

MODUL CETAK BAHAN AJAR
KEWIRAUSAHAAN DAN JENJANG KARIR



Tim Penyusun:
Merry Moy Mita, S.E, M.Si

**PROGRAM STUDI D-III PEREKAM MEDIS DAN INFORMASI
KESEHATAN UNIVERSITAS IMELDA MEDAN
TAHUN 2020/2021**

VISI DAN MISI UNIVERSITAS IMELDA MEDAN (UIM)

VISI

Menjadi pusat ilmu pengetahuan dan teknologi serta pengembangan karakter kewirausahaan sehingga mampu menghasilkan produk-produk yang dapat bersaing di tingkat nasional pada tahun 2024

MISI

1. Menyelenggarakan pembelajaran yang efektif sesuai Standar Nasional Perguruan Tinggi (SNPT) dan KKNI, terintegrasi dengan hasil-hasil penelitian dan pengabdian masyarakat terkini untuk menghasilkan lulusan sesuai profil yang diharapkan
2. Melaksanakan penelitian ilmiah dan dipublikasikan secara nasional dan internasional.
3. Melaksanakan pengabdian masyarakat yang terstruktur dan mengacu pada hasil penelitian.
4. Membangun kerjasama produktif dengan berbagai institusi pendidikan dan industri di Kota Medan, Sumatera Utara dan provinsi lainnya dalam pelaksanaan praktek, penelitian serta pengabdian kepada masyarakat

VISI DAN MISI

PRODI D-III PEREKAM MEDIS DAN INFORMASI KESEHATAN

VISI

Menjadi prodi yang unggul dalam bidang manajemen rekam medis dan informasi kesehatan (RMIK) berbasis teknologi informasi yang mengedepankan karakter kewirausahaan sehingga mampu bersaing di tingkat nasional pada tahun 2024

MISI

1. Menyelenggarakan pendidikan RMIK berbasis teknologi informasi sesuai dengan standar nasional dan kompetensi yang dikeluarkan oleh organisasi profesi.
2. Mengembangkan ilmu pengetahuan teknologi RMIK melalui penelitian ilmiah yang dapat memberikan solusi dalam pelayanan rekam medik di insitusi pelayanan kesehatan.
3. Memanfaatkan ilmu RMIK melalui pelaksanaan pengabdian masyarakat untuk menjawab tantangan persoalan di berbagai insitusi pelayanan kesehatan.
4. Memperkuat peran sebagai penyelenggara pendidikan tinggi RMIK melalui kerja sama dengan asosiasi profesi, lembaga pendidikan dan institusi lainnya di dalam negeri.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur tim penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan anugerah-Nya sehingga penulis dan tim dapat menyelesaikan penyusunan **Modul Cetak Bahan Ajar Kewirausahaan** dengan baik. Modul ini disusun sebagai salah satu bahan ajar yang diperuntukkan kepada mahasiswa program studi D3 Perekam Medis dan Informasi Kesehatan UIM khususnya pada semester VI. Dengan adanya modul ini, diharapkan dapat membantu mahasiswa dalam mempelajari dan memahami materi-materi Kewirausahaan.

Modul Bahan Ajar Kewirausahaan ini disusun oleh beberapa tim dosen Universitas Imelda Medan (UIM) berdasarkan pada Kurikulum D3 Perekam Medis dan Informasi Kesehatan, dengan memperhatikan Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL) program studi dan Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK). Melalui pembelajaran pada modul ini diharapkan mahasiswa dapat mencapai CPMK yang telah ditentukan. Materi di dalam buku ini berisi bahan kajian yang dibutuhkan sesuai CPMK dan kompetensi yang diajarkan kepada mahasiswa sebagai salah satu referensi Kewirausahaan bagi Mahasiswa Rekam Medis. Selain itu, modul ini juga memuat latihan atau tugas mahasiswa yaitu tugas terstruktur dan kegiatan mandiri dengan petunjuk yang spesifik sehingga memudahkan mahasiswa belajar dengan metode *Student Centered Learning* (SCL).

Penulis dan tim dosen Kewirausahaan telah berusaha dalam menyusun modul ini sesuai dengan kurikulum dan kebutuhan mahasiswa dengan sebaik mungkin. Namun, penulis dan tim menyadari bahwa modul ini mungkin masih memiliki kekurangan. Sehingga penulis dan tim mengharapkan adanya saran atau masukan positif agar menjadi bahan pertimbangan untuk menyempurnakan modul

bahan ajar ini. Akhirnya, penulis dan tim berharap modul ini dapat digunakan oleh mahasiswa dengan baik dan aktif sehingga dapat meningkatkan pengetahuan mahasiswa tentang peluang kewirausahaan dalam Rekam Medis.

Medan, Agustus 2020

Tim Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	
VISI DAN MISI UIM	i
VISI DAN MISI PRODI D-III PEREKAM DAN INFOKES.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
GLOSARIUM.....	xi

BAB I : KONSEP DASAR KEWIRAUSAHAAN DIBIDANG REKAM MEDIS

PENDAHULUAN.....	1
A. Pengantar Pendahuluan	1
B. Deskripsi Materi	1
C. Kemampuan/Tujuan Akhir yang Diharapkan.....	2
D. Uraian Materi	2
Topik 1: Ruang Lingkup Kewirausahaan	
I. Pengertian Kewirausahaan.....	3
II. Pengertian Wirausaha Dalam Rekam Medis.....	4
III. Sifat dan Ciri Kewirausahaan.....	5
IV. Karakteristik dan Komponen Kewirausahaan.....	7
V. Peran dan Fungsi Kewirausahaan.....	10
VI. Tujuan Dan Manfaat Kewirausahaan.....	12
VII. Faktor Penyebab Keberhasilan Dan Kegagalan Wirausahaan.....	13
Rangkuman	14
Tugas	15
1. Tugas Terstruktur	15
2. Kegiatan Mandiri.....	17
Topik 2: Kreatifitas dan Inovasi Dalam kewirausahaan	
I. Pengertian Kreativitas.....	18
II. Ciri-Ciri Pribadi yang Kreatif.....	19
III. Bentuk-Bentuk Kreativitas.....	20

IV. Kiat-Kiat Menjadi Kreatif.....	21
V. Faktor Pendukung Inovasi.....	21
VI. Pengertian Inovasi.....	22
VII. Jenis-Jenis Inovatif.....	23
VIII. Ciri-Ciri Inovatif.....	23
IX. Prinsip-Prinsip Inovasi.....	24
X. Jenis-Jenis Inovatif.....	26
XI. Ciri-Ciri Inovatif.....	28
XII. Prinsip-Prinsip Inovasi.....	28
Rangkuman	28
Tugas	29
1. Tugas Terstruktur	29
2. Kegiatan Mandiri.....	32
Topik 3: Etika bisnis dalam kewirausahaan	
I. Defenisi etika berwirausaha	33
II. Prinsip-prinsip etika dan perilaku bisnis	34
III. Tujuan Dan Manfaat Etika Dalam Wirausaha.....	39
IV. Sikap Dan Perilaku Wirausaha.....	39
V. Langkah –Langkah Dalam Menciptakan Etika Bisnis.....	39
VI. Cara-Cara Mempertahankan Seorang Wirausaha	
Etika Bisnis.....	41
V. Bentuk-Bentuk Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	42
Rangkuman	43
Tugas	44
1. Tugas Terstruktur	44
2. Kegiatan Mandiri.....	46
Lembar Jawaban	47
Daftar Pustaka	51
BAB II : PELUANG USAHA DIBIDANG REKAM MEDIS	
PENDAHULUAN	52
A. Pengantar Pendahuluan	52
B. Deskripsi Materi	52

