

SPORT Entrepreneurship

Konsep, Teori, dan Praktik



Dr. Alnedral, M.Pd



Dr. Alnedral, M.Pd

SPORT

Entrepreneurship

Konsep, Teori, dan Praktik

Buku ini dapat membantu masyarakat dalam mengembangkan jiwa dan budaya kewirausahaan (*entrepreneurship*) khusus bidang olahraga. Apabila jiwa dan budaya *entrepreneurship* telah terbentuk, maka kreasi ide baru akan tercipta, guna mendapatkan sebuah peluang usaha, dan akan lahir lapangan kerja baru berbagai cabang olahraga komersial.

Struktur penulisan materi berbisiskan pemikiran konsep, teori, dan praktik kewirausahaan keolahragaan. Nuansa olahraga disinergiskan dengan kehidupan sosial ekonomi masyarakat dunia keolahragaan dan lebih menekankan kepada penerapan ilmu dan teknologi (IPTEK). Sinergi antara sosial ekonomi dan IPTEK dapat menciptakan peluang usaha baru, lapangan kerja baru guna mengantisipasi lingkak pengangguran yang kian hari semakin meningkat. Untuk lebih bermakna buku ini penting dimiliki oleh para insan penggerak keolahragaan.

Strategi kemasan buku dengan memasukkan teori-teori *public relativ* (*human relativ*), administrasi, manajemen, kepemimpinan, seni dan kiat menumbuhkan *entrepreneurship* melalui sikap yang kreativitas, inovasi, dan profesional.

Tip khusus untuk pembaca

Apabila pimpinan masa datang tidak mau bertanya, belajar, mendengar, dia akan terisolir (*Isolated*) dari organisasi yang dipimpinya.

ISBN : 978-602-98603-3-7

Penerbit FIK - UNP PRESS
Jl. Prof. Hamka Air Tawar - Padang
Indonesia. Telp. 0751 - 7059901

Perpustakaan Nasional RI: Katalog Dalam Terbitan (KDT)

ALNEDRAL

SPORT Entrepreneurship: Konsep, Teori, dan Praktik

Diterbitkan: di Padang, FIK-UNP Press, 2011 dan 2015

Iii, 1.. hlm, 16x24Cm

ISBN 978-602-98603-3-7

Anggota Ikatan Penerbit Indonesia (IKPI)

Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak buku ini sebagian atau seluruhnya, dalam bentuk dan cara apapun juga, baik secara

mekanis maupun elektronik, termasuk fotocopy, rekaman dan lain-lain tanpa izin tertulis dari penerbit.

Oleh : **Dr. Alnedral, M.Pd**
Cetak : Pertama, Padang 2011
: Kedua, Padang 2015
Diterbitkan Oleh : FIK-UNP Press
Alamat : Jl. Prof. Dr. Hamka Air Tawar –
Padang, Sumatera Barat,
Indonesia, Tlpn. 0751-7059901

KATA PENGANTAR

Menjadi bangsa yang bermartabat, unggul, dan berdaya saing merupakan keinginan bersama rakyat Indonesia. Untuk mencapai bangsa yang maju dan menang dalam persaingan ‘Era Globalisasi’, jawabannya adalah dengan *meningkatkan kualitas pendidikan* dan peran guru, instruktur, pelatih cabang olahraga dan berbagai elemen yang terkait termasuk meningkatkan kemampuan *Sport entrepreneurship*.

Kehadiran buku ini sungguh sangat membantu kelancaran mahasiswa, para pelatih/ praktisi olahraga sebagai jawaban salah satu tuntutan kurikulum Pendidikan Kepelatihan Olahraga dan Ilmu Keolahragaan pada FIK-UNP dalam rangka *meningkatkan kualitas pendidikan* dan menelorkan calon usahawan baru bidang keolahragaan. Di samping itu, juga mempertimbangkan tuntutan kebutuhan serta fungsi pembelajaran bernuansa perilaku berkarya dalam keolahragaan. Materi dikembangkan berdasarkan Sinopsis, Silabus, dan Satuan Acara Perkuliahan (SAP) matakuliah *sport entrepreneurship* dan Kewirausahaan Industri Olahraga yang dilandasi oleh konsep, teori, prinsip, praksis dan praktik pembentukan *jiwa dan budaya entrepreneurship*.

Penyusunan sumber penulisan materi buku ini lebih banyak di rujuk pada buku “*Thoby Mutis tentang Kewirausahaan Yang Berproses* dan buku *Nor Anisah Buang dan Isteti Murni tentang Prinsip-Prinsip Kewirausahaan: Konsep, Teori dan Model-model Pembentukan Wirausahaan*”. Di samping itu penulis juga menyadur dari naskah lain yang relevan guna memperkaya struktur materi tulisan.

Dalam penyelesaian buku ini, penulis mendapat arahan dan sumbangan pikiran dari nara sumber Prof. Dr. Agus Irianto pada lokarya penulisan buku bahan ajar FIK Universitas Negeri Padang September 2010. Secara khusus ucapan terima kasih disampaikan kepada Prof. Dr. Eddy Marheni, M.Pd, dan asisten dosen Desi Purnama Sari, S.Pd, M.Pd selaku tim matakuliah *Sport Entrepreneurship* atas kritik dan saran. Penulis juga dibantu oleh berbagai pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu, untuk itu, penulis mengucapkan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada seluruh personal yang terlibat dalam merampungkan tulisan ini. Semoga bantuan dan kritisi yang membangun, hendaknya mendapat balasan amal di sisi Allah Yang Maha Esa. Amin!

Terima kasih,

Ttd.

Alnedral

KATA PENGANTAR

Cetakan Kedua

Berdasarkan kebaikan hati para pembaca, penulis menerima banyak saran terhadap cetakan pertama. Itulah sebabnya pada cetakan kedua ini revisi menjadi bertambah banyak, si samping kesalahan cetak yang sudah ditekan seminim mungkin. Terima kasih atas saran-saran tersebut.

Tambahan tentang uraian mengenai pengertian Olahraga (*Sport*). Pada cetakan pertama materi ini belum dimasukkan sebagai memperjelas hubungan antara olahraga (*sport*) dengan kegiatan kewirausahaan, sehingga judul buku ini menjadi lebih operasional pada *Sport Entrepreneurship*. Tambahan contoh dan uraian terhadap analisis situasi dan uraian mengenai budaya *Entrepreneurship* untuk wahana Perguruan Tinggi lebihh dipertajam dalam konsep, praksis dan praktik.

Secara khusus ucapan terimakasih disampaikan kepada Prof. Dr. Nor Aishah Buang ahli *Entrepreneurship Education Development* University Kebangsaan Malaysia dan Prof. H. Ganefri, M.Pd, Ph.D *Consultant Entrepreneurship Education Development* Universitas Negeri Padang, yang memotivasi penulis menjadi praktisi inovasi organisasi kewirausahaan (*Intrapreneurship*) sebagai jalan untuk mencapai kunci sukses yang memberi nuansa baru buku ini. Demi kesempurnaan lebih lanjut, penulis masih bermohon kepada para pemakai buku ini untuk tidak segan-segan memberikan masukan. Dengan rasa rendah hati dan

penghargaan setinggi-tingginya penulis menyampaikan terima kasih.

Padang, Januari 2015

Ttd.

Dr. Alnedral, M.Pd

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	v
Kata Pengantar Cetakan Kedua.....	vii
Daftar Isi	viii

BAB I PENDAHULUAN

A. Tujuan Pokok Materi	1
B. Latar Belakang <i>Sport Entrepreneurship</i>	1
C. Konsep Keolahragaan Sebagai Kompetensi	6
D. Konsep Kewirausahaan (<i>Entrepreneurship</i>).....	15
E. Definisi Kewirausahaan (<i>Entrepreneurship</i>)	18
F. Latihan-Latihan	28

BAB II PUBLIC RELATIONS DALAM KEWIRAUSAHAAN

A. Tujuan Pokok Materi	30
B. Pengertian <i>Public Relations</i>	30
C. Tujuan <i>Public Relations</i>	34
D. Maksud <i>Public Relations (PR)</i>	35
E. Fungsi Utama PR.....	37
F. Prinsip-Prinsip <i>Public Relations</i>	38
G. Langkah <i>Public Relations</i> Dalam Melaksanakan Fungsinya	39
H. Persyaratan Dasar PR.....	41

I. Tugas <i>Public Relations (PR)</i>	43
J. Latihan-latihan	48

BAB III HAKIKAT KONSEP DAN PRINSIP- PRINSIP KEWIRAUSAHAAN

A. Tujuan Pokok Materi	49
B. Hakikat Konsep Dasar Kewirausahaan	49
C. Profil Kewirausahaan	54
D. Sumbangan Wirausaha Kepada Ekonomi Masyarakat dan Negara.....	60
E. Pengetahuan dan Kemahiran Utama Untuk Menjadi Wirausaha	64
F. Jenis-jenis Wirausaha	58
G. Prospek Profesi Wirausaha	64
H. Manfaat Pemilik Bisnis Sendiri	74
I. Rangkuman.....	76
J. Latihan-latihan	78

BAB IV IMPLIKASI ENTREPRENEURSHIP (KEWIRAUSAHAAN) DARI BERBAGAI PANDANGAN

A. Tujuan Pokok Materi	80
B. Pengertian Dalam Praktik Menurut Beberapa Ahli	81
C. Pengembangan Strategi Entrepreneurship	88
D. Latihan-latihan	96

**BAB V SENI DAN KIAMENUNBUHKAN
ENTREPRENEURSHIP DALAM DIRI
SENDIRI**

A. Tujuan Pokok Materi	102
B. Pendahuluan.....	102
C. Program Pengembangan Budaya Kewirausahaan ..	104
D. Landasan Yuridis Kewirausahaan Olahraga.....	110
E. Seni Menumbuhkan Entrepreneurship.....	112
F. Kiat Menumbuh kembangkan Entrepreneurship ...	119
G. Rangkuman.....	124
H. Latihan-latihan	127

BAB VI KREATIVITAS, INOVASI DAN PROFESIONAL

A. Tujuan Pokok Materi	128
B. Pengertian Kreativitas	128
C. Pengertian Inovasi.....	142
D. Strategi Implementasi Inovasi.....	147
E. Profesional	150
F. Latihan-latihan	156

**BAB VII ENTREPRENEURSHIP DAN SEKTOR
JASA**

A. Tujuan Pokok Materi	158
B. Pendahuluan.....	158
C. Antara Entrepreneur dengan Administrator Bisnis	160
D. Etos Kerja Keras Seperti Jepang dan Inggris	163
E. Wirausaha Bersama Buruh Menjadi Sentral.....	164
F. Kekuatiran dan Kesulitan Lain.....	165

G. Pertimbangan Wirausahawan Sebelum Memulai Bisnis dan Jasa	176
H. Latihan-latihan	180

BAB VIII PARADIGMA BARU KEWIRAUSAHAAN

A. Tujuan Pokok Materi	180
B. Pengertian Paradigma Baru Kewirausahaan.....	180
C. Kewirausahaan yang Kolektif Berinovasi Unggul ...	183
D. Kritik dan Ungkapan Para Pakar Kewirausahaan...	188
E. Belajar Berkelanjutan dalam Organisasi.....	189
F. Latihan-latihan	195

BAB IX STRATEGI KEWIRAUSAHAAN (ENTREPRENEURSHIP)

A. Tujuan Pokok Materi	197
B. Pengertian Strategi Kewirausahaan	197
C. Kiat Sukses Wirausaha	202
D. Strategi Analisis dan Tindakan.....	210
E. Kiat Merencanakan Usulan Anda.....	212
F. Latihan-latihan	214

BAB X KEPEMIMPINAN YANG DIBANGUN MELALUI KOMITMEN- KOMITMENNANYA

A. Tujuan Pokok Materi	217
------------------------------	-----

B. Pengantar.....	217
C. Komitmen pada Pelanggan (<i>commitment to the customer</i>).....	219
D. Komitmen Pada Organisasi (<i>Commitment To The Organization</i>).....	221
E. Komitmen pada Diri Sendiri (<i>Commitment to Self</i>)	224
F. Komitmen pada Masyarakat (<i>Commitment to People</i>).....	226
G. Komitmen pada Tugas (<i>Commitment to the Task</i>).	228
H. Rangkuman.....	230
I. Latihan-latihan	231
DAFTAR KEPUSTAKAAN	233
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	236
BIOGRAFI SINGKAT PENULIS	252

BAB I

PENDAHULUAN

A. Tujuan Pokok Materi

Setelah mempelajari Bab I bagian Pendahuluan ini, diharapkan pembaca mampu:

1. Memahami dan menjelaskan tentang latar belakang perlunya dikembangkan budaya kewirausahaan pada diri sendiri.
2. Memahami dan menjelaskan tentang konsep *entrepreneur* dalam bidang keolahragaan (*Sport Entrepreneurship*).
3. Memahami dan menjelaskan tentang manfaat bidang keolahragaan dalam kehidupan manusia.
4. Memahami dan menjelaskan tentang definisi kewirausahaan (*Entrepreneurship*)
5. Memahami dan mengerjakan latihan-latihan guna mempermahir kemampuan mahasiswa.

B. Latar Belakang *Sport Entrepreneurship*

Sebagai dasar hakiki yang melatar belakangi penulisan buku ini adalah bersumber dari buku pedoman Akademik FIK

Universitas Negeri Padang tahun 2006 sampai 2014 tentang salah satu tujuan Fakultas yaitu “Menghasilkan lulusan yang mempunyai Budaya Kewirausahaan dalam pengelolaan aktivitas keolahragaan”. Untuk memenuhi tuntutan tersebut, maka dirumuskanlah synopsis yang berjudul ‘*Sport Entrepreneurship*’. Paparan synopsis adalah “Pemahaman tentang *public* dan *human relations*, menumbuhkan kiat dan budaya *Entrepreneurship* serta memiliki kemampuan kreatif, inovatif membuat usulan permodalan, mendirikan usaha baru, bisnis, dan jasa berbagai bidang keolahragaan”.

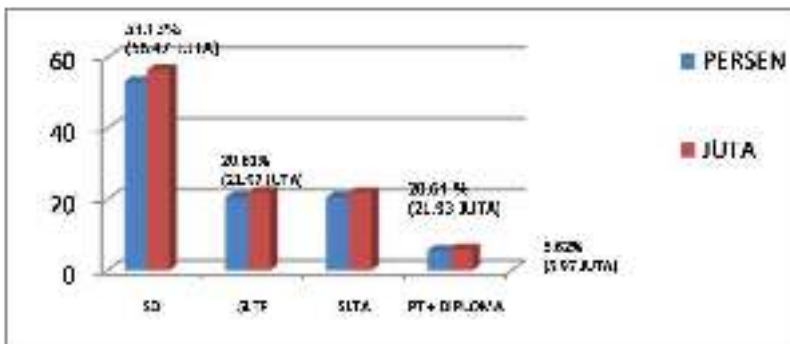
Isu hangat saat ini adalah tuntutan lapangan kerja semakin berkompetitif dan tingginya angka pengangguran. Sementara itu tenaga kerja terdidik yang baru tamat dari perguruan tinggi atau institusi pendidikan lainnya muncul pula sebagai pencari kerja baru yang lebih memperparah situasi pengangguran yang sudah ada. Data (BPS, 2004) angkatan kerja 103.97 juta orang yang menganggur 10.25 juta orang mulai tidak sekolah sampai tamat perguruan tinggi. Untuk itu para mahasiswa diwajibkan memiliki pengetahuan tentang *Entrepreneur* kusus pada bidang keahliannya / kompetensi inti (*Core competency*).

Pengangguran bukan saja menjadi momok yang menakutkan bagi setiap individu, tetapi juga bagi kepala pemerintahan karena pengangguran merupakan fenomena yang tidak kunjung selesai. Beberapa waktu lalu Indonesia mengalami guncangan politik yang sangat hebat, sehingga memporak-porandakan tatanan pemerintahan dan sendi-sendi ekonomi akibatnya terjadi pemutusan hubungan kerja (PHK) *secara* besar-besaran dan sekaligus mempertinggi

tingkat pengangguran yang sudah ada. Data (Seknas BPS, Agustus 2006) bahwa angkatan kerja Indonesia berdasarkan latar belakang pendidikan totalnya 106,28 juta yang menganggur tamatan perguruan tinggi adalah 5.97 juta atau 5,56%. Untuk lebih jelasnya dapat diidentifikasi pada Matrik 1.

Melihat angka pengangguran yang cukup tinggi di kalangan alumni Perguruan Tinggi maka beberapa anggota Legislatif di DPRD Sumatera Barat mengecam Perguruan Tinggi sebagai lembaga pencetak pengangguran tingkat tinggi (Singgalang, 2007). Guna menghindari kecaman yang berkepanjangan, maka sudah selayaknya program pendidikan tinggi secara sungguh-sungguh lebih diarahkan pada penumbuhan kemampuan mahasiswa untuk membuka lapangan kerja mandiri atau berwiraswasta. Mungkin sebaiknya perguruan tinggi mempunyai motto: *“Masuk Perguruan Tinggi menjadi mahasiswa, keluar menjadi pengusaha” jadi manejer perusahaan.* Mampu menciptakan lapangan kerja baru sesuai dengan kompetensi inti (*core competency*). Bidang pendidikan kepelatihan olahraga hendaknya mampu mengimplementasikan keterampilan keolahragaan dalam kehidupan masyarakat melalui kewirausahaan, baik jasa maupun bisnis.

Matrik 1. Prosentase Angka Pengangguran



Dalam rangka menumbuhkan kembangkan *jiwa dan budaya entrepreneurship* di kalangan mahasiswa Program Studi Pendidikan Kepelatihan Olahraga, dan Program Studi Ilmu Keolahragaan Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Padang (FIK-UNP) staf pengajar merancang pratikum beberapa Matakuliah Keahlian Keterampilan (MKK) yang disebut sebagai kompetensi inti (*core competency*) dalam bentuk “*promotor dan trustee*”. Di samping itu mengadakan pelatihan kewirausahaan kepada para mahasiswa FIK umumnya, tujuan agar mahasiswa mendapat bekal bagaimana kiat dan seni menumbuhkan jiwa dan budaya kewirausahaan.

Secara umum banyak definisi tentang kewirausahaan yang dapat membedakan wirausaha dengan yang bukan wirausaha. Apalagi yang disebut dengan “*Sport Entrepreneurship*” yang mengandung makna kata antara keolahragaan yang dan wirausaha, sehingga menjadi unik dijadikan sebuah kajian dan sebuah kreativitas wirausaha keolahragaan. Seseorang yang dapat memadukan kreativitas, inovasi, pengambil resiko, kesungguhan bekerja untuk membentuk dan membangun bisnis serta

memaksimalkan potensi diri dan mampu memanfaatkan peluang usaha melalui kompetensi inti (*core competency*) adalah sangat menguntungkan dalam kewirausahaan.

Sebuah keunikan dan kreativitas yang berkesinambungan, dijelaskan oleh (Mutis, 1995) bahwa seorang aktor film seri Mac Gyver yang selalu mengubah “*kesempitan menjadi kesempatan*”, sehingga Stephen Covey dalam bukunya *First Thing First* menyebutnya Mac Gyver Factor. Kesamaan antara para *entrepreneur* dan Mac Gyver adalah mereka yang sering memunculkan keunikan, kreativitas yang berkesinambungan dan seringkali susah ditebak sebelumnya. Yang pasti mereka dalam keadaan kesusahan/ masalah besar dapat mencetuskan ide-ide yang tepat untuk solusi yang positif.

Sebelum memulai sesuatu keunikan, kreativitas dan bisnis diperlukan perencanaan yang baik dan teliti dari segi fisik dan rohani di samping pemilihan produk, lokasi, jenis bisnis, pemilihan tenaga kerja, cara pemasaran dan strategi menghadapi pesaing. Perlu menekuni bidang kewirausahaan seperti, membuat pembaharuan (seperti Mac Gyver) menggunakan kemahiran dan kontak dari tempat kerja, membeli sebuah perusahaan berdasarkan pengalaman dan mempunyai tujuan untuk memiliki sesuatu bisnis yang melibatkan resiko yang rendah. Memberikan jasa secara agresif melalui perusahaan konsultan dalam bidang tertentu, menghasilkan produk yang unik dan tidak sulit diproduksi secara teknis serta bermutu tinggi dan memasuki bidang yang berlainan dengan pekerjaan yang ada sekarang.

Wirausaha dianggap sebagai penggerak pembangunan ekonomi masyarakat dan Negara. Oleh sebab itu

pembangunan golongan wirausaha melalui pendidikan sangat penting untuk melahirkan wirausaha baru yang tangguh, mampu bersaing dan berdaya tahan. Menurut hasil penelitian Zaidatol (1998) terdapat hubungan yang positif antara pendidikan kewirausahaan dengan pembangunan ekonomi dan juga hubungan yang positif antara pendidikan kewirausahaan dengan wirausahawan yang sukses. Untuk itu kegiatan keolahragaan menjadi penting dibahas sebagai pendidikan berwirausaha untuk menjadikan generasi (sarjana Keolahragaan) untuk membangun hubungan yang positif dalam kompetensi inti (*core competency*) yang mereka pelajari selama di Perguruan Tinggi.

"Sport Entrepreneurship" perlu dipelajari oleh insan yang berkecimpung dalam dunia keolahragaan adalah guna mengefektifkan dan memproduktifkan potensi dan peluang usaha yang bernilai ekonomi cukup tinggi. Kewirausahaan bidang olahraga cukup memiliki prospek masa depan untuk kehidupan manusia. Di samping itu, untuk mengantisipasi tingkat pengangguran dengan menciptakan lapangan kerja baru dan kesempatan perluasan pembangunan olahraga.

C. Konsep Keolahragaan Sebagai Kompetensi

Sebelum membahas lebih jauh hubungan kausal antara keolahragaan (*Sport*) dengan pelaku kewirausahaan (*entrepreneurship*) perlu dijelaskan apa, bagaimana dan untuk apa kegiatan olahraga (*Sport*) tersebut dalam kehidupan manusia. Dalam UU RI Nomor 3 Tahun 2005 tentang Sistem Keolahragaan Nasional (SKN): "SKN adalah

keseluruhan aspek keolahragaan yang saling terkait secara terencana, sistematis, terpadu, dan berkelanjutan sebagai suatu kesatuan yang meliputi pengaturan, pendidikan, pelatihan, pengelolaan, pembinaan, pengembangan dan pengawasan untuk mencapai tujuan keolahragaan nasional” (Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia, 2007:3).

Istilah olahraga secara harfiah dapat diterjemahkan sebagai mengolah badan atau fisik, namun bukan hanya mengolah raga, badan atau fisik yang hanya kelihatan dari luar, tetapi juga mengolah alat-alat atau komponen-komponen yang berada dalam tubuh manusia, baik komponen jasmani dan rohani. Dalam tataran pendidikan sekolah digunakanlah istilah Pendidikan Jasmani, kata jasmani lebih menekankan pada sifatnya dan olahraga pada bentuknya, namun kadang-kadang ditapsirkan sama. Antara pendidikan jasmani dan olahraga (*sport*) sering dikatakan ada interference, tidak sama namun ada bagian-bagian sama adalah aktivitas fisik, tugasnya aktivitas otot besar atau *big muscle activity*, bukan *fine muscle activity* seperti terjadi pada penulis, menggambar, menganyam, dan semacamnya (Ateng, 2003:47). Secara teori belajar gerak, kedua istilah ini mengandung makna yang sama, yaitu pendidikan tentang gerak tubuh manusia di dalam berbagai cabang keolahragaan.

Olahraga adalah kegiatan fisik yang berbentuk permainan, dilakukan dalam bentuk pertandingan atau perlombaan melawan orang lain, unsur-unsur alam, maupun diri sendiri. Sehubungan dengan hal ini olahraga memiliki beberapa ciri antara lain: adanya aktivitas fisik, adanya kegiatan yang berbentuk permainan, kegiatan dilakukan dalam bentuk pertandingan atau perlombaan, sasaran

diarahkan untuk mencapai prestasi setinggi-tingginya. Dalam bentuk memenangkan pertandingan atau perlombaan, adanya peraturan yang terstandar yang disahkan oleh induk organisasi olahraga berwenang, peserta dan *talent scoting* (Ateng, 2003:48-50). Secara lebih rinci perbedaan *pendidikan jasmani* (*Penjasorkes dalam Kurikulum 2013 dan olahraga*) dapat dibedakan dari beberapa komponen, seperti pada Matrik 2.

Menurut Syafruddin (2011) olahraga pendidikan tidak banyak berbeda dari olahraga prestasi, karena keduanya sama-sama bertujuan untuk meningkatkan kualitas fungsi tubuh, dalam arti kesehatan dan kesegaran/kebugaran serta meningkatkan keterampilan gerak melalui cabang olahraga. Namun demikian tentu saja olahraga prestasi lebih fokus kepada pencapaian prestasi. Selain itu olahraga prestasi dilakukan secara intensif dan terprogram dengan baik dan kontinyu.

Matrik 2.

