



KEWIRAUSAHAAN

Naharuddin Sri, S.Pi., M.Si.
Ida Ayu Lochana Dewi, S.Pi., M.Si.

KEWIRAUSAHAAN

Copyright © 2023

Penulis : **Naharuddin Sri, S.Pi., M.Si.**
 : **Ida Ayu Lochana Dewi, S.Pi., M.Si.**
Editor : **Asrul**
Desain Sampul : **Muzammil Akbar**
Ilustrasi : **Freepik**

Ukuran: 18.2 x 25.7 cm; Hal: vi + 133 (139)

Cetakan I, Maret 2023

ISBN 978-623-8179-23-7



Penerbit

Insight Mediatama

Cabang Kota Kupang, NTT

Anggota IKAPI No. 338/JTI/2022

Whatsapp 085255608674

Email: insightmediatamakupang@gmail.com

© **All Rights Reserved** Ketentuan Pidana Pasal 112-119 Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta. Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit dan penulis.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa dengan selesainya Buku Ajar Kuliah Kewirausahaan ini sesuai dengan waktu yang ditargetkan. Buku Bahan Ajar Kuliah ini diperuntukkan bagi mahasiswa Program Studi Agribisnis Perikanan Politeknik Pertanian Negeri Kupang.

Standar Kompetensi yang diharapkan adalah mahasiswa mampu merencanakan sebuah Rencana Bisnis (Business Plan) secara sederhana. ini berisi 9 Topik Praktikum untuk 32 kali pertemuan.

Pada matakuliah ini mahasiswa mempelajari tentang Konsep konsep dasar kewirausahaan, karakteristik kewirausahaan, penilaian potensi diri wirausaha, iide dan peluang usaha, kepemimpinan dalam kewirausahaan, manajemen resiko, jaringan kerjasama, strategi pemasaran, analissi kelayakan usaha, perencanaan usaha

Banyak kendala yang dihadapi oleh penulis dalam rangka penyusunan buku ajar teori ini, yang hanya berkat bantuan berbagai pihak, maka semuanya dapat diatasi. Pada kesempatan ini, penulis dengan tulus menyampaikan terima kasih atas dukungan berbagai pihak yaitu:

1. Direktur Politeknik Pertanian Negeri Kupang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun buku ajar ini.
2. Kepala P4M Politeknik Pertanian Negeri Kupang atas kesediaannya memberikan arahan berkaitan dengan sistematika dan substansi yang seyogyanya terakomodasi pada buku ajar ini.
3. Ketua Program Studi Agribisnis Perikanan yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun buku ajar ini.
4. Para pihak yang telah memberikan masukan guna tersempurnakannya buku ajar ini.

Dengan segala kerendahan hati, penulis membuka kesempatan bagi para pembaca dan pengguna bahan ajar teori kewirausahaan ini untuk memberikan masukan guna lebih melengkapi buku ini. Akhir kata, semoga buku ini bermanfaat bagi para pembaca. Sekian dan terima kasih.

Kupang, Desember 2022

Penulis

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	iv
I. Konsep Dasar Kewirausahaan	1
1.1. Pendahuluan	1
1.2. Penyajian	2
1.2.1. Sejarah Kewirausahaan	2
1.2.2. Pengertian dan Hakikat Kewirausahaan	3
1.2.3. Pengertian Wirausaha	5
1.3. Penutup	6
1.3.1. Rangkuman	6
II. Karakteristik Kewirausahaan	7
2.1. Pendahuluan	7
2.2. Penyajian	7
2.2.1. Pengertian dan Proses Pembentukan Karakter	7
2.2.2. Ciri-ciri Karakter Wirausaha	8
2.2.3. Sifat-Sifat Yang Perlu dimiliki Wirausahawan	24
2.3. Penutup	24
2.3.1. Rangkuman	24
III. Penilaian Potensi Diri Wirausaha	25
3.1. Pendahuluan	25
3.2. Penyajian	25
3.2.1. Mengenal Diri Sendiri	25
3.2.2. Aspek-aspek Pengenalan Diri	25
3.2.3. Keuntungan dan Kerugian Kewirausahaan	31
3.3. Penutup	31
3.3.1. Rangkuman	31
IV. Ide dan Peluang Usaha	33
4.1. Pendahuluan	33
4.2. Penyajian	33
4.2.1. Ide Kewirausahaan	33
4.2.2. Identifikasi Peluang Usaha Baru	34