C. Kemampuan/Tujuan Akhir yang Diharapkan.....	53
D. Uraian Materi.....	53
I. Defenisi Peluang.....	54
II. Faktor Yang Dapat Memunculkan Inspirasi/Ide.....	55
III. Ciri Ide Usaha.....	55
IV. Ciri Peluang Usaha Yang Baik.....	57
V. Sumber Peluang Usaha.....	57
VI. Peluang Usaha Dibidang Rekam Medik.....	58
VII. Jenis Usaha Bagi Rekam Medik.....	61
Rangkuman.....	62
Tugas.....	63
1. Tugas Terstruktur.....	63
2. Kegiatan Mandiri.....	65
Lembar Jawaban.....	66
Daftar Pustaka.....	68
BAB III : STRATEGI KEWIRAUSAHAAN DALAM BIDANG REKAM MEDIS	
PENDAHULUAN	
A. Pengantar Pendahuluan.....	69
B. Deskripsi Materi.....	69
C. Kemampuan/Tujuan Akhir yang Diharapkan.....	69
D. Uraian Materi.....	69
I. Ruang Lingkup Kewirausahaan Kesehatan.....	70
II. Kiat Menjadi Wirausaha Rekam Medik.....	70
III. Strategi Yang Dilakukan Dalam Pengembangan Usaha.....	72
Rangkuman.....	73
Tugas.....	74
1. Tugas Terstruktur.....	74
2. Kegiatan Mandiri.....	75
Lembar Jawaban.....	76
Daftar Pustaka.....	78

BAB IV : ANALISIS KEWIRAUSAHAAN

PENDAHULUAN

A. Pengantar Pendahuluan	79
B. Deskripsi Materi	79
C. Kemampuan/Tujuan Akhir yang Diharapkan.....	79
D. Uraian Materi	79
I. Pengertian analisis SWOT	80
II. Unsur- unsur analisis SWOT.....	80
III. Manfaat analisis SWOT.....	81
IV. Faktor analisis SWOT.....	82
Rangkuman.....	82
Tugas	83
1. Tugas Terstruktur	83
2. Kegiatan Mandiri.....	84
Lembar Jawaban	85
Daftar Pustaka	86

BAB V : HASIL-HASIL PENELITIAN TENTANG *ISSUE*

PELUANG BISNIS DIBIDANG REKAM MEDIK DAN

IDE/BENTUK USAHA

DIBIDANG REKAM MEDIK

PENDAHULUAN.....	87
A. Pengantar Pendahuluan	87
B. Deskripsi Materi	87
C. Kemampuan/Tujuan Akhir yang Diharapkan.....	87
D. Uraian Materi	87
I. Issue sumber ide usaha dibidnag rekam medik.....	88
II. Ide/Bentuk Usaha Dibidang Rekam Medik.....	90
III. Kelebihan/ kekurangan berbagai sumber ide usaha dibidang rekam medik	91
IV. Jenis – Jenis Wirausaha Dibidang Kesehatan/Rekem Medik.....	94
Rangkuman.....	94
Tugas	95

1. Tugas Terstruktur	95
2. Kegiatan Mandiri.....	96
Daftar Pustaka	97
BAB VI : PROSES PERENCANAAN KEWIRAUSAHAAN/ BUSINESS PLAN BIDANG USAHA REKAM MEDIK	
PENDAHULUAN.....	98
A. Pengantar Pendahuluan	98
B. Deskripsi Materi	98
C. Kemampuan/Tujuan Akhir yang Diharapkan.....	98
D. Uraian Materi	98
I. Aspek-aspek rencana usaha	100
II. Standar Dalam Pembuatan <i>Business Plan</i>	104
III. Faktor-Faktor Yang Harus Diperhatikan Dalam Rencana Usaha.....	104
IV. Prosedur Hukum Pendirian Badan Usaha.....	106
V. Perencanaan Bisnis (Business Plan).....	110
VI. Strategi Pemasaran/Marketing.....	110
VII. Penentuan Kebutuhan Sumber Daya Manusia.....	114
Rangkuman.....	116
Tugas	117
1. Tugas Terstruktur	117
2. Kegiatan Mandiri.....	117
Daftar Pustaka	118
BAB VII : PRINSIP –PRINSIP KEPUASAN KONSUMEN ATAU USER DALAM USAHA BIDANG REKAM MEDIK	
PENDAHULUAN.....	119
A. Pengantar Pendahuluan	119
B. Deskripsi Materi	119
C. Kemampuan/Tujuan Akhir yang Diharapkan.....	120
D. Uraian Materi	120
I. Prinsip <i>Brain Product</i>	121
II. Prinsip <i>different</i>	122
III. Prinsip <i>spiritual marketer</i>	125

IV. Prinsip <i>segmentasi pasar</i>	126
Rangkuman	128
Tugas	129
1. Tugas Terstruktur	129
2. Kegiatan Mandiri.....	130
Daftar Pustaka	131

GLOSARIUM

- Kewirausahaan* : suatu sikap mental seseorang yang memiliki kreativitas, aktif, bercreativity daya untuk membuat sesuatu yang unik dan baru dan dapat bermanfaat bagi banyak orang.
- Kreativitas* : menciptakan sesuatu dari yang asalnya tidak ada (generating something from nothing)
- Inovasi* : kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan-persolan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan
- Kerja Keras* : modal keberhasilan seorang wirausaha. Setiap pengusaha yang sukses menempuh kerja keras yang sungguh – sungguh dalam usahanya
- Kerjasama* : Kerjasama dengan orang lain Kerjasama dengan orang lain dapat diwujudkan dalam lingkungan pergaulan sebagai langkah pertama untuk mengembangkan usaha. Seorang wirausaha harus murah hati, mudah bergaul, ramah dan disenangi masyarakat dan menghindari perbuatan yang merugikan orang lain
- Kepemimpinan* : sebuah kemampuan atau kekuatan dalam diri seseorang untuk mempengaruhi orang lain dalam hal bekerja, dimana tujuannya adalah untuk mencapai target (*goal*) organisasi yang telah ditentukan.
- Pemimpin* : seseorang yang diberi kepercayaan sebagai

ketua (kepala) dalam sistem di sebuah organisasi/ perusahaan.

Partnership : assosiasi secara sukarela dari dua pihak atau lebih dengan tujuan mengelola urusan yang disepakati, dan secara bersama sama menanggung kerugian ataupun memperoleh keuntungan

Negosiasi : bentuk interaksi yang dilakukan untuk mencapai suatu kesepakatan. Negosiasi biasa dilakukan di antara dua pihak atau lebih dengan kepentingan yang saling bertentangan dan berkehendak untuk memecahkan masalah yang dihadapinya bersama

Usaha Dagang : badan usaha yang dimiliki oleh satu pemilik, tidak ada pembagiagian kepemilikan saham karena hanya dimiliki oleh perorangan, selain itu juga tidak ada pemisahan antara kekayaan pemilik dan kekayaan usaha

Maatscap : kumpulan dari orang-orang yang biasanya memiliki profesi yang sama dan berkeinginan untuk berhimpun dengan menggunakan nama bersama untuk menjalankan suatu usaha.