Perbedaan Komponen Pendidikan Jasmani dan Olahraga

Komponen	Pendidikan Jasmani	Sport (Olahraga)
Tujuan	Pendidikan (tumbuh kembang keseluruhan kepribadian)	Kinerja motorik
Materi	Berpusat pada anak (apa yang dapat dilakukan anak)	Berpusat pada bahan latihan

	- <i>Gain score</i>	- <i>Final score</i>
Sifat latihan	Multilateral	Spesifik
Bentuk	Tidak harus pertandingan	Pertandingan
Gerak	Seluas kehidupan sehari-hari	Terbatas pada gerak fungsional cabang yang berangkutan
Kurang terampil	Mendapat perhatian ekstra	Terpaksa ditinggalkan (tidak dipasang)
Peraturan	Tidak ada pembakuan permainan	Dibakukan
Peserta	Wajib	Bebas
Talent scoting	Dipakai untuk entry behavior	Untuk memilih atlet berbakat

Deklarasi dewan internasional olahraga dan pendidikan jasmani menyatakan bahwa olahraga adalah setiap kegiatan jasmani yang bersifat permainan dan yang berupa perjuangan terhadap diri sendiri, orang lain, atau kekuatan-kekuatan alam tertentu. Jika kegiatan berupa pertandingan, maka hal itu harus dilakukan dengan *sportif dan jujur*. Olahraga yang dilakukan seperti ini merupakan cara dan alat pendidikan yang perlu mendapat perhatian. Hal ini dimungkinkan karena olahraga itu mengandung beberapa aspek nilai, antara lain: pembentukan watak, kedisiplinan, kompetisi, kesegaran jasmani, kesehatan mental, keimanan, kebangsaan,

kebudayaan, dan kepahlawanan.

Menurut Lutan (2001) bahwa, kegiatan olahraga merupakan pendidikan moral untuk membiasakan seseorang berbuat kebajikan dan menghindari kejahatan sehingga terbentuk pribadi-pribadi yang beretika, dan terbentuknya budaya kesolehan sosial. Dalam kegiatan olahraga, pertimbangan moral mempengaruhi *sportivitas* atau *fair play*. Kata *fair play* mudah diucapkan, tetapi cukup sukar dipraktikan, bukan saja dalam olahraga tetapi juga dalam semua bentuk kegiatan kehidupan sehari-hari. Prilaku *fair play* dapat dididik atau dibiasakan.

Kegiatan olahraga dalam Pendidikan secara fisik dapat meningkatkan kemampuan sistem imunitas tubuh dan fungsi organ. Kemampuan sistem imunitas tubuh, mengakibatkan atlet lebih memiliki daya tahan terhadap berbagai penyakit. Peningkatan fungsi organ seperti; meningkatkan kemampuan fungsi organ jantung dan paru, menjaga tekanan darah dan melancarkan aliran darah, menguatkan tulang dan otot, meningkatkan kemampuan daya tahan otot, dan sebagainya.

Menurut Daniel (2010), bahwa melalui Pendidikan Olahraga salah satu usaha untuk meningkatkan kesehatan mental peserta didik. Daya pikir akan bertambah jernih dan yang menggembirakan dapat mengurangi ketegangan atau stres serta membuat perasaan menjadi riang selalu. Semboyan klasik yang terkenal mengenai pentingnya olahraga bagi kehidupan manusia adalah, *orandum est, mensana in corpore sano* (semoga, dalam tubuh yang sehat terdapat jiwa yang sehat). Olahraga sebagai bagian budaya dari kehidupan

manusia telah lama dianggap sebagai cara yang tepat untuk meningkatkan kesehatan, baik itu kesehatan secara fisik maupun mental secara bernilai ekonomi.

Beberapa manfaat olahraga dalam Pendidikan yang dapat menyehatkan mental peserta didik/ atlet:

1. Olahraga Mengurangi Stres dan Meningkatkan Perasaan Bahagia

Setiap manusia normal pernah mengalami stres atau ketegangan. Berbagai faktor dapat menimbulkan terjadinya ketegangan, antara lain seperti pekerjaan yang belum selesai, ujian akhir yang akan dihadapi, keputusan salah yang telah diambil atau mungkin keragu-raguan untuk mengambil keputusan. Ternyata kegiatan olahraga dapat menolong mengatasi ketegangan dan meningkatkan perasaan bahagia.

Berolahraga dapat membantu mengurangi kegelisahan hati dan bahkan dapat melawan kemarahan. Alasannya, kalau jantung bekerja pada saat berolahraga, maka otomatis konsentrasi pikiran tidak akan terfokus pada urusan pekerjaan lagi. Kegiatan olahraga secara aerobik yang rutin dapat meningkatkan ketahanan kardiovaskular, sehingga selanjutnya dapat bersikap tidak terlalu berlebihan dalam menyikapi suatu masalah. Aktivitas yang terbukti efektif dalam melawan ketegangan otak adalah kegiatan olahraga permainan ataupun kegiatan olahraga bersifat aerobik seperti berjalan kaki, bersepeda, renang, jogging dan lainnya.

Menurut Daniel (2010), ketika melakukan kegiatan olahraga, terjadi penambahan gelombang alfa di otak. Gelombang otak alfa sudah lama diketahui yang berhubungan dengan rileks dan keadaan santai seperti pada waktu bermeditasi. Gelombang alfa ini terlihat pada seorang yang

jogging untuk 20 sampai 30 menit, dan tetap dapat diukur setelah olahraga tersebut berakhir. Para peneliti mengemukakan bahwa bertambahnya kekuatan gelombang alfa memberikan kontribusi kepada keuntungan kejiwaan dari olahraga, termasuk berkurangnya kecemasan dan depresi.

Lebih jauh Daniel, telah menemukan satu sistem hormon yang berfungsi sebagai *morphine* yang disebut *endogenous opioids*. Hal ini cukup menarik perhatian sebab reseptornya didapatkan di dalam *hipotalamus* dan sistem limbik otak, daerah yang berhubungan dengan emosi dan tingkah laku manusia. Sistem hormon *endogenous opioids*, salah satunya ialah beta-endorphin, bukan hanya mengurangi perasaan nyeri dan memberikan kekuatan menghadapi kanker saja, tetapi juga menambah daya ingat, menormalkan selera, seks, tekanan darah dan ventilasi. Saat berolahraga, kelenjar *pituitari* menambah produk *beta-endorphin*; dan sebagai hasilnya konsentrasi beta-endorphin naik di dalam darah yang dialirkan juga ke otak, sehingga mengurangi nyeri, cemas, depresi dan perasaan letih.

2. Olahraga Dapat Meningkatkan Kekuatan Otak

Kegiatan olahraga bila dilakukan secara kontinuis dan berkesinambungan dapat meningkatkan daya reaksi, konsentrasi, kreativitas dan kesehatan mental. Hal ini dikarenakan tubuh memompa lebih banyak darah sehingga kadar oksigen dalam peredaran darah juga meningkat yang ujungnya mempercepat pemasukkan darah ke otak. Bila otak cukup mendapat asupan darah maka reaksi fisik dan mental

seseorang akan meningkat.

Menurut Bill Lucas (2006), kegiatan olahraga merangsang pertumbuhan dendrit dan akson di otak, meningkatkan kemampuan sistem persarafan, meredakan stres dengan memicu pelepasan endorfin di otak. Senyawa ini mengirimkan ledakan darah berisi oksigen ke otak sehingga membangunkan sistem saraf secara umum. Meningkatkan memori jangka panjang (*long-term memory*) peningkatan *brain-derived neurotrophic factor* (bdnf), meningkatkan daya tahan sel otak dan mempercepat perjalanan impuls.

Menurut Hergenhahn dan Olson (2008), belahan otak dibagi menjadi dua bagian bagian yaitu belahan otak kiri (*left hemisphere*) dan belahan otak kanan (*right hemisphere*). Belahan otak kiri berkenaan dengan kemampuan; cerdas/logika, sekuensial sistematis, linear, analitis, matematis, teknis, konservatif, perencanaan, organization, administratif, pemecahan masalah, bahasa. Sedangkan otak kanan berfungsi untuk kemampuan; kreativitas, dapat bekerjasama, imajinatif, konseptor, acak/tidak teratur, intuitif, holistik, sintesis, perasaan, kesadaran spasial, pengenalan, bentuk/pola, musik/seni, kepekaan warna, kreasi/daya cipta, visualisasi, dan spiritual. Stimulasi otak harus dilakukan secara bersamaan dan seimbang antara otak kanan dan otak kiri penting bagi pengembangan *multiple intelligence*.

Keterampilan teknik dasar diperlukan dalam meningkatkan prestasi belajar atlet. Keterampilan teknik dasar atlet yang baik, akan memperoleh daya tahan, kekuatan, kecepatan dan kelincahan sehingga memiliki pola pikir dan kecerdasan yang baik. Apabila, keterampilan teknik dasar

atlet rendah, maka atlet akan sering merasa letih, lelah, dan tidak semangat dalam proses pembelajaran/berlatih, sehingga menyebabkan penurunan motivasi dan prestasi pelatihannya.

3. Olahraga Dapat Meningkatkan Kepercayaan Diri

Sekarang rasa percaya diri dapat dicapai tidak hanya dengan mengandalkan keindahan fisik saja, tetapi dengan berolahraga memiliki kadar kepercayaan diri yang sama kuat dengan mereka yang memiliki tubuh dan penampilan indah. Kemantapan diri ini terletak pada hasil kemampuan yang mereka dapatkan, yakni citra tubuh yang sehat dan kekuatan fisik yang prima.

Menurut Weinberg & Goald (2003) Atlet yang memiliki rasa percaya diri (*self confidence*) yang baik percaya bahwa dirinya akan mampu menampilkan kinerja olahraga yang dilakukannya seperti yang diharapkan. Melalui permainan olahraga dalam pembelajaran Penjasorkes, akan meningkatkan rasa percaya diri siswa terhadap kegiatan sehari-hari sesuai yang diharakan. Menurut Suharyana (2011), rasa percaya diri akan membawa seseorang dapat (1) mengendalikan emosinya (pengendalian diri dengan baik), (2) lebih mudah berkonsentrasi pada aktivitas yang dijalani, (3) tidak mudah patah semangat atau frustrasi dalam berupaya mencapai cita-cita, (4) cenderung mengembangkan strategi untuk memperoleh hasil kerjanya dan berani mengambil resiko atas strategi yang dipilihnya.

Pelatihan olahraga memanfaatkan aktivitas fisik untuk menghasilkan perubahan secara holistik dalam kualitas individu, baik dalam hal fisik, mental, serta emosional untuk

perbaikan dalam ‘pikiran dan tubuh’ yang mempengaruhi seluruh aspek kehidupan harian para siswa (olahragawan). Para atlet diarahkan dengan baik mengembangkan keterampilan yang berguna bagi pengisian waktu senggang, terlibat dalam aktivitas yang kondusif untuk mengembangkan hidup sehat, *pair-play*, berkembang secara sosial, dan menyumbang pada kesehatan fisik dan mentalnya. Untuk itu komponen bermain apalagi diujutkan dalam bentuk kempetitip, penguasaan keterampilan gerak (komponen motorik) menjadi lebih intent untuk diperhitungkan.

Menurut Ateng (2003) dalam buku Kajian Para Pakar, pengalaman gerak anak memainkan peranan yang penting dalam persepsi diri anak-anak sebagai individu-individu maupun bagaimana kemampuan mereka mengadakan relasi dengan kawan-kawannya dan memanfaatkan waktu luar mereka, mereka akan mempelajari karakteristik perkembangan anak-anak setidaknya dalam dua hal :1) konsep diri, 2) permainan dan relasi dengan teman-teman. Pengetahuan tersebut memungkinkan untuk mendorong dan menyusun pengalaman gerak yang berarti akan memperkuat pertumbuhan sosial emosional anak-anak dan sesuai dengan kebutuhan, minat dan kemampuan yang berkembang. Kemudian olahraga membangun relasi (*human realtions*) dengan dirisendiri dan masyarakat (*public relations*) dalam membangun kehidupan.

Berdasarkan kutipan dan penjelasan terdahulu tampak bahwa olahraga adalah kegiatan yang sangat bermanfaat dalam kehidupan manusia. Dengan berolahraga secara teratur tubuh akan sehat dan bugar, sehingga kegiatan keolahragaan menjadi penting dibahas sebagai pendidikan yang bernuansa berwirausaha untuk menjadikan generasi (sarjana

Keolahragaan) dalam membangun hubungan yang positif dalam mensinergikan kompetensi inti (*core competency*) yang mereka pelajari selama di Perguruan Tinggi.

Lebih khusus dapat ditekankan bahwa kegiatan keolahragaan sesuai dengan amanat UU RI Nomor 3 Tahun 2005 tentang Sistem Keolahragaan Nasional dapat menyokong terlaksananya fungsi-fungsi kehidupan kemanusiaan pada umumnya. Khusus bagi olahragawan (atlet) kondisi ini akan mempermudah pencapaian prestasi di cabang olahraga (Cabor) yang digelutinya, dalam buku ini disebut sebagai kompetensi inti (*core competency*). Bagi praktisi/pelatih adalah sebagai aktualisasi diri dalam praktik guna mendapatkan imbalan produksi dan jasa usaha keolahragaan. Bagi pelaku keolahragaan yang dapat menciptakan nilai sosial dengan menerapkan IPTEK olahraga, sehingga berpeluang menghasilkan nilai ekonomi masyarakat di samping memiliki kebugaran dan kesehatan fisik. Inilah yang disebut sebagai kegiatan keolahragaan yang bersinergi dengan kegiatan wirausah yang lazim disebut *Sport Entrepreneurship*.

D. Konsep Kewirausahaan (*Entrepreneurship*)

Pendekatan '*entrepreneur*' dalam bahasa Inggris berasal dari perkataan Perancis '*entreprenre*' yang berarti memikul tugas atau mencoba (Alias, 1992). Cantillon (1974) pakar ekonomi Perancis dari keturunan *Irish* merupakan orang pertama yang menggunakan tentang konsep kewirausahaan. Cantillon mengidentifikasi tiga jenis orang

yang mewakili dalam aktivitas ekonomi yaitu: 1) Orang yang memiliki tanah; 2) Orang yang membuat sesuatu untuk memperoleh pendapatan; dan 3) Orang yang menyediakan jasa. Nah, Konsep Cantillon ini cocok dikembangkan dalam usaha keolahragaan, karena kegiatan bisnis dan jasa keolahragaan dalam aktivitas kegiatannya terdapat dalam tiga jenis aktivitas ekonomi.

Sasaran fokus Cantillon adalah kegiatan dalam perdagangan. Seorang pakar ekonomi Perancis Say (1980) terus mengembangkan cara Cantillon. Bagi Say, wirausaha merupakan pengorganisasian firma bisnis dan peranan wirausaha adalah penting dalam fungsi produksi dan distribusi. Schumpeter (1966) mengembangkan defenisi wirausaha yang dikemukakan oleh Cantillon sebagai orang yang membeli sesuatu barang pada harga yang tertentu tetapi tidak pasti terhadap harga yang bakal diterimanya. Schumpeter melihat ***inovasi sebagai inti kewirausahaan***. Wirausaha bukan merupakan individu yang pasif, sebaliknya seharusnya merupakan individu yang aktif dan kreatif.

Sedangkan entrepreneur dalam istilah bahasa Indonesia yang telah dikenal sejak tahun 1970-an disebut dengan kewirausahaan. Untuk lebih mempopulerkan konsep kewirausahaan ini pada Kementrian Koperasi dan UKM bersama Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia pada tahun 2000 telah mendefenisikan bahwa kewirausahaan adalah semangat, sikap, prilaku dan kemampuan seseorang dalam mengurus usaha dan mengarah kepada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja teknologi produksi baru untuk meningkatkan efisiensi jasa pelayanan yang lebih baik di samping memperoleh

keuntungan lebih besar.

Definisi yang berbeda-beda ini telah mewujudkan ketidak seragaman pandangan mengenai pengertian kewirausahaan, apa yang dilakukan oleh wirausaha, ciri-ciri seorang wirausaha dan apa yang perlu dipelajari untuk menjadi seorang wirausaha. Wilken (1979) mengatakan masalah utama dalam pendidikan kewirausahaan ialah tidak mendapat suatu persetujuan mutlak tentang konsep kewirausahaan. Ronstadt (1984) dalam bukunya yang berjudul *Entrepreneurship* telah mengupas dan menjelaskan definisi-definisi wirausaha dan kewirausahaan yang telah dikemukakan oleh berbagai pihak untuk mendapatkan satu gambaran yang lebih menyeluruh.

Secara umum wirausaha merujuk kepada individu yang berhasil mendirikan atau mengelola sesuatu jenis bisnis atau perusahaan. Tujuan wirausaha adalah untuk mencapai kesuksesan atau keuntungan untuk dirinya dan memiliki kemakmuran kepada masyarakat sekeliling dan negara. Dari segi ekonomi pula, wirausaha disifatkan sebagai individu yang menggabungkan menggunakan faktor-faktor produksi seperti tanah, buruh dan modal menghasilkan barang dan jasa serta mendapatkan keuntungan. Dari segi perdagangan pula, wirausaha diartikan sebagai individu yang memiliki kreatif dan inisiatif yang tinggi, berpandangan jauh serta mempunyai wawasan masa panjang untuk menciptakan sukses untuk dirinya dan masyarakat.

E. Definisi Kewirausahaan (*Entrepreneurship*)

Defenisi dari berbagai para ahli diambil dalam Buang dan Murni (2006), Badan Penelitian dan Pengembangan Kementerian Pendidikan Nasional (2010), Mutis (1995), dan Alnedral (2006) dengan paparan sebagai berikut:

1. Richard Cantillon (1734)

Wirausaha adalah seorang yang sanggup menghadapi resiko dan ketidak pastian karena mereka memproduksi barang dengan biaya tertentu dan menjual kembali barang tersebut dengan harga tertentu.

2. Jean Baptise Say (1803)

Seorang wirausaha yang sukses mesti mempunyai sifat pengambil keputusan yang bijaksana, ketekunan dan pengetahuan yang cukup tentang alam bisnis, selain kemahiran dalam aspek pengawasan dan administrasi.

3. Richard T Ely dan Raph Hess (1893)

Wirausaha ialah seorang yang memplanning, mengorganisasi dan mengelola keuntungan sebuah perusahaan di samping menghadapi ketidakpastian dan resiko.

4. Frederick Larrington. 1922)

Bidang kewirausahaan yang sukses dapat direalisasi dalam bentuk bisnis sendiri, perkongsian, perusahaan, koperasi dan persatuan.

5. Joseph Schumpeter (1934)

Peranan bidang kewirausahaan ialah membentuk kembali

kaedah produksi yang telah diciptakan, mengaplikasikan suatu teknik atau teknologi baru pada suatu produksi dan memproses produk yang lama menurut cara baru, apakah dengan menggunakan bahan mentah yang baru atau mengorganisasikan kembali proses produksi.

6. David MC Clelland (1961)

Tingkah laku wirausaha yang sukses ialah berani mengambil resiko, tegas, energik, bertanggung jawab, dapat membuat keputusan yang rasional, dapat memprediksi masa depan dan mempunyai kemahiran organisasi.

7. Harbison (1965)

Wirausaha adalah antara individu yang terlibat dalam mengiatkan inovasi. (*entrepreneurs are among the prime movers of innovation*).

8. Peter F. Drucker (1974)

Wirausaha harus menukarkan ide yang sudah lapuk atau sumber daya yang telah ada kepada sesuatu yang diperlukan pada masa depan. Peranan utama kewirausahaan ialah menghasilkan keupayaan bisnis hari ini untuk memenuhi keperluan bisnis masa depan.

9. Albert Shapero (1975)

Wirausaha ialah seseorang yang berinisiatif dan dapat mengorganisasi atau mengorganisasikan kembali mekanisme ekonomi untuk mewujudkan sumber dan situasi yang lebih praktikal serta sanggup menghadapi

resiko atau kegagalan.

10. Karl Vesper (1980)

Peranan kewirausahaan adalah berbeda jika dikaji dari perspektif yang berbeda. Ahli ekonomi menganggap wirausaha sebagai orang yang membawa sumber daya, buruh, bahan dan asset lain untuk digabungkan bersama supaya menjadi sesuatu yang lebih bernilai daripada sebelumnya, disamping memperkenalkan perubahan, inovasi dan susunan baru. Ahli psikologi pula menganggap wirausaha sebagai seseorang yang dipandu oleh sesuatu daya atau tekanan untuk mencapai atau menyempurnakan sesuatu atau mengelak dari peraturan yang ditetapkan orang lain. Ahli politik yang mementingkan keuntungan akan menganggap wirausaha sebagai seseorang yang efektif sedangkan bagi seorang politikus yang lain menganggap wirausaha ialah seseorang yang sukar diawasi dan suka berbelit-belit.

Seorang pedagang, mungkin menganggap munculnya wirausaha baru sebagai ancaman atau pesaing hebat baginya, tetapi bagi pedagang lain mungkin hal ini dilihat sebagai sekutu baru, sumber penawaran atau seseorang yang akan menjadi calon pelanggan baginya. Bagi seorang ahli falsafah kemasyarakatan, wirausaha ialah seseorang yang ganas, mengeksploitasi sumber daya dan menindas pekerja. Seorang ahli falsafah kapitalis, menyimpulkan wirausaha sebagai seseorang yang menciptakan kekayaan untuk orang lain, menggunakan sumber daya dengan cara yang lebih baik, mengurangkan pembaziran dan menyediakan pekerjaan bagi orang lain.

11. Ronstadt (1984)

Menjelaskan, walaupun setiap individu memberi definisi kewirausahaan yang berbeda, ia menggambarkan suatu sifat dasar kewirausahaan jika dilihat secara menyeluruh.

12. Bird (1989) telah memberikan definisi kewirausahaan yang berbeda, yaitu :

**Definisi 1 : Kewirausahaan adalah Suatu
Proses Penciptaan Nilai Melalui
Penciptaan Organisasi**

Menurut definisi ini, seorang dikenali sebagai wirausaha jika ia menemukan, menciptakan, memperkenalkan dan bertindak pada suatu produk, baik dalam bentuk barang, jasa, sumber daya, transaksi, teknologi dan pasaran yang mempunyai nilai komoditas. Proses menciptakan nilai berlaku melalui proses pengorganisasian, apabila wirausaha menggabungkan sumber-sumber seperti bahan baku, uang, waktu dan sumber manusia untuk menghasilkan suatu produk seperti barang dan jasa. Wirausaha di bawah definisi ini, mesti sanggup menanggung resiko dari tindakan yang dilakukannya.

**Definisi 2: Kewirausahaan adalah Satu Proses
Memulai dan Membangun Suatu
Bisnis yang Menguntungkan**

Definisi ini dianggap sebagai definisi yang lazim dan sempit pandangannya. Ia memperhatikan keuntungan bukan merupakan satu keuntungan sebagai suatu nilai yang penting bagi wirausaha. Pada hakikatnya, keuntungan bukan merupakan satu keutamaan bagi wirausaha, sebaliknya kepuasan untuk mencoba sesuatu yang baru, patut diberikan keutamaan.

Definisi 3: Kewirausahaan adalah Satu Proses Memproduksi Barang atau Jasa Baru

Definisi selaras dengan ide peneliti terkemuka berkaitan kewirausahaan yaitu Schumpeter, yang berpendapat bahwa wirausaha adalah seseorang yang membawa inovasi dan kreatifitas dalam kegiatan dan profesinya. Wirausaha akan mewujudkan kombinasi baru dalam suatu bisnis yang inovatif serta meliputi hal-hal sebagai berikut : a) Menghasilkan barang atau jasa baru, b) Membentuk kaedah produksi baru, c) Mencari pasaran baru, d) Mencari sumber bahan baku baru, dan e) Membina organisasi baru.

Menurut Schumpeter lagi, kesanggupan menanggung resiko dapat dianggap sebagai salah satu dari ciri kewirausahaan, tetapi bukan merupakan ciri-ciri unggul dari seorang wirausaha. Kemudian Bird (1934) mempertimbangkan konsep kewirausahaan dari segi tingkah laku manusia. Menurutnya tingkah laku wirausaha adalah terbuka, optimis, menambah nilai, mengambil resiko dan terlibat dalam aktivitas kreatif yang dapat melahirkan ide yang berkembang, yang

seterusnya menjadi realitas.

Ini adalah karena wirausaha memerlukan kemahiran dalam bidang pemasaran, keuangan, pengumpulan informasi dan pembuatan keputusan. Proses yang kompleks ini seterusnya akan melahirkan tingkah laku wirausaha yang telah diidentifikasi oleh Meredith, Nelson dan Neck (1982). Zimmerer dan Scarborough (1996) mengatakan bahwa wirausaha ialah seseorang yang sanggup menghadapi resiko dan ketidakpastian serta dapat menggabungkan semua sumber daya dalam kombinasi yang baru atau berbeda untuk menciptakan nilai. Kewirausahaan dapat direalisasikan pada perusahaan yang telah melibatkan semua sektor, termasuk sektor umum.

13. Israel M. Kirzner (1985)

Mendefinisikan wirausaha sebagai seorang yang senantiasa peka (sensitif) terhadap peluang-peluang yang tidak disadari orang lain. Wirausaha akan mengambil tindakan secara kreatif dan inovatif. Selanjutnya Kirzner mengatakan, wirausaha bukan saja bertindak sebagai pengambil resiko dan innovator, tapi juga dapat meramalkan masa depan dan jika pandangannya benar, penyusunan kembali sumber daya akan dilakukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen melalui teknologi yang efektif. *"Entrepreneur is more than a just a risk-taker and innovator. He or she is the one who sees the future that no one else has seen and, if his perception is correct, it will bring about a reordering of resources to*

produce greater consumer satisfaction and technological efficiency”.

14. Burch (1986)

Menjelaskan individu yang tidak terlibat bisnis juga dapat menunjukkan sifat kewirausahaan, misalnya seseorang seorang akuntan atau pengacara yang menawarkan jasa baru atau inovasi kepada kliennya, dan juga seorang guru yang mencoba berbagai metode atau teknik mengajar. Kesimpulannya, kewirausahaan tidak seharusnya berkaitan dengan kegiatan membuka bisnis, tetapi sebaliknya ia berkaitan dengan kegiatan inovasi.

15. Linaman Larry H. (1987)

Dalam bukunya 'Asas-asas Kewirausahaan sebagai orang yang berhasil mewujudkan nilai tambah ke dalam pasaran.