4.2.3.	Sumber-Sumber Potensial Peluang	36
4.2.4.	Bekal Pengetahuan dan Kompetensi	38
4.2.5.	Sumber Gagasan Bagi Produk dan Jasa Baru	39
4.2.6.	Proses Perencanaan dan Pengembangan Produk	41
4.3.	Penutup	42
4.3.1.	Rangkuman	42
V	Kepemimpinan dalam Kewirausahaan	44
5.1.	Pendahuluan	44
5.2.	Penyajian	46
5.2.1.	Perilaku Pemimpin	46
5.2.2.	Pendekatan Kepemimpinan	48
5.3.	Penutup	50
5.3.1.	Rangkuman	50
VI	Manajemen Resiko	51
6.1.	Pendahuluan	51
6.2.	Penyajian	51
6.2.1.	Sumber Resiko	51
6.2.2.	Hubungan Manajemen Resiko	53
6.2.3.	Resiko Spekulatif dan Reasiko Murni	55
6.3.	Penutup	55
6.3.1.	Rangkuman	55
VII	Jaringan Kerjasama dan Strategi Pemasaran	57
7.1.	Pendahuluan	57
7.2.	Penyajian	59
7.2.1.	Metode Promosi	59
7.2.2.	Menetapkan Dana Promosi	66
7.2.3.	Iklan sebagai investasi	71
7.2.4.	Riset Penentuan Tingkat pengeluaran	72
7.2.5.	Pengeluaran Iklan dan Tujuan Pasar	72

7.2.6.	Hubungan Antara Tujuan Komunikasi dengan Hasil – Hasil Penjualan	73
7.3.	Penutup	74
7.3.1.	Rangkuman	74
VIII	Analisis Kelayakan Usaha	75
8.1.	Pendahuluan	75
8.2.	Penyajian	76
8.2.1.	Tujuan Studi Kelayakan Usaha	76
8.2.2.	Pihak-pihak yang Berkepentingan	78
8.2.3.	Proses dan tahap Studi Kelayakan	79
8.2.4.	Aspek-aspek Penilaian	80
8.2.5.	Metode penilaian investasi	87
8.3.	Penutup	98
8.3.1.	Rangkuman	98
IX	Perencanaan Usaha (Bisnis Plan)	99
9.1.	Pendahuluan	99
9.2.	Penyajian	100
9.2.1.	Pengertian Dan Manfaat Perencanaan Usaha	100
9.2.2.	Langkah-langkah Perencanaan Usaha	102
9.2.3.	Kerangka perencanaan Usaha	104
9.2.4.	Identifikasi Kegiatan Perusahaan	105
9.2.5.	Tujuan dan Sasaran Perencanaan Usaha	108
9.2.6.	Kunci Keberhasilan Usaha	112
9.2.7.	Penerapan Analisis SWOT	119
9.3.	Penutup	128
9.3.1.	Rangkuman	128
	Daftar Pustaka	130
	Biografi Penulis	132

BAB I

KONSEP DASAR KEWIRAUSAHAAN

1.1. Pendahuluan

Persoalan pengangguran dan kemiskinan merupakan persoalan yang multidimensional, tidak hanya berupa persoalan ekonomi semata, melainkan juga persoalan sosial, budaya dan politik. Selain itu, persoalan kemiskinan tidak hanya menyangkut persoalan kuantitatif, tetapi juga menyangkut persoalan kualitatif. Masalah kemiskinan dan pengangguran masih merupakan masalah besar yang dialami Bangsa Indonesia saat ini dan beberapa tahun ke depan. Perlu dipertanyakan dan intropeksi diri mengapa sampai saat ini di Indonesia masih banyak pengangguran dan orang miskin. Padahal negara kita memiliki kekayaan yang melimpah dan berpotensi dikembangkan. Menurut para ahli, salah satu penyebabnya adalah masih rendahnya jiwa kewirausahaan masyarakat. Peran kewirausahaan bagi pertumbuhan ekonomi tidak hanya sekedar meningkatkan *output* dan pendapatan perkapita namun juga melibatkan pengenalan dan penerapan perubahan dalam struktur bisnis maupun masyarakat.