Firma : sebuah bentuk persekutuan usaha untuk menjalankan usaha antara dua orang atau lebih dengan memakai nama bersama

Perseroan Komanditer : suatu persekutuan untuk menjalankan suatu perusahaan yang dibentuk antara satu orang atau lebih dimana sebagian sekutu bertanggung jawab secara terbatas sementara

sekutu lainnya bertanggungjawab secara tidak terbatas

- Perseroan Terbatas* : suatu badan hukum yang berdiri berdasarkan perjanjian dengan melakukan kegiatan usaha dengan modal tertentu yang terbagi dalam saham
- Product Placement* : penempatan produk, jasa, brand atau merek yang dilakukan melalui program media tertentu bertujuan untuk meningkatkan visibilitas
- Pamphlet* : semacam booklet (buku kecil) yang tak berjilid. Mungkin hanya terdiri dari satu lembar yang dicetak di kedua permukaannya
- Spanduk* : suatu media informasi dan promosi yang sering digunakan oleh para perusahaan dalam memasarkan sebuah produk, biasanya spanduk terdapat pada tepi jalan raya atau diwarung-warung
- Poster : salah satu sarana yang digunakan untuk melakukan promosi yang paling umum digunakan dan banyak dijumpai di tempat-tempat umum yang strategis.

BAB I

KONSEP DASAR KEWIRAUSAHAAN

DIBIDANG REKAM MEDIK

PENDAHULUAN

A. Pengantar Pendahuluan

Kewirausahaan merupakan kemampuan mengambil faktor-faktor produksi-lahan kerja, tenaga kerja dan modal-menggunakannya untuk memproduksi barang atau jasa baru. Wirausahawan menyadari peluang yang tidak dilihat atau tidak dipedulikan oleh eksekutif bisnis lain. Dalam lampiran Keputusan Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusahan Kecil Nomor 961/KEP/M/XI/1995, dicantumkan bahwa: (a)Wirausaha adalah orang yang mempunyai semangat, sikap, perilaku dan kemampuan kewirausahaan; (b) Kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan serta menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar. Jadi wirausaha itu mengarah kepada orang yang melakukan usaha/kegiatan sendiri dengan segala kemampuan yang dimilikinya. Sedangkan kewirausahaan menunjuk kepada sikap mental yang dimiliki seorang wirausaha dalam melaksanakan usaha/kegiatan.

B. Deskripsi Materi

Bab I ini disusun sedemikian rupa untuk membantu mahasiswa D3 Perekam dan Informasi Kesehatan semester IV dalam memahami materi kuliah kodefikasi terkait sistem genitorinari dan reproduksi dengan beban 1 sks teori, dan 2 sks praktik laboratorium (praktik laboratoium akan dibahas khusus di dalam modul praktikum). Sebagai bab awal di dalam modul ini, bab I menguraikan pokok bahasan atau topik yang saling berkaitan satu sama lain yaitu : konsep dasar kewirausahaan dibidang rekam medis dan kreatifitas dan inovasi dalam kewirausahaan

C. Kemampuan/tujuan akhir yang diharapkan

Mahasiswa mampu menjelaskan konsep dasar kewirausahaan di bidang rekam medik (C2)

D. Uraian Materi

Topik 1: Konsep dasar kewirausahaan dibidang rekam medis

Topik 2: Kreatifitas dan inovasi dalam kewirausahaan

Topik 3: Etika bisnis dalam kewirausahaan

TOPIK I

RUANG LINGKUP KEWIRAUSAHAAN

Merry Moy Mita, S.E, M.Si

I. Pengertian Kewirausahaan

Sebenarnya, apa yang dimaksud dengan kewirausahaan? Secara umum, pengertian kewirausahaan adalah suatu proses dalam melakukan atau menciptakan sesuatu yang baru dengan cara kreatif dan penuh inovasi yang memberikan manfaat bagi orang lain dan bernilai tambah. Ada juga yang menjelaskan definisi kewirausahaan adalah suatu sikap mental seseorang yang memiliki kreativitas, aktif, berjiwa untuk membuat sesuatu yang unik dan baru dan dapat bermanfaat bagi banyak orang. Kewirausahaan memiliki proses yang dinamis untuk menciptakan sesuatu yang disertai tenggang waktu, modal, sumber daya dan juga risiko. Kata “Kewirausahaan” berasal dari kata wira dan usaha. Menurut Kamus Bahasa Indonesia, Wira berarti; pejuang, berani dan berwatak agung, berbudi luhur. Sedangkan kata Usaha berarti; bekerja, berbuat amal, berbuat sesuatu. Menurut Drs. Joko Untoro, pengertian kewirausahaan adalah suatu keberanian untuk melakukan berbagai upaya untuk memenuhi kebutuhan hidup yang dilakukan oleh seseorang, berdasarkan kemampuan dengan memanfaatkan segala potensi yang dimiliki untuk menghasilkan sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya dan orang lain. Menurut Eddy Soeryanto Soegoto, pengertian kewirausahaan adalah usaha kreatif yang dilakukan berdasarkan inovasi untuk menghasilkan sesuatu yang baru, memiliki nilai tambah, memberikan manfaat, menciptakan lapangan kerja dan hasilnya berguna bagi orang lain. Menurut Ahmad Sanusi, kewirausahaan adalah suatu nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang dijadikan sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, proses, dan hasil bisnis. Menurut Soeharto Prawiro, kewirausahaan adalah suatu nilai yang dibutuhkan untuk memulai usaha dan mengembangkan usaha. Menurut Zimmerer, kewirausahaan adalah sebuah proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan bisnis. Menurut Siswanto Sudomo, pengertian kewirausahaan adalah segala sesuatu yang penting mengenai seorang wirausaha, yakni orang yang memiliki sifat pekerja keras dan mau berkorban,

memusatkan segala daya dan berani mengambil risiko untuk mewujudkan gagasannya.

II. Pengertian Wirausaha Dalam Rekam Medis

Rekam Medis adalah berkas yang berisikan catatan dan dokumen tentang identitas pasien, pemeriksaan, pengobatan, tindakan dan pelayanan lain yang telah diberikan kepada pasien (Permenkes 269/MENKES/PER/III/2008). Menurut Edna K Huffman, Rekam Medis adalah berkas yang menyatakan siapa, apa, mengapa, dimana, kapan dan bagaimana pelayanan yang diperoleh seorang pasien selama dirawat atau menjalani pengobatan. Menurut Gemala Hatta, Rekam Medis merupakan kumpulan fakta tentang kehidupan seseorang dan riwayat penyakitnya, termasuk keadaan sakit, pengobatan saat ini dan saat lampau yang ditulis oleh para praktisi kesehatan dalam upaya mereka memberikan pelayanan kesehatan kepada pasien. Secara garis besar, kegiatan rekam medis terdiri dari 3 kegiatan yaitu:

1. Pencatatan yaitu pencatatan identitas pasien (berupa data khas diantaranya: nama, tempat dan tanggal lahir, jenis kelamin, alamat, status perkawinan. Dan data social seperti: agama, pendidikan, pekerjaan, identitas orangtua, identitas penanggungjawab pembayaran) dilakukan di tempat pendaftaran atau tempat penerimaan pasien, baik yang dirawat jalan, UGD, maupun yang dirawat inap dan dikerjakan oleh petugas perekam medis. Pencatatan juga meliputi: Anamnesa, pemeriksaan fisik, diagnosis, pemeriksaan penunjang, terapi dan tindakan medis yang dilakukan di tempat pelayanan kesehatan,
2. Pengelolaan berkas yaitu upaya pengelolaan rekam medis agar isinya lengkap, mudah dimengerti, mudah disimpan, dan mudah diambil kembali jika diperlukan. Pengelolaan ini Rekam Medis erat kaitannya dengan tempat penyimpanan rekam medis, system penomoran, alat-alat yang digunakan, assembling, analisis kuantitatif dan kualitatif,
3. Pengelolaan data yaitu kegiatan mengumpulkan data, menghitung dan menganalisis data-data dari kegiatan maupun data-data medis dan non medis

yang ada direkam medis sehingga dapat menjadi suatu laporan atau informasi yang dibutuhkan.