16. Mc.Doughall Patricia P. (1987)

Menyatakan industri kecil merupakan kunci utama, kepada pembangunan ekonomi dan sosial dalam sebuah masyarakat. Seterusnya dia menambah ...wirausaha akan meningkatkan kemajuan dan menggalakkan kelahiran teknologi baru untuk memperbaiki kualitas keselamatan dan kehidupan. *(the entrepreneur will accelerate the advancement and dissemination of new technologies, simultaneously enhancing national security and the quality of life).*

17. Wilken dalam bukunya 'Enterepreneurship'.

Wirausaha adalah kunci utama dalam pembangunan ekonomi disebabkan peranannya dalam memperkenalkan

inovasi.

18. Raymond (1993)

Individu yang membangun kekayaan melalui proses tambah nilai yang dilakukan dengan cara menghidupkan ide, mengembleng sumber daya dan membuat sesuatu itu terjadi

Wirausaha berasal dari perkataan 'usaha'. Menurut Kamus Dewan Bahasa dan Pustaka Malaysia (1984), usaha adalah daya upaya termasuk ikhtiar, kegiatan dan perbuatan untuk melaksanakan atau menyempurnakan sesuatu.

19. Peter Drucker (1996)

Yang bergelar "Bapak Manajemen" di negara barat di dalam bukunya 'Enterprenuership' mendefinisikan wirausaha sebagai seorang yang berupaya memindahkan sumber ekonomi dari sektor yang kurang daya produktivitasnya ke sektor yang lebih tinggi daya produktivitas.

20. Joel Barker (1994)

Dalam bukunya 'Paradigma' mendefinisikan wirausaha sebagai orang yang berhasil mewujudkan nilai tambah ke dalam pasaran.

21. Nor Aishah dan Siti Rohayah (1995)

Menyatakan konsep kewirausahaan yang baru tidak hanya menumpukan kepada bisnis, malah melibatkan usaha menghasilkan sesuatu dengan efisien untuk

menempuh tantangan. pada abad ke-21. Sehubungan dengan itu, mereka berpendapat penguasaan dalam bidang teknologi adalah penting untuk melahirkan seorang wirausaha yang berkualitas yang mampu bersaing awal abad ke-21. Wirausaha-wirausaha ini akan membuat keputusan berdasarkan informasi dan pengetahuan yang saintifik dalam arti kata yang luas.

22. Badoyai Bardai (2000)

Dalam bukunya 'Keusahawanan dan Perniagaan', mengatakan bahwa wirausaha adalah orang yang lebih berpandangan luas dalam sesuatu perdagangan, senantiasa meninjau dan mencari peluang-peluang usaha. Wirausaha mempunyai keistimewaan yang menjadikannya dapat mewujudkan peluang investasi dan mengidentifikasi proyek-proyek yang dianggap menguntungkan.

23. Kepmen No 02/SKB/MENEGNI/2000 dan No 4 /U/SKB/2000

Kewirausahaan menurut Pemerintah Republik Indonesia adalah: Semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan/atau kegiatan yang mengarah kepada upaya mencari, mencipta, menerapkan cara kerja teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam raneka memberikan pelayanan yang lebih baik dan/atau memperoleh keuntungan lebih besar.

24. Alnedral (2006)

Definisi Kewirausahaan Olahraga (Sport Entrepreneurship) adalah suatu kegiatan kewirausahaan

di bidang keolahragaan sebagai tanggapan terhadap peluang usaha yang mesinergikan *Socio-Techno-Economy (STE)* dalam seperangkat tindakan dan membuahkan hasil berupa organisasi usaha baru keolahragaan yang kreatif, inovatif, produktif dan melembaga secara Resmi/Legal. (Bahan perkuliahan Sport Entrepreneurship Mahasiswa S-1 FIK-UNP, 2007).

25. BPP Kementerian Pendidikan Nasional (2010)

Pengembangan Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi merupakan upaya menuju entrepreneurial university melalui pengembangan budaya kewirausahaan di perguruan tinggi dengan cara:

- a) Menumbuh kembangkan budaya kewirausahaan di lingkungan perguruan tinggi.
- b) Mewujudkan sinergi potensi perguruan tinggi dengan potensi dunia usaha sehingga dapat menumbuh kembangkan IPTEKS sesuai kebutuhan.
- c) Mendorong pemanfaatan potensi bisnis akademik dan nonakademik yang bernilai komersial.
- d) Meningkatkan peluang keberhasilan wirausaha baru melalui kegiatan pelayan konsultasi terpadu.
- e) Menumbuh kembangkan kegiatan-kegiatan yang mendorong terwujudnya unit-unit usaha sebagai sumber pendapatan (*income generating unit*) di perguruan tinggi dalam mengantisipasi otonomi perguruan tinggi.

Berdasarkan definisi kewirausahaan dari berbagai pandangan hukum dan para ahli tersebut, dapatlah disimpulkan bahwa perbedaan antara wirausaha dengan bukan wirausaha ialah kesediaan wirausaha untuk memadukan kreativitas, inovasi, mengambil resiko, kesungguhan bekerja untuk membentuk dan membangun jasa-perdagangan serta memaksimalkan potensi diri (khususnya bidang Keolahragaan), dan memanfaatkan peluang yang diperoleh sebaik-baiknya. Pengembangan Inkubator Bisnis Perguruan tinggi merupakan upaya menuju entrepreneurial universitas melalui pengembangan budaya kewirausahaan di perguruan tinggi.

Secara ringkasnya dapat disimpulkan bahwa individu yang layak dipanggil pelaku wirausaha adalah mereka yang mempunyai kriteria-kriteria seperti berikut yaitu :

1. Pencari peluang tanpa mengenal lelah.
2. Tidak mengharapkan kesuksesan dalam sekejap mata (*instant*).
3. Seseorang yang mempunyai kemahiran manajemen strategik.
4. Menyadari dan bersedia mengambil hikmah dari setiap pelakuan mereka.
5. Menyadari pentingnya kontribusi kepada masyarakat dan negara.
6. Bersedia meletakkan kepentingan masyarakat di atas kepentingan pribadi .

7. Mempunyai komitmen yang tinggi untuk mencapai kemajuan yang kontiniu.
8. Percaya diri.
9. Memiliki kerajinan dan ketekunan.
10. Berani menghadapi resiko.
11. Bersifat kreatif.
12. Bersifat inovatif.
13. Mampu mengelola (*professional*).
14. Bertanggungjawab.
15. Berpandangan jauh dan berwawasan.
16. Bijaksana dalam merebut peluang.

F. Latihan-Latihan

1. Thomas Jefferson mengatakan masyarakat yang terbaik adalah masyarakat yang ***mempunyai paling banyak wirausaha***. Apakah anda setuju? Uraikanlah jawaban anda!

2. Sekiranya anda ***ingin menjadi seorang wirausaha*** apakah faktor yang perlu anda pertimbangkan? Jelaskan langkah yang akan anda lakukan untuk memulai bisnis dan jasa anda!

3. Anda telah mengetahui jenis-jenis wirausaha. **Uraikanlah salah satu jenis wirausaha** tersebut dengan menggunakan contoh olahraga yang sesuai dengan intuisi usaha anda?

4. Menurut anda kalau sarjana olahraga tidak dapat ditampung pada angkatan kerja sebagai guru atau pelatih olahraga (PNS) apakah kewirausahaan menjadi **penting atau tidak** untuk dilaksanakan? Berikan ulasan anda!

5. Identifikasilah dari beberapa definisi menurut para ahli di atas yang melibatkan kata-kata **kreatif** dan **inovatif** untuk menjlankan aktivitas kewirausahaan? Berikanlah contoh kongkrit dalam kegiatan kewirausahaan dalam keolahragaan!

6. Identifikasilah dari beberapa definisi menurut para ahli (boleh tambah referensi lain) yang melibatkan kata-kata kewirausahaan **bukanlah kegiatan bisnis semata** untuk menjlankan aktivitas kewirausahaan? Berikanlah contoh kongkrit dalam kegiatan kewirausahaan dalam keolahragaan!

BAB II

PUBLIC RELATIONS DALAM KEWIRAUSAHAAN

A. Tujuan Pokok Materi

Setelah mempelajari Bab II, bagian *Public Relations* dalam Kewirausahaan ini, diharapkan pembaca mampu:

1. Memahami dan menjelaskan tentang pengertian *public relations*.
2. Memahami dan menjelaskan tentang tujuan, maksud *public relations*.
3. Memahami dan menjelaskan tentang *fungsi utama public relations*,
4. Memahami dan menjelaskan tentang *ciri-ciri spesifik public relations*.
5. Memahami dan menjelaskan tentang tujuan *prinsip-prinsip public relations sebagai fungsi administrasi, management dan leadership*.
6. Memahami dan mengerjakan latihan-latihan guna mempermahir kemampuan mahasiswa.

B. Pengertian *Public Relations (PR)*

Public Relations (PR) menurut Jefkins (2003) adalah suatu bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian. PR menggunakan metode manajemen berdasarkan tujuan (*management by objectives*). Dalam mengejar suatu tujuan, semua hasil atau tingkat kemajuan yang telah dicapai harus bisa diukur secara jelas, mengingat PR merupakan kegiatan yang nyata. Kenyataan ini dengan jelas menyangkal anggapan keliru yang mengatakan bahwa PR merupakan kegiatan yang abstrak. Sedangkan *British Institute Public Relations* mendefinisikan PR adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (*good-will*) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya.

Public relations is the continuing process by which management endeavors to obtain good-will and understanding of its customers, its employees and the public at large, inwardly through self analysis and corrections, outwardly through all means of expressions (J.C.Seidel) “PR adalah proses yang kontinyu dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh itikad baik dan pengertian dari langganannya, pegawainya dan public umumnya ke dalam dengan mengadakan analisa dan perbaikan terhadap diri sendiri, keluar dengan mengadakan pernyataan-pernyataan”

Public relations is the continued process of keying policies, services and actions to be the best of interest of those individual and groups whose confidence and goodwill an individual or institutions covets and secondly, it's the interpretation of these policies, services and actions to

assure complete understanding and appreciation (W.Emerson Reck) “PR adalah kelanjutan dari proses penetapan kebijaksanaan, penentuan pelayanan dan sikap yang disesuaikan dengan kepentingan orang-orang atau golongan antar orang atau lembaga itu memperoleh kepercayaan dan *good-will* dari mereka. Kedua, pelaksanaan kebijaksanaan, pelayanan dan sikap adalah untuk menjamin adanya pengertian dan penghargaan yang sebaik-baiknya”.

Public relations is the art of bringing about better public understanding which breeds greater public confidence for any individual or organization (Howard Bonham) PR adalah suatu seni untuk menciptakan pengertian public yang lebih baik, yang dapat memperdalam kepercayaan public terhadap seseorang atau sesuatu organisasi atau benda.

Public relations is the management function which evaluates public attitudes, identifies the policies and procedures of an individual or an organization with the public interest, and executes a program of action to earn public understanding and acceptance (Betrand R. Canfield, 1964:4) “PR adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap public, mengidentifikasi kebijakan dan aturan seseorang atau organisasi demi kepentingan publik dan melaksanakan sesuatu program kegiatan untuk memperoleh pengertian dan penerimaan public”.

Public relation is a management function that helps achives organizational objectives, define philosophy and facilitate organizational change. Public relatios practitioners communicate with all relevant internal and external publics to develop positive relationship and to create concistency

between organizational goals and societal expectations. Public relations practitioners develop, execute and evaluate organizational programs that promote the exchange of influence and understanding among an organization's constituent parts and publics (Otin Baskin, et.al, 1997:5) “PR adalah fungsi manajemen yang membantu meraih tujuan organisasi, merumuskan filosofi dan memperantarai perubahan organisasi. Praktisi PR berkomunikasi dengan seluruh publik internal dan eksternal yang terkait untuk membangun hubungan positif dan untuk menciptakan konsistensi antara tujuan organisasi dan harapan masyarakat. Praktisi PR mengembangkan, melaksanakan dan mengevaluasi program organisasi dengan mendorong pertukaran pengaruh dan pengertian antara bagian-bagian pokok dan publik organisasi”

Secara umum, dapat didefinisikan bahwa *Public Relations* adalah sebagai bentuk usaha/kegiatan/fungsi manajemen yang dilakukan untuk mempertahankan/meningkatkan citra positif serta kepercayaan dan pengertian dari publik dalam (*internal public*) maupun publik luar (*external publik*).

Yang dimaksud publik dalam adalah karyawan, pemegang saham. Sementara publik luar mencakup masyarakat sekitar, klien, pemerintahan dan media massa.

Dari sejumlah definisi tersebut, jika kita telaah, terdapat beberapa unsur penting dalam *public relations*, yakni :

1. Hubungan yang terjadi adalah hubungan dua arah (*two way communication*), ini diindikasikan dengan penggunaan kata “*relations*”, dan bukannya “*relation*”.

2. Aktivitas, fungsi manajemen, proses, usaha individu atau organisasi untuk memperoleh dan atau meningkatkan kesamaan pengertian dengan publiknya, baik individu maupun organisasi.
3. Adanya usaha, fungsi manajemen atau proses mencapai hubungan harmonis dengan komunikannya.
4. Komunikan/publik dalam *public relations* terdiri dari publik dalam (*internal public*) dan publik luar (*external public*). Sehingga aktivitas dalam *public relations* ada dua bentuk, yakni *Internal Public Relations* dan *External Public Relations*.

C. Tujuan *Public Relations* (PR)

Tujuan adalah "membentuk Good-will, toleransi (*Tolerance*), saling kerjasama (*Mutual Understanding*) dan saling menghargai (*Mutual Appreciation*) serta memperoleh *opini public* yang *favorable*, *image* yang tepat berdasarkan prinsip-prinsip hubungan yang harmonis baik hubungan ke dalam (*Internal Relations*) maupun hubungan keluar (*External Relations*) (Ruslan, 1999:31).

Sementara Bonar (1987:21) merumuskan tujuan PR adalah : (1) *Public Understanding* (Pengertian Publik), (2) *Public Confidence* (Kepercayaan Publik), (3) *Public Support* (Dukungan Publik), dan (4) *Public Cooperation* (Kerjasama Publik).

Tujuan utama PR sendiri adalah menciptakan, mempertahankan dan melindungi reputasi organisasi/

perusahaan, memperluas prestis, menampilkan citra-citra yang mendukung. Riset menunjukkan bahwa konsumen/pelanggan lebih sering melakukan *buying decision* atau keputusan pembelian berdasarkan citra perusahaan.

Dalam bahasa paling sederhana dan singkat, tujuan utama PR di ringkas sebagai;

- 1) Mengevaluasi sikap dan opini publik.
- 2) Formulasi dan implementasi prosedur dan *policy* organisasi atas komunikasi organisasi/perusahaan dengan publik.
- 3) Mengkoordinasikan program-program komunikasi.
- 4) Mengembangkan hubungan dan “*good-will*” lewat proses komunikasi dua arah.
- 5) Pada proses perencanaan penulisan, merumuskan tujuan juga menjadi pekerjaan penting. Tujuan (*objectives*) tak lain adalah solusi atau jawaban atas permasalahan yang dihadapi. Tujuan adalah langkah-langkah kongkrit untuk mencapai maksud (*purpose*). Secara operasional, tujuan diartikan sebagai apa yang harus dicapai pada waktu tertentu. Mengacu pada pengertian itu, rumusan tujuan haruslah realistis atau masuk akal.
- 6) Berdasarkan jenisnya, tujuan bisa dibedakan menjadi tiga: *informational*, *attitudinal* dan *behavioral objectives*. *Informational objectives* sekadar memberitahukan atau menginformasikan sesuatu. Sementara *attitudinal* dan *behavioral objectives*

bertujuan menciptakan, meningkatkan atau mengubah sikap dan perilaku publik.

- 7) Mengembangkan hubungan positif antara organisasi dan publik.

D. Maksud *Public Relations* (PR)

Adapun maksud kegiatan ini secara umum adalah sebagai praktek kerja lapangan mata kuliah *Sport Entrepreneurship* atau matakuliah Kewirausahaan Industri Olahraga dan mata kuliah relevan lainnya yang ada dalam Program Olahraga, Ilmu Keolahragaan dan Pendidikan Keperawatan, Studi Administrasi Bisnis, seperti Manajemen Jasa dan Usaha Olahraga, Manajemen Perusahaan, Manajemen Pemasaran, Kesekretariatan, Komunikasi Bisnis, Korespondensi Bisnis. Kegiatan tersebut sekaligus dimaksudkan sebagai pengabdian terpadu kepada masyarakat di lokasi objek riset bersama *stakeholder*.

Stakeholder dan *stockholder* suatu lembaga/ organisasi/ perusahaan adalah masyarakat yang terdiri dari *publik internal* dan *eksternal*. Karena itu ruang lingkup *public relations* juga terdiri dari atas *publik internal* dan *eksternal*. Setiap lembaga/ organisasi/ perusahaan itu harus memperoleh kepercayaan, dukungan, dan kerja sama dari publiknya. Untuk itu diperlukan perencanaan dan pelaksanaan program *public relations* terhadap kedua jenis publik tersebut.

Publik merupakan sekelompok orang yang memiliki minat dan kepentingan yang sama terhadap sesuatu, baik

terhadap organisasi/ perusahaan, produk (barang dan jasa), maupun terhadap objek sosial lainnya. Karena itu, reputasi lembaga yang didasari opini dan kepercayaan publik akan menjadi landasan utama *image/citra* lembaga.

Semua kegiatan humas, baik yang ditujukan kepada *publik internal* maupun *eksternal*, pada dasarnya merupakan suatu proses/ siklus yang saling terkait satu sama lain dalam membangun dan meningkatkan *image* lembaga/ organisasi/ perusahaan.

Ciri-ciri spesifik *public relations* adalah: 1). Komunikasi berlangsung dua arah timbal balik; 2) Kegiatannya terdiri dari penyebaran informasi; 3) pelaksanaan persuasi, pengkajian/pembinaan opini publik; 4) Tujuan yang akan dicapai adalah tujuan organisasi sendiri; 5) Sasaran yang akan dicapai adalah *publik internal* dan *eksternal*; dan 6) Efek yang diharapkan adalah terjadi hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya.

E. Fungsi Utama PR

Fungsi utama adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga/ organisasi dengan publiknya, baik *publik internal* maupun *external* dalam rangka menanamkan pengertian.

Kemudian, Menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam rangka menciptakan iklim pendapat publik yang menguntungkan organisasi/lembaga. Ada dua fungsi yang lazim digunakan dalam PR, yaitu:

1. Fungsi ke dalam (*internal*)

PR harus mampu mengenali/mengidentifikasi hal-hal yang dapat menimbulkan sikap/gambaran yang negatif dalam masyarakat sebelum sesuatu tindakan/kebijakan dijalankan.

2. Fungsi ke luar (*external*)

PR harus mampu mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran/citra masyarakat yang positif terhadap segala tindakan atau kebijaksanaan organisasi/ lembaga. Oleh karena itu, setiap anggota organisasi harus mampu memberikan image positif yang mewakili organisasinya.

F. Prinsip-Prinsip *Public Relations*

Kehidupan manusia ditandai dengan upaya menjalin hubungan sesamanya, sehingga berada dalam lingkup kehidupan sosial. Seluruh pola hubungan ini ada yang bersifat mikro, yaitu berupa hubungan antar individu; dan ada yang bersifat makro, yaitu hubungan bersifat struktural. Hubungan bersifat mikro tercipta atas dasar ikatan sosial yang didasarkan kepada status bersifat hirarkhis maupun horizontal, seperti anak-orang tua, pimpinan-bawahan, suami-isteri, karyawan-karyawan, dan sebagainya.

Seluruh perikatan hubungan ini terjalin bersifat tetap, atas dasar konvensi (*yuridis, kultural, manajemen*) yang berlaku dalam kehidupan sosial dimana pihak-pihak yang berhubungan ada di dalamnya. Hubungan bersifat makro berlangsung antar institusi. Pada dasarnya manusia berada dalam institusi tertentu, dan menjalankan hubungan yang menjadikan suatu institusi memiliki hubungan dengan institusi lainnya, dan dalam interaksi inilah struktur social

terbentuk. Hubungan mikro dan makro ini tak dapat dipisahkan, sebab institusi hanya ada melalui tindakan-tindakan berpola yang dijalankan secara individual.

Interaksi sosial individual ada yang bersifat pribadi (personal), dan ada yang membawa konsekuensi terhadap institusi dimana ia berada. Selain hubungan bersifat tetap yang ditentukan oleh status masing-masing pihak, manusia juga berusaha memelihara hubungan itu secara aktif, yaitu dengan menggunakan informasi. Setiap kegiatan manusia dengan menggunakan informasi ini biasa disebut komunikasi, tak lain dari upaya dalam memelihara hubungan baik secara mikro maupun makro. Komunikasi dianggap sebagai manifestasi kebutuhan manusia, juga sebagai indikator sosial yang bersifat simpel-otomatis. Sebagai proses, gejala komunikasi dapat diidentifikasi mulai dari sumber, media, pesan, sasaran dan tujuannya. Komunikasi dalam masyarakat apakah dalam proses normal ataukah simpel-otomatis, atau dapat disederhanakan.

G. Langkah *PR* Dalam Melaksanakan Fungsinya

1. Tujuan organisasi harus jelas, transparan, perlu diperhatikan perbedaan antara teori dan praktik.
2. Peninjauan kembali, perlu duduk bersama dengan direksi, bersama-sama mempertimbangkan, menggunakan komunikasi yang sehat dan etis, demi pencapaian tujuan untuk keuntungan semua pihak.
3. Membuat konsep, kualitas produk atau jasa yang akan direalisasi dengan segala sesuatu yang terkait termasuk sarana prasarana sehingga bisa

direalisasikan. Sudah sesuai dengan tujuan? Secara kualitatif telah ada perhitungan sesuai kebutuhan.

4. Inventarisasi pelanggan, sudah sesuai dengan rencana? Dengan perhitungan yang tepat dengan penggolongan pelanggan potensial, yang cukup umum, yang baru mungkin memerlukan kekhususan?
5. Produk atau jasanya apakah sudah benar sesuai kebutuhan, keinginan, harapan publik, dan pengguna jasa dengan memperhitungkan kemampuan, kepentingan organisasi atau perusahaan demi keuntungan bersama.
6. PR sebaiknya perlu meminta kepada pimpinan untuk memberi pengarahan. Hal ini penting supaya visi atau misi organisasi atau perusahaan tidak terabaikan dan benar-benar tidak dirugikan dan justru memberi kelangsungan hidupnya, karena hal ini merupakan kesejahteraan seluruh organisasi dan dengan dampak positif ini kepercayaan publik akan menjadi semakin meningkat.
7. Memberi kesempatan pimpinan untuk memberi idenya, usulan dan terutama kritik. Ini sangat penting, *pertama* supaya benar-benar lengkap semua kebutuhan diintegrasikan sehingga semua pihak merasa puas, tidak ada ganjalan, apa yang masih perlu disampaikan bisa diolah dan diintegrasikan dalam kegiatan PR tersebut. *Kedua*, tidak kalah pentingnya dengan ide, usulan, pendapat, dan kritik, yang merupakan input sangat penting untuk mengadakan

perbaikan, perubahan sesuai dengan kebutuhan, keinginan dari harapan kedua belah pihak.

8. Mengambil inti dari pertemuan. Waktu itu sangat berharga, dan setiap relasi, komunikasi yang baik dan etis akan membuat kita lebih matang dan dewasa. Kita menyadari adanya saling membutuhkan, ketergantungan untuk menjadi lebih baik dan lebih lengkap. Oleh sebab itu, pertemuan itu dilaksanakan dengan motivasi untuk mendapatkan hasil yang lebih baik dan menguntungkan bagi semua pihak. Inti dari pertemuan akan membuahkan hasil yang berkualitas, pencapaian tujuan bisa menjadi optimal, membuat semua pihak puas, dan kesejahteraan dengan sendirinya akan meningkat.
9. Memilih atau menggunakan media yang tepat. Apa itu artinya? Peka terhadap lingkungan, mengerti dan menyadari kekuatan organisasi atau perusahaan, perhitungan *budget* tidak meleset. Mengetahui masing-masing keunikan media dan bagaimana penggunaannya, diperuntukkan untuk apa, memperhitungkan jarak atau frekuensinya, dan seterusnya.
10. PR itu mendengarkan, memperhatikan, menghargai, mempercayai lewat ide, pendapat, usul, keinginan, kebutuhan, keluhan, kritik, dan masih banyak yang lain.

H. Persyaratan Dasar PR

Seorang PR harus memiliki kepekaan, kedewasaan, dan kematangan. Dengan persyaratan dasar dan persyaratan mental, PR akan membentuk pribadinya menjadi semakin matang, semakin dewasa, dan semakin profesional di bidangnya. Menurut Rumanti (2004) persyaratan dasar *PR* adalah berikut ini: (a) kemampuan untuk mengamati, menganalisis persoalan; (b) kemampuan menarik perhatian; (c) kemampuan mempengaruhi pendapat; dan (d) kemampuan menjalin hubungan.

Jika seorang PR memiliki persyaratan dasar tersebut, akan sangat membantu dengan sukses dalam melaksanakan fungsi PR. Namun, disadari bahwa itu semua melewati proses panjang, kalau kita menyadari betapa pentingnya fungsi PR dalam masa demokrasi ini, bangsa Indonesia akan terbantu untuk menemukan strategi dalam menangani atau mengatasi segala macam masalah yang muncul di masyarakat maupun dalam pemerintahan. Untuk itu dibutuhkan persyaratan mental *PR* sebagai berikut: (a) kejujuran; (b) integritas; dan (c) loyalitas.