Materi ini mengulas tentang definisi kewirausahaan dan wirausaha. Pada dasarnya setiap manusia telah memiliki jiwa wirausaha yang berarti memiliki kreatifitas dan tujuan tertentu serta berusaha untuk mencapai keberhasilan di dalam hidupnya. Selama beberapa dekade terakhir ini, kewirausahaan mengalami perkembangan yang cukup pesat di berbagai negara. Kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan turut memiliki andil dalam mendorong praktek-praktek *entrepreneurial* yang pada akhirnya mampu menciptakan berbagai penemuan-penemuan produk dan jasa baru bagi konsumen. Kewirausahaan di berbagai negara terbukti dapat membuka peluang kerja, pasar baru dan dalam jangka panjang mampu menciptakan stabilitas

BAB IV. IDE DAN PELUANG USAHA

4.1. Pendahuluan

Peluang usaha merupakan situasi dimana orang memungkinkan menciptakan kerangka fikir baru dalam rangka mengkreasi dan mengkombinasikan sumberdaya, ketika pengusaha merasa yakin terhadap keuntungan yang diperoleh. Perbedaan utama antara peluang kewirausahaan dengan situasi yang lain dalam peluang usaha adalah orang mencari keuntungan yang membutuhkan suatu kerangka fikir yang baru dari pada sekedar mengoptimalkan kerangka fikir yang telah ada.

Kewirausahaan dalam perspektif ekonomi dapat dijelaskan dari peluang usaha. Titik fokus pertama dalam kegiatan berwirausaha adalah apakah seseorang melihat peluang usaha di sekitarnya. Tiga sumber utama peluang usaha yaitu perkembangan teknologi, perubahan kebijakan/ politik, dan perubahan sosial/ demografi.

Wirausahawan yang berhasil adalah wirausahawan yang memiliki jiwa dan watak kewirausahaan. Jiwa dan watak kewirausahaan tersebut dipengaruhi oleh keterampilan, kemampuan, atau kompetensi. Kompetensi itu sendiri ditentukan oleh pengetahuan dan pengalaman yang meliputi kemampuan kreatif dan inovatif dalam memperoleh ide-ide baru serta mampu memanfaatkan kondisi yang ada menjadi sebuah peluang, sehingga bisa memunculkan adanya usaha baru.

4.2. Penyajian

4.2.1. Ide Kewirausahaan

Wirausaha dapat menambah nilai suatu barang dan jasa melalui inovasi. Keberhasilan dapat dicapai apabila wirausaha menggunakan produk, proses dan jasa-jasa inovasi sebagai alat untuk menggali perubahan. Oleh sebab itu, inovasi merupakan instrumen penting untuk memberdayakan sumber-sumber agar

BAB VI. MANAJEMEN RESIKO

6.1. Pendahuluan

Salah satu karakter seorang wirausaha adalah mempunyai keberanian menanggung resiko. Keberanian seorang wirausaha dalam menghadapi resiko sangat diperlukan karena tuntutan profesi. Seorang wirausaha dituntut berani mengambil resiko untuk memenangkan suatu persaingan.

Kenyataan yang mungkin terjadi dalam wirausaha adalah adanya menyimpang dari perkiraan. Artinya, ada kemungkinan penyimpangan yang menguntungkan dan ada pula penyimpangan yang merugikan. Suasana dikatakan beresiko jika informasi sempurna tak tersedia, tetapi seluruh peristiwa yang akan terjadi beserta probabilitasnya diketahui.

Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, seorang wirausaha dituntut untuk berani berspekulasi guna memenangkan kompetisi dan meraih keuntungan dari bisnis yang dijalankannya. Resiko dari berspekulasi dalam wirausaha adalah kerugian secara material. Dibutuhkan kesiapan untuk menanggung resiko berupa kerugian materi dalam berwirausaha.

Salah satu ciri dari seorang wirausahawan adalah berani menghadapi resiko. Ketidaktentuan dalam dunia usaha sangat mungkin menimbulkan kerugian (loss). Oleh karena itu diperlukan manajemen resiko yang baik untuk mengelola perusahaan agar tidak menimbulkan penyimpangan yang tidak diharapkan.