III. Sifat dan Ciri Kewirausahaan

Tidak jarang terdapat beberapa kesalahan wirausaha yang membuat peluang usahanya gagal. Kewirausahaan mencakup berbagai banyak hal, dari kesiapan, tanggung jawab, dan keahlian dalam usahanya. Seorang wirausahawan harus memiliki sifat-sifat kewirausahaan yang baik :

1. Keinginan untuk berprestasi

Sifat ini muncul karena adanya keinginan atau adanya dorongan dalam diri seorang wirausahawan yang berfungsi untuk memotivasi perilaku wirausahawan dalam mencapai tujuan. Wirausahawan harus mengetahui bisnis yang cepat menghasilkan uang dan ciri-ciri usaha yang potensial.

2. Keinginan untuk bertanggungjawab

Dalam kewirausahaan diperlukan tanggung jawab yang tinggi. Karena seseorang yang telah memutuskan untuk menjadi wirausahawan, berarti ia memiliki tanggung jawab lebih atas usaha yang dibangun, tanggung jawab atas pengelolaan usaha, dan tanggung jawab atas hasil dari usaha tersebut.

2. Presensi kepada resiko-resiko menengah

Kewirausahaan menuntut adanya berbagai tujuan yang akan dicapai. Dalam mencapai berbagai tujuan tersebut, maka perlu disusun rencana-rencana kerja. Rencana kerja yang disusun juga harus dapat menghadapi segala hambatan atau resiko-resiko yang akan dihadapi pada periode berjalannya usaha. Wirausahawan harus mampu mengetahui pula berbagai penyebab usaha tidak berkembang dan faktor-faktor kegagalan usaha.

3. Persepsi pada kemungkinan berhasil

Perlu adanya keyakinan dalam kewirausahaan. Keyakinan ini ditujukan untuk mendorong semangat wirausahawan bahwa ia mampu mencapai target ataupun tujuan-tujuan yang telah ditentukan. Seorang wirausahawan harus memiliki kepercayaan diri terhadap produk yang dihasilkan.

4. Rangsangan oleh umpan balik

Dalam usaha yang sedang berjalan, pastinya akan ada *feedback* atau umpan balik dari hasil kerja yang telah dilakukan. Wirausahawan harus bisa menerima umpan balik yang bersifat baik ataupun buruk. Jika umpan balik yang diterima adalah baik, maka wirausahawan harus bisa mempertahankan atau bahkan meningkatkan hasil kerjanya. Sedangkan jika umpan balik yang didapatkan adalah buruk, maka wirausahawan harus bisa mengevaluasi hasil kerja kemudian melaksanakan berbagai perbaikan yang diperlukan.

5. Aktivitas energik

Dalam menjalankan usahanya, seorang wirausahawan harus aktif dan memiliki semangat yang tinggi. Dibutuhkan pula kepercayaan diri untuk menunjang segala aktivitas usahanya.

6. Orientasi ke masa depan

Perencanaan yang dimulai dalam kewirausahaan tidak hanya untuk jangka pendek, tetapi harus memiliki orientasi ke masa depan atau perancah untuk jangka panjangnya juga. Karena kondisi dalam dunia usaha tidaklah tetap, melainkan fluktuatif, sehingga dengan adanya perencanaan yang matang diharapkan wirausahawan dapat menghadapi berbagai kemungkinan.

7. Keterampilan dalam pengorganisasian

Walaupun mungkin usaha dimulai tanpa adanya karyawan, tapi seiring berjalannya waktu dengan berkembangnya usaha yang dijalankan pasti akan turut berkontribusi dalam menyediakan lapangan pekerjaan. Jika sudah memiliki tenaga kerja tambahan, maka seorang wirausahawan harus mampu melaksanakan pengorganisasian dengan baik. Salah satu contohnya adalah dengan tidak perseorangan wirausahawan bulu. Keluarga, saudara, teman, atau orang lain yang memang memiliki keahlian yang dibutuhkan maka tempatkan pada posisi yang tepat.

8. Sikap terhadap uang

Tidak dipungkiri bahwa keuntungan yang lebih adalah keinginan dari setiap wirausahawan. Tetapi perlu diperhatikan juga dalam pengelolaan terhadap uang. Jangan sampai keuntungan yang telah didapatkan disalahgunakan untuk hal-hal yang tidak baik. Atau dalam proses usaha, wirausahawan haruslah menggunakan cara-cara yang baik untuk memperoleh keuntungan.

Sifat dan ciri kewirausahaan:

1. Displin

Komitmen tinggi, artinya seorang wirausaha itu setiap saat pikirannya tidak lepas dari perusahaannya atau bisnisnya

2. Jujur, artinya mau dan mampu mengatakan sesuatu sebagaimana adanya

3. Kreatif dan inovatif

Kreatif, adalah kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relative berbedadengan apa yang telah ada sebelumnya.

Inovatif, yaitu merupakan suatu proses mengubah peluang menjadigagasan dan ide–ide yang dapat dijual

4. Mandiri

Kemandirian merupakan sifat mutlak yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan. Pada prinsipnya seorang wirausahawan harus memiliki sikap mandiri dalam memenuhi kegiatan usahanya.

5. Realistis

Seseorang dikatakan realistis bila orang tersebut mampu menggunakan fakta/realita sebagai lseorang wirausahasan berpikir yang rasionil dalam setiap pengambilan keputusan maupun tindakan/perbuatannya.

IV. Karakteristik dan Komponen Kewirausahaan

Unsur sikap dan karakteristik yang wajib dimiliki oleh seorang wirausahaan adalah :

1. Motif berprestasi tinggi

Para ahli mengemukakan bahwa seseorang memiliki minat berwirausaha karena adanya motif tertentu, yaitu motif berprestasi (achievement motive). Menurut Gede Anggan Suhseorang wirausaha (Suryana, 2003 : 32) Motif berprestasi ialah suatu nilai sosial yang menekankan pada hasrat untuk mencapai yang terbaik guna mencapai kepuasan secara pribadi. Faktor dasarnya adalah kebutuhan yang harus dipenuhi. Kebutuhan berprestasi wirausaha terlihat dalam bentuk tindakan untuk melakukan sesuatu yang lebih baik dan lebih efisien dibandingkan sebelumnya.