Kalau kita semua mau menyadari apa itu fungsi PR, tidak akan ada alasan untuk takut atau menghalangi munculnya ahli-ahli PR profesional di Indonesia ini. Justru saling membantu, mendorong, memberi kemudahan bagaimana Indonesia bisa memiliki PR yang andal dan benar-benar profesional. Tetapi jangan justru merasa tersaing oleh PR karena kita sudah memiliki Humas sedemikian lama, puluhan tahun. Barangsiapa takut mengadakan perubahan (*innovator*) tidak akan pernah berkembang, dan inilah sifat dari PR. "Tidak ada sesuatu yang tidak mungkin bagi PR".

Marilah kita belajar agar menjadi orang-orang yang eksploratif, artinya memiliki sikap dan sifat kreatif, inisiatif, inovatif, proaktif, dan sebagainya. Nomor satu bukanlah menghitung-hitung keuangan. Memang hal itu penting. Pendidikan kita agar menjadi orang-orang yang berjiwa wiraswasta dan wirausaha. Mereka harus berani menciptakan sesuatu, pekerjaan, dan pasti finansial akan datang. Ciptakan pekerjaan dulu, jangan uangnya lebih dulu! Sebab akan macet di jalan! Supaya bangsa dan negara kita menjadi negara yang benar-benar sejahtera, damai, rukun karena adanya saling pengertian, kita perlu menerapkan hal di atas dalam kehidupan kita, sehingga memiliki daya saing yang tinggi.

Langkah terakhir dari *PR*, yaitu bersikap loyal terhadap karyawan, terbuka untuk membangun kerja sama. Ingatlah pesan Lee, jangan sampai mengabaikan karyawan. Suatu organisasi tanpa karyawan tidak akan ada artinya. Kita sebenarnya saling membutuhkan. Kita harus terbuka untuk kerjasama, membangun kerjasama dengan segala konsekuensinya. Jangan lupa bahwa kita pada akhirnya akan memetik buahnya. Semakin orang dimengerti, dipercayai, diperhatikan dan seterusnya, orang pasti akan semakin bertanggung jawab. Dan, inilah "kunci" *PR*. Menurut Prayitno (2009) dalam membentuk karakter perlu mentransformasi nilai-nilai dimensi kemanusiaan melalui BMB3 (berpikir, merasakan, bersikap, bertindak, dan bertanggungjawab. Kalau karyawan kita sudah berpikir dan bertanggung jawab, jelas akan mengurangi pengawasan. Mereka sudah termotivasi dari dalam dirinya. Dengan sendirinya, produktivitas akan meningkat, organisasi diuntungkan, karyawan puas karna organisasi memperhatikan, memenuhi kebutuhan mereka *Give and Take* sebagai kodrat manusia.

I. Tugas *Public Relations* (PR)

Untuk lebih mudah dan jelasnya, uraian ini akan dibagi menjadi enam bagian meskipun sebenarnya semuanya merupakan satu kesatuan tak terpisahkan. Enam pokok tugas dalam pelaksanaannya adalah:

- Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi secara lisan, tertulis, melalui gambar (visual) kepada publik, supaya publik mempunyai pengertian yang benar tentang organisasi atau perusahaan, tujuan, serta kegiatan yang dilakukan. Itu semua disesuaikan dengan kebutuhan, keinginan, dan harapan *publik internal* atau *eksternal* dan memperhatikan, mengolah, mengintegrasikan pengaruh lingkungan yang masuk demi perbaikan dan perkembangan organisasi.
- Memonitor, merekam, dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum atau masyarakat. Di samping itu, menjalankan dan bertanggung jawab terhadap, kehidupan kita bersama dengan lingkungan. Karena mereka ikut menentukan kehidupan organisasi apabila kita tidak saling mengganggu, perlu diajak berunding, demi kebaikan semua pihak tak ada yang dirugikan. Sebagai contoh, lingkungan tidak diganggu dan masyarakat *enjoy*.

Dengan suara yang membuat lingkungan menjadi kurang merasa tenang. Mungkin bau tidak sedap yang bisa mengganggu kesehatan kita. Untuk semua itu sebaiknya mereka dapat dilibatkan dalam pembicaraan cara mengatasi hal yang semacam itu sehingga mereka merasa diperhatikan dan dimanusiakan. Hal tersebut akan memberi dukungan organisasi dalam perkembangannya dan merupakan masa depan kehidupan bagi organisasi.

Mengapa bagi PR lingkungan tersebut perlu mendapatkan perhatian? Karena, perubahan lingkungan itu terjadi sangat cepat. Ini berarti bahwa organisasi harus mengantisipasi perubahan lingkungan yang terjadi dan berpengaruh terhadap produk atau jasa organisasi maupun suatu kebutuhan yang perlu dipenuhi. Merupakan suatu keharusan organisasi selalu siap mengadakan perbaikan, dan ini berarti mengalami perubahan yang membawa perkembangan. Karena perubahan lingkungan tersebut, wajar bila lalu memunculkan masalah yang harus diatasi.

Tren yang muncul dianalisis, diolah, kadang-kadang diperlukan tim ahli sehingga bisa diatasi dengan tepat dan benar dan menguntungkan bagi semua pihak. Di sini penting untuk mendengar, mencari informasi, membaca, juga mengadakan interviu bagi orang atau kelompok yang terkait. PR secara terus-menerus menjaga citra baik organisasinya dan mendapatkan dukungan kuat dari lingkungan.

Bagaimana sikap PR terhadap peraturan kebijakan organisasi dan sebaliknya? Kedua peraturan atau kebijakan

PR maupun organisasi itu harus dapat berkembang sejalan. Pertama-tama, manajemen perlu menyadari dan menaruh perhatian terhadap pengaruh perubahan dan perkembangan yang diusulkan PR menyangkut kepemimpinan dalam strukturnya.

Untuk itu, perlu dianalisis macam-macam perubahan yang menyangkut perkembangan terhadap pelaksanaan kepemimpinan. Perlu menentukan strategi dan bagaimana mengkomunikasikannya kepada *publik internal* atau *eksternal* demi kontinuitas organisasi.

Perlu ada perencanaan yang terencana, bagaimana dapat direalisasikan, siapa dan apa saja yang harus dilakukan, kapan harus terjadi, dan bagaimana kelanjutannya dan berapa besar dananya. Peraturan PR dalam fungsi ditujukan untuk merealisasikan apa yang menjadi persetujuan organisasi, dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab, bila perlu mendukung pelaksanaan tersebut dengan kegiatan yang diperlukan. Karena bisa terjadi perubahan peraturan tersebut ada yang mungkin akan menolaknya. Suatu hal yang perlu dipertahankan dan tak boleh diabaikan adalah citra organisasi harus justru menjadi lebih baik dan lebih kuat pencitraannya.

- **Memperbaiki Citra Organisasi**

Bagi PR, menyadari citra yang baik tidak hanya terletak pada bentuk gedung, presentasi, publikasi, dan seterusnya, tetapi terletak pada (1) bagaimana organisasi bisa mencerminkan organisasi yang dipercayai, memiliki

kekuatan, mengadakan perkembangan secara berkesinambungan yang selalu terbuka untuk dikontrol, dievaluasi; (2) dapat dikatakan bahwa citra tersebut merupakan gambaran komponen yang kompleks.

Tidak mungkin citra itu hanya menunjukkan adanya satu gambar yang jelas saja. Andaikan kita mau menganalisis citra, akan muncul berbagai komponen seperti berikut ini: (a) Bagaimana saya ini menurut saya sendiri? (b) Apa yang saya pikirkan dari relasi saya, bagaimana saya ini? (c) Apa yang dipikirkan relasi saya mengenai saya? (d) Apa yang saya pikirkan, apa yang saya pikirkan mengenai dia?

Di sini menunjukkan adanya citra secara langsung atau citra yang telah dipengaruhi, citra yang mendapat berbagai pengaruh. Kalau seorang sudah bisa mendapat berbagai macam atau bentuk gambaran atau citra, apalagi citra organisasi.

Citra organisasi bisa merupakan citra dari pimpinan, ada citra yang menjadi keinginan, harapan, dan sebagainya. Citra yang bisa mendapat kepercayaan adalah citra dari kenyataan identitas organisasi.

- Tanggung jawab sosial. PR merupakan instrumen untuk bertanggungjawab terhadap semua kelompok yang berhak terhadap tanggungjawab tersebut. Terutama kelompok publik sendiri, publik internal, dan pers. Penting diusahakan bahwa seluruh organisasi bersikap terbuka dan jujur terhadap, semua kelompok atau publik yang ada hubungannya dan memerlukan informasi. Itulah mentalitas dan budaya mereka atau organisasi, apabila mau mendapat kepercayaan publik, dan

masyarakat pada umumnya. Suatu organisasi mempunyai kewajiban adanya usaha untuk pelayanan sosial yang harus menjadi tanggung jawab, "pintu terbuka".

- **Komunikasi**

PR mempunyai bentuk komunikasi yang khusus, komunikasi timbal-balik, maka, pengetahuan komunikasi menjadi modalnya. Dalam fungsinya, komunikasi itu central. Perlu juga untuk dimiliki adalah pengetahuan manajemen dan kepemimpinan, struktur organisasi.

Bagi perguruan tinggi yang mempunyai program studi PR, pengetahuan PR itu perlu dimasukkan di dalam kurikulum, mengingat PR merupakan multidisiplin ilmu. Intinya pada PR profesional. Dia yang membuat konsep mampu menentukan strategi dalam menghadapi kesulitan, mengatasinya sampai tuntas, sebagai penasihat, yang mampu mengetahui tren yang muncul. Mampu mendampingi proses pelaksanaan fungsi PR.

- **Kerjasama**

Kerjasama merupakan suatu strategi berwirausaha yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan. Hisrich (2013, 20) menjelaskan bahwa "*Personal affiliations of entrepreneur also can be a valuable part of professional-support network*". Kerja sama terjadi karena adanya aktivitas yang dikehendaki bersama, sebagai alat untuk mencapai tujuan dan ini

membutuhkan strategi keusahawan. Budiwati (2004) menyatakan, sebagai seorang wirausaha dalam kegiatan usaha memerlukan kerjasama usaha dengan pihak lain, dan dalam memilih mitra kerjasama tentu memilih mitra yang memiliki kelebihan atas kekurangan yang dimiliki diri sendiri, serta memberi manfaat baik bagi diri sendiri maupun mitra kerja sama. Agar kerjasama menjadi langgeng dibutuhkan komitmen antara para pihak untuk mentaati kesepakatan-kesepakatan yang telah dibuat bersama. Hasil kajian Kadafi (2010, 10), budaya kerjasama tim dan orientasi hasil haruslah di jadikan nilai-nilai yang menjadi pedoman karyawan untuk membantu perusahaan meningkatkan kinerja karyawan dan tujuan perusahaan.

Aspek-aspek kecemerlangan diri yang ingin ditingkatkan supaya menjadi usahawan berjaya adalah kemahiran insaniah. Nor Aishah (2009, 50) menjelaskan bahwa kemahiran insaniah yang cemerlang merupakan; (1) komunikasi secara berkesan, (2) berfikir kreatif dan (3) inovatif. Kecemerlangan diri ini dibangun melalui belajar keras, mencari pengalaman di usahawan Berjaya dalam bentuk magang dan mengimplentasikan kecemerlangan tersebut kedalam bentuk sebuah usaha berhasil.

J. Latihan-Latihan

1. Kenapa penting tujuan *public relation* dikembangkan dalam sebuah organisasi atau sebuah perusahaan?

2. Kenapa perlu direncanakan suatu tujuan untuk membangun opini public untuk menjalankan fungsi manajemen?
3. Coba anda rangkum sebuah definisi berdasarkan pendapat para ahli tentang public relations yang dihubungkan dengan kepentingan organisasi keolahragaan di Indonesia.
4. Sebagai fungsi utama PR dalam komunikasi secara internal dan eksternal, berikanlah contoh konkret dalam organisasi keolahragaan kedua bentuk komunikasi tersebut!
5. Berikan beberapa contoh prinsip-prinsip PR dalam berhubungan dengan masyarakat, baik makro maupun secara mikro!
6. Dalam menghadapi pasar bebas era globalisasi tentu diharapkan kualitas manusia yang tinggi, disisi lain harus mampu mengatasi dampak krisis yang melanda negara ini. Sebagai seorang praktisi PR, kebijakan/konsep dasar PR seperti apa yang dapat dilakukan dalam menghadapi dilemma tersebut, jelaskan dan contoh kongkrit!
7. Coba saudara jelaskan enam bagian pokok tugas dalam pelaksanaan *Public Relations* (PR)?

BAB III

HAKIKAT KONSEP DAN PRINSIP-PRINSIP KEWIRAUSAHAAN

A. Tujuan Pokok Materi

Setelah mempelajari Bab III, bagian “Hakikat konsep dan Prinsip-Prinsip Kewirausahaan”, diharapkan pembaca mampu:

- a. Memahami dan menjelaskan tentang hakikat konsep dasar kewirausahaan.
- b. Memahami dan menjelaskan tentang profil kewirausahaan.
- c. Memahami dan menjelaskan tentang bagaimana sumbangan wirausaha kepada ekonomi masyarakat dan negara.
- d. Memahami dan menjelaskan tentang Pertimbangan yang perlu di pikirkan wirausaha sebelum memulai bisnis dan jasa.
- e. Memahami dan menjelaskan tentang prospek profesi wirausaha.
- f. Memahami dan mengerjakan latihan-latihan guna mempermahir kemampuan mahasiswa.

B. Hakikat Konsep Dasar Kewirausahaan

Kewirausahaan pertama kali muncul pada abad 18 diawali dengan penemuan-penemuan baru seperti mesin uap, mesin pemintal, dan lain-lain. Tujuan utama mereka adalah pertumbuhan dan perluasan organisasi melalui inovasi dan kreativitas. Keuntungan dan kekayaan bukan tujuan utama. Secara sederhana arti wirausahawan (*entrepreneur*) adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan Berjiwa berani mengambil resiko artinya bermental mandiri dan berani memulai usaha, tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti. (Kasmir, 2007:18). Pengertian kewirausahaan relatif berbeda-beda antar para ahli/sumber acuan dengan titik berat perhatian atau penekanan yang berbeda-beda, diantaranya adalah penciptaan organisasi baru (Gartner, 1988), menjalankan kombinasi (kegiatan) yang baru (Schumpeter, 1934), eksplorasi berbagai peluang (Kirzner, 1973), menghadapi ketidakpastian (Knight, 1921), dan mendapatkan secara bersama faktor-faktor produksi (Say, 1803). Beberapa definisi tentang kewirausahaan tersebut diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Richard Cantillon (1775)

Kewirausahaan didefinisikan sebagai bekerja sendiri (*self-employment*). Seorang wirausahawan membeli barang saat ini pada harga tertentu dan menjualnya pada masa yang akan datang dengan harga tidak menentu. Jadi definisi ini lebih menekankan pada bagaimana seseorang menghadapi resiko atau ketidakpastian

2. Jean Baptista Say (1816)

Seorang wirausahawan adalah agen yang menyatukan berbagai alat-alat produksi dan menemukan nilai dari produksinya.

3. Frank Knight (1921)

Wirausahawan mencoba untuk memprediksi dan menyikapi perubahan pasar. Definisi ini menekankan pada peranan wirausahawan dalam menghadapi ketidakpastian pada dinamika pasar. Seorang wirausahawan disyaratkan untuk melaksanakan fungsi-fungsi manajerial mendasar seperti pengarahan dan pengawasan.

4. Joseph Schumpeter (1934).

Wirausahawan adalah seorang inovator yang mengimplementasikan perubahan-perubahan di dalam pasar melalui kombinasi-kombinasi baru. Kombinasi baru tersebut bisa dalam bentuk (1) memperkenalkan produk baru atau dengan kualitas baru, (2) memperkenalkan metoda produksi baru, (3) membuka pasar yang baru (new market), (4) Memperoleh sumber pasokan baru dari bahan atau komponen baru, atau (5) menjalankan organisasi baru pada suatu industri. Schumpeter mengkaitkan wirausaha dengan konsep inovasi yang diterapkan dalam konteks bisnis serta mengkaitkannya dengan kombinasi sumber daya.

5. Penrose (1963)

Kegiatan kewirausahaan mencakup indentifikasi peluang-peluang di dalam system ekonomi. Kapasitas

atau kemampuan manajerial berbeda dengan kapasitas kewirausahaan.

6. Harvey Leibenstein (1968, 1979)

Kewirausahaan mencakup kegiatan-kegiatan yang dibutuhkan untuk menciptakan atau melaksanakan perusahaan pada saat semua pasar belum terbentuk atau belum teridentifikasi dengan jelas, atau komponen fungsi produksinya belum diketahui sepenuhnya.

7. Israel Kirzner (1979)

Wirasahawan mengenali dan bertindak terhadap peluang pasar. *Entrepreneurship Center at Miami University of Ohio* Kewirausahaan sebagai proses mengidentifikasi, mengembangkan, dan membawa visi ke dalam kehidupan. Visi tersebut bisa berupa ide inovatif, peluang, cara yang lebih baik dalam menjalankan sesuatu. Hasil akhir dari proses tersebut adalah penciptaan usaha baru yang dibentuk pada kondisi resiko atau ketidakpastian.

8. Peter F. Drucker (tanpa tahun)

Kewirausahaan merupakan kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Pengertian ini mengandung maksud bahwa seorang wirasahan adalah orang yang memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, berbeda dari yang lain. Atau mampu menciptakan sesuatu yang berbeda dengan yang sudah ada sebelumnya.

9. Zimmerer (2003)

Kewirausahaan sebagai suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan (usaha). Salah satu kesimpulan yang bisa ditarik dari berbagai pengertian tersebut adalah bahwa kewirausahaan dipandang sebagai fungsi yang mencakup eksploitasi peluang-peluang yang muncul di pasar. Eksploitasi tersebut sebagian besar berhubungan dengan pengarahan dan atau kombinasi input yang produktif. Seorang wirausahawan selalu diharuskan menghadapi resiko atau peluang yang muncul, serta sering dikaitkan dengan tindakan yang kreatif dan inovatif. *Wirausahawan* adalah orang yang merubah nilai sumber daya, tenaga kerja, bahan dan faktor produksi lainnya menjadi lebih besar daripada sebelumnya dan juga orang yang melakukan perubahan, inovasi dan cara-cara baru. Selain itu, seorang wirausahawan menjalankan peranan manajerial dalam kegiatannya, tetapi manajemen rutin pada operasi yang sedang berjalan tidak digolongkan sebagai kewirausahaan. Seorang individu mungkin menunjukkan fungsi kewirausahaan ketika membentuk sebuah organisasi, tetapi selanjutnya menjalankan fungsi manajerial tanpa menjalankan fungsi kewirausahaannya. Jadi kewirausahaan bias bersifat semen tara atau kondisional.

Kesimpulan lain dari kewirausahaan adalah proses penciptaan sesuatu yang berbeda nilainya dengan menggunakan usaha dan waktu yang diperlukan, memikul resiko finansial, psikologi dan sosial yang menyertainya, serta menerima balas jasa moneter dan kepuasan pribadi. Istilah

wirausaha muncul kemudian setelah dan sebagai padanan wiraswasta yang sejak awal sebagian orang masih kurang sreg dengan kata swasta. Persepsi tentang wirausaha sama dengan wiraswasta sebagai padanan entrepreneur.

Perbedaannya adalah pada penekanan pada kemandirian (swasta) pada wiraswasta dan pada usaha (bisnis) pada wirausaha. Istilah wirausaha kini makin banyak digunakan orang terutama karena memang penekanan pada segi bisnisnya. Walaupun demikian mengingat tantangan yang dihadapi oleh generasi muda pada saat ini banyak pada bidang lapangan kerja, maka pendidikan wiraswasta mengarah untuk survival dan kemandirian seharusnya lebih ditonjolkan.

C. Profil Kewirausahaan

Banyak para peneliti telah mengkaji secara mendalam untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas tentang profil seseorang yang bergelar wirausahawan. Namun hasil penelitian para pakar tersebut belum memisahkan profil yang dibutuhkan untuk menjadi wirauhawan yang sukses. Menurut Buang dan Murni (2006), bahwa profil di bawah ini hanya memberikan kecendrungan karakteristik pribadi wirausahawan yang dapat diringkas sebagai berikut:

1. Bertanggung jawab.

Wirausahawan mempunyai pribadi yang bertanggung jawab secara pribadi kepada segala pekerjaan mereka,

suka mengendalikan sumber daya mereka sendiri dan menggunakan sumberdaya tersebut untuk mencapai cita-cita atau impian mereka yang juga telah ditetapkan sendiri.

2. Lebih menyukai resiko sederhana.

Wirausahawan akan memperhitungkan segala resiko yang ditimbulkan dan bukan pengambil resiko yang konyol. Wirausahawan melihat sebuah bisnis dengan tingkat pemahaman resiko pribadinya. Dengan cita-cita yang tinggi bahkan terkesan bagi orang lain mustahil tercapai tapi seorang wirausaha akan melihat situasi tersebut dengan sudut pandang yang berbeda dan mempunyai keyakinan yang tinggi untuk tercapai. Wirausaha akan melihat peluang pada daerah yang sesuai dengan pengetahuan, latar belakang dan pengalamannya yang mendukung tingkat keberhasilan.

3. Keyakinan dengan kemampuan sendiri untuk sukses.

Seorang wirausaha harus mempunyai keyakinan yang tinggi atas kemampuan untuk memastikan sukses, optimis terhadap peluang tersebut. Penelitian dari Nasional Federation of Independent Businesses (NFIB) mendapati bahwa sepertiga dari wirausaha menilai peluang mereka berhasil 100%. Dengan demikian tingkat optimisme yang tinggi ini akan menjelaskan mengapa kebanyakan wirausahawan yang berhasil pernah gagal dalam bisnis, kadang-kadang lebih dari sekali kemudian baru berhasil.

4. Keinginan dapat umpan balik langsung.

Wirausaha bekerja terus-menerus tanpa mengenal lelah untuk mencari pengukuhan dan mencari umpan balik dari apa yang telah dilakukan. Tricia Fox, pendiri Fox day schools, Inc menyatakan "Saya senang menjadi seorang yang bebas dan berhasil, tidak ada umpan balik yang sebaik bisnis milik anda sendiri".

5. Energik.

Bila dibandingkan dengan orang kebanyakan wirausaha lebih energik berbanding orang biasa. Jam kerja yang panjang dan kerja keras merupakan hal biasa dan factor ini akan sangat menentukan dalam mendirikan dan menjalankan perusahaan.

6. Berorientasi kedepan.

Wirausaha memiliki indra yang kuat dalam mencari peluang, mereka lebih banyak melihat masa depan dan tidak banyak mempersoalkan apa yang dikerjakan kemarin. Bila manajer tradisional memperhatikan pengelolaan sumber daya yang ada, wirausaha lebih tertarik mencari dan memanfaatkan peluang.

7. Keterampilan mengelola organisasi.

Membangun perusahaan “dari nol” dapat dibayangkan seperti menghubungkan potongan-potongan sebuah gambar yang besar. Para wirausaha mengetahui cara mengumpulkan orang-orang yang tepat untuk menyelesaikan suatu tugas. Pengabungan orang dan pekerjaan secara efektif memungkinkan para wirausaha untuk mengubah pandangan kedepan menjadi kenyataan.

8. Menilai Prestasi lebih tinggi daripada uang.

Banyak orang menilai bahwa seorang wirausaha terdorong melakukan aktivitasnya karena menghasilkan uang. Persepsi ini tidak betul karena seorang wirausaha lebih mengutamakan prestasi sebagai motivasi. Uang hanya sebagai simbol prestasi.

9. Terlalu menginginkan peluang.

Wirausaha yang sukses selalu memikirkan pencapaian tujuan. Bagi mereka, tujuan yang telah ditetapkan datang dari kemampuan melihat dan mengambil peluang yang terdapat di lingkungan. Peluang bisnis akan terbuka akibat masalah yang ditimbulkan oleh orang lain, perubahan teknologi, perobahan selera konsumen, perubahan hidup, perubahan sikap, sumber-sumber alam yang belum dimanfaatkan dan sebagainya.

10. Daya kreativitas dan fleksibilitas.

Kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan

permintaan pelanggan karma dunia sekarang sentiasa berubah, kemampuan bertindak dengan cara fleksibel memerlukan satu daya kreativitas yang tinggi. Wirausaha dengan pemikiran yang kreatif dapat menyelesaikan masalah dengan logika. Kreativitas dimaksudkan adalah sebagai kemampuan mengembangkan ide baru dan mempunyai pandangan lain terhadap sesuatu peluang dan masalah. Inovasi adalah kemampuan mengaplikasikan penyelesaian kreatif terhadap masalah dan peluang yang dapat memperkuat dan memperkaya kehidupan manusia.

Sedangkan Hutt (1994) juga mengemukakan beberapa ciri-ciri atau profil kewirausahaan yaitu :

1) Rajin.

Dalam mewujudkan satu bisnis yang baru bukanlah suatu pekerjaan mudah, seorang wirausaha perlu memesan sumber daya, melayani pelanggan, memastikan catatan pembukuan dijalankan, melakukan pengawasan dari berbagai segi. Dengan demikian untuk memastikan semua kerja ini dilaksanakan, wirausaha perlu mempunyai kesehatan yang baik dan bersemangat kuat.

2) Berorientasi kepada tujuan.

Wirausaha yang sukses sering mengetahui objektif dan tujuan yang hendak mereka capai. Objektif-objektif yang ditetapkan merupakan satu dorongan yang kuat dan

akan menggerakkan wirausaha kearah pencapaian tersebut.