6.2. Penyajian

6.2.1. Sumber Resiko

Resiko adalah ketidaktentuan (uncertainty) yang mungkin melahirkan peristiwa kerugian (loss). Kerugian adalah penyimpangan yang tidak diharapkan. Walaupun ada beberapa overlapping (tumpang tindih) di antara kategori-kategori ini, namun sumber penyebab kerugian (dan risiko) dapat diklasifikasikan sebagai

BAB VII. STRATEGI PEMASARAN

7.1. Pendahuluan

Persaingan antar produk di pasaran mendorong produsen gencar untuk berpromosi yang dapat menarik perhatian konsumen. Mengatur **strategi pemasaran** melalui promosi antar produsen agar produknya meningkat dan jangkauan pasar lebih luas merupakan jurus yang harus dilakukan. Promosi dapat dilakukan melalui berbagai cara, antara lain; melalui promosi penjualan, publisitas umum, penjualan pribadi, dan periklanan. Promosi melalui media periklanan sangatlah efisien karena menggunakan biaya rendah dan mempunyai daya bujuk (persuasif) yang kuat. Promosi melalui periklanan sangatlah efektif karena dapat memberikan informasi yang jelas terhadap produk pada segmen tertentu. Iklan mengarahkan konsumen dalam menyuguhkan produk sehingga dapat diyakini untuk memenuhi kebutuhan pembeli.

Unsur dasar dari system komunikasi adalah source (sumber), Message (pesan), dan destination (tujuan). Sumber itu bisa seseorang (misalnya wira niaga) atau organisasi komunikasi (seperti televisi, surat kabar, atau majalah). Jika konsumen yang menerima pesan itu telah memahami arti pesan tersebut, ia mungkin bereaksi dalam berbagai cara. Artinya, ia mungkin menjadi pengirim pesan itu selanjutnya. Komunikasi itu adalah diantara seorang wiraniaga dengan seorang calon pembeli, kita perlu menambahkan unsur umpan balik (feed back) ke dalam konsep kita. Ringkasannya, untuk efektifnya komunikasi, ia haruslah :

1. Mendapatkan perhatian
2. Menggunakan isyarat yang mengacu pada pengalaman yang lazim dari pengirim (sender) dan tujuan (destination) untuk dapat dipahami maknanya.
3. Membangkitkan kebutuhan pribadi dalam diri tujuan (destination) dan menunjukan beberapa cara unuk memenuhi kebutuhan tersebut.

BAB VIII. ANALISIS KELAYAKAN USAHA

8.1. Pendahuluan

Usaha yang akan dijalankan diharapkan dapat memberikan penghasilan sesuai dengan target yang telah ditetapkan. Pencapaian tujuan usaha harus memenuhi beberapa kriteria kelayakan usaha. Artinya, jika dilihat dari segi bisnis, suatu usaha sebelum dijalankan harus dinilai pantas atau tidak untuk dijalankan. Pantas artinya layak atau akan memberikan keuntungan dan manfaat yang maksimal. Agar tujuan perusahaan dapat tercapai sesuai keinginan, apapun tujuan perusahaan (baik profit, sosial, maupun gabungan dari keduanya), apabila ingin melakukan investasi, terlebih dahulu hendaknya dilakukan sebuah studi. Tujuannya adalah untuk menilai apakah investasi yang akan ditanamkan layak atau tidak untuk dijalankan (dalam arti sesuai dengan tujuan perusahaan) atau dengan kata lain, jika usaha tersebut dijalankan, akan memberikan manfaat atau tidak.

Studi kelayakan usaha merupakan kegiatan untuk mempelajari secara mendalam, artinya meneliti secara sungguh-sungguh data dan informasi yang ada, yang kemudian mengukur, menghitung dan menganalisis hasil penelitian tersebut dengan menggunakan metode-metode tertentu. Dan penelitian yang dilakukan terhadap usaha yang akan dijalankan menggunakan ukuran tertentu, sehingga diperoleh hasil yang maksimal.

Istilah kelayakan mengandung arti, bahwa penelitian yang dilakukan secara mendalam dengan tujuan untuk menentukan apakah usaha yang dijalankan akan memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang akan dikeluarkan. Dengan kata lain, kelayakan dapat berarti bahwa usaha yang dijalankan akan memberikan keuntungan finansial dan nonfinansial sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Lebih lanjut, istilah layak juga berarti bahwa suatu usaha juga dapat memberikan keuntungan tidak hanya bagi perusahaan

BAB IX. PERENCANAAN USAHA (BISNIS PLAN)

9.1. Pendahuluan

Perencanaan usaha adalah sebuah selling document yang mengungkapkan daya tarik dan harapan sebuah bisnis kepada penyandang dana potensial. Jadi, perencanaan usaha merupakan dokumen tertulis yang disiapkan oleh seorang wirausaha yang mengembangkan dan meng-gambarkan semua unsur yang relevan, baik internal maupun eksternal untuk memulai suatu usaha. Pada umumnya, dalam bisnis terdapat dua macam kegiatan perencanaan usaha yaitu sebagai berikut

a Kegiatan kewirausahaan yang mencakup tugas-tugas, seperti mengadakan kontak dengan para bankir, akuntan, pengacara, serta orang-orang yang membantu dalam hal finansial dan hukum

b Aspek-aspek bisnis yang dianggap rutin. Hal ini meliputi laporan keuangan bulanan, memonitor serta merevisi anggaran dan manajemen produksi

Perencanaan usaha dapat ditinjau dari dua cara yaitu perencanaan usaha jangka pendek dan perencanaan usaha jangka panjang. Di sini seorang wirausaha diharapkan mampu menggarap perencanaan usaha jangka pendek dan dapat merumuskan untuk mencapai sasaran dan tujuannya. Perencanaan usaha itu harus mencakup berbagai jenis kegiatan mempelajari dan meramalkan masa depan usaha, menentukan sasaran beserta fasilitas yang diperlukan dalam usaha, membuat program kerja dan perhitungan usaha, menentukan prosedur kerja di dalam usaha, menentukan rencana anggaran usaha dan membuat kebijaksanaan usaha.

Perencanaan usaha jangka panjang dapat dibagi beberapa tahap, sehingga jangka waktu untuk setiap tahap akan menjadi pendek. Untuk memonitor penerapan perencanaan usaha jangka panjang, seorang wirausaha harus membuat daftar pemeriksaan bahwa setiap tahap rencana dapat diselesaikan dengan

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari 2000. Kewirausahaan, Bandung. CV. Alfabeta.
- Fahmi, I. 2013. Kewirausahaan Teori, Kasus dan Solusi. CV. Alfabeta. Bandung.
- Fauzi, A. 2010. Ekonomi Perikanan. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Leman, A.G. 2006. Promosi dan Penjualan bagi Usaha Kecil. CV Krida karya. Jakarta.
- Meredith, Geoffresy G 1996. Kewirausahaan, Jakarta, Pustaka Binaman Pressindo.
- McClelland. Memacu Masyarakat Berprestasi. Jakarta: CV Intermedia Salim
- Nuitja, NS. 2010. Manajemen Sumberdaya Perikanan. IPB Press. Bogor.
- Permana, H. 2007. Resep Sukses untuk Dagang. CV Nuansa Citra Grafika. Bandung.
- Setiawan, Y. 2005. Koperasi Petani. PT. Tropodo Jaya lestari. Surabaya.
- Siagian dan Asfahani. 1995. Kewirausahaan Indonesia dengan Semangat 17.8.45. Kloang Klede Jaya PT Putra Timur bekerjasama dengan Puslatkop dan PK Depkop dan PPK. Jakarta.
- Slamet, F. 2014. Dasar-dasar kewirausahaan Teori dan Praktek. PT. Indeks. Jakarta.
- Suryana, 2008. Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat, dan Proses Menuju Sukses. Salemba Empat, Jakarta.

- Suryana, Y. 2013. Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses. Kencana. Jakarta.
- Tabroni, R. 2005. Success for Teens. Amanah Publishing House. Bandung.
- Tim Broad-Based Education, 2002, Pendidikan Berorientasi Kecakapan Hidup (Life Skill) Melalui Pendekatan Broad-Based Education (BBE), Departemen Pendidikan Nasional.
- Tunggal, A.W. 2004. Mmanajemen Kewiraushaan. Harvarindo. Jakarta.
- Wiratmo, Maskur 1996. Pengantar Kewirausahaan. Yogyakarta.