianya.

Ciri-ciri Persaingan Global

1. Sumber kekuatan dari stabilitas menjadi perubahan

Kebutuhan pelanggan adalah alasan untuk kemajuan produk, jadi pengembangan diperlukan melalui uji coba dan penyesuaian yang konstan untuk mendapatkan perpaduan yang tepat antara drive lingkungan, aliran data, inisiatif, dan budaya perusahaan. Sebut saja Yamaha dengan kemajuannya, beberapa merek ponsel, Samsung, Oppo, Huawei, saling bersaing untuk melacak gadget modern dan keunggulan lengkap. Di bidang pengajaran, kemajuan diperlukan sebagai salah satu cara untuk menjawab kebutuhan pembeli massal.

2. Jangkauan Domestik menjadi Global

Dalam persaingan global sebuah asosiasi yang menjalankan bisnis melintasi batas-batas publik disebut perusahaan di seluruh dunia atau perusahaan global. Sebenarnya, interaksi administrasi sama dengan untuk organisasi lokal yang sederhana, meskipun siklusnya lebih rumit untuk organisasi di seluruh dunia karena adanya lebih banyak faktor dan koneksi. Buka pintu dan bahaya sosial, sosial, segmen, alam (David, 2009:40).

Beberapa negara telah membentuk kelompok seperti Masyarakat Ekonomi Eropa (MEE), di Asia Pasifik berdiri APEC, Asian Free Trade Area (AFTA) Dalam dunia Pendidikan sudah banyak lembaga pendidikan / Universitas yang menerima siswa / mahasiswa dari seluruh belahan dunia, melalui pendaftaran online, semua calon pemah masing serta bisa mendaftar dari rumah masing masing seperti.

3. Adanya evolusi dalam sistem komunikasi dan transportasi global.

Korespondensi global dan kerangka transportasi berubah dari manual ke komputerisasi. Pekerjaan web dan PC sangat besar. Web memberikan semua orang dalamasosiasi bisa mendapatkan data begitu banyak dan cepat. Pikiran, ajakan, dan pedoman tersebar di seluruh planet dalam sekejap mata. Web memungkinkan perusahaan global dengan berbagai kapasitas, tempat kerja, dan latihan yang tersebar di seluruh dunia untuk dihubungkan dengan sempurna sehingga klien, karyawan dan penyedia yang terpisah dapat bekerja sama secara bersamaan. Dengan demikian, koordinasi, korespondensi dan kapasitas dinamis dicapai lebih cepat (Pearche.2013:243). Dalam dunia web training telah digunakan mulai dari kemajuan, pengakuan siswa baru, deklarasi latihan di sekolah/universitas, situs, siklus pembelajaran, organisasi dan banyak lagi yang menggunakan inovasi web dalambidang pengajaran.

4. Keunggulan kompetitif

Tantangan global dari perusahaan-perusahaan adalah: 1). Bagaimana mencapai dan mengikuti produk ke berbagai negara, 2). Petunjuk untuk menjaga pasar dalam negeri dari barang dagangan impor (David, 2009:154). Barang-barang berkualitas saja dapat menyusup ke berbagai negara, hal ini dibuktikan dengan memenuhi prasyarat berat negara tujuan. Di Indonesia, hal tersebut belum sepenuhnya diatur oleh SNI (Norma

Masyarakat Indonesia). Dalam bidang pendidikan kualitas lulusan agar bisa bersaing dan diterima Negara lain haruslah memiliki Kemampuan yang sesuai dengan jenjang Pendidikan misal SMK Otomotif harus menguasai standar Kemampuan pendidikan Otomotif.

5. Keunggulan Operasional

Perusahaan terus bekerja pada kemahiran latihan namun memperluas manfaat dari Perusahaan (Laundon, 2010: 15). Teknologi dan manajemen saat ini menyebabkan Alfamart dan Indomaret berkreasi ke daerah-daerah yang jauh. Dengan diawasi secara canggih, ada Operasional Execution Guidelines (SOP) semua usaha dari setiap bagian disusun dan diatur dengan sempurna, sehingga lebih mudah untuk diawasi dan dikendalikan. Di bidang pengajaran, tentunya banyak sekali lembaga pendidikan yang merasakan manfaatnya, apalagi setelah berdirinya perguruan tinggi ternama seperti UI, UGM, ITB menjadi lembaga yang memiliki kemandirian untuk mengatur keuangannya sendiri. Di organisasi swasta, banyak sekolah/universitas yang memiliki manajemen saat ini, misalnya Perguruan Atmajaya, Perguruan Muhammadiyah, Perguruan PGRI, Ponpes Tebuireng dan sebagainya.

6. Kecepatan

Tehnologi / digitalisasi menyiratkan mengubah otak dan mediasi manusia dari tugas paling standar dari sebuah asosiasi dan menggantikannya dengan PC dan organisasi (Pearche, 2013: 343). Dengan PC dan web, semua pekerjaan mulai dari keuangan, organisasi, laporan, dapat digantikan dengan lebih cepat dan tepat. Sistem cicilan juga bisa lebih cepat melalui transfer antar bank. Dibidang pengajaran, mereka juga telah melibatkan komputer dan internet dalam organisasi dan uang, promosi, data pendaftaran dan lain-lain sehingga mereka dikenal lebih cepat.

D. KEMAJUAN TEKNOLOGI

Teknologi berasal dari kata *technologia* (bahasa Yunani) *techno* artinya „keahlian“ dan *logia* artinya “pengetahuan”. Istilah teknologi pertama kali muncul dalam bahasa Inggris pada abad ke-17. Dimana waktu tersebut dimanfaatkan dengan tujuan akhir percakapan tentang ekspresi yang diterapkan apa adanya. Bagaimanapun, terus menerus, keahlian berubah menjadi objek pengaturan. Pada abad ke-20, istilah tersebut berkembang pesat dan menggabungkan berbagai cara, siklus, dan pemikiran yang terpisah dari peralatan dan mesin. Pada Abad Pertengahan teknologi dicirikan oleh ekspresi, misalnya, cara atau latihan yang digunakan orang untuk mengubah atau mengendalikan iklim. Bagaimanapun, definisi yang luas seperti itu telah dikecam oleh penonton yang menunjukkan bahwa semakin sulit untuk mengenali permintaan logis dan gerakanteknologi.

Sejak abad kedua puluh, teknologi dicirikan secara luas sebagai cara atau gerakan yang memungkinkan orang untuk mengubah dan mengubah keadaan mereka saat ini (alam, manusia, dan keseluruhan ciptaan mereka). Dengan definisi itu, maka, pada titik itu, teknologi telah memasukkan apa pun yang dapat dilakukan orang untuk mengerjakan kehidupan mereka.

Jadi teknologi adalah semacam perluasan tangan manusia untuk memiliki pilihan untuk mengeksploitasi alam dan hal-hal di sekitarnya. Secara lugas, teknologi berharap untuk bekerja dengan kepuasan kebutuhan manusia. Lalu, pada saat itu, bukankah seharusnya ada sesuatu yang dikatakan tentang pemahaman kemajuan teknologi? Berikut ini penjabarannya menurut para ahli yaitu:

1. Philip Sporn

Teknologi adalah kumpulan informasi yang sengaja dikumpulkan dalam pandangan wahyu logis melalui trial and error, atau secara eksklusif didirikan

pada periode panjang praktek yang bermanfaat, yang memberdayakan penciptaan berguna item atau administrasi tertentu.

2. Bharata

Teknologi adalah ilmu yang mengelola ekspresi modern.

3. Paul B. Wesz

Teknologi adalah penggunaan wahyu logis murni untuk tujuan akal sehat, item yang layak untuk ditawarkan atau layak untuk dikonsumsi oleh orang-orang pada umumnya.

4. Poerbahawadja Harahap

Harahap menjelaskan bahwa penggunaan kata teknologi pada dasarnya mengacu pada ilmu yang mengkaji kegiatan dalam merancang, dan selanjutnya menyinggung ilmu yang digunakan pada pabrik atau bisnis tertentu. Definisi ini, jelas, benar-benar menyinggung arti yang wajar dari teknologi, yang ditemukan di banyak pabrik pengolahan dan usaha tertentu.

5. Miarso

Satu lagi penilaian tentang pemikiran teknologi disampaikan oleh Miarso (2007) yang mengungkapkan bahwa teknologi adalah jenis siklus yang meningkatkan nilai tambah. Sistem yang berjalan dapat memanfaatkan atau mengirimkan item tertentu, di mana item berikutnya tidak diisolasi dari item lain yang sudah ada. Selain itu, juga disebutkan bahwa teknologi adalah bagian dari fundamental yang terkandung dalam kerangka tertentu.

6. Read Bain

Pada tahun 1937, penilaian lain muncul sehubungan dengan teknologi. Penilaian ini dicetuskan oleh seorang humanis asal Amerika bernama Read Bain. Bain (1937) mengatakan bahwa teknologi pada dasarnya menggabungkan semua instrumen, mesin, perangkat, alat, senjata, penginapan, pakaian, transportasi dan

gadget khusus, dan lebih jauh lagi kemampuan, yang memungkinkan kita sebagai manusia untuk menciptakan semuanya.

Dari sudut pandang Bain, dapat dianggap bahwa teknologi adalah semua yang dapat dibuat dan selanjutnya dibuat oleh individu atau perkumpulan yang kemudian dapat menawarkan beberapa insentif dan keuntungan kepada orang lain.

7. Ursula Franklin

Peneliti lain, Ursula Franklin, memberikan definisi atau pemahaman tentang teknologi lainnya. Franklin (1989) menawarkan sudut pandanginya tentang teknologi sebagai pendekatan yang membumi untuk menjelaskan bagaimana kita secara keseluruhan sebagai orang membuat segala sesuatu di sekitar kita.

Pemahaman ini mengacu pada penggunaan teknologi yang sebagian besar protes yang dilakukan oleh orang-orang, di mana semua orang dapat membuat dan mengembangkannya jika mereka berkonsentrasi pada mereka dengan baik dan dapat menerapkannya pada dasarnya.

8. Djoyohadikusumo

Djoyohadikusumo (1994) mencirikan gagasan teknologi sebagai bidang yang terkait erat dengan sains dan sains desain atau sains desain. Sangat mungkin beralasan bahwa pada dasarnya teknologi dapat dikatakan memiliki dua aspek, khususnya aspek perancangan dan aspek logika. Kedua aspek akan terjalin selama pergantian peristiwa dan produksi teknologi, dan tidak dapat diisolasi.

9. Sardar

Pada tahun 1987, Sardar menemukan bahwa teknologi adalah metode untuk mengurus isu-isu penting dari setiap peradaban manusia. Tanpa pemanfaatan teknologi, ini akan menyebabkan banyak masalah yang tidak dapat diselesaikan seperti yang diharapkan dan tanpa cela.

10. Capra (2004)

Tokoh lain, tepatnya Capra pada tahun 2004 mengatakan bahwa teknologi adalah percakapan yang efisien tentang pengerjaan terapan atau pertukangan kayu. Hal ini mengacu pada tulisan dari Yunani yang mengandung Defenisi *Technologia* yang berasal dari kata *techne* yang berarti pengerjaan wacana seni.

11. Manuel Castells (2004)

Selain itu, ada satu lagi humanis yang memberi makna teknologi. Castells (2004) menyatakan bahwa teknologi adalah berbagai perangkat, aturan dan metode yang pemanfaatan informasi logis untuk pekerjaan tertentu di bawah kondisi yang memungkinkan redundansi.

Dilihat dari definisi ini, cenderung diasumsikan bahwa pemanfaatan teknologi dapat diulang dengan asumsi memiliki kapasitas dan alasan yang sama, sehingga satu teknologi yang telah dibuat secara efektif dapat digunakan secara normal.

12. Toynbee

Toynbee pada tahun 2004 mengatakan bahwa teknologi merupakan ciri dari adanya sebuah kemuliaan manusia, dimana hal ini membuktikan bahwa manusia tidak bisa hidup hanya untuk makan semata, namun membutuhkan lebih dari itu. Lebih lanjut dikemukakan oleh Toynbee, bahwa teknologi dapat memungkinkan konstituen non material dari sebuah kehidupan yang dimiliki manusia yaitu perasaan, ide, pemikiran, intuisi, dan juga ideal. Dan teknologi juga membuktikan sebuah manifestasi dari kecerdasan pikiran seorang manusia.

Perkembangan teknologi adalah perubahan sistematis yang terjadi terhadap teknologi. Selama beri-ribu tahun lalu teknologi sudah dikenal oleh manusia, hanya saja bentuk-bentuknya tidak secanggih dengan apa yang kita temukan di masa kini.

1. Masa pra-Sejarah

Pada masa pra sejarah ini, teknologi yang digunakan terbuat dari batu, perunggu dan besi. Teknologi yang dikenal di zaman pra-sejarah contohnya adalah Pedang, kapak genggam dan bejana perunggu.

2. Teknologi Jaman Kuno

Pada masa ini teknologi sudah berkembang ke arah kontruksi, maritim, pertanian dan alat- alat tulis. Manusia sudah mengenal bagaimana membangun sebuah kontruksi bangunan sampai pada tahap rumit. Contohnya Piramid, Kapal, Mercusuar dan jam matahari.

3. Teknologi Abad Pertengahan Hingga era Modern

Pada masa ini teknologi yang digunakan sudah mulai mengalami kemajuan, hal ini ditandai dengan adanya berbagai penemuan, seperti di bidang astronomi, medis, matematika, militer hingga ilmu kartografi. Contohnya busur silang, mesin cetak, aljabar dan navigasi kapal.

4. Teknologi era Revolusi Industri

Perkembangan teknologi mulai terlihat semakin jelas di masa ini. Berbagai jenis mesin berhasil dibuat yang kemudian menggantikan tenaga manusia menjadi tenaga mesin. Masa ini adalah cikal bakal perkembangan teknologi di masa kini. Contohnya Mobil generasi awal, telegram, telepon, mesin tenun, mesin uap dan sepeda.

5. Teknologi di Abad 20

Pada masa ini. Neil Amstrong berhasil mendarat di bulan. Teknologi dalam bidang lain pun berkembang pesat. Dalam bidang militer, bom atom berhasil diciptakan. Transistor yang menjadi cikal bakal ukuran komputer kecil seperti sekarang ini juga ditemukan. Pada akhir abad ini Internet mulai diperkenalkan untuk umum dan komersil. Contoh teknologi lain Abad 20: Kulkas, Teknologi vaksinasi, vakum, microwave.

6. Perkembangan Teknologi Abad 21

Pada masa ini, berbagai teknologi sudah mulai dikembangkan. Mulai dari teknologi yang dibutuhkan untuk rumah tangga, pendidikan, sosial, teknologi informasi, dan hal lainnya.

Contoh Perkembangan Teknologi dan Manfaatnya

1. Teknologi dalam Bidang Informasi

Kemajuan informasi ditandai dengan mudahnya masyarakat dalam memperoleh atau mendapatkan informasi melalui internet dengan berbagai perangkat teknologi yang ada.

2. Teknologi Transportasi

Salah satu kemajuan teknologi juga dirasakan dalam bidang transportasi di mana adanya berbagai macam alat transportasi modern dapat memudahkan seseorang untuk mengangkat barang atau bepergian dari satu tempat ke tempat lainnya.

3. Teknologi Pangan

Sistem pertanian yang ada saat ini tentunya berbeda dengan yang ada pada zaman dulu, mulai dari bibit, sistem tanam, serta teknik menanam dan memanennya.

4. Teknologi dalam Bidang Ekonomi

Perkembangan teknologi dalam bidang ekonomi dapat berupa perkembangan sistem keuangan yang digunakan. Jika dahulu orang memerlukan transaksi secara real atau nyata, atau berhadapan langsung antara pembeli dengan penjual, namun kini beralih menjadi online. Perubahan lainnya yang bisa kamu rasakan adalah kehadiran e-money yang memudahkan setiap orang saat hendak melakukan transaksi.

5. Teknologi Pendidikan

Adapun teknologi yang turut berkembang dalam dunia pendidikan adalah, berkembangnya sistem pendidikan jadi lebih baik, tenaga pendidik serta murid mudah memahami berbagai pelajaran yang diberikan, dll.

6. Teknologi Medis

Salah satu kemajuan dalam dunia medis ini adalah ditemukannya berbagai macam vaksin guna mencegah berbagai macam penyakit berbahaya.

7. Teknologi Komunikasi

Kemajuan komunikasi ini ditandai dengan mudahnya seseorang untuk berkomunikasi dengan orang lain, walau dengan jarak yang cukup jauh.

DAFTAR PUSTAKA

JURNAL:

Chadiq Umar.(2006). *Tantangan Kompetisi Global dan Dampaknya terhadap Tuntutan Pengembangan Kualitas Sumber Daya Manusia*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol. 1 No. 2. (<https://www./media.neliti.com>) Di akses pada 29 Januari 2022.

Hutabarat, Zoel. (2017). *MINAT MAHASISWA UNTUK MENJADI WIRAUSAHAWAN(Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Pelita Harapan)*. Jurnal Akuntansi dan Manajemen. Vol. 11 No. 7 (https://www.academia.edu/37803589/jurnal_kewirausahaan_pdf). Di akses pada 29 Januari 2022.

INTERNET:

<https://www.dosenpendidikan.co.id/Defenisi-kewirausahaan-menurut-para-ahli>

<https://salamadian.com/perkembangan-Defenisi-teknologi/>

https://www.academia.edu/31868666/Kewirausahaan_Dalam_Konteks_Global_docx

<https://accurate.id/bisnis-ukm/jenis-kewirausahaan/>

<https://www.gramedia.com/literasi/Defenisi-kewirausahaan/>

<http://064labib.blogspot.com/2019/07/ide-dan-peluang-kewirausahaan-makalah.html>

<https://terusmaju25.wordpress.com/2018/03/03/makalah-TEORI-konteks-hakikat-dan-nilai-nilai-kewirausahaan/>

<https://katadata.co.id/safrezi/berita/61e51bac008a7/kreativitas-adalah-kemampuan-mencipta-ini-ciri-dan-faktornya>

<https://duniapendidikan.co.id/macam-kreativitas/>

<https://www.upj.ac.id/news/523/inovasi-dalam-berwirausaha>

<https://lib.atmajaya.ac.id/default.aspx?tabID=61&src=a&id=8827>

https://www.academia.edu/36032503/PERSAINGAN_GLOBAL

<https://accurate.id/marketing-manajemen/10-strategi-pemasaran/>

<https://www.jurnal.id/id/blog/strategi-bisnis-untuk-mencapai-keuntungan-maksimal/>

<http://manajemen-ekonomi-dessy.blogspot.com/2017/10/faktor-pendorong-dan-penghambat.html>

<https://www.info.populix.co/post/etika-bisnis#:~:text=Etika%20bisnis%20adalah%20segala%20sesua%20tu,untuk%20berkembang%20juga%20semakin%20terjamin.>

<http://catatankakthoriq.blogspot.com/2015/03/keberagaman-angkatan-kerja-peluang.html>

PROFIL PENULIS



Dr. Samsurijal Hasan, S.P, M.M. merupakan dosen dengan kepakaran Manajemen Pemasaran DAN Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Pada Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai Selain menjadi seorang akademisi, Penulis juga aktif menjadi ASN pada Pemerintah Daerah Kabupaten Kampar sejak 1988 hingga 2019 dengan berbagai posisi dan jabatan. Hingga akhirnya Pada tahun 2019,

focus mengabdikan dirinya untuk Pendidikan tinggi di Kabupaten Kampar. Saat ini Menjadi Dosen dengan status PNS pada LLDIKTI Wilayah X. Selain aktif pada Institusi Pendidikan Tinggi dengan melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Penulis juga Aktif dalam menulis karya ilmiah dan Buku ajar serta Buku Monograf dengan berfokuskan kepada Manajemen Pemasaran dan Manajemen Strategi. Disamping itu penulis juga aktif dan konsern dalam bidang pemberdayaan masyarakat melalui wadah beberapa organisasi dan Yayasan yang dibentuknya, serta menjadi Staff Ahli Pada Komisi 1 DPRD Kabupaten Kampar dari 2019 hingga saat ini. Gagasan serta ideguna kemajuan masyarakat dalam bidang ekonomi mikro selalu menjadi konsern dan fokus beliau. Pengabdian melalui jalur Pendidikan merupakan pilihan hidup yang dipilih penulis sebagai wujud cinta kasih kepada Agama, Bangsa dan Negara serta Negeri.

Email : samsurijal@universitaspahlawan.ac.id



Dr. Rahmat Laan, M.M. Penulis merupakan Dosen Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi pada kampus Universitas Muhammadiyah Kupang sejak tahun 1995. Sebagai seorang yang sepenuhnya mengabdikan dirinya sebagai dosen, selain pendidikan formal yang telah ditempuhnya penulis juga mengikuti berbagai pelatihan untuk meningkatkan

kinerja dosen, khususnya di bidang pengajaran, penelitian dan pengabdian. Beberapa buku yang penulis telah hasilkan, di antaranya Manajemen Strategi dan Manajemen SDM dan Pelayanan Publik : Analisis Hard & Soft Approach Terhadap Kinerja Pegawai. Yang terakhir ini menjadi salah satu buku terbaik dalam ajang Anugrah Buku (Pustaka) Terbaik Bidang Pelayanan Publik tahun 2020 yang dihelat oleh Perpustakaan Nasional RI. Selain itu, penulis juga aktif melakukan penelitian yang diterbitkan di berbagai jurnal nasional maupun internasional. Penulis juga aktif menjadi pemakalah diberbagai kegiatan dan menjadi narasumber pada workshop/seminar/lokakarya tertentu.

Email: laanrahmat@gmail.com



Dr. St. Rukaiyah, S.E., M.Si. adalah dosen tetap yayasan di Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Fajar, lulusan dari Program D-3 ASMI Publik (Manajemen Informatika, 1988) Makassar, Program Studi S-1 STIM-LPI (Manajemen Keuangan & Perbankan 1999) Makassar; Program Pascasarjana S-2 Universitas Hasanuddin (Agribisnis, 2005)

Makassar, dan Program Pascasarjan S-3 Ilmu Ekonomi (Manajemen, 2010) Universitas Hasanuddin Makassar , memulai

karir sebagai dosen pengampu mata kuliah, Pengantar Manajemen, Etika & Tanggungjawab Sosial, Studi Kelayakan Bisnis, Kewirausahaan (*Entrepreneurship*) dan Metode Penelitian, Pernah Menjabat Ketua Prodi, Ketua II dan Direktur Pusat Studi Manajemen & Kewirausahaan dengan Domisili Kabupaten Gowa dan Kotamadya Makassar
Email : rukaiyah_st2609@yahoo.com



Dr. Sultan, S.E., M.Si. adalah dosen tetap di Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Makassar Maju. Beliau lulusan dari Program Studi S-1 Manajemen (1993), S2 Manajemen Keuangan (2002) dan S3 Ilmu ekonomi (2016). Sebagai dosen tetap pada STIE Makassar Maju, saat ini mengampu mata kuliah pengantar Kewirausahaan, Kewirausahaan 2, Industri Kreatif dan Kewirausahaan, Studi Kelayakan Bisnis dan Kewirausahaan Sosial. Penulis saat ini berdomisili di Kota Makassar, Sulawesi Selatan.
E_mail: 08sultansultan1970@gmail.com.



Hery Purnomo, S.E., M.M. adalah dosen tetap di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusantara PGRI Kediri. Beliau lulusan dari Program Studi S-1 Manajemen (1992) dan S2 Manajemen (1996). Memulai karier sebagai dosen mata kuliah Kewirausahaan, Manajemen Operasional, Manajemen Rantai Pasok. dan Teknik Pengambilan Keputusan Manajerial. Penulis saat ini berdomisili di Kota Kediri Jawa Timur,
email: herypurnomo@unpkediri.ac.id.