3) Inovasi.

Wirausaha yang berhasil adalah berinovatif karena mereka memperkenalkan ide yang baru atau metoda baru. Mereka akan mencoba memperbaiki produk atau jasa yang telah ada atau menciptakan produk dan jasa supaya mendapat respons dari pelanggan.

4) Berpengetahuan

Wirausaha yang sukses harus mempunyai pengetahuan bisnis tersebut dan pengetahuan teknis. Pengetahuan bisnis akan membantu wirausaha mengelola bisnis dengan lancar, dan pengetahuan teknis akan dapat membantu wirausaha mampu mengoperasikan produk atau jasa dengan baik supaya kualitas barang dan jasa yang diberikan kepada pelanggan adalah yang terbaik.

Pendapat lain dikemukakan oleh Ahmad (1979) bahwa wirausaha selalu tidak merasa puas dengan kesuksesannya. Mereka akan selalu memperbaiki kinerjanya dari segi kualitas dan kuantitas serta mengungguli kemampuan dan kerja orang lain. Ketidakpuasan ini mendorong wirausaha tersebut berusaha lebih giat dan bersungguh-sungguh untuk mencapai standar yang ditetapkan olehnya atau standar orang lain. Hal ini akan mendorong wirausaha akan selalu mau belajar. Wirausaha dapat melengkapkan dirinya dengan bacaan, praktek kursus-kursus, social dan lain-lain.

Erick K Winslow dan George T Solomon dalam *Journal of creative behavior* membandingkan seorang wirausaha yang sukses dengan seorang Manajer Konvensional :

Manajer Konvensional	Wirausahawan
<ul style="list-style-type: none"> • Sangat sadar akan aturan dan larangan. • Peka terhadap masa depan dan bersedia menunda imbalan. • Memiliki keinginan kuat untuk diterima. • Mampu mengidentifikasi masalah dalam segala arah tindakannya. • Membuat perencanaan rinci. 	<ul style="list-style-type: none"> • Memandang aturan hanya sebagai petunjuk. • Konsep masa depan berdasarkan angan-angan. Ambang batas frustrasi rendah. • Tidak jelas dalam pengendalian, keberhasilan dan tanggungjawab. • Dapat bersikap manipulative dan eksploitatif terhadap orang lain. • Tidak sabar dengan diskusi dan teori, cepat bertindak dan menuruti kata hati.

Sumber: Zimerer dan Scarborg (1996) dalam Buang dan Murni (2006).

Selain itu seorang wirausaha juga harus mampu mempengaruhi keadaan di lingkungannya, individu-individu atau institusi. Seorang wirausaha mempunyai kemampuan untuk meyakinkan orang lain tentang ide barunya. Dia perlu mempengaruhi patner bisnisnya atau institusi keuangan supaya mereka yakin dengan rencana baru dan sanggup memberikan modal atau pinjaman.

D. Sumbangan Wirausaha Kepada Ekonomi Masyarakat dan Negara

Secara ringkas, seseorang wirausaha merupakan penggerak ekonomi sebuah negara. Jadi mereka yang mempunyai peranan penting terhadap pembangunan masyarakat dan negara. Kontribusi mereka amat penting dalam usaha mewujudkan masyarakat yang makmur. Kepentingan tersebut hendaknya berkontribusi antara masyarakat dan Negara/Pemerintah, seperti uraian berikut:

1. Pentingnya berwirausaha bagi masyarakat

a. Memenuhi Kebutuhan dan Keinginan Konsumen

Wirausaha pada dasarnya terdiri daripada produsen atau pedagang yang memproduksi atau mensuplai berbagai jenis barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat konsumen. Maka wirausaha yang sukses adalah wirausaha yang berhasil mengidentifikasi keinginan dan keperluan masyarakat dan seterusnya menyediakan barang tersebut. Mereka menyediakan berbagai jenis barang dan membuat modifikasi atau menciptakan barang baru untuk menampung keinginan konsumen yang

semakin bertambah dan senantiasa berubah. Misalnya kebutuhan masyarakat dalam bidang telekomunikasi telah menyebabkan wirausaha menyediakan berbagai jenis alat telekomunikasi khususnya handphone yang banyak digunakan oleh konsumen pada saat sekarang.

Wirausaha senantiasa berusaha dengan sedaya upaya untuk memberikan kepuasan kepada konsumen dengan menyediakan barang yang diperlukan di waktu dan tempat yang diperlukan. Pengiriman makanan siap saji (instan) ke rumah pembeli merupakan satu contoh usaha wirausaha untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat konsumen dan memberikan kepuasan kepada mereka. Ternyata sifat kreatif dan inovatif yang dimiliki oleh wirausaha telah menjadikan mereka mencipta dan menghasilkan penemuan-penemuan baru untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

b. Mewujudkan Peluang Pekerjaan

Peluang pekerjaan yang diwujudkan oleh golongan wirausaha telah berhasil mengatasi masalah pengangguran di negaranegara maju. Penggunaan kepakaran dan tenaga fisik masyarakat yang lebih produktif juga telah meningkat. Kepakaran dan pengalaman serta latihan yang disediakan oleh para wirausaha kepada masyarakat pekerja berupaya melahirkan anggota masyarakat yang mahir dan berdedikasi tinggi dalam sesuatu bidang yang ditekuninya. Contohnya, banyak pekerja professional yang dikirim oleh wirausaha ke negara asing seperti Jepang untuk menimba pengalaman.

c. Meningkatkan Taraf Hidup Masyarakat

Dengan adanya peluang pekerjaan yang banyak, anggota masyarakat dapat menikmati pendapatan yang besar. Seterusnya, pendapatan itu dapat di gunakan untuk membeli berbagai jenis barang yang diperlukan untuk meningkatkan taraf hidup mereka. Wirausaha juga sering mengciptakan barang baru yang canggih untuk membantu masyarakat meningkatkan taraf hidup mereka.

2. Pentingnya Wirausaha Bagi Negara /Pemerintah

a. Mewujudkan peluang pekerjaan.

Wirausaha dapat mengurangi pengangguran dan meningkatkan pendapatan negara karna setiap individu yang bekerja akan membayar pajak penghasilan dan- berbelanja untuk barang dan jasa tertentu.

b. Membangunkan Sektor Ekonomi Tertentu.

Wirausaha yang melibatkan diri dalam sektor ekonomi tertentu misalnya sektor perindustrian dan perdagangan akan mencoba sedaya upaya untuk membangunkan sektor ekonomi tersebut. Contohnya, wirausaha yang telah membangunkan industri mobil Proton di negara Malaysia, Toyota dari Jepang sehingga dapat memproduksi mobil, van dan truk untuk kegunaan dalam lokal dan juga untuk dieksport.

c. Menciptakan Berbagai Ragam Ekonomi Negara.

Wirausaha tidak akan terlibat dalam satu-satu industri saja. Mereka selalunya melibatkan diri dalam berbagai sektor

apakah sektor pertanian, jasa atau ilmu ruang angkasa. Tindakan ini akan menyebabkan ekonomi negara tidak perlu bergantung kepada sesuatu sektor saja. Oleh sebab itu, ekonomi negara sentiasa kuat walaupun sesuatu sektor tertentu mengalami masalah untuk berkembang.

d. Penghasil Uendapatan Untuk Negara.

Wirausaha akan meningkatkan pendapatan negara melalui pembayaran pajak penghasilan kepada negara. Bahkan wirausaha juga dapat meningkatkan pendapatan negara dengan memberi kontribusi kepada pembayaran bea cukai seperti cukai impor dan ekspor.

Seseorang itu perlu membuat perencanaan yang rapi dari segi fisik dan rohani di samping pemilihan produk, lokasi, jenis bisnis, pemilihan tenaga kerja, cara pemasaran dan strategi menangani pesaing sebelum menerjunkan diri dalam dunia kewirausahaan. Pilihan yang tepat mestilah sesuai dengan pengalaman, pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki, memandang bahwa kewirausahaan ini bukanlah suatu yang dilakukan "*trial and error*" atau kaedah coba-coba. Kewirausahaan adalah profesi yang penuh dengan tantangan dan juga resiko Setiap tindakan yang diambil oleh bakal wirausaha harus memikirkan biaya dan manfaat yang akan diperoleh.

E. Pengetahuan dan Kemahiran Utama Untuk Menjadi Wirausaha

Bidang profesi kewirausahaan adalah aktivitas yang penuh tantangan dan juga resiko. Profesi begini hendaklah individu tersebut harus mempunyai beberapa jenis pengetahuan dan kemahiran dan juga mengenai diri yang sesuai. Menurut Hisrich dan Peter (1985) ada tiga syarat utama pengetahuan dan kemahiran yang diperlukan untuk menjadi wirausaha yaitu:

- 1. Pengetahuan dan kemahiran teknis mengenai bidang usaha yang ingin digeluti.**

Seseorang tidak akan dapat memulai bisnisnya bila tidak mempunyai ide bisnis. Ide atau inspirasi bisnis datang umumnya dari pengetahuan serta kemahiran dalam bidang yang ditekuni. Seperti contoh bila seseorang ingin menjual *Nasi Padang*, maka individu tersebut haruslah mempunyai pengetahuan dasar mengenai penyediaan *Nasi Padang* serta mempunyai kemahiran menyajikan selezat mungkin *Nasi Padang* yang ingin dijual. Dengan demikian individu tersebut perlu memperoleh pengetahuan dan kemahiran mengenai seluk-belauk *Nasi Padang*. Sekiranya individu yang bersangkutan tidak mempunyai pengetahuan dan kemahiran tersebut tentu akan sangat sulit baginya untuk melahirkan ide bisnis tersebut. Contoh lain adalah bila seseorang ingin membuka bisnis dalam bidang Jasa Kesehatan. Seorang dokter dapat membuka usaha pelayanan kesehatan karena dokter mempunyai kepakaran mengenai bidang tersebut, orang lain yang tidak mempunyai kepakaran mungkin tidak akan mampu berbuat demikian.

- 2. Pengetahuan dan Kemahiran memulai dan mengelola serta memajukan bisnis.**

Dengan mempunyai ide bisnis saja tidak memadai karena ide tersebut perlu diterjemahkan kepada tindakan, misalnya memulai bisnis. Bagaimana langkah untuk memulai bisnis tentu harus didukung oleh pengetahuan yang berkaitan, setelah dimulai bisnis tentu perlu pengetahuan bagaimana mengelola supaya bisnis tersebut tetap hidup dan memberi keuntungan yang memuaskan. Sekedar untuk terus hidup saja tidak mencukupi, perlu bisnis tersebut dimajukan dan dikembangkan. Semua ini memerlukan pengetahuan serta pengelolaan dalam bidang kewirausahaan.

3. Ciri – ciri kepribadian

Para peneliti telah banyak membuat penelitian untuk mengetahui ciri-ciri kepribadian untuk terjun dalam dunia kewirausahaan. Diantara ciri-ciri penting yang harus dipunyai oleh seorang wirausahawan ialah locus of control, inovasi, membuat keputusan, hubungan manusia, energik, bertanggung jawab, keyakinan pada diri sendiri, keinginan kuat untuk sukses, kreatif, dapat memimpin, mempunyai motivasi tinggi dan komitmen tinggi.

F. Jenis-jenis Wirausaha

Jenis wirausaha ini dapat dikategorikan dari segi kepribadian (sarjana Olahraga) dan secara operasional terdapat tujuh jenis wirausaha yang mempunyai ciri-ciri dan karakter-karakter sendiri. Ciri-ciri dan karakter-karakter ini banyak bergantung kepada kepribadian, sikap dan motif seseorang yang menekuni bidang kewirausahaan.

Menurut Azis (1999) dalam Buang dan Murni (2006) jenis wirausaha adalah sebagai berikut:

1. Wirausaha Klub Golf

- a. Mengutamakan birokrasi seperti prosedur, peraturan dan hukum.
- b. Mengutamakan status.
- c. Sentiasa ingin selalu kelihatan rapi, perlente dan bergaya.
- d. Mementingkan hubungan sosial atau cenderung menjalin kontak dengan mereka yang mempunyai persamaan minat.
- e. Berpandangan jauh tetapi tujuan yang diimpikan sukar untuk dicapai.
- f. Sukar untuk bertolak ansur mengenai hal-hal yang sepele yang dapat.
- g. Bersungguh-sungguh dalam melakukan sesuatu pekerjaan walaupun pencapaian hasil sepenuhnya sukar diperoleh.

2. Wirausaha Klub Sepakbola

- a. Mengutamakan kelompok (group) yang dianggotainya.
- b. Tidak bersedia untuk kompromi dengan pesaing.
- c. Mengutamakan pengkhususan peranan di

kalangan pekerja.

- d. Kemenangan menjadi tujuan utama.
- e. Bersedia untuk menghalalkan segala cara asalkan tujuan sukses dicapai.
- f. Dapat mengatur strategi dan taktik dengan baik apabila berhadapan dengan pesaing.
- g. Sentiasa berwaspada kerana beranggapan kesalahan kecil dapat membawa akibat.

3. Wirausaha Klub Permainan

- a. Tidak kompromi dengan pesaing.
- b. Suka mengadu di kalangan berbagai pihak.
- c. Tidak membuat perhitungan rapi.
- d. Melihat kepada keuntungan jangka pendek.
- e. Lebih banyak berbicara daripada bertindak.
- f. Suka mensia-siakan waktu dan tenaga kepada hal-hal yang tidak mendatangkan manfaat.
- g. Cenderung menjalin hubungan dengan mereka yang mempunyai latar belakang yang sama.

4. Wirausaha Klub Memancing.

- a. Bercita-cita tinggi walaupun kadang-kadang tidak realistik.

- b. Membuat investasi yang kecil tetapi mengharapkan laba yang besar.
- c. Kesuksesan lebih banyak tergantung kepada nasib, bukan kemahiran atau kemampuan.
- d. Kewirausahaan di jadikan sebagai satu hobbi, bukan sebagai satu '*profesion*'.
- e. Sentiasa mencari dan merobah tempat usaha dan jenis bisnis yang paling sesuai.
- f. Lokasi dan jenis bisnis yang digeluti bukan berdasarkan analisa atau penelitian, tetapi sebaliknya berdasarkan andaian.
- g. Bersedia mengambil waktu yang lama untuk mendapatkan keuntungan yang diharapkan walaupun kebiasaannya keuntungan Yang diperoleh tidak seberapa.

5. Wirausaha Klub Dangdut

- a. Suka berfoya-foya.
- b. Menghabiskan sumber tanpa mendapat manfaat.
- c. Melupakan pengorbanan berbagai pihak terhadapnya sebelum memperoleh sukses.
- d. Tidak ada keyakinan diri
- e. Lupa diri dengan mengadaikan harga diri dan kepribadian.

- f. Tidak bersyukur dengan sukses yang dicapai.
- g. Berlagak kaya dan suka berpura-pura.

6. Wirausaha Klub Sewa Mobil

- a. Bersungguh-sungguh terutama pada tahap awal untuk mendapatkan izin usaha.
- b. Adakalanya menglibatkan diri dalam bisnis demi untuk memperoleh edikit keuntungan dengan cepat.
- c. Sentiasa berada di takuk yang lama dan tidak bersedia untuk berubah.
- d. Tidak berani mencoba sesuatu yang baru.
- e. Tidak tahu mengambil kesempatan untuk mewujudkan jaringan dengan pihak-pihak berkepentingan dan memanfaatkannya.
- f. Senang dengan situasi yang sudah ada.
- g. Tidak bersedia merebut peluang-peluang yang ada.

7. Wirausaha Klub Marathon

- a. Memulai bisnis dengan penuh keyakinan.
- b. Tidak terburu-buru dalam mengejar cita-cita.
- c. Mencoba mendapatkan faedah dari persaingan.
- d. Memastikan keberhasilan akan tercapai

apabila menyertai sesuatu bidang.

- e. Konsisten dalam perjuangan.
- f. Tahu untuk mendistribusikan bahan.
- g. Bersedia untuk menghadapi berbagai kendala dan tantangan.
- h. Memperhitungkan dan membuat pertimbangan mengenai kekuatan dan kelemahan diri sendiri.

Gartner (1986) berpendapat bahwa seseorang akan memulai terjun sebagai wirausaha karena 7 (tujuh) sebab adalah:

1. Membuat pembaharuan.

- a. Bisnis dimulai secara sambilan.
- b. Dimodali oleh kawan dan keluarga.
- c. Tahap inovasi sangat rendah.
- d. Persaingan pemasaran yang kuat yang terdiri dari konsumen bertaraf sederhana.

**2. Membina dan melengkapkan jaringan
(*Networking or putting the deal together*)**

- a. Menyatukan aspek-aspek sesuatu bisnis (pengecer, distributor dan produsen) di mana kemenangan dan manfaat dijanjikan kepada semua pihak.
- b. Mengidentifikasi individu-individu tertentu

yang penting kepada bisnis.

3. Menggunakan kemahiran dan kontak dari tempat kerja

- a. Takut kepada resiko.
- b. Pekerjaan menawarkan peluang naik pangkat yang terlalu terbatas.
- c. Berhenti kerja dan memulai bisnis sendiri.
- d. Tidak pernah berminat atau terpikir untuk berbisnis.
- e. Jumlah uang modal awal hanya lebih sedikit dari jumlah tabungan.
- f. Tidak membuat analisis yang cukup.
- g. Bergantung kepada kenalan dan pengalaman.
- h. Bisnis umumnya dalam penawaran jasa yang generik seperti pengiklanan dan penyelesaian perkara perselisihan/ persengketaan.

4. Membeli sebuah perusahaan berdasarkan pengalaman dan mempunyai tujuan untuk memiliki sesuatu bisnis yang melibatkan resiko yang rendah.

- a. Waktu dihabiskan untuk mempelajari perjalanan bisnis sewaktu dikelola oleh pemilik asal.
- b. Menggunakan kepakaran.

- c. Mempunyai ide/produk baru tetapi majikan tidak ingin memajukannya.
 - d. Membuka bisnis sendiri secara partnership.
 - e. Menghabiskan banyak waktu untuk meningkatkan pemasaran.
- 5. Memberikan jasa secara agresif melalui perusahaan konsultan dalam bidang tertentu**
- a. Individu mempunyai tujuan jangka panjang, yaitu untuk memiliki bisnis sendiri.
 - b. Menghabiskan waktu untuk meningkatkan penjualan dan mencari peluang-peluang baru.
 - c. Menitik beratkan aktivitas pembinaan jaringan.
- 6. Menghabiskan produk yang unik dan tidak sulit diproduksi serba bermutu tinggi.**
- a. Tidak berapa yakin terhadap kecukupan bahan baku dan kemampuan menghasilkan produk.
 - b. Menganggap bidang bisnis beresiko tinggi.
 - c. Individu mempunyai tujuan jangka panjang untuk menjadi wirausaha.
- 7. Memasuki bidang yang berlainan dengan pekerjaan yang sekarang**
- a. Merencanakan untuk mendapat kemahiran baru.
 - b. Merealisasikan keinginan untuk membuka bisnis.
 - c. Barang atau jasa yang dihasilkan biasanya

sangat kompetitif tetapi terdapat sedikit perbedaan dari sudut-sudut tertentu.

- d. Bisnis dimulai secara sambilan dan mempunyai pekerja lain yang tetap.

G. Prospek Profesi Wirausaha

Wirausaha sebagai Profesi, merupakan satu kondisi yang semakin berkembang dikalangan penduduk di Indonesia. Memiliki bisnis sendiri merupakan impian kebanyakan orang kerana bidang profesi ini mempunyai berbagai daya tarik tersendiri yang tidak mungkin diperoleh oleh mereka yang berkerja sebagai pegawai 'PNS' makan gaji tetap. Secara umum, daya tarik yang dimaksudkan dapat dibagi kepada 3 (tiga) hal yaitu keuntungan, kebebasan dan kepuasan cara hidup.

1. Keuntungan

Keuntungan besar yang dapat diperoleh dari sesuatu bisnis yang dijalankan merupakan faktor yang dapat menyebabkan seseorang individu sanggup menghabiskan waktu dan uang tabungan untuk investasi dalam sesuatu bisnis yang dijalankan Mereka senantiasa mengharapakan keuntungan yang setimpal dengan apa yang telah dikorbankan dan diinvestasikan sewaktu memulai bisnis tersebut.

2. Kebebasan

Kebebasan membuat keputusan dalam melakukan sesuatu untuk menentukan arah tujuan sukses tanpa

melibatkan campur tangan dari orang lain merupakan satu lagi faktor dasar yang mampu menarik seseorang individu untuk melibatkan diri dalam bisnis. Dibandingkan sewaktu bekerja makan gaji, berwirausaha menanggung resiko terhadap apa saja tindakan yang dilakukan.

3. Kepuasan Cara Hidup

Banyak pengusaha yang dapat menikmati kepuasan pribadi melalui pengalamannya dalam bisnis. Juga terdapat wirausaha yang menganggap menerjuni dunia bisnis merupakan satu bentuk 'kepuasan' yang tidak mungkin dimiliki oleh orang lain. Juga tidak kurang yang memperoleh kepuasan melalui lingkungan bisnis yang menantang dan sering berubah-ubah.

Sementara itu Aziz (2004) menyatakan bahwa berprofesi sebagai wirausaha mempunyai banyak kelebihan-kelebihan tertentu yang tidak mampu dirasakan orang lain yang tidak menjadi wirausaha. Kelebihan-kelebihan yang didapat oleh wirausaha tersebut adalah sebagai berikut :

4. Peluang Menentukan Sendiri Arah Tujuan Kehidupan.

- a. Kebebasan dan fleksibel dalam melaksanakan pekerjaan.
- b. Mengambil keuntungan sepenuhnya dari peluang yang ada
- c. Mengambil tanggung jawab sepenuhnya terhadap kerja yang dilakukan.
- d. Menentukan sendiri sasaran pencapaian

- e. Memaksimalkan penggunaan sumber daya.
- f. Tidak terbelenggu dengan sistem dan peraturan.

5. Peluang Untuk Memaksimalkan Potensi Diri.

Aktivitas kewirausahaan mampu memaksimalkan kemahiran dan kemampuan yang dimiliki seseorang. Dalam konteks ini wirausaha akan senantiasa menantang kemampuan diri sendiri dan akan selalu bertanya kenapa orang lain mampu? kenapa saya tidak?. Wirausaha dapat mengatasi segala permasalahan dengan kekuatan kreativitas dan inovasi serta sentiasa melihat peluang di dalam kesulitan yang dihadapi di samping tidak merasa puas dengan keberhasilan yang telah ada dan ingin lebih sukses dengan apa yang telah dicapai sekarang.

6. Peluang Mendapat Keuntungan Keuangan Tanpa Batas.

Keuangan merupakan indikator pengukur keberhasilan atau aktivitas yang dilakukan seorang wirausaha dan merupakan bukti kesungguhan kerja serta dapat juga meningkatkan reputasi dan status social dalam masyarakat.

7. Peluang Memberi Kontribusi Kepada Masyarakat.

Dengan tingkat status sosio ekonomi yang baik, kelebihan dalam keuangan akan memberi peluang kepada wirausaha untuk berbakti kepada masyarakat.

8. Peluang Beribadah Secara Kontiniu.

Dari perspektif Islam wirausaha akan memberi peluang untuk berbuat kebajikan seperti mengeluarkan zakat, menghindari diri dari penipuan, eksploitasi, penindasan dan ketidakadilan pada masyarakat, monopoli dan sifat-sifat keji lainnya.

H. Manfaat Pemilik Bisnis Sendiri

Menurut Zimerer dan Scarborg (1996) menjelaskan manfaat yang diperoleh wirausaha bila menjadi pemilik bisnis sendiri adalah:

1. Peluang mengendalikan nasib anda sendiri

Memiliki suatu bisnis memberikan kebebasan dan peluang pada wirausaha untuk mencapai sasaran yang penting baginya, mengatur hidup sendiri dan mengerjakan apa yang disukai dengan menggunakan bisnis untuk mewujudkan impian dalam hidup. Wirausaha meraih kepuasan pribadi dengan menyadari bahwa diri sendiri adalah daya pendorong disebalik bisnis mereka.

2. Kesempatan melakukan perubahan

Semakin banyak wirausaha yang memulai bisnis karena mereka melihat kesempatan untuk membuat perubahan yang menurut mereka penting. Mungkin berupa keinginan menyediakan perumahan murah yang layak untuk para keluarga kurang mampu di negara sedang

berkembang atau mendirikan program daur ulang untuk melestarikan sumber daya alam yang terbatas, para wirausaha kini menemukan cara untuk mengkombinasikan keprihatinan mereka terhadap masalah-masalah social dengan keinginan untuk menjalani kehidupan yang lebih baik.

3. Peluang untuk menggunakan potensi sepenuhnya

Dalam kehidupan pekerjaan yang dilakukan banyak orang mengalami perasaan bosan, pekerjaan yang tidak menantang dan tidak menarik. Sebaliknya para wirausaha pada umumnya tidak banyak perbedaan antara bekerja dan bermain. Dengan bisnis yang mereka miliki merupakan alat untuk menyatakan dan aktualisasi diri wirausaha.

4. Peluang untuk meraih keuntungan tanpa batas

Walaupun uang bukan merupakan pendorong utama bagi wirausaha, keuntungan dari bisnis mereka penting sebagai faktor motivasi. Dalam majalah Forbes 400 disebutkan dari daftar para wirausaha terkaya 64 orang memulai bisnis mereka sendiri "Memulai perusahaan milik sendiri selalu merupakan cara terbaik untuk menciptakan kekayaan. Dan meskipun anda tidak menjadi kaya dengan melakukannya, anda tetap akan memperoleh lebih banyak kesenangan".

5. Peluang berperan untuk masyarakat dan mendapatkan pengakuan atas usaha anda.

Dalam masyarakat golongan bisnis biasanya lebih dihormati dan paling dipercaya.

6. Peluang melakukan sesuatu yang anda sukai.

Secara umum pemilik bisnis merasakan bahwa setiap aktivitas kerja mereka sesungguhnya bukanlah kerja karena mereka bekerja menurut yang disukai. Apa yang dilakukan, adalah pekerjaan kegemaran mereka sehingga hal ini menjadi menarik 'kegemaran menjadi pekerjaan mereka' atau beranjak dari hobbi.

I. Rangkuman

1. Secara umum, Wirausaha merujuk kepada individu yang berhasil mendirikan atau mengelola sesuatu jenis bisnis atau perusahaan. Tujuan wirausaha adalah untuk mencapai kesuksesan atau keuntungan untuk dirinya dan memberikan kemakmuran kepada masyarakat sekelilingnya dan Negara.
2. Dari segi istilah ekonomi wirausaha disifatkan sebagai individu yang menggabungkan dan menggunakan faktor-faktor produksi seperti tanah, buruh dan modal untuk menghasilkan barang dan jasa serta mendapatkan keuntungan. Dari segi istilah perdagangan wirausaha diartikan sebagai individu

yang memiliki daya kreatif dan inisiatif yang tinggi, berpandangan jauh serta mempunyai wawasan jangka panjang untuk menciptakan sukses untuk dirinya dan masyarakat.

3. Seseorang wirausaha merupakan penggerak ekonomi sebuah negara, mereka yang mempunyai peranan penting terhadap pembangunan masyarakat dan negara. Kontribusi mereka amat penting dalam usaha mewujudkan masyarakat yang maju dan makmur.
4. Pentingnya wirausaha bagi masyarakat adalah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, mewujudkan peluang pekerjaan baru dan meningkatkan taraf hidup masyarakat.
5. Pentingnya wirausaha bagi pemerintah adalah untuk membuka lapangan kerja baru, membangun sektor ekonomi, menciptakan ekonomi negara yang beragam dan sebagai sumber hasil pendapatan bagi pemerintah melalui pajak.
6. Sebelum seseorang memutuskan menjadi wirausaha berbagai faktor perlu dipertimbangkan seperti: perencanaan bisnis, perkiraan permintaan, strategi penentuan harga, strategi pemasaran, tenaga kerja, jumlah biaya usaha dan sumber keuangan.
7. Dari segi kepribadiannya wirausaha dapat digolongkan berbagai jenis yaitu wirausaha klub golf, wirausaha klub sepakbola, wirausaha klub gendang/

permainan, wirausaha klub memancing, wirausaha klub dangdut, wirausaha klub sewa mobil, wirausaha klub maraton.

8. Prospek wirausaha di Indonesia cukup menarik untuk dijadikan sebagai pemilihan profesi. Faktor daya tarik untuk menjadi wirausaha ini adalah untuk memperoleh keuntungan yang besar, kebebasan membuat keputusan dan menentukan tujuan sendiri dan untuk memperoleh kepuasan cara hidup.
9. Berdasarkan berbagai penelitian yang telah dilakukan bahwa para wirausahawan percaya bila mereka bekerja lebih keras mereka akan menghasilkan lebih banyak uang dan akan lebih hidup senang bila dibandingkan bila mereka bekerja pada perusahaan besar.

J. Latihan-latihan

1. Kenapa penting tujuan *public relation* dikembangkan dalam sebuah organisasi atau sebuah perusahaan?
2. Apa alasan penting, bahwa kegiatan kewirausahaan menjadi sebuah kegiatan yang berproses? Sebutkan alasan dan contohnya!
3. Hakikat dan konsep kewirausahaan menurut anda apakah mungkin dapat diterapkan dalam tujuan utama *Sport Entrepreneurship*?
4. Dari berbagai definisi para ahli yang dikemukakan di atas, coba anda rangkum masing-masing dalam bentuk narasi anda sendiri?

5. Kemukakanlah apa saja kesamaan dan perbedaan definisi antara *public relations* dan konsep dasar kewirausahaan!
6. Sebut ciri-ciri karakteristik pribadi wirausahawan yang memiliki kreativitas dan inovasi yang tinggi.
7. Jelaskan pendapat Menurut Zimerer dan Scarborg (1996) tentang manfaat yang diperoleh wirausaha bila menjadi pemilik bisnis sendiri!

BAB IV

IMPLIKASI *ENTREPRENEURSHIP* (KEWIRAUSAHAAN) DARI BERBAGAI PANDANGAN

A. Tujuan Materi Pokok

Setelah mempelajari Bab IV, bagian implikasi *Entrepreneurship* dari berbagai pandangan, diharapkan pembaca mampu:

- a. Memahami dan menjelaskan tentang pengertian menurut beberapa ahli kewirusahaan, baik secara produksi, jasa, dan bisnis.
- b. Memahami dan menjelaskan tentang pengembangan strategi *entrepreneurship*.
- c. Memahami dan menjelaskan tentang menerapkan pola tingkah laku manajerial yang terpadu dalam enam dimensi praktek bisnis yaitu: Orientasi strategis; Komitmen terhadap peluang yang ada; Komitmen terhadap sumber daya; Pengawasan sumber daya; Konsep manajemen; dan Kebijakan balas jasa.
- d. Memahami dan menjelaskan tentang cara mengembangkan *entrepreneurship keolahragan* dalam koperasi maupun

organisasi lain.

- e. Memahami dan model implementasi bisnis keolahragaan guna mempermahir kemampuan mahasiswa menatap peluang usaha.

B. Pengertian Dalam Praktik Menurut Beberapa Ahli

Higgins (1994) dalam bukunya *The Management Challenge*, menjelaskan: bahwa historis kewirausahaan dianggap sebagai salah satu fungsi ekonomi. Di awal abad ke-18, Richard Cantillon mengobservasi bahwa seorang wirausaha adalah seseorang yang menanggung risiko pembelian dan penjualan. Ahli ekonomi Adam Smith dan Jean Baptiste Say mengatakan, bahwa seorang wirausaha adalah seorang yang menyatukan faktor-faktor produksi. Selanjutnya, ahli ekonomi Austria, Joseph Schumpeter (1883-1950) menambahkan motivasi dan pemanfaatan peluang sebagai bagian dari aktivitas wirausaha.

Beberapa ahli teori manajemen mengatakan, bahwa kewirausahaan adalah kehebatan dalam pembentukan perusahaan baru yang di dalamnya mengandung pemanfaatan peluang dan pengambilan risiko serta melakukan perubahan.

Menurut William H. Sahlman, bisa saja seorang wirausaha tidak melakukan pembelian maupun penjualan, tidak pula menyatukan faktor-faktor produksi, dia bukan seorang inovator tetapi seorang peniru. Ia tidak mempunyai bisnis sendiri tetapi menata bisnis orang lain yang di dalamnya

mengandung upaya pemanfaatan peluang dan pengambilan risiko.

Jarillo-Mossi mendefinisikan, kewirausahaan sebagai "seseorang yang merasakan adanya peluang, mengejar peluang-peluang yang sesuai dengan situasi dirinya, dan yang percaya bahwa kesuksesan merupakan suatu hal yang bisa dicapai".

Higgins mengatakan pula, hal utama yang membedakan para wirausaha dengan para manajer lainnya terletak pada pendekatan mereka terhadap pemecahan masalah. Para wirausaha bukan hanya memecahkan masalah atau bereaksi terhadap masalah; melainkan juga mencari peluang. Wirausaha adalah para pengambil risiko. Pandangan mengenai kewirausahaan seperti itu dikemukakan oleh Drucker (1964), yang mengindikasikan, "agar sumber daya membawa hasil, maka sumber daya tersebut harus dialokasikan dalam lingkup pemanfaatan peluang, dan bukan dialokasikan kepada masalah lain yang tidak ada kaitannya dengan pengembangan sumber daya manusia. Pemanfaatan peluang merupakan suatu definisi yang tepat dari kewirausahaan." Di tahun 1974, Drucker mengatakan, "Seorang wirausaha harus mengalokasikan sumber daya dari bidang-bidang yang memberikan hasil rendah atau menurun ke bidang-bidang yang memberikan hasil tinggi atau meningkat."

Wirausaha juga harus mulai dan menata perubahan dari hasil inovasi. Mereka membuat perubahan dalam segala aspek dari fungsi-fungsi organisasi pemasaran, keuangan, operasional, sumber daya manusia, dan informasi. Menurut Drucker "Para wirausaha selalu mencari perubahan, menanggapi masalah tersebut dan menggunakannya sebagai

peluang."

Beberapa penulis tentang kewirausahaan telah berusaha mengidentifikasi ciri-ciri pribadi para wirausaha. Di antaranya yang paling sering diungkapkan adalah adanya kebutuhan untuk mencapai sesuatu (*achievement*), adanya kebutuhan akan kontrol, orientasi intuitif dan kecenderungan untuk mengambil risiko. Salah satu alasan utama mengapa menjadi seorang wirausaha adalah untuk memacu otonomi yang berkelanjutan.

Menurut Heru Sutojo dalam (Mutis, 1995) dalam suatu diskusi tentang "kewirakoperasian dalam koperasi" mengatakan, bahwa semangat *entrepreneur* yang selalu memacu kreativitas bisa merupakan *natural talent*, bakat alamiah yang diturunkan atau diwariskan tetapi juga bisa dibentuk, dipelajari atau dipengaruhi oleh lingkungan. Namun demikian, apakah bakat tersebut diturunkan atau dipelajari, *entrepreneurship* selalu mempunyai ciri yang mampu menahan dan mengembangkan diri secara tepat guna.

H. Leibenstein mendefinisikan *entrepreneur* sebagai seorang atau kelompok individu yang memiliki karakteristik:

- a) mampu menggandengkan peluang-peluang menjadi pasar;
- b) mampu memperbaiki kelemahan pasar-,
- c) bisa menjadi seorang *input complementer*; dan
- d) dapat menciptakan atau memperluas *time bending* dan *input transforming entities*.

Dalam diskusi yang sama, Heru Sutojo menegaskan pendapat dari Schumpeter yang mengatakan, bahwa *entrepreneur* adalah orang yang bisa mengadakan kombinasi baru. di mana kombinasi itu merupakan fenomena yang fundamental bagi pembangunan ekonomi. dengan sifat-sifat *entrepreneur* sebagai berikut: selalu memiliki prakarsa otoritas, melihat ke masa depan, mempunyai intuisi yang kuat, mempunyai kebebasan mental, mempunyai jiwa kepemimpinan, dan pemberontak sosial (*social deviance*).

Entrepreneurship adalah sikap untuk melakukan suatu usaha karena ada suasana yang mendukung untuk merealisasikannya. Seorang *entrepreneur* akan selalu berpikir untuk bertindak mencari pemecahan (*looking at solution*), sesuai dengan inisiatif yang muncul untuk meraih target dengan kedinamisan tertentu. Sebab pasar adalah dinamis, yang terus-menerus bergerak dari satu keseimbangan kepada keseimbangan lain. Pada saat anda berpikir bahwa anda telah memahaminya, batasan-batasan pasar serta karakteristik-karakteristiknya mulai berubah lagi.

Di dalam hutan rimba persaingan, yang menang adalah mereka yang dapat memahami pasar yang dinamis atau yang memasuki pasar yang baru muncul, dan yang dapat mengubah pola laku konsumen di pasar yang sudah ada. Mengapa mereka dapat melakukan hal tersebut? Karena mereka memiliki *core competencies* atau keahlian inti.

Menurut Hamel dan Heene (1994) dalam bukunya *Competence Based Competition*, ada banyak cara untuk mengkategorikan *core competencies*. Tetapi pada hakekatnya *core competencies* dapat dikategorikan ke dalam tiga golongan besar yaitu *market-access competencies* (pengelolaan

pengembangan merek, penjualan, distribusi dan logistik, teknis, dan keahlian-keahlian lainnya yang membantu perusahaan menjalin hubungan yang akrab dengan pelanggannya); *integrity-related competencies* (seperti masalah kualitas, manajemen waktu, manajemen persediaan *just-in-time*, dan sebagainya yang memungkinkan perusahaan untuk beroperasi secara lebih cepat, fleksibel, atau dapat diandalkan dibandingkan dengan para pesaingnya), dan *functionality-related competencies* (keahlian-keahlian yang memungkinkan perusahaan menghasilkan barang atau jasa dengan fungsi-fungsi unik, yang memiliki nilai lebih yang jelas di mata konsumen).

Kemampuan bisa saja dalam lingkup keahlian teknologi atau keahlian produksi individual dan kehebatan tenaga kerja yang terampil. Sedangkan *capabilities* lebih luas. Keahlian Honda di dalam bidang mesin adalah *competency*. Sedangkan Keahlian di dalam "mengelola dealer" dan "realisasi produk" adalah *capabilities* yang membuatnya mampu membangun jaringan dealer dengan baik dan merancang produk dengan cepat. (Harvard Business Review, Mei-Juni, 1990).

Seorang wirausaha yang akan berhasil di masa mendatang adalah mereka yang memperhatikan keahlian-keahlian intinya (*core competencies*) sebagai kekuatan dan memacu persaingan berpijak pada kemampuan (*competing on capabilities*). Juga memperhatikan apa yang dikatakan Prahalad dengan *expeditionary marketing*, yang mana memacu kreativitas di dalam pemasaran untuk meraih *competitive space* atau ruangan untuk bersaing.

Kemajuan dunia yang sangat pesat sekarang adalah

telekomunikasi telepon genggam (HP), sehingga di Indonesia sangat banyak para pengusaha menggeluti bidang ini. Perkembangan baru dalam dunia komunikasi adalah mulai menjamurnya penggunaan telepon selular. Tahun 1980-an, telepon selular merupakan aksesoris tambahan kalangan bankir muda di Amerika Serikat, sekarang ini sudah mendunia. Hasil penelitian Malarkey-Taylor Associates Inc., menunjukkan pengguna telepon mobil meningkat tajam. Pada tahun 1993 tingkat pertumbuhannya tercatat sekitar 49 persen. Jumlah ini diperkirakan akan meningkat 500 persen pada akhir abad ke-20, yaitu menjadi sekitar 156 juta telepon. Angka pertumbuhan sekaran mungkin (perkiraan) sudah mencapai 70% penduduk Indonesia memakai HP.

Pesatnya kemajuan dunia telekomunikasi membuka peluang bisnis yang besar, baik dari pihak perusahaan telekomunikasi, kelompok industri, maupun pemasok peralatan. Dalam lingkup pasar Indosat menjual sahamnya di luar negeri, serentak pada saat yang sama Indosat mau tidak mau harus memacu *entrepreneurship* dengan nuansa tertentu agar tidak kalah bersaing dengan dengan saingan lain dalam *global marketing*. Aliansi strategis yang dilakukan Indosat memberikan warna tertentu yang menarik.

Istilah kewirausahaan yang masuk dalam kamus bisnis pada tahun 1980-an memiliki definisi yang berbeda-beda. Ada dua pendekatan yang digunakan di dalam mendefinisikan kewirausahaan, yaitu pendekatan fungsional dan pendekatan kewirausahaan sisi penawaran (sumber psikologis dan sosiologis).

Pendekatan fungsional menekankan peranan kewirausahaan di dalam perekonomian seperti mengemban

suatu risiko karna melakukan pembelian pada satu tingkat harga tertentu dan menjualnya pada tingkat harga yang tidak menentu, melakukan kegiatan-kegiatan produksi dan Inovasi, serta menyebabkan atau memberikan reaksi terhadap gejala-gejolak ekonomi.

Pendekatan kewirausahaan sisi penawaran menekankan kepada sifat-sifat individual yang dimiliki para pengusaha. Pendekatan ini mengatakan bahwa sifat-sifat tertentu seperti keinginan untuk berprestasi dan kemampuan untuk mengontrol serta menanggung risiko dari tindakan yang mereka lakukan sebagai sifat-sifat dari wirausaha.

Stevenson, Presiden Harvard Business School, mengatakan bahwa tak satu pun dari kedua pendekatan di atas yang cukup menjelaskan teori kewirausahaan. Menurut Stevenson, kewirausahaan merupakan suatu pola tingkah laku manajerial yang terpadu. Kewirausahaan adalah upaya pemanfaatan peluang-peluang yang tersedia tanpa mengabaikan sumber daya yang dimilikinya. 'Kewirausahaan berbeda dengan suatu fungsi ekonomi. Kewirausahaan juga lebih dari sekadar kumpulan tingkah laku individu. Selanjutnya, Stevenson mengatakan bahwa pola tingkah laku manajerial yang terpadu tersebut bisa dilihat dalam enam dimensi praktek bisnis:

- 1) Orientasi strategis.
- 2) Komitmen terhadap peluang yang ada.
- 3) Komitmen terhadap sumber daya.
- 4) Pengawasan sumber daya.

- 5) Konsep manajemen.
- 6) Kebijakan balas jasa.

Menurut Mutis (1995) dari keenam ciri di atas, dihasilkan dua bentuk pelaku bisnis dengan corak yang berbeda, yaitu apa yang disebut:

- (a). *Promotor*, yaitu orang yang percaya akan kemampuan yang dimilikinya untuk menangkap peluang yang ada tanpa menghiraukan sumber daya yang dimilikinya.
- (b). *Trustee*, yaitu orang yang lebih menekankan penggunaan sumber daya yang telah dimilikinya secara efisien.

Kewirausahaan merupakan sebuah pola dari tingkah laku manajerial yang terpadu yang terletak di antara promotor dan *trustee*. Pola tingkah laku lainnya yang terletak antara *promotor* dan *trustee* adalah *tingkah laku administrative*, Stevenson menjelaskan pula perbedaan antara tingkah laku kewirausahaan dan tingkah laku administratif Menurut Stevenson, kita harus memahami faktor-faktor yang akan mendorong kita ke dalam pola tingkah laku kewirausahaan serta faktor-faktor apa yang akan mendorong kita ke dalam pola tingkah laku administrative. Diungkapkannya pula, bahwa tingkah laku kewirausahaan akan memungkinkan kita mencapai serta memelihara vitalitas perusahaan jangka panjang.

C. Pengembangan Strategi Entrepreneurship

1. Orientasi Strategis

Dalam membentuk strategi suatu perusahaan, orientasi kewirausahaan lebih menekankan pada penggunaan peluang terhadap sumber daya yang tersedia. Perubahan teknologi, perubahan kemampuan serta kemauan konsumen untuk membayar lebih tinggi harga barang atau jasa yang diinginkan, dan perubahan gaya hidup serta perubahan politik seperti adanya peraturan-peraturan baru akan menarik perusahaan ke dalam pola tingkah laku kewirausahaan. Sedangkan faktor-faktor yang akan menarik perusahaan ke dalam pola tingkah laku administratif adalah faktor kontrak social, artinya perusahaan bertanggung jawab untuk menggunakan sumber daya yang telah tersedia, dan faktor kriteria pengukuran prestasi perusahaan yang masih dilihat dari volume penjualannya dan bukan dari kemampuannya memanfaatkan peluang.

2. Komitmen terhadap Peluang

Perbedaan seorang yang berjiwa wirausaha dengan yang tidak berjiwa wirausaha adalah dalam kemampuannya memahami bisnis dengan sangat baik sehingga mereka bukan hanya mampu membuat komitmen lebih dahulu dibandingkan orang lain, mereka juga mengetahui kapan harus keluar dari suatu bisnis.

Perusahaan yang memiliki *action-orientation* sehingga mereka selalu membuat klaim lebih dahulu terhadap pelanggan dan pegawai, memiliki proses pengambilan keputusan yang cepat, serta cepat pula dalam membuat komitmen dan dalam menarik diri dari suatu bisnis. disebut sebagai perusahaan yang memiliki pola tingkah laku kewirausahaan.

Sedangkan, perusahaan yang memiliki strategi negosiasi yang lambat sehingga mereka lambat membuat suatu komitmen, melakukan penelitian dan analisa yang mendalam untuk mengurangi risiko, memiliki proses pengambilan keputusan yang bertingkat-tingkat, disebut sebagai perusahaan dengan tingkah laku administratif.

3. Komitmen Terhadap Sumber Daya

Stevenson memaparkan bahwa para wirausaha untuk mendapatkan hasil maksimal dengan sumber daya minimal. Tekanan dari dunia internasional untuk menggunakan sumber daya secara lebih efisien akan mendorong perusahaan ke arah pola tingkah laku kewirausahaan.

Sedangkan, pelaku ekonomi terdorong ke arah pola tingkah laku administratif bila muncul dorongan untuk mengurangi risiko dengan jalan menyediakan lebih banyak sumber daya sesuai dengan kebutuhan untuk sebuah sistem perencanaan yang lebih konservatif.

4. Kontrol Terhadap Sumber Daya

Selanjutnya Stevenson mengatakan, bahwa pola tingkah laku kewirausahaan mencakup kemampuan untuk menggunakan sumber daya yang dimiliki orang lain seperti keahlian-keahliannya, ide-idenya, dan bakat-bakatnya serta memutuskan sumberdaya apa saja yang akan diperlukan perusahaan.

Faktor-faktor yang mendorong pola tingkah laku kewirausahaan di dalam mengawasi penggunaan sumber daya adalah penggunaan yang terus meningkat terhadap sumber daya yang terspesialisasi, serta mengurangi risiko usangnya sumber daya dengan jalan menghindari pemilihan

sumber daya.

Faktor-faktor yang mendorong pola tingkah laku administratif adalah status yang ditentukan oleh jumlah sumber daya yang dimilikinya dan struktur industri yang mendorong terjadinya pemilikan sumber daya.

Menunit Stevenson pula, bahwa pola tingkah laku kewirausahaan tumbuh karna adanya koordinasi terhadap sumber daya penting yang berada di luar pengawasan para wirausaha dan keinginan pegawai akan kebebasan.

Tetapi factor-faktor seperti wewenang dan tanggung jawab yang didefinisikan secara jelas, aktivitas-aktivitas rutin yang menjadi kebiasaan organisasi akan mendorong perusahaan ke dalam pola tingkah laku administratif yang kaku, dan birokrasi yang tidak kreatif bisa muncul. Karma itu, dalam lembaga yang menumbuhkan kewirausahaan perlu dicairkan hubungan keorganisasian yang kaku dalam lingkup menggerakkan kreativitas, sebab kalau tidak maka kewirausahaan dalam organisasi bisa pudar.

5. Kebijakan Balas jasa

Dalam lingkup ini Stevenson berpendapat bahwa kebijakan balas jasa, factor-faktor yang mendorong pola tingkah laku kewirausahaan adalah harapan-harapan individu serta persaingan kemampum yang akhirnya menciptakan sistem balas jasa yang adil di dalam perusahaan. Sedangkan, kesukaran di dalam mengukur kontribusi yang telah diberikan seseorang, serta keengganannya para pemegang saham untuk memberikin imbalan yang tinggi akan menciptakan pola tingkah laku administratif yang tidak mendorong kreativitas

dan bisa memudahkan semangat kewirausahaan dalam organisasi.

Dalam makalah Heru Sutoyoyang berjudul, Mengembangkan *entrepreneurship* dalam koperasi dikemukakan bahwa menurut H. Leibenstein, *entrepreneurship* memiliki peranan yang unik dan kritikal serta merupakan variabel yang signifikan dalam proses pembangunan. Leibenstein membagi *entrepreneurship* menjadi dua bahagian, yaitu:

1. *Routine entrepreneurship* berkaitan dengan koordinasi dan pelaksanaan aktivitas dari badan usaha yang sudah berjalan lancar di mana unsur-unsur produksi yang dipergunakan merupakan fungsi yang dikenal secara luas dalam pasar yang jelas.
2. *Schumpeterian entrepreneurship* atau *new T Type* atau *N-Entrepreneurship* menggambarkan aktivitas yang diperlukan untuk membentuk badan usaha di mana bagian-bagian dari fungsi produksi tidak diketahui dengan jelas.

Entrepreneur merupakan sumber daya yang langka yang dimotivasi oleh tiga hal:

- a) Suatu sistem balas jasa moneter atas usahanya, sebagian berkaitan langsung dengan kuantitas dari *output* dan sebagian tidak.
- b) Suatu system reward/punishment, yang berkaitan dengan perilaku produktivitas.
- c) Suatu mekanisme interpersonal *approval/disapproval* antara individu dan kelompok dalam

hierarki yang berbeda.

Mc. Cleland berpendapat bahwa entrepreneur adalah orang yang mengorganisasikan badan usaha dan berusaha untuk meningkatkan kapasitas produktivitasnya. Mc. Cleland juga berpendapat mengenai perilaku *entrepreneur*, yaitu:

1. Berhubungan dengan *risk-taking*, mengambil keputusan dalam keadaan *uncertainty*. *Entrepreneur* akan cenderung memilih pada keterampilan atau *achievement* (optimisime)-nya.
2. Energik atau mempunyai aktivitas inovasi, yaitu menghasilkan barang baru atau yang lebih baik.
3. Bertanggung jawab sebagai seorang Individu.
4. Uang sebagai alat pengukur keberhasilan. Orang dengan n-achievement tinggi tidak dipengaruhi oleh balas jasa berupa uang tetapi oleh achievement. Orang dengan n-achievement rendah sangat dipengaruhi oleh uang akibatnya uang menjadi suatu alat pengukur keberhasilan.
5. Antisipasi masa yang akan datang.
6. *Organizational skill*.

Peter E Drucker dalam bukunya *Management. tasks, Responsibilities, Practices*, mengatakan bahwa tujuan bisnis adalah menciptakan pelanggan. Fungsi *entrepreneur* ada dua, *marketing* dan *innovation*. *Marketing* dan *innovation*

menghasilkan *result. Innovation* harus selalu memberikan *ccollonlir satisfaction yang* berbeda. misalnya berupa produk baru, kenikmatan (*convenience*) baru dan *definition of a new want*.

Henry Mintzberg dan James Brian Quinn menyebutkan bahwa sampai sekarang masih ada entrepreneurial organisation yang bersifat sederhana, di mana pucuk pimpinan hanya satu orang tetapi dapat memimpin badan usaha yang cukup besar. (Sumber: Mengembangkan *Entrepreneurship* dalam Koperasi oleh Heru Sutojo).

Banyak cara bisa dilakukan untuk mengembangkan sifat dan sikap *entrepreneurship*. Salah satu dasar yang memberikan andil pada terbentuknya *entrepreneurship* terutama untuk golongan minoritas di suatu negara adalah adanya perasaan ketertekanan atau perasaan ketidakpuasan terhadap keadaan yang dihadapinya. Contohnya. *entrepreneur* yang muncul di Indonesia di mana mereka menderita kesempatan di bidang sosial politik keniudian mengembangkan kesempatan di bidang bisnis perdagangan yang belum disentuh seraya mempertajam kreativitas dan *entrepreneurship* yang memberikan kemakmuran tertentu. Setelah mereka berhasil dalam dunia bisnisnya, mereka bisa saja beralih memasuki ajang, politik di negaranya, baik secara tersamar maupun transparan.

Kecuali itu, dalam beberapa kenyataan menunjukkan bahwa banyak *entrepreneur* yang sukses saat ini dipengaruhi oleh suasana keluarga di masa kecilnya. Tidak heran bila banyak anak pedagang atau pemilik toko atau kios kecil di masa lampau menjadi *entrepreneur*

tingkat nasional atau global yang sukses, sebab mereka ditempa dalam suasana kreatif pada sektor jasa perniagaan atau perdagangan dalam keluarga dan kesempatan mempertajam intuisi bisnis dalam keluarga mereka yang kemudian dikembangkan dalam skala dan aktualisasi yang lebih gempita di masa kini. Kecuali itu juga, anak-anak dari kalangan yang mengalami posisi marginal di bidang ekonomi atau kesulitan biasanya terpacu secara tidak langsung untuk keluar dari kungkungan keterjepitan dengan menjadi wirausaha yang sukses.

Berpijak pada dasar mempertajam entrepreneurship melalui sektor jasa ini, menarik untuk disimak ungkapan dari James Brian Quinn dalam bukunya *Intelligent Enterprise: A New Paradigm for A New Era* 1992, antara lain mengatakan bahwa dasar dari core competencies bagi sebagian besar perusahaan terletak pada aktivitas jasa, yang mana biasanya didasarkan atas suatu pengetahuan dan keterampilan khusus atau keahlian intelektual. Sehingga, pengembangan dan pematapan intelek dan keahlian serta keterampilan manusia menjadi perhatian utama bagi para manajer di perusahaan yang sukses, bukan pengelolaan asset fisik dan modal.

Sejalan dengan itu, terjadi pergeseran manajemen dari strategi jangka pendek yang berorientasi kepada produk serta berfokus ke dalam menjadi strategi jangka panjang yang berpusat kepada manusia, berorientasi jasa, berdasarkan pengetahuan dan berfokus kepada pelanggan. Ukuran baru diperlukan pada tingkat operasional dan perusahaan. Apa yang dibutuhkan sekarang adalah kesediaan wirausahawan untuk (1) Mengenali peluang-peluang yang besar yang, telah

diciptakan oleh sektor jasa dan teknologinya, (2) mulai memikirkannya dengan cara konstruktif, (3) merancang strategi di sekitar pengetahuan utama mereka dan keahlian jasanya, (4) berfokus kepada faktor manusia dan proses yang menciptakan core competencies ini, dan (5) secara sistematis mulai mengimplementasikan sikap-sikap, organisasi, dan program pengendalian insentif yang diperlukan.

James Brian Quinn mengatakan pula, bahwa *core competencies jasa* berfokus pada dasar-dasar yang menciptakan nilai dari sudut pandang konsumen dan harus dirancang dan dievaluasi dari perspektif ini. Di dalam beberapa kasus, mereka mewakili keahlian, atau kemampuan organisasional dan teknis yang telah dikembangkan sebelumnya di mana perusahaan memiliki keahlian di dalamnya. Di dalam kasus lainnya, dibutuhkan pendalaman keahlian tertentu atau penciptaan kapasitas baru yang relevan bagi konsumen. Tetapi, di dalam semua kasus, hal tersebut haruslah merupakan sekumpulan kemampuan di sektor jasa yang jika dikembangkan secara mendalam akan (1) berharga dimata konsumen, (2) menyediakan landasan jangka panjang yang fleksibel.

Kebijakan yang sangat kusus diterapkan dalam Manejerial kepemimpinan sekolah sperti dijelaskan dalam buku Danim dan Suparno (2009) bahwa kualifikasi dan kopetensi kepala sekolah yang perlu dimiliki, yaitu kewirausahaan, di samping memiliki dimensi kepribadian, manejerial, supervise dan sosial. Kualifikasi dan kompetensi seorang kepala sekolah/ pimpinan dalam PP Mendiknas no 13 tahun 2007 tentang standar kepala sekolah. Kompetensi yang dimaksud adalah: kepribadian, manejerial, supervise, kewirausahaan dan sosial. Dengan demikian Pengembangan

Strategi Kewirausahaan hendaknya mensinergikan semua kompetensi secara utuh.

D. Model Implementasi Bisnis

Model bisnis yang dapat diterapkan sembilan komponen penting untuk menjadikan sebuah bisnis berjalan secara keberlanjutan (Osterwalder, 2010, p.18). Semua *start-up business* (pengusaha rintisan) hendaknya mampu mengoptimalkan 9 (Sembilan) komponen penting tersebut, agar bisa menjadi sebuah pilihan bisnis yang tepat. Ada dua hal yang sangat diprioritaskan sejak awal, yaitu “*product-market fit*”, yakni apa yang dibuat dan untuk siapa yang dibuat tersebut? Model disini disebut *Business Model Canvas (BMC)* dilakukan pada cabang olahraga beladiri Tarung Derajat dengan uraian sebagai berikut: 1) *Customer segments*: Tahapan ini merupakan suatu langkah dalam menentukan target pembeli atau pelanggan yang akan kita bidik untuk produk atau usaha kita. (data pada provinsi menunjukkan orang yang berlatih aktif beladiri tarung derajat ± 3000 orang, pemerhati atau senang beladiri tarung derajat ± 4000 orang). 2) *Value proposition*: Jasa pelatih dan atlet/ olahragawan yang memakai produk olahraga. 3) *Channels*: Melakukan pendekatan dengan organisasi pusat dan kompleks memproduksi barang olahraga tarung derajat dan badan, instansi sejenis lainnya. 4) *Customer relationships*: Mengembangkan jaringan bisnis dengan asosiasi perusahaan jasa produk peralatan dan pakaian latihan dan organisasi pelatihan. 5) *Revenue streams*: Menggunakan pendekatan anggaran biaya yang terjangkau, *low cost* atau diferensiasi

(Porter, 1985), *strategic value chain analysis*. 6) *Key resources*: Menggunakan sumber daya ahli /pelatih bidang kepelatihan. 7) *Key activities*: Mengembangkan instrumen melalui riset dan model-model pembinaan tenaga kepelatihan yang sangat bermanfaat untuk tenaga keolahragaan sebagai penggerak pengembangan pelatihan di daerah-daerah Kabupaten dan Kota. 8) *Key partners*: Bermitra dengan dengan asosiasi perusahaan jasa kepelatihan olahraga dan Komite keolahragaan (KONI) Cabang-cabang Olahraga di Kabupaten/Kota agar lebih meningkatkan jumlah kompetisi termasuk pembiayaanya. dan 9) *Cost structure*: Biaya yang terpenting adalah akomodasi tim pelatih dan biaya penyelenggaraan kegiatan pelatihan dan biaya kompetisi.

Bagaimana usaha ini akan menghasilkan uang adalah dari hasil pembayaran Iyuran latihan atau Uang sekolah (SPP). Kemudian dari keuntungan penjualan peralatan olahraga, kostum, tas latihan, sepatu, kaos dan prasarana latihan.

Sebuah analisis SWOT terhadap usaha ini adalah Kekuatan (S) yang menjadi pegangan adalah semakin hari masyarakat semakin membutuhkan kegiatan olahraga beladiri, tidak saju untuk prestasi akan tetapi juga untuk pembelaandiri, kesegaran jasmani dan sebagai pemegang ijazah untuk mendapatkan lapangan pekerjaan. Malah sekarang beladiri ini menjadi beladiri wajib dalam militer (khususnya POLRI). Ancaman (W) kalau banyak yang berpaling pelanggan kepada cabang beladiri yang lain atau ada pencemaran nama baik yang membuat opini public yang negatif. Dari segi peluang (O) beladiri tarung derajat di Indonesia sudah merupakan beladiri idola anak muda, mulai dari tingkat Sekolah Dasar, SMP, SMA, dan Perguruan Tinggi

(PT). Dari segi tantangan (T) beladiri ini harus berjalan dengan jati diri yang menjadi khas yaitu suatu budaya militan beladiri tetap konsekuen untuk berdinamisasi dimuka bumi Allah ini, keberhasilan yang sudah dicapai jangan sampai lupa untuk menyukurinya. Selama ini peluang pasar yang sudah bernilai pasar cukup besar, yaitu sudah meliputi 23 Provinsi.

Status untuk mendapat peluang pada kegiatan pelatihan ini adalah karena pelaku memiliki kompetensi inti, yaitu keahlian beladiri tarung derajat dan sekaligus membawahi 80 orang pelatih. Jadi peluang pasar disini adalah bagaimana semua kebutuhan untuk pelatihan terbuka peluang sebagai pemasok peralatan dan sekaligus mengendalikan pimpinan kepelatihan. Jadi kalau pimpinan kepelatihan ini gagal, maka mitra kerja yang dapat diakses akan memiliki peluangnya menjadi hilang. Untuk itu perlu model analisis bentuk lain seperti yang populer disebut Matriks Ansoff usaha saya perlu mengimplementasikannya agar dapat berkembang dan berkesinambungan.

E. Latihan-latihan

1. Sebutkan definisi kewirausahaan! Mengapa wirausahawan biasanya berpijak pada *core competency* dari lembaga bisnis?
2. Jelaskan perbedaan pendekatan fungsional dengan pendekatan sisi penawaran! Pendekatan manakah yang lebih tepat menurut Howard Stevenson? Bagaimana

pendapat Anda sendiri mengenai kedua pendekatan di atas?

3. Menurut Howard Stevenson. kewirausahaan adalah suatu pola tingkah laku manajerial yang terpadu. Mengapa harus demikian?
4. Jelaskan perbedaan antara promotor dengan *trustee*! Menurut Anda, kewirausahaan itu sendiri termasuk ke dalam promotor atau ke dalam *trustee*?
5. Sebutkan persamaan dan perbedaan antara pola tingkah laku kewirausahaan dan pola tingkah laku administratif!
6. Mengapa pada saat ini kita harus memupuk pola tingkah laku kewirausahaan lebih tajam daripada pola tingkah laku administratif? Jelaskan!
7. Mengapa di dalam membentuk strategi perusahaan, orientasi kewirausahaan lebih menekankan kepada penggunaan peluang daripada sumber daya yang tersedia?
8. Dapatkah Anda menyebutkan beberapa cara untuk mencerminkan peluang-peluang bisnis yang ada

dengan menggunakan paradigma baru dari James Brian Quinn?

9. Mengapa para wirausaha harus mempunyai komitmen terhadap sumber daya yang dimilikinya dan kaitkan hal ini dengan ungkapan James Brian Quinn tentang pengembangan mutu manusia dalam sektor jasa?
10. Sebutkan dua fungsi *entrepreneur* menurut Peter F Drucker! Dan bagaimana aplikasinya di Indonesia? Dan beri contoh khusus pada bidang olahraga!
11. Terangkan tentang *entrepreneurial process* yang Anda ketahui! Berikan contoh dari pengalaman Anda sendiri atau dari pengalaman orang lain yang anda lihat dan dengar!
12. Terangkan kelemahan dalam pemekaran *entrepreneurship* kita di sektor jasa sehingga banyak *business opportunity* menjadi mubazir! Untuk menyoroiti hal ini Anda diminta untuk melihat dari sudut jasa bisnis dalam keolahragaan, sehingga menjadi lapangan kerja yang memadai!

6. Apa yang menjadi kunci keberhasilan bagi wirausaha yang komitmen terhadap tugas yang diembannya, jelaskan dengan contoh konkrit!

DAFTAR KEPUSTAKAAN

Ansyar, Mohd. (1998). Pidato Sambutan Rektor UNP. Dalam Seminar dan Lokakarya Metodologi Pengembangan Budaya Kewirausahaan di UNP. Padang, 6-10 November 1998.

Alnedral, (1999). Seni dan Kiat Menumbuhkan Entrepreneurship dalam diri Sendiri. Padang: LPM-UNP.

Afdhal, Ahmad Fuad , (2004). Tips & Trik Public Relations. Jakarta: PT.Grasindo.

Bennis, Warren & Manus, Burt (1985). Leaders: The Strategies for Taking Charge. New York: Harper and Row, Publishers, Inc.

Bill, Lucas. 2006. Optimalkan Otak Anda, Belajar Lebih Cepat dan Bekerja Lebih Cerdas, Jakarta: PT.Buana Ilmu Populer.

Buang, Nor Anisah dan Isteti Murni. (2006). Prinsip-Prinsip Kewirausahaan: Konsep, Teori dan Model-model Pembentukan Wirausahaan. Bangi Selangor Malaysia: Fakulti Pendidikan Universiti Kebangsaan Malaysia.

Conger, Jay A. (1997). Pemimpin Karismatik (The Charismatic Leader). Jakarta: Binarupa Aksara. (Alih Bahasa: Anton Adiwiyoto).

Daniel, Landers. 2010. Manfaat olahraga bagi kesehatan tubuh.<http://kukuhanakpenjas.blogspot.com/2014/1>.

Danim, Sudarwan & Suparno. 2009. Manajemen dan Kepemimpinan Transformasional Kepala Sekolah: Visi dan Strategi Sukses Era Teknologi, Situasi Krisis, Dan Internasionalisasi Pendidikan. Jakarta: Pt Rineka Cipta.

Deviton JA., 1995 The Interpersonal Communication Book, 7th Ed., Hunter College of The City University of New York.

Gerstner, Louis V., Jr. , at al. Reinventing Education: Entrepreneurship in American's public schools. United States of America: A Plume Book.

Harsuki, (2003). Perkembangan Olahraga Terkini: Kajian Para Pakar. Jakarta: Rajawali Sport.

Isnaini, Arif. (2006). Integrated Marketing Strategy 13P. Mataram: NTP Press.

Pusposutardjo, Suprojo. (1998). Pengembangan Budaya Kewirausahaan Melalui Matakuliah Keahlian. Makalah pada Penataran dan Lokakarya (PENLOK) Metodologi Pengembangan Budaya Kewirausahaan di Perguruan Tinggi. Cisarua-Bogor, 15-19 September 1998.

Kementrian Pendidikan Nasional. (2010). Pedoman Umum Pengembangan Model Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi. Badan Penelitian Dan Pengembangan.

Kiram, Yanuar. Iptek Olahraga Komitmen Dan Pembentukan Perilaku Dalam Pembinaan Prestasi Olahraga. Makalah Disajikan Pada Temu Karya Ilmiah IPTEK

Olahraga Tingkat Nasional, s/d Agustus 2008 di Manado.

LPM-UNP. (1999). Panduan Kegiatan Percepatan Pendidikan Entrepreneurship Universitas Negeri Padang. Padang.

Rusli, Lutan. (2001). *Olahraga dan Etika, Fair Play*, Jakarta: Direktorat Pemberdayaan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Olahraga, Direktorat Jenderal Olahraga, Depertemen Pendidikan Nasional.

Mutis, Thoby. (1995). Kewirausahaan Yang Berproses. Jakarta: PT.Grasindo.

Muchlas M., (1998). Perilaku Organisasi, dengan Studi kasus Perumahsakit, Program Pendidikan Pasca Sarjana Magister Manajemen Rumahsakit, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

Morris, M.J. Terjemahan Arum Gayatri. (1995). Usaha Kecil Yang Berhasil: Bagaimana Mempersiapkannya. Jakarta: Arcan.

Nur, Agustiar Syah. 2009. Kumpulan Bahan Meteri Perkuliahan S-3 Ilmu Kependidikan. Padang: Program Pascasarjana UNP.

Nurono, Sandani. (1998). Falsafah dan Prinsip-Prinsip Pengembangan Budaya Kewirausahaan. Makalah Pada Penataran dan LOKakarya (PENLOK) Metodologi Pengembangan Budaya Kewirausahaan di Perguruan Tinggi. Cisarua-Bogor, 15-19 September 1998.

Rumanti, Maria Assumpta Sr.. (2004). Dasar-dasar Publik Relations: Teori dan Praktik. Jakarta: PT.Grasindo.

Thomas, Colin Coulsons. (2002). Public Relationas: Pedoman Praktik Untuk PR, Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Weinberg, Robert, S. & Gould, Daniel. 2003. Foundation of Sport and Exercice Psychology. Champaign: Human Kinetics.

PROPOSAL
USULAN MENDIRIKAN USAHA BARU

Oleh: Telly Areska Putra / NIM

A. PENDAHULUAN

1. Nama dan Alamat Perusahaan

Perusahaan yang didirikan ini diberi nama “Massage Cwinn” bergerak dibidang jasa pelayanan Sport Massage. Alamat perusahaan di Jl. Raya Ulak Karang Padang disamping Fitness Hotel Eden.

2. Pemilik Perusahaan

Perusahaan ini merupakan perusahaan perorangan nama pemiliknya adalah Telly Areska Putra.

3. Usaha yan diusulkan

Untuk mendirikan perusahaan ini telah dilakukan studi pendahuluan dengan mengadakan survey, dari hasil survey ini maka ditentukan pilihan usaha yang akan dikembangkan yaitu perusahaan yang bergerak dibidang jasa pelayanan pijit.

4. Sumber permodalan

Sumber permodalan dalam membuka usaha ini adalah :

a. Modal sendiri

Yaitu modal dari pemilik perusahaan yang digunakan untuk modal kerja dan modal investasi

b. Modal Asing

Yaitu sumber modal yang berasal dari perusahaan asing.

Sumber permodalan ini dapat digambarkan seperti dalam Tabel di bawah ini :

Keterangan	Jumlah	Keterangan	Jumlah
Modal Kerja	12.000.000	Modal Asing	10.000.000
Modal Investigasi	10.000.000	Modal Sendiri	12.000.000
Total Aktiva	22.000.000	Total Pasiva	22.000.000

5. Prospek Perusahaan

Sumatera Barat adalah suatu daerah yang banyak menciptakan atlet, disamping itu KONI Sumbar, telah mengintruksikan agar pelayanan massage kepada para atlet untuk memberikan motivasi dan semangat dalam mengikuti latihan serta dapat meningkatkan mutu prestasi atlet.

6. Tambahan modal yang diusulkan

Mengingat kesediaan sendiri belum mencukupi untuk mengembangkan usaha ini maka diminta kesediaan dari pihak Bank Nagari memberikan kredit sebagai tambahan modal.

7. Jangka waktu pengambilan kredit

Jangka waktu pengambilan kredit yang diusulkan adalah selama 2 tahun.

B. USULAN USAHA BARU

1. Usaha yang diusulkan

Memberikan jasa pelayanan kepada olahragawan dan umum

2. Aspek Hukum.

Perusahaan ini telah memiliki kelengkapan izin.

a. SITU (Surat Izin Tempat Usaha)

b. SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan)

c. NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak)

Lokasi usaha ini baik tempat pelayanan maupun kantor cukup menggantungkan untuk memberikan pelayanan karena dekat dengan jalan raya. Perusahaan ini memiliki jaminan untuk melaksanakan dan mengembangkan usaha, pimpinan/ pemilik

perusahaan adalah seorang sarjana olahraga yang mempunyai keahlian dibidang ini sedangkan tenaga kerja yang direkrut juga memiliki keahlian masing-masing.

3. Aspek Teknis

Sebagaimana telah dijelaskan bahwa permodalan yang dibutuhkan adalah modal kerja dan modal investigasi. Modal usaha yang dimiliki sebesar Rp 10.000.000. digunakan untuk modal kerja berupa penyediaan tempat tidur, bangku sebesar Rp 4.000.000. dan untuk investasi pakaian, handuk, massage, dll Rp. 6.000.000,-. Agar usaha ini dapat berjalan lancar, diperlukan modal kerja sebesar Rp. 10.000.000,- dan modal investasi Rp. 12.000.000.

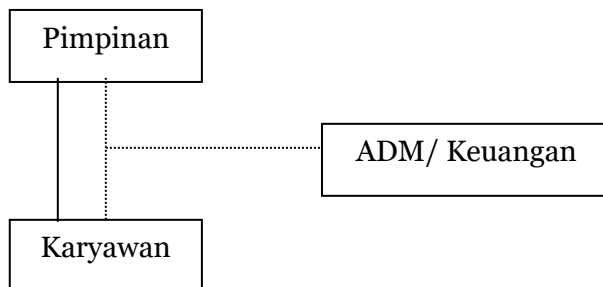
4. Aspek Pemasaran

Jasa pelayanan massage ini adalah untuk olahragawan dan umum berdasarkan jasa. Pelayanan dan potensinya cukup baik, maka proyeksi jasa pelayanan dapat dilihat dari tabel sebagai berikut :

Jenis Layanan	I	II	III	IV	V
Pijatan	4.000.000	5.100.000	6.250.000	7.050.000	9.000.000
Lain-lain					

5. Aspek Manajemen

Struktur organisasi jasa pelayanan sebagai berikut :



Keterangan :

———— : Garis Komando

..... : Garis Koodinasi

Pimpinan perusahaan memberikan intruksi kepada karyawan untuk menyelesaikan tanggung jawabnya sesuai dengan waktu yang ditentukan.

6. Aspek Finansial

Dana yang dibutuhkan sesuai dengan target pelayanan sebesar Rp. 8.000.000,- dan modal investigasi sebesar Rp. 10.000.000,- setelah dan dicairkan oleh pihak Bank maka komposisi neraca dapat dilihat dari tabel dibawah ini :

Neraca Sebelum Memperoleh Kredit

Keterangan	Jumlah	Keterangan	Jumlah
Aktivita Lancar	Rp.	Hutang	Rp
Kas	500.000	Jangka pendek	-
Penyediaan Perlengkapan	3.000.000	-	-
Lain-lain	5.000.000	Jangka panjang	-
Aktiva Tetap		Modal	10.000.000

Peralatan massage	6.000.000		
Total Aktiva	14.500.000	Total Vasiva	10.000.000

Neraca

Sesudah Memperoleh Kredit

Keterangan	Jumlah	Keterangan	Jumlah
Aktivita Lancar	Rp.	Hutang	Rp
Kas	1.500.000	Jangka pendek	-
Penyediaan Perlengkapan	6.000.000	Pinjaman Bank	12.000.000
Lain-lain	2.500.000	Jangka panjang	-
Aktiva Tetap		Modal	10.000.000
Peralatan massage	12.000.000		
Total Aktiva	22.000.000	Total Vasiva	22.000.000

Rencana pendapatan perkiraan modal pokok, perkiraan laba/ rugi dan saldo kas dari operasi perusahaan selama satu tahun (contoh 5bl) seperti dalam tabel berikut ini:

Keterangan	Bulan I	Bulan II	Bulan III	Bulan IV	Bulan V
Penerimaan	4.000.000	5.100.000	6.250.000	7.050.000	9.000.000
Penerimaan Piutang					
Total penerimaan	4.000.000	5.100.000	6.250.000	7.050.000	8.000.000
Pengeluaran					
Modal Pokok	2.050.000	2.250.000	3.500.000	3.450.000	4.000.000
Gaji Karyawan	1.200.000	1.400.000	1.600.000	1.800.000	2.000.000
Biaya	25.000	50.000	50.000	100.000	50.000
Administrasi					
Biaya Telp	75.000	100.000	100.000	150.000	200.000
Biaya Listrik	50.000	75.000	75.000	125.000	150.000
Cicilan Kredit	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000
Total pengeluaran	3.750.000	4.550.000	5.800.000	6.075.000	6.550.000
Aliran Kas Masuk	250.000	550.000	850.000	975.000	1.450.000
Saldo Kas Awal	1.500.000	1.750.000	2.300.000	2.950.000	3.925.000
Saldo Kas Akhir	1.750.000	2.300.000	2.950.000	3.925.000	5.375.000

Berdasarkan proyeksi arus kas diatas dan perkembangan financial bahwa perusahaan ini mempunyai

prospek yang sangat baik hal ini ditunjukkan oleh perkembangan kas yang positif.

C. KESIMPULAN

Dilihat dari berbagai aspek dan potensi yang dimiliki perusahaan pelayanan jasa massage maka perusahaan jasa ini layak untuk dibiayai, untuk itu dengan senang hati kami mempersilahkan pihak Bank Nagari untuk cek silang atas keberadaan perusahaan ini. Atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Lampiran 2

FORMULIR		1771		SPT TAHUNAN		PAJAK PENGHASILAN WAJIB PAJAK BADAN		TANGGAL PAJAK		
DEPARTEMEN KEUANGAN RI DIREKTORAT JENDERAL PAJAK				PERIODE - MULAI BERGEBER SAAT DIBUKA/BUKA PERUSAHAAN - SELESAI TERUPUN - BERTAMBAH DARI - BERTAMBAH DARI		2 0 0 9		<input type="checkbox"/> SPT PEMBULATAN KE...		
IDENTITAS	N.P.W.P.	0 2 4 6 8 1 0 0 1 2 0 1 0 0 0								
	NAMA WAJIB PAJAK	CV. BOKER JAYA								
	JENIS USAHA	PERDAGANGAN BAHAN & SAJA								
	NOMOR IDENTIFIKASI	0751.7052423			NO. SPT		0751.7052423			
	PERIODE PERMULAIAN	0 1 0 0 s.d. 1 2 0 0								
MENGAPA DORONG/KONTROL PAJAK? (Silahkan Beri)										
PEMBAYARAN / LAPORAN KEWAJIBAN <input type="checkbox"/> DAPAT <input type="checkbox"/> DINAPELAKAN <input checked="" type="checkbox"/> DINAPELAKAN PERANGKAT DAN/ATAU PERALAN <input type="checkbox"/> DAPAT <input type="checkbox"/> DINAPELAKAN PERALAN DAN/ATAU PERALAN <input type="checkbox"/> DAPAT <input type="checkbox"/> DINAPELAKAN PERALAN DAN/ATAU PERALAN <input type="checkbox"/> DAPAT <input type="checkbox"/> DINAPELAKAN PERANGKAT DAN/ATAU PERALAN <input type="checkbox"/> DAPAT <input type="checkbox"/> DINAPELAKAN PERALAN DAN/ATAU PERALAN <input type="checkbox"/> DAPAT <input type="checkbox"/> DINAPELAKAN PERANGKAT DAN/ATAU PERALAN <input type="checkbox"/> DAPAT <input type="checkbox"/> DINAPELAKAN PERALAN DAN/ATAU PERALAN <input type="checkbox"/> DAPAT <input type="checkbox"/> DINAPELAKAN										
* Keterangan: (1) dan (2) menunjukkan bahwa wajib pajak telah melakukan pembayaran dan/atau melaporkan SPT										
(1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) (8) (9) (10)										
A. PENGHASILAN DAN DEDUKSI	1	PENGHASILAN MULA SEBELUM DEDUKSI (1711 - 1712 + 1713 + 1714)	9.836,000							
	2	KOMPENSASI PENGHASILAN (Ded. dari Laporan Pajak 21, Jumlah Tahun 0)	0							
	3	PENGHASILAN BERSAMA (1715)	9.836,000							
	4	PPh 26/PPh 29 yang telah dibayar/dibayarkan (dari Pajak, Laporan Pajak dan/atau Dokumen Lain yang Relevan SPT)	0							
	5	Jumlah PPh 26/PPh 29 yang telah dibayar/dibayarkan (dari Pajak, Laporan Pajak dan/atau Dokumen Lain yang Relevan SPT)	0							
B. PPh TERutang	6	PPh 26/PPh 29 yang telah dibayar/dibayarkan (dari Pajak, Laporan Pajak dan/atau Dokumen Lain yang Relevan SPT)	0							
	7	Jumlah PPh 26/PPh 29 yang telah dibayar/dibayarkan (dari Pajak, Laporan Pajak dan/atau Dokumen Lain yang Relevan SPT)	0							
	8	PPh 26/PPh 29 yang telah dibayar/dibayarkan (dari Pajak, Laporan Pajak dan/atau Dokumen Lain yang Relevan SPT)	1.348,330							
	9	PPh 26/PPh 29 yang telah dibayar/dibayarkan (dari Pajak, Laporan Pajak dan/atau Dokumen Lain yang Relevan SPT)	1.348,330							
	10	Jumlah PPh 26/PPh 29 yang telah dibayar/dibayarkan (dari Pajak, Laporan Pajak dan/atau Dokumen Lain yang Relevan SPT)	1.348,330							
C. KEWAJIBAN	11	PPh 26/PPh 29 yang telah dibayar/dibayarkan (dari Pajak, Laporan Pajak dan/atau Dokumen Lain yang Relevan SPT)	1.329,640							
	12	PPh 26/PPh 29 yang telah dibayar/dibayarkan (dari Pajak, Laporan Pajak dan/atau Dokumen Lain yang Relevan SPT)	1.329,640							
	13	PPh 26/PPh 29 yang telah dibayar/dibayarkan (dari Pajak, Laporan Pajak dan/atau Dokumen Lain yang Relevan SPT)	16,555							
	14	PPh 26/PPh 29 yang telah dibayar/dibayarkan (dari Pajak, Laporan Pajak dan/atau Dokumen Lain yang Relevan SPT)	16,672							
	15	Jumlah PPh 26/PPh 29 yang telah dibayar/dibayarkan (dari Pajak, Laporan Pajak dan/atau Dokumen Lain yang Relevan SPT)	16,672							
D. Sisa Utang (Sisa Pajak)	16	PPh 26/PPh 29 yang telah dibayar/dibayarkan (dari Pajak, Laporan Pajak dan/atau Dokumen Lain yang Relevan SPT)	2,993							
	17	PPh 26/PPh 29 yang telah dibayar/dibayarkan (dari Pajak, Laporan Pajak dan/atau Dokumen Lain yang Relevan SPT)	2,993							
	18	PPh 26/PPh 29 yang telah dibayar/dibayarkan (dari Pajak, Laporan Pajak dan/atau Dokumen Lain yang Relevan SPT)	0 2 3 0 0							
	19	PPh 26/PPh 29 yang telah dibayar/dibayarkan (dari Pajak, Laporan Pajak dan/atau Dokumen Lain yang Relevan SPT)	0 2 3 0 0							
	20	Jumlah PPh 26/PPh 29 yang telah dibayar/dibayarkan (dari Pajak, Laporan Pajak dan/atau Dokumen Lain yang Relevan SPT)	0 2 3 0 0							

		RUPUK	
(1)	(2)	(3)	(4)
E. PENDAPATAN YANG DIBAYAR DAN DIBERIKAN	14. a. PENDAPATAN YANG DIBAYAR DASAR PENDAPATAN ANGGARAN	14a	3.630,000
	b. KOMPONEN KURANG PAJAK Dikurangkan dengan: (1) Jumlah Kurang	14b	
	c. PENDAPATAN BERSUKSES (14a - 14b)	14c	3.630,000
	d. PPh YANG TERutang (dari PPh dan bagian II nomor 4 & 18)	14d	1.340,200
	e. KREDIT PULAK TAK TERPAJOK YANG DILUATAS PENDAPATAN YANG TERMAKSUD DALAM ANEKA 14g YANG DIPOTONG / DIPANGGUT OLEH PPh KALIAN	14e	1.320,645
	f. PPh YANG HARUS DIBAYAR SENDIRI (14c - 14d)	14f	22,800
	g. PPh PASAL 29 (14f x 10)	14g	2,280
	h. PPh PASAL Dikurangkan dengan: (1) Jumlah bagian II nomor 5	14h	
i. PENDAPATAN YANG TIDAK TERMAKSUD OLEH PPh PASAL PENDAPATAN BERSUKSES Dikurangkan dengan: (1) Jumlah bagian II nomor 5	14i		
15. SELAR LAMPIRAN LAMPIRAN 1771-A, 1771-B, 1771-C, 1771-D, 1771-E, 1771-F, DAN 1771-G BERSAMA MELAMPIRKAN PULA:			
a. <input checked="" type="checkbox"/> SURAT SETORAN PPh (LEMBAR KE-1 PPh PASAL 29)			
b. <input checked="" type="checkbox"/> LAPORAN KEUANGAN (Wajib bagi semua Wajib Pajak)			
c. <input checked="" type="checkbox"/> DAFTAR HASIL/LOKASI DAN AKTIVITAS USAHA (Wajib bagi semua Wajib Pajak - bentuk formulir sesuai dengan lampiran Khusus 3A Buku Petunjuk Pengisian SPT)			
d. <input type="checkbox"/> PERHITUNGAN KOMPENSASI KEBUDAIKARIFANEAN (Lampiran Khusus 2A Buku Petunjuk Pengisian SPT)			
e. <input type="checkbox"/> PERHITUNGAN TERANGKAP DALAM HUBUNGAN EKONOMI (Lampiran Khusus 3A Buku Petunjuk Pengisian SPT)			
f. <input type="checkbox"/> DAFTAR HASIL/LOKASI PERUSAHAAN MASYARAKAT (Lampiran Khusus 4A Buku Petunjuk Pengisian SPT)			
g. <input type="checkbox"/> DAFTAR (DAFTAR) UJAMA PERUSAHAAN (Lampiran Khusus 5A Buku Petunjuk Pengisian SPT)			
h. <input type="checkbox"/> SURAT SETORAN PPh (LEMBAR KE-1 PPh PASAL 29) AKTIF (10) (Khusus BUKT)			
i. <input type="checkbox"/> PERHITUNGAN PPh PASAL 29 AKTIF (10) (Khusus BUKT) (Lampiran Khusus 5A Buku Petunjuk Pengisian SPT)			
j. <input type="checkbox"/> KREDIT PPh LUAR NEGERI (Lampiran Khusus 7A Buku Petunjuk Pengisian SPT)			
k. <input type="checkbox"/> SURAT KLASA KREDIT (10) (jika diperlukan)			
l. <input type="checkbox"/>			
m. <input type="checkbox"/>			
n. <input type="checkbox"/>			
PENYERA SAAT			
Dengan menyatakan setuju, saya akan mengisi kembali formulir ini - sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku saya menandatangani formulir ini yang telah saya tentukan di atas bersama dengan lampiran yang sesuai benar, lengkap dan benar.			
a. <input checked="" type="checkbox"/> WAJIB PAJAK		b. <input type="checkbox"/> KUSAHA	c. <input type="checkbox"/>
TAMBA TANGAN DAN CAP PERUSAHAAN		d. <input type="checkbox"/>	
NAMA LENGKAP PENGELOLA / KUSAHA : W. ANANDASUBINGIH			
N.P.W.P. :		e. <input type="checkbox"/>	

No	URAIAN	KETERANGAN	KURANG	KECOKOKAN	SALDO
1. PENDAPATAN KOMBESIAL, SALAM KEBER:					
1	PENDAPATAN USAHA	70			18.843.500
2	WARUK POKOK PENGULAN	70			18.843.500
3	BIAYA USAHA LAINNYA	70			73.763.000
4	PENDAPATAN NETO USAHA (10 - 10 - 10)	70			8.820.000
5	PENDAPATAN USAH LAIN LAINNYA	70			0
6	BIAYA USAH LAIN LAINNYA	70			0
7	PENDAPATAN NETO USAH LAIN LAINNYA (10 - 10 - 10)	70			0
8	Jumlah (1 + 7)	70			8.820.000
2. PENDAPATAN NETO KOMBESIAL LAIN LAINNYA (dari Aturan lain yang berlaku)					
9	Jumlah PENDAPATAN NETO KOMBESIAL (10 - 2)	70			8.820.000
3. PENDAPATAN YANG BERKAITAN DENGAN PAJAK TERSEBUT SELAIN PAJAK					
4. PENGURANGAN FISCAL PERKOTA					
1	BIAYA YANG DIBAYARKAN DAN DILAPORKAN KEKANTORAN KEPENDAHARAAN FISCAL (SALAM KEBER, SEMENTARA, DAN LAINNYA)	70			0
2	PENGURANGAN ATAS PERPAJAKAN (KURANG)	70			0
3	PENGURANGAN KURANG PAJAK (KURANG)	70			0
4	Jumlah PENGURANGAN FISCAL PERKOTA (1 + 2 + 3)	70			0
5	BIAYA YANG DIBAYARKAN DAN DILAPORKAN KEKANTORAN KEPENDAHARAAN FISCAL (SALAM KEBER, SEMENTARA, DAN LAINNYA)	70			0
6	BIAYA YANG DIBAYARKAN DAN DILAPORKAN KEKANTORAN KEPENDAHARAAN FISCAL (SALAM KEBER, SEMENTARA, DAN LAINNYA)	70			0
7	BIAYA YANG DIBAYARKAN DAN DILAPORKAN KEKANTORAN KEPENDAHARAAN FISCAL (SALAM KEBER, SEMENTARA, DAN LAINNYA)	70			0
8	BIAYA YANG DIBAYARKAN DAN DILAPORKAN KEKANTORAN KEPENDAHARAAN FISCAL (SALAM KEBER, SEMENTARA, DAN LAINNYA)	70			0
9	BIAYA YANG DIBAYARKAN DAN DILAPORKAN KEKANTORAN KEPENDAHARAAN FISCAL (SALAM KEBER, SEMENTARA, DAN LAINNYA)	70			0
10	BIAYA YANG DIBAYARKAN DAN DILAPORKAN KEKANTORAN KEPENDAHARAAN FISCAL (SALAM KEBER, SEMENTARA, DAN LAINNYA)	70			0
11	BIAYA YANG DIBAYARKAN DAN DILAPORKAN KEKANTORAN KEPENDAHARAAN FISCAL (SALAM KEBER, SEMENTARA, DAN LAINNYA)	70			0
12	BIAYA YANG DIBAYARKAN DAN DILAPORKAN KEKANTORAN KEPENDAHARAAN FISCAL (SALAM KEBER, SEMENTARA, DAN LAINNYA)	70			0
13	BIAYA YANG DIBAYARKAN DAN DILAPORKAN KEKANTORAN KEPENDAHARAAN FISCAL (SALAM KEBER, SEMENTARA, DAN LAINNYA)	70			0
14	BIAYA YANG DIBAYARKAN DAN DILAPORKAN KEKANTORAN KEPENDAHARAAN FISCAL (SALAM KEBER, SEMENTARA, DAN LAINNYA)	70			0
15	Jumlah (1 + 12)	70			0
5. PENGURANGAN FISCAL NEGATIF					
1	BIAYA YANG DIBAYARKAN DAN DILAPORKAN KEKANTORAN KEPENDAHARAAN FISCAL (SALAM KEBER, SEMENTARA, DAN LAINNYA)	70			0
2	BIAYA YANG DIBAYARKAN DAN DILAPORKAN KEKANTORAN KEPENDAHARAAN FISCAL (SALAM KEBER, SEMENTARA, DAN LAINNYA)	70			0
3	BIAYA YANG DIBAYARKAN DAN DILAPORKAN KEKANTORAN KEPENDAHARAAN FISCAL (SALAM KEBER, SEMENTARA, DAN LAINNYA)	70			0
4	BIAYA YANG DIBAYARKAN DAN DILAPORKAN KEKANTORAN KEPENDAHARAAN FISCAL (SALAM KEBER, SEMENTARA, DAN LAINNYA)	70			0
5	BIAYA YANG DIBAYARKAN DAN DILAPORKAN KEKANTORAN KEPENDAHARAAN FISCAL (SALAM KEBER, SEMENTARA, DAN LAINNYA)	70			0
6	BIAYA YANG DIBAYARKAN DAN DILAPORKAN KEKANTORAN KEPENDAHARAAN FISCAL (SALAM KEBER, SEMENTARA, DAN LAINNYA)	70			0
7	BIAYA YANG DIBAYARKAN DAN DILAPORKAN KEKANTORAN KEPENDAHARAAN FISCAL (SALAM KEBER, SEMENTARA, DAN LAINNYA)	70			0
8	BIAYA YANG DIBAYARKAN DAN DILAPORKAN KEKANTORAN KEPENDAHARAAN FISCAL (SALAM KEBER, SEMENTARA, DAN LAINNYA)	70			0
9	Jumlah (1 + 8)	70			0
6. HASIL DAN PERUBAHAN NETO, BERSAMA PENGURANGAN PENGURANGAN NETO (TAKLIPAT)					
1	Jumlah (2 + 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9)	70			8.820.000

1774 - II

REKAPITULASI PERKIRAAN BELANJA

REKAPITULASI PERKIRAAN BELANJA

TAKSIRAN

2009

LAMPIRAN - 8

SPT TASHIRAH PALAK PENGUSAHA KURUS PALAK BAKAN

D/M 02/09/09

KOD	NAMA	REKAPITULASI PERKIRAAN BELANJA				JUMLAH
		1	2	3	4	
1	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
2	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
3	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
4	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
5	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
6	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
7	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
8	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
9	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
10	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
11	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
12	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
13	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
14	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
15	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
16	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
17	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
18	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
19	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
20	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
21	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
22	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
23	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
24	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
25	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
26	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
27	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
28	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
29	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
30	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
31	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
32	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
33	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
34	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
35	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
36	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
37	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
38	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
39	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
40	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
41	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
42	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
43	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
44	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
45	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
46	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
47	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
48	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
49	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
50	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
51	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
52	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
53	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
54	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
55	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
56	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
57	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
58	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
59	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
60	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
61	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
62	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
63	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
64	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
65	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
66	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
67	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
68	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
69	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
70	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
71	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
72	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
73	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
74	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
75	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
76	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
77	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
78	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
79	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
80	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
81	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
82	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
83	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
84	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
85	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
86	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
87	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
88	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
89	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
90	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
91	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
92	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
93	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
94	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
95	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
96	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
97	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
98	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
99	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4
100	PERKIRAAN BELANJA	0	1	2	3	4

Catatan:

1. Untuk 1 (satu) Perkiraan Belanja di bawah ini, terdapat 1 (satu) kod dan 1 (satu) sub-kod di bawah ini, yang menunjukkan bahwa Perkiraan Belanja tersebut adalah Perkiraan Belanja yang akan digunakan untuk keperluan lain.
2. Untuk 1 (satu) Perkiraan Belanja di bawah ini, terdapat 1 (satu) kod dan 1 (satu) sub-kod di bawah ini, yang menunjukkan bahwa Perkiraan Belanja tersebut adalah Perkiraan Belanja yang akan digunakan untuk keperluan lain.
3. Untuk 1 (satu) Perkiraan Belanja di bawah ini, terdapat 1 (satu) kod dan 1 (satu) sub-kod di bawah ini, yang menunjukkan bahwa Perkiraan Belanja tersebut adalah Perkiraan Belanja yang akan digunakan untuk keperluan lain.

3.1.1.1.1.1.1

1774 - III

LABORERS - 01
 EPT COLLEGE POLICE CONTINGENT AND WAFED POLICE SQUAD
 WAFED POLICE OUTSIDE POSTING

2009

LINE NO	DESCRIPTION	QUANTITY	UNIT	RATE	AMOUNT	CLASSIFICATION	STATUS	DATE	REMARKS
1	WAFED POLICE SQUAD	1	MONTH	21,000.00	21,000.00	WAFED POLICE	REG	01/01/09	
2	WAFED POLICE SQUAD	1	MONTH	21,000.00	21,000.00	WAFED POLICE	REG	02/01/09	
3	WAFED POLICE SQUAD	1	MONTH	21,000.00	21,000.00	WAFED POLICE	REG	03/01/09	
4	WAFED POLICE SQUAD	1	MONTH	21,000.00	21,000.00	WAFED POLICE	REG	04/01/09	
5	WAFED POLICE SQUAD	1	MONTH	21,000.00	21,000.00	WAFED POLICE	REG	05/01/09	
6	WAFED POLICE SQUAD	1	MONTH	21,000.00	21,000.00	WAFED POLICE	REG	06/01/09	
7	WAFED POLICE SQUAD	1	MONTH	21,000.00	21,000.00	WAFED POLICE	REG	07/01/09	
8	WAFED POLICE SQUAD	1	MONTH	21,000.00	21,000.00	WAFED POLICE	REG	08/01/09	
9	WAFED POLICE SQUAD	1	MONTH	21,000.00	21,000.00	WAFED POLICE	REG	09/01/09	
10	WAFED POLICE SQUAD	1	MONTH	21,000.00	21,000.00	WAFED POLICE	REG	10/01/09	
11	WAFED POLICE SQUAD	1	MONTH	21,000.00	21,000.00	WAFED POLICE	REG	11/01/09	
12	WAFED POLICE SQUAD	1	MONTH	21,000.00	21,000.00	WAFED POLICE	REG	12/01/09	

Approved: _____
 Date: _____

Page: 1 of 1

Lampiran 3

CV. BOXER JAYA
NEBACA
 Periode 31 Desember 2019

		AKTIVA		PASIVA	
ASSET LIAHAB				Kewajiban Lancar	
- Kas	Rp.	7.257.500		- Utang Dagang	Rp.
- Bank	Rp.	66.471.233		- Utang Pajak	Rp.
- Piutang	Rp.				
- Persediaan	Rp.	7.000.000			
		Jumlah Aktiva Lancar	Rp.	Jumlah Liang	Rp.
Aktiva Tetap				Modal	
- Sewa Tanah	Rp.	24.000.000		- Modal	Rp.
- Perbaikan	Rp.	428.000.000		- Laba ditahan	Rp.
- Durabilitas pergunakan	Rp.			- Laba Tahun Berjalan	Rp.
		Jumlah Aktiva Tetap	Rp.		
				Jumlah Modal	Rp.
TOTAL AKTIVA	Rp.	81.136.733		TOTAL PASIVA	Rp.
					81.136.733


 PERIODE 31 Desember 2019
CV. BOXER JAYA
NEBACA
 Direktur

Lampiran 5

CV. BOXER JAYA

LAPORAN LABA RUGI

Per 31 Desember 2009

Pendapatan/Perjualan Usaha		Rp.	88,643,000
HPP			
Persediaan Awal	Rp.	-	
Pembelian barang/bahan	Rp.	55,850,000	
	Rp.	55,850,000	
Persediaan akhir	Rp.	-	
Harga Pokok Perjualan		Rp.	55,850,000
	Laba Bruto	Rp.	32,793,000
Biaya - biaya Usaha :			
- Biaya Fotocopy dan ATK	Rp.	232,450	
- Biaya Sewa Kantor	Rp.	8,000,000	
- Biaya Telp. Listrik	Rp.	2,315,550	
- Biaya Operasional proyek	Rp.	4,615,000	
- Biaya lain-lain	Rp.	2,000,000	
- Biaya penyusutan	Rp.	6,000,000	
		Rp.	23,163,000
	Laba Netto	Rp.	9,630,000

Padang, Februari 2010

CV. BOXER JAYA**Hi. AHADININGSIH**

Direktis

PPH Terhutang:

50% x 20% x Rp. 9.630.000,00

PPH Pasal 22

= Rp 9.630.000,00

= Rp 1.329.645

Rp 18.555

PPH Pasal 25

= Rp 15.622

PPH Pasal 29

= Rp 2.833

BIOGRAFI SINGKAT PENULIS

Dr. Alnedral, M.Pd, Lahir di Limbukan-Payakumbuh, tanggal 30 April 1960. Gelar sarjana Pendidikan Kepelatihan Olahraga diraihinya pada tahun 1985, Magister Pendidikan diselesaikan pada PPs-IKIP Jakarta tahun 1992 dan Pendidikan Doktor (S-3) ditamatkan pada Universitas Negeri Padang dengan Program Ilmu Pendidikan tamat tahun 2013. Bekerja sebagai dosen tetap di Fakultas Ilmu Keolahragaan semenjak tahun 1986 sampai sekarang. Tahun 2009-2010 mendapat kesempatan mengikuti pendidikan *Program Doctoral Sandwich-Like Special Teaching and Learning*, di OHIO State University Amerika Serikat. Tahun 2014-2015 mendapat kesempatan mengikuti Program Pendidikan dan Pembangunan Kewirausahaan dengan system *Blended Learning* di UKM Malaysia. Di samping tugas rutin sebagai dosen, dia juga pernah mendapat tugas tambahan sebagai sekretaris Jurusan Pendidikan Kepelatihan Olahraga dari tahun 2007-2011. Di luar tugas rutin dia juga mengabdikan diri sebagai pelatih olahraga berprestasi KONI Provinsi Sumatera Barat pada cabang olahraga Tarung Derajat yang digelutinya mulai semenjak tahun 1992 sampai sekarang dan telah mengikuti berbagai *single event* dan *multi event* pertandingan Nasional dan Internasional.

Tidak hanya itu, ia juga pernah mengikuti pelatihan *entrepreneurship* (1998), magang kewirausahaan (2005), dan mengajar matakuliah *Sport Entrepreneurship* dan Kewirausahaan Industri Olahraga di Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Padang dari tahun 2006 sampai sekarang. Untuk menambah *intuisi Entrepreneur*, ia

juga pernah mendapat kesempatan untuk melakukan kunjungan dan studi lapangan tentang manajemen usaha kecil dan menengah antara lain di OHIO State-Columbus-AS (2009), Singapura (2007), Malaysia (2007, 2010), Thailand tahun (2010), dan Malaysia (2014). Khusus di Indonesia mengunjungi Pabrik produksi peralatan olahraga beladiri di Tangerang Banten, Jakarta dan *survey home industry* di Jawa Barat produksi pakaian tanding olahraga beladiri dan pembuatan bolakaki dan sepatu sepakbola di Indramayu dan Tasikmelaya.

Pengalaman tentang *sport entrepreneurship*, adalah pengelolaan pengadaan peralatan olahraga sebagai *supplier* khusus olahraga tarung derajat dan *supplier* berbagai kebutuhan peralatan keolahragaan di sekolah, instansi swasta dan pemerintah di Sumatera Barat (2003 sampai sekarang). Dalam pengelolaan organisasi dia juga sebagai Ketua Harian pengurus KODRAT Sumbar dan menjadi Ketua Bidang Pembinaan dan Prestasi KONI Provinsi Sumatera Barat (2009 sampai sekarang).

Makalah yang terpenting di sampaikan pada seminar dan lokakarya percepatan *entrepreneurship* dosen FIK-UNP tahun 1999, berjudul “*Seni Dan Kiat Menumbuhkan Entrepreneurship Dalam Diri Sendiri*”. Kemudian pada seminar dalam rangka pemahaman Dosen FIK-UNP, 31 Juli 2013 terhadap perkuliahan *Sport Entrepreneurship* dengan Judul “*Konsep Dasar Sport Entrepreneurship*”.