2. Selalu perspektif

Seorang wirausahawan hendaknya seorang yang mampu menatap masa dengan dengan lebih optimis. Melihat ke depan dengan berfikir dan berusaha. Usaha memanfaatkan peluang dengan penuh perhitungan. Orang yang berorientasi ke masa depan adalah orang yang memiliki perseptif dan pseorang wirausahaan kemas depan. Karena memiliki pseorang wirausahaan jauh ke masa depan maka ia akan selalu berusaha untuk berkarsa dan berkarya (Suryana, 2003 : 23). Kuncinya pada kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru serta berbeda dengan yang sudah ada. Walaupun dengan risiko yang mungkin dapat terjadi, seorang yang perspektif harus tetap tabah dalam mencari peluang tantangan demi pembaharuan masa depan. Pseorang wirausahaan yang jauh ke depan membuat wirausaha tidak cepat puas dengan karsa dan karya yang sudah ada. Karena itu ia harus mempersiapkannya dengan mencari suatu peluang.

3. Memiliki kreatifitas tinggi

Menurut Theodore Levit, kreativitas adalah kemampuan untuk berfikir yang baru dan berbeda. Menurut Levit, kreativitas adalah berfikir sesuatu yang baru (thinking new thing), oleh karena itu menurutnya kewirausahaan adalah berfikir dan bertindak sesuatu yang baru atau berfikir sesuatu yang lama dengan cara-cara baru. Oleh karena itu kreativitas adalah menciptakan sesuatu dari yang asalnya tidak ada (generating something from nothing). Inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persolan-persolan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan.

4. Memiliki prilaku inovatif tinggi

Menjadi wirausaha yang hseorang wirausahal tidaklah mudah. Tetapi tidaklah sesulit yang dibayangkan banyak orang, karena setiap orang dalam belajar berwirausaha. Menurut Poppy King, wirausaha muda dari Australia yang terjun ke bisnis sejak berusia 18 tahun, ada tiga hal yang selalu dihadapi seorang wirausaha di bidang apapun, yakni: pertama, obstacle (hambatan); kedua, hardship (kesulitan); ketiga, very rewarding life (imbalan atau hasil bagi kehidupan yang memukau).

5. Selalu mencari peluang

Esensi kewirausahaan yaitu tanggapan yang positif terhadap peluang untuk memperoleh keuntungan untuk diri sendiri dan atau pelayanan yang lebih baik pada pelanggan dan masyarakat, cara yang etis dan produktif untuk mencapai tujuan, serta sikap mental untuk merealisasikan tanggapan yang positif tersebut.

Usaha yang dilakukan sendiri tanpa mengontrol bagaimana kelengkapan komponen bisnis, maka perusahaan itu tidak akan berjalan dan terancam bangkrut. Lalu apa saja komponen utama perusahaan itu ?

1. Catatan arus kas

Komponen arus kas itu meliputi laporan pemasukan-pemasukan, laba-rugi, neraca dan sebagainya. Catatan itu harus jelas dan dapat dibaca semua orang, sehingga grafik peningkatan perusahaan dari waktu ke waktu dapat tergambarkan. Laporan arus kas ini merupakan pertama yang harus ada, sebab bila tidak baik dalam pelaporannya maka bisnis itu akan segera hancur.

2. Komunikasi atau pemasaran

Perusahaan atau bisnis yang stagnan alias tidak ada perkembangan, bias jadi karena faktor lemahnya komunikasi pemasaran yang meliputi : segmentasi pasar, targeting, konsumen, pricing, distribusi, hubungan, periklanan, penetapan harga, industri dan tren pasar, strategi pemasaran, dll. Di zaman modern seperti sekarang, maka sistem bias berubah dengan menggunakan komputerisasi. Pemilik perusahaan hanya merumuskan sistem bisnis perusahaan, dan kemudian dalam pelaksanaannya dapat dilakukan oleh karyawan atau siapa saja yang dapat mewakilinya.

3. Produk atau jasa yang dibutuhkan

Bisnis itu berarti pelayanan terbaik, dalam hal ini produk ataupun jasa terbaik yang diberikan kepada konsumen. Faktor produk, kualitas barang atau jasa menjadi elemen penting dalam perusahaan, karena bila kepuasan konsumen itu dapat teraih maka perusahaan akan terus berkembang. Dalam hal ini seorang pengusaha ataupun pebisnis wajib menghasilkan suatu produk

atau jasa yang benar-benar dibutuhkan konsumen, tetapi mempunyai diferensiasi yang kuat.

4. Legalitas hukum perusahaan

Dalam faktor bisnis legalitas/pengesahan adalah sesuatu yang harus ada, sebab bias saja terjadi perusahaan yang sedang berkembang dicabut perizinannya karena disebabkan cacat hukum. Maka dengan ini perusahaann/wirausahawan harus memperhatikan legalitas hukum perusahaan yang dibangunnya tersebut

V. Peran dan Fungsi Kewirausahaan

Sebagai wirausahawan harus mengetahui perannya juga karena agar mendukung jalannya suatu perekonomian dalam suatu negara. Peran yang dimaksud adalah :

1. Meningkatkan Pendapatan Nasional

Suatu inovasi yang diberikan dan dibuat oleh para wirausaha membuat jumlah permintaannya meningkat oleh sebab itu jumlah produksinya akan naik. Produksi ini lah yang mampu meningkatkan pendapatan negara.

2. Membuat Lapangan Pekerjaan

Dengan banyaknya pengangguran dikarenakan sedikitnya lapangan kerja yang disediakan oleh pemerintah membuat semakin sulit situasi disekitarnya. Jadi, ini juga salah satu manfaat wirausaha dengan adanya lapangan pekerjaan yang dibuka membuat para pengangguran bisa memiliki pekerjaan kembali.

3. Mengurangi Kesenjangan Sosial dan Ekonomi

Mereka yang ingin menjadi seorang wirausaha harus akan mampu menghasilkan peningkatan pada pendapatannya. Inilah yang membuat kesenjangan ekonomi dan sosial dapat ditekan dan dikurangi.

4. Membuat Taraf Hidup Masyarakat

Wirausaha merupakan seseorang yang dapat menciptakan lapangan pekerjaan. Karena, secara langsung mereka bisa menyerap pengangguran khususnya disekitar usahanya tersebut. Sehingga kesimpulannya wirausaha ini memiliki peranan penting dalam kehidupan ekonomi sekitar.

Fungsi dari kewirausahaan itu sendiri meliputi yaitu :

1. Fungsi Makro

Secara makro wirausaha berperan sebagai penggerak, pengendali, dan pemacu perekonomian suatu bangsa. Hasil-hasil dari penemuan ilmiah, penelitian, dan pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi rekayasa telah menghasilkan kreasi-kreasi baru dalam produk barang dan jasa-jasa yang berskala global, yang merupakan hasil dari proses dinamis wirausaha yang dinamis. Bahkan para wirausahalah yang berhasil menciptakan lapangan kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi.

Peranan wirausaha melalui usaha kecilnya tidak diragukan lagi, karena ;

- a. Usaha kecil dapat memperkuat perekonomian nasional melalui berbagai keterkaitan usaha, seperti fungsi pemasok, fungsi produksi, fungsi penyalur, dan pemasar bagi hasil produk-produk industri besar.
- b. Usaha kecil dapat meningkatkan efisiensi ekonomi khususnya dalam menyerap sumber daya yang ada, dapat menyerap tenaga kerja lokal, sumber daya lokal, dan meningkatkan sumber daya manusia menjadi wirausaha-wirausaha yang tangguh.
- c. Usaha kecil dipseorang wirausahang sebagai sarana pendistribusian pendapatan nasional, alat pemerataan berusaha, dan pemerataan pendapatan, karena jumlahnya tersebar baik di perkotaan maupun di pedesaan.

