



Hj. D. Made Dharmawati, S.Pd., M.M.

KEWIRAUSAHAAN



KEWIRAUSAHAAN

Hj. D. Made Dharmawati, S.Pd., M.M.



RAJAWALI PERS

Divisi Buku Perguruan Tinggi

PT RajaGrafindo Persada

DEPOK

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR

vii

DAFTAR ISI

ix

PENDAHULUAN

xv

BAB 1 KONSEP KEWIRAUSAHAAN

1

A. Minat Berwirausaha Menjadi Pilihan Gaya Hidup di Zaman Sekarang

1

B. Apa itu Kewirausahaan

4

C. Pengertian Entrepreneur/Wirausaha

12

D. Pendapat Para Pakar Mengenai Kewirausahaan

13

E. Keuntungan dan Kerugian Wirausaha

15

F. Langkah-langkah Memulai Usaha

16

G. Faktor-faktor Motivasi Berwirausaha

19

BAB 2 KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN

23

A. Karakteristik Pribadi Wirausaha

23

B. Peran Wirausaha Bagi Lingkungannya

24

C. Mitos dalam Kewirausahaan

25

D. Wirausaha, Manajer dan Organisasi

27

E. Karakteristik dan Nilai-nilai Hakiki Kewirausahaan

30

BAB 3 SIKAP DAN PROFIL WIRASWASTA/PENGUSAHA	37
A. Sikap dan Profil Wiraswasta	38
B. Sifat-sifat Wirausaha	41
C. Konsep 10 D dari Bygrave	43
D. Beberapa Kelemahan Wirausaha Indonesia	44
BAB 4 IDE, KREATIVITAS, DAN INOVASI	49
A. Pengertian Ide	49
B. Pengertian Kreativitas	50
C. Mengelola Kreativitas	59
D. Pengembangan Kreativitas	63
BAB 5 PROFIL USAHA	71
A. Usaha Wirausaha Baru	73
B. Macam-macam Perdagangan	75
C. Pedagang Kaki Lima	82
D. <i>Franchising</i> (Waralaba)	84
BAB 6 RENCANA PEMASARAN (MARKETING PLAN)	89
A. Konsep Pemasaran	91
B. Mengutamakan Pelanggan	92
C. Tiga Komponen <i>Marketing Concept</i>	95
D. Tiga Pertanyaan Pokok dalam Pemasaran	97
E. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	101
BAB 7 UKM DAN PENGUSAHA PEMULA	105
A. UKM dan Pengusaha Pemula (PP)	108
B. Sistem Keuangan UKM	111
C. Sumber Daya Manusia UKM	113
D. Model Pengembangan UKM dan Pengusaha Pemula	114
E. Pemerintah	114
F. Institusi Keuangan (Modal Ventura, Bank Konvensional, Bank Syariah, BPR)	115

G. Institusi Pendidikan	116
H. Peran LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat)	116
BAB 8 ETIKA WIRAUUSAHA	119
A. Pengertian Etika	120
B. Budaya Perusahaan	123
BAB 9 SIKAP DAN NILAI WIRAUUSAHA	125
A. Sikap dan Tipologi Wirausaha	127
B. Syarat Wirausaha	129
C. Ciri Wirausaha	129
D. Proses Kewirausahaan	132
BAB 10 PELUANG-PELUANG USAHA	135
A. Sasaran Pembelajaran	136
B. Menemukan Peluang Usaha	136
C. Memilih Lapangan Usaha dan Mengembangkan Gagasan Usaha	137
D. Identifikasi Peluang Bisnis dalam Kewirausahaan	137
BAB 11 MEMBANGUN JIWA WIRAUUSAHA	143
A. Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan	143
B. Terminologi Kewirausahaan (<i>Intrapreneurship</i>)	148
C. Kebutuhan Akan Sifat Kewirausahaan dalam Organisasi	149
D. Hambatan-hambatan yang Terjadi	149
E. Elemen-elemen Spesifik Strategi <i>Intrapreneurial</i> Korporat	149
F. Penghapusan Mitos Tentang <i>Intrapreneurial</i>	151
BAB 12 MERINTIS USAHA DAN MODEL PENGEMBANGANNYA	153
A. Memasuki Dunia Usaha	153
B. Manajemen Kewirausahaan	159

BAB 13 IDE DAN PELUANG KEWIRAUSAHAAN	185
A. Ide Kewirausahaan	186
B. Sumber-sumber Potensial Peluang	187
C. Bekal Pengetahuan dan Kompetensi Kewirausahaan	190
D. Memanfaatkan Peluang	199
E. Ide dan Peluang	200
BAB 14 MENGHASILKAN IDE DAN PELUANG BISNIS	203
A. Ide Bisnis	203
B. Peluang Usaha	207
C. Semua Orang Bisa Jadi Wirausaha	211
D. Cara Menghindarkan Kegagalan Usaha/Bisnis	212
BAB 15 MENGEMBANGKAN SEMANGAT WIRAUSAHA	213
A. Faktor-faktor yang Memengaruhi Semangat Kerja Wirausaha	213
B. Inovasi, Kreativitas, dan Motivasi	214
C. Prinsip-prinsip Bekerja Efektif dan Efisien	216
BAB 16 MENDESAIN PRODUK, MEREK, KEMASAN DAN LAYANAN	221
A. Arti Produk	221
B. Penggolongan Produk	222
C. Strategi dan Keputusan Merk dan Kemasan	223
D. Keputusan Layanan	225
E. Produk Individual dan Lini Produk	233
F. Teknologi Pengemasan, Desain dan Pelabelan Kemasan Produk Makanan	233
BAB 17 INDUSTRI KREATIF	247
A. Definisi Industri Kreatif	248
B. Kompleks Industri Kreatif	251

BAB 18 USAHA KECIL (MIKRO) DI INDONESIA	263
A. Pengertian	263
B. Fakta-Fakta Usaha Kecil di Banyak Negara	263
C. Alasan Orang Tertarik Mendirikan Usaha	264
D. Perbandingan Pelaku Usaha Kecil dan Usah Besar	265
E. Kekuatan dan Kelemahan Usaha Kecil	265
F. Kapan Usaha Kecil dapat Berhasil?	268
G. Kompetensi Utama untuk Sukses dalam Usaha Raksasa	268
H. Kiat Sukses dalam Membangun Usaha	272
I. Bekerja Mandiri	273
BAB 19 MENGELOLA PEMASARAN PADA USAHA KECIL	279
A. Strategi Pemasaran	279
B. Pengelompokan Konsumen	281
C. Pasar Sasaran (Target Pasar)	283
D. Pemosisian Produk	285
E. Bauran Pemasaran	287
F. Harga Produk	294
G. Saluran Distribusi	295
H. Promosi	296
I. Strategi <i>Marketing Mix</i>	298
BAB 20 MENGELOLA PERMODALAN USAHA KECIL	301
A. Menentukan Kebutuhan Modal Perusahaan	303
B. Mengelola Modal Kerja	305
C. Mencari Sumber Dana	309
D. Analisis Posisi Keuangan	314
BAB 21 MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA	317
A. Pengertian SDM	317
B. Analisis Jabatan	318
C. Perencanaan Tenaga Kerja	318

D.	Pengadaan Tenaga Kerja	319
E.	Pelatihan dan Pengembangan	320
F.	Kebijakan Kompensasi	320
G.	Perencanaan Karier	320
H.	Kebijakan Kesejahteraan	321
I.	Pemutusan Hubungan Kerja	321
BAB 22 MENGELOLA PRODUKSI		323
A.	Pengertian Pengelolaan Produksi	323
B.	Perencanaan Fasilitas	324
C.	Pengaturan Tata Letak Mesin Produksi	325
D.	Menentukan Tingkat Produksi	326
DAFTAR PUSTAKA		327
BIODATA PENULIS		331
A.	Strategi Pemasaran	327
B.	Pengembangan Produk	331
C.	Pasar Sasaran (Target Pasar)	342
D.	Pemosisian Produk	342
E.	Baruan Pemasaran	342
F.	Harga Produk	342
G.	Saluran Distribusi	342
H.	Promosi	342
I.	Strategi Marketing Mix	342
BAB 20 MENGELOLA PERMODALAN USAHA KECIL		342
A.	Menentukan Keputusan Modal Pemasangan	342
B.	Menjaga Modal Kerja dan Pemeliharaan	342
C.	Mencair Sumber Dana Modal Kerja	342
D.	Analisis Posisi Keuangan	342
BAB 21 MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA		342
A.	Pengertian SDM	342
B.	Analisis Jabatan	342
C.	Perencanaan Tenaga Kerja	342



KEWIRAUSAHAAN

Para wirausahawan memegang peran yang penting dalam pembangunan. Pertumbuhan ekonomi di sejumlah negara maju dan peningkatan kesejahteraan atau ketersediaan lapangan pekerjaan di sejumlah negara berkembang tidak dapat dilepaskan dari peran wirausahawan. Hal inilah kemudian yang menegaskan peran dan fungsi penting kehadiran para wirausahawan dalam pembangunan baik di negara maju maupun berkembang. Sebab itu pula, negara-negara maju ataupun berkembang dewasa ini terus giat melahirkan para wirausahawan dengan jalan menciptakan sumber daya manusia (SDM) yang memiliki semangat kewirausahaan.

Buku ini berbicara mengenai kewirausahaan. Hal-hal yang penting diketahui terkait kewirausahaan dibahas di buku ini. Di bagian-bagian awal buku ini dibahas tentang konsep dan karakteristik kewirausahaan, sikap dan profil pengusaha, ide, kreativitas, inovasi serta profil usaha, rencana pemasaran, UKM dan pengusaha pemula, dan etika, sikap serta nilai wirausaha. Di bagian-bagian tengah buku ini dibahas perihal peluang-peluang usaha dan bagaimana menghasilkan ide dan peluang bisnis, bagaimana membangun jiwa wirausaha dan merintis usaha serta model pengembangannya, serta bagaimana mengembangkan semangat kewirausahaan. Adapun di bagian-bagian akhir buku ini dibahas mengenai industri kreatif, pengelolaan pemasaran, pengelolaan permodalan dan produksi di usaha kecil, serta manajemen SDM.

Buku ini dapat dibaca oleh mahasiswa-mahasiswi di sejumlah perguruan tinggi di Indonesia dan para pengajar yang mengampu mata kuliah kewirausahaan. Selain itu, dapat dijadikan bahan bacaan pula bagi pelaku bisnis atau mereka yang memiliki minat untuk terjun ke dunia wirausaha.



RajaGrafindo Persada
PT RAJAGRAFINDO PERSADA
Jl. Raya Leuwirangung No. 112
Kel. Leuwirangung, Kec. Tapos, Kota Depok 16956
Telp 021-84311162 Fax 021-84311163
Email: rajapers@rajagrafindo.co.id
www.rajagrafindo.co.id

RAJAWALI PERS
DIVISI BUKU PERGURUAN TINGGI
EKONOMI



Harga P. Jawa Rp105.000,-