2. Fungsi Mikro

Secara mikro peran wirausaha adalah penanggung risiko dan ketidakpastian, mengombinasikan sumber-sumber ke dalam cara yang baru dan berbeda untuk menciptakan nilai tambah dan usaha-usaha baru. Dalam melakukan fungsi mikronya menurut marzuki usman (1977) secara umum wirausaha memiliki dua peran, yaitu sebagai penemu (innovator) dan sebagai perencana (planner).

- a. Innovator Wirausaha berperan dalam menemukan dan menciptakan ;
 - 1) Produk baru (the new product)
 - 2) Teknologi baru (the new technology)
 - 3) Ide-ide baru (the new image)
 - 4) Organisasi usaha baru (the new organization)

- b. Planner Wirausaha berperan dalam merancang ;
 - 1) Perencanaan usaha (corporate plan)
 - 2) Strategi perusahaan (corporate strategy)
 - 3) Ide-ide dalam perusahaan (corporate image)
 - 4) Organisasi perusahaan (corporate organi-zation)

VI. Tujuan Dan Manfaat Kewirausahaan

Pada dasarnya, kewirausahaan mempunyai beberapa tujuan tertentu, di antaranya adalah :

1. Meningkatkan jumlah wirausahawan yang sukses.
2. Mewujudkan kemampuan dan kemantapan para wirausahawan untuk menghasilkan kemajuan dan kesaejahteraan masyarakat
3. Membudayakan semangat, sikap, perilaku dan kemampuan kewirausahaan dikalangan masyarakat yang mampu, hseorang wirausahai dan unggul.
4. Menumbuh kembangkan kesadaran kewirausahaan yang tangguh dan kuat.

Adapun manfaat yang bisa diperoleh dari kegiatan tersebut, di antaranya adalah:

1. Menambah daya tampung tenaga kerja sehingga dapat mengurangi pengangguran.
2. Memberi contoh bagaimana harus bekerja keras, tekun dan punya kepribadian unggul yang pantas diteladani.
3. Berusaha mendidik para karyawannya menjadi orang yang mandiri disiplin, tekun dan jujur dalam menghadapi pekerjaan.
4. Berusaha mendidik masyarakat agar hidup secara efisien, tidak berfoya-foya dan tidak boros.
5. Sebagai sumber penciptaan dan perluasan kesempatan kerja.
6. Pelaksana pembangunan bangsa dan Negara.
7. Meningkatkan kepribadian dan martabat/harga diri.
8. Memajukan keuangan.
9. Melaksanakan persaingan yang sehat dan wajar.

VII. Faktor Penyebab Keberhasilan Dan Kegagalan Wirausaha

Untuk menjadi seorang wirausahawan, diperlukan dukungan dari orang lain yang berhubungan dengan bisnis yang kita kelola. Seorang wirausaha harus mau menghadapi tantangan dan resiko yang ada. Resiko dijadikan sebagai pemacu untuk maju, dengan adanya resiko, seorang wirausaha akan semakin maju. Menurut Murphy dan Peek yang diterjemahkan dalam bukunya oleh Bukhari Alam, ada delapan anak tangga yang meliputi keberhasilan seorang wirausaha dalam mengembangkan profesinya, yaitu.

1. Kerja keras

Kerja keras merupakan modal keberhasilan seorang wirausaha. Setiap pengusaha yang sukses menempuh kerja keras yang sungguh – sungguh dalam usahanya.

2. Kerjasama dengan orang lain
Kerjasama dengan orang lain dapat diwujudkan dalam lingkungan pergaulan sebagai langkah pertama untuk mengembangkan usaha. Seorang wirausaha harus murah hati, mudah bergaul, ramah dan disenangi masyarakat dan menghindari perbuatan yang merugikan orang lain.

3. Penampilan yang baik

Penampilan yang baik ditekankan pada penampilan perilaku yang jujur dan disiplin

4. Yakin

Seorang wirausaha harus dapat yakin kepada diri sendiri, yaitu keyakinan untuk maju dan dilseorang wirausahasi ketekunan serta kesabaran

5. Pseorang wirausahai membuat keputusan

Seorang wirausaha harus dapat membuat keputusan. Jika dihadapkan pada alternative sulit, dengan cara pertimbangan yang matang, jangan ragu – ragu dalam mengambil keputusan yang baik sesuai dengan keyakinan.

6. Mau menambah Ilmu pengetahuan

Dengan menambah ilmu pengetahuan, terutama di bidang usaha, diharapkan seorang wirausaha dapat mendukung kemampuan dan kemajuan dalam usaha

7. Ambisi untuk maju

Tanpa ambisi yang kuat, seorang wirausaha tidak akan dapat mencapai keberhasilan. Ambisi yang kuat, harus diimbangi dengan usaha yang keras dan disiplin diri yang baik

8. Pseorang wirausahai berkomunikasi

Seorang wirausaha harus dapat menarik orang lain dengan tutur kata yang baik, sopan, jujur dan percaya diri. Dengan demikian akan memberi kesan kepada orang lain menjadi tertarik daan orang akan percaya dengan apa yang disampaikan.

Penyebab kegagalan dalam usaha pada umumnya disebabkan oleh 4 faktor utama, antara lain:

1. Kurangnya dana untuk modal
2. Kurangnya pengalaman dalam bidang bisnis
3. Tidak adanya perencanaan yang tepat dan matang
4. Tidak cocoknya minat terhadap bidang usaha yang sedang digelutinya.

Rangkuman

Kata “Kewirausahaan” berasal dari kata wira dan usaha. Menurut Kamus Bahasa Indonesia, Wira berarti; pejuang, berani dan berwatak agung, berbudi luhur. Sedangkan kata Usaha berarti; bekerja, berbuat amal, berbuat sesuatu. Menurut Drs. Joko Untoro, pengertian kewirausahaan adalah suatu keberanian untuk melakukan berbagai upaya untuk memenuhi kebutuhan hidup yang dilakukan oleh seseorang, berdasarkan kemampuan dengan memanfaatkan segala potensi yang dimiliki untuk menghasilkan sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya dan orang lain. Menurut Eddy Soeryanto Soegoto, pengertian kewirausahaan adalah usaha kreatif yang dilakukan berdasarkan inovasi untuk menghasilkan sesuatu yang baru, memiliki nilai tambah, memberikan manfaat, menciptakan lapangan kerja dan hasilnya berguna bagi orang lain. Menurut Ahmad Sanusi, kewirausahaan adalah suatu nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang dijadikan sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, proses, dan hasil bisnis. Menurut Soeharto Prawiro, kewirausahaan adalah suatu nilai yang dibutuhkan untuk memulai usaha dan

mengembangkan usaha. Menurut Zimmerer, kewirausahaan adalah sebuah proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan bisnis.

TUGAS

A. Tugas Terstruktur

Petunjuk:

- Bacalah dan cermati soal pilihan ganda di bawah ini, kemudian kerjakan secara individu untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang disediakan.
- Tuliskan dengan rapi hasil soal pilihan ganda ke dalam file *Word Times New Roman* font 12 spasi 1,5 ukuran kertas A4 rata kiri kanan sertakan cover yang berisi judul, nama, nim, logo dan program studi
- Dikumpulkan paling lama 1 minggu setelah tugas ini diupload ke SPADA
- Masing-masing mahasiswa mengupload tugas terstruktur ini ke SPADA
- Masing-masing kelompok mempresentasikan jawaban soal dan saling memberi tanggapan
- Kelompok membuat laporan presentasi dikelas sesuai template yang disetujui

LAPORAN PRESENTASI KELOMPOK	
Judul	:
Pertanyaan	:
Jawaban pertanyaan	:

SOAL PILIHAN GANDA

1. Bentuk usaha untuk menciptakan nilai lewat pengakuan bisnis management pengambilan resiko yang sesuai dengan peluang yang ada dan lewat ketrampilan komunikasi dan sumber daya yang diperlukan untuk membawa sebuah proyek sampai berhasil disebut...
 - a. Kewirausahaan
 - b. Wirausahawan

- c. Wirausaha
- d. Wiraswasta
- e. Pengusaha

Pembahasan:

.....

.....

2. Segala sesuatu yang berhubungan dengan ciri khas watak, perilaku, tabiat, dan sikap yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha terhadap perjuangan hidup untuk mencapai kebahagiaan lahir dan batin disebut...
 - a. Karakteristik wirausaha
 - b. Karakteristik kewirausahaan
 - c. Karakteristik inovatif
 - d. Semangat kewirausahaan
 - e. Jiwa kewirausahaan

Pembahasan:

.....

.....

3. Keuntungan menjadi wirausaha adalah
 - a. Terbuka peluang untuk mendemonstrasikan kemmapuan serta potensinya
 - b. Memperoleh pendapatan yang tidak pasti
 - c. Tanggung jawab sangat besar
 - d. Kesempatan bekerja dengan waktu yang panjang
 - e. Membantu kerja keras dan harus berhemat

Pembahasan:

.....

.....

B. Kegiatan Mandiri

Petunjuk:

1. Mahasiswa membuat 5 contoh Faktor Penyebab keberhasilan dan kegagalan wirausaha dan berikan penjelasan pada masing – masing contoh
2. Tugas di upload ke SPADA

TOPIK 2

KREATIFITAS DAN INOVATIF

Merry Moy Mita, S.E, M.Si

I. Pengertian Kreativitas

Apa yang dimaksud dengan kreatif? Secara umum, pengertian kreatif adalah suatu kemampuan yang ada pada individu atau kelompok yang memungkinkan mereka untuk melakukan terobosan atau pendekatan-pendekatan tertentu dalam memecahkan masalah dengan cara yang berbeda. Arti kreatif juga dapat didefinisikan sebagai suatu kemampuan dalam menciptakan hal-hal baru atau cara-cara baru yang berbeda dari sesuatu yang sudah ada sebelumnya. Secara etimologis, kata “Kreatif” berasal dari bahasa Inggris yaitu “*to create*” yang artinya membuat atau menciptakan. Sehingga arti kreatif adalah kemampuan dalam menciptakan suatu ide dan konsep dalam memecahkan suatu masalah. Sedangkan Kreativitas adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, baik yang benar-benar merupakan hal baru atau sesuatu ide baru yang diperoleh dengan cara menghubungkan beberapa hal yang sudah ada dan menjadikannya suatu hal baru. Selain itu, kreativitas adalah hal-hal yang membuat kita takjub dengan hal-hal baru, karena kreativitas bisa mewujudkan ide-ide cemerlang kita. Berikut ini adalah contoh-contoh kreativitas. Berikut ini adalah contoh kreativitas di dunia fashion. Menurut Shadiq (2010), pengertian kreatif adalah gagasan terhadap konsep dan rencana untuk kemajuan, gagasan ini dibutuhkan dalam pemikiran dan juga hasil karya seseorang di dalam memecahkan masalah-masalah sosial yang sedang berkembang. Menurut Widyatun (1999), pengertian kreatif adalah kemampuan dalam menyelesaikan suatu masalah yang memberi kesempatan kepada setiap personal untuk berkreasi untuk memunculkan ide-ide baru/adaptif yang memiliki fungsi dan kegunaan secara menyeluruh untuk berkembang. Menurut Supriadi, definisi kreatif adalah kemampuan seseorang untuk menciptakan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada. Kreativitas merupakan kemampuan berpikir tingkat tinggi yang mengimplikasikan terjadinya eskalasi dalam kemampuan berpikir, ditseorang wirausaha oleh suksesi, diskontinuitas, diferensiasi, dan integrasi antara tahap perkembangan.

II. Ciri-Ciri Pribadi Yang Kreatif

Banyak penelitian di bidang medis yang membenarkan bahwa berpikir kreatif sangat baik bagi kesehatan mental dan fisik seseorang. Mulai dari mengurangi stres dan kecemasan hingga meningkatkan kebugaran tubuh. Walaupun tidak semua orang kreatif menunjukkan karakteristik yang sama, beberapa pakar sepakat bahwa ciri-ciri orang kreatif cenderung seperti berikut ini :

1. Pemimpi yang realistis

Orang-orang kreatif senang berangan-angan dan membayangkan berbagai hal yang tak terpikirkan oleh orang lain (*out of the box*). Ia dapat membenamkan diri dalam fantasi dan imajinasi, namun juga tetap berpijak pada kenyataan. Ide-ide cemerlang yang dimilikinya pun tak hanya disimpan begitu saja, tetapi dijadikan terobosan baru. Oleh sebab itu, orang kreatif cenderung memberi solusi imajinatif yang dapat diterapkan dalam dunia nyata.

2. Energik dan fokus

Fisik maupun mental orang kreatif sangatlah energik. Ia dapat menghabiskan waktu berjam-jam untuk mengerjakan suatu hal yang menarik perhatiannya. Ini bukan berarti bahwa orang kreatif adalah orang yang hiperaktif. Mereka cenderung imajinatif dan memiliki rasa penasaran yang tinggi. Mereka juga dapat menghabiskan banyak waktu untuk istirahat dan memikirkan hal-hal yang mereka tengah gandrungi.

3. Suka bermain namun disiplin

Kreativitas yang sesungguhnya merupakan gabungan antara kesenangan dan kerja keras. Meski orang yang kreatif cenderung terlihat suka bermain, namun tetap disiplin dalam mengerjakan kewajibannya. Kata “bermain” disini mengacu pada sikap aktif yang dimilikinya.

4. Bangga dengan pencapaiannya

Orang-orang kreatif cenderung bangga dengan pencapaiannya, namun mereka juga tetap bersikap rendah hati. Orang kreatif memiliki rasa

hormat yang luar biasa pada hal yang berpengaruh terhadap pekerjaannya. Mereka dapat menilai karyanya lebih baik dibanding orang lain, namun hal tersebut bukan menjadi fokus mereka. Orang kreatif lebih fokus pada ide atau proyek yang akan mereka tangani berikutnya.

5. Memiliki passion yang kuat

Orang-orang kreatif tak hanya menikmati pekerjaannya, namun juga sangat mencintai dan bersemangat untuk melakukannya. Di samping itu, mereka juga bersikap objektif, kritis, dan mau menerima kritik. Orang kreatif juga cenderung dapat memisahkan pekerjaannya dengan bidang lain yang dapat ia eksplorasi.

III. Bentuk-Bentuk Kreativitas

Beberapa bentuk-bentuk dari kreativitas adalah sebagai berikut:

1. Ide

Pemikiran yang kreatif akan menghasilkan ide yang unik dan tidak terpikirkan sebelumnya. Ide merupakan suatu pemikiran yang menciptakan solusi atas masalah yang ada di masyarakat.

2. Produk (Barang/ Jasa)

Produk yang dihasilkan juga merupakan salah satu wujud dari kreatif. Tanpa adanya proses kreatif tentunya produk yang dihasilkan tidak dapat memenuhi harapan konsumen.

3. Gagasan

Kreatif dapat juga diwujudkan dalam bentuk gagasan-gagasan dalam mengatasi masalah yang ada. Gagasan dapat dikemukakan secara langsung maupun melalui tulisan pendek, buku, dan lain-lain.

IV. Kiat-Kiat Menjadi Kreatif

Kiat-kiat untuk Memperoleh Teknik-teknik Kreativitas menurut Bobbi De Porter & Mike Hernacki (2001: 321) dalam bukunya Quantum Learning adalah sebagai berikut:

1. Ingatlah sukses-sukses di masa lalu.
2. Yakinlah ini dapat menjadi hari terobosan.
3. Latihlah kreativitas Seorang wirausaha dengan permainan mental.
4. Ingat bahwa kegagalan membawa keberhasilan.
5. Raihlah impian dan fantasi Seorang wirausaha.
6. Biarkan kesenangan memasuki kehidupan Seorang wirausaha.
7. Kumpulkan pengetahuan dari tempat lain.
8. Pandanglah situasi dari semua sisi.

V. Faktor Pendukung Inovasi

Inovasi seseorang dapat timbul karena bakat, minat, lingkungan, dan pendidikan antara lain :

1. Bakat

Bakat seseorang merupakan pendorong utama untuk melakukan kegiatan yang kreatif dan inovatif. Setiap orang memiliki bakat sendiri-sendiri. Contoh: seseorang yang berbakat seni akan terdorong untuk melakukan kegiatan kreasi dan inovasi di bidang seni dan menghasilkan nyanyian, lagu-lagu, atau gending-gending kreasi baru dan lain-lain.

2. Minat

Minat adalah rasa senang seseorang terhadap sesuatu. Bila seseorang merasa senang terhadap sesuatu, maka ia akan melakukan usaha yang kreatif dan inovatif yang berhubungan dengan sesuatu yang ia senangi, Contoh: seseorang yang senang beternak lele, maka ia akan berusaha untuk dapat beternak lele dengan baik, mencari ilmu tentang beternak lele, membuat cara-cara beternak lele yang baik dan cara-cara memanfaatkan/memasarkan hasil-hasilnya.

3. Lingkungan

Lingkungan adalah situasi dan kondisi yang meliputi kehidupan seorang. lingkungan sangat berpengaruh terhadap kreativitas dan inovasi seseorang,

karena dalam kehidupan sehari-hari setiap orang akan berhubungan satu sama lain dan saling memengaruhi.

4. Pendidikan

Bakat dan minat seseorang merupakan faktor utama kreativitas dan inovasi seseorang. Agar tercapai hasil kreativitas dan inovatif yang sempurna, maka bakat dan minat tersebut harus dilatih dan dididik dengan baik.

VI. Pengertian Inovasi

Inovasi adalah suatu proses dan/ atau hasil pengembangan pemanfaatan suatu produk/ sumber daya yang telah ada sebelumnya, sehingga memiliki nilai yang lebih berarti. Ada juga yang mengatakan arti inovasi adalah suatu pembaharuan terhadap berbagai sumber daya sehingga sumber daya tersebut mempunyai manfaat yang lebih bagi manusia. Proses inovasi sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan karena kedua hal tersebut dapat memudahkan dalam memproduksi sesuatu yang baru dan berbeda. Pada dasarnya manfaat inovasi adalah untuk menyempurnakan atau meningkatkan fungsi dari pemanfaatan suatu produk atau sumber daya sehingga manusia mendapatkan manfaat yang lebih. Inovasi terjadi di berbagai bidang kehidupan, mulai dari dunia bisnis, pendidikan, komunikasi, dan lain sebagainya. Menurut Everett M. Rogers, pengertian inovasi adalah suatu ide, gagasan, objek, dan praktik yang seseorang wirausaha dan diterima sebagai suatu hal yang baru oleh seseorang atau pun kelompok tertentu untuk diaplikasikan atau pun diadopsi. Menurut Kuniyoshi Urabe, pengertian inovasi adalah segala hal yang dihasilkan melalui suatu proses yang panjang dan kumulatif, meliputi banyak proses pengambilan keputusan, mulai dari penemuan gagasan hingga ke implementasi nya di pasar. Menurut Van de Ven, Andrew H., definisi inovasi adalah pengembangan dan implementasi gagasan-gagasan baru oleh orang dalam jangka waktu tertentu yang dilakukan dengan berbagai aktivitas transaksi di dalam tatanan organisasi tertentu. Menurut UU No. 19 Tahun 2002, pengertian inovasi adalah suatu kegiatan penelitian, pengembangan, dan atau perekayasaan yang dilakukan untuk pengembangan penerapan praktis nilai dan konteks ilmu pengetahuan yang baru, atau pun cara

baru untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sudah ada ke dalam produk atau pun proses produksinya.

VII. Jenis-Jenis Inovatif

Jenis Inovasi, inovasi terdiri dari 4 jenis, yaitu:

1. Penemuan (Invention) merupakan kreasi suatu produk, jasa, atau proses baru yang belum pernah dilakukan sebelumnya. Konsep ini cenderung disebut revolusioner.
2. Pengembangan (Extension) merupakan pengembangan suatu produk, jasa, atau proses yang sudah ada. Konsep seperti ini menjadi aplikasi ide yang telah ada berbeda.
3. Duplikasi (Duplication) merupakan peniruan suatu produk, jasa, atau proses yang telah ada. Meskipun demikian duplikasi bukan semata meniru melainkan menambah sentuhan kreatif untuk memperbaiki konsep agar lebih mampu memenangkan persaingan.
4. Sintesis (Synthesis) merupakan perpaduan konsep dan faktor-faktor yang sudah ada menjadi formulasi baru. Proses ini meliputi pengambilan sejumlah ide atau produk yang sudah ditemukan dan dibentuk sehingga menjadi produk yang dapat diaplikasikan dengan cara baru.

VIII. Ciri-Ciri Inovatif

Inovatif memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Memiliki kekhasan/khusus artinya suatu inovasi memiliki ciri yang khas dalam arti ide, program, tatanan, sistem, termasuk kemungkinan hasil yang diharapkan.
2. Memiliki ciri atau unsur kebaruan, dalam arti suatu inovasi harus memiliki karakteristik sebagai sebuah karya dan buah pemikiran yang memiliki kadar Orsinalitas dan kebaruan.
3. Program inovasi dilaksanakan melalui program yang terencana, dalam arti bahwa suatu inovasi dilakukan melalui suatu proses yang yang tidak tergesa-gesa, namun keg-inovasi dipersiapkan secara matang dengan program yang jelas dan direncanakan terlebih dahulu.

Inovasi yang digulirkan memiliki tujuan, program inovasi yang dilakukan harus memiliki arah yang ingin dicapai, termasuk arah dan strategi untuk mencapai tujuan tersebut.

IX. Prinsip-Prinsip Inovasi

Prinsip dasar yang akan kita bahas merupakan modal awal yang kita butuhkan untuk dapat menghasilkan inovasi dan kreativitas di tempat kerja. Ketika setiap pemain tim dalam perusahaan yang mampu menerapkan 6 prinsip dasar keluarga ini, mereka akan mampu menghasilkan inovasi dan kreativitas, serta mencapai tujuan kesuksesan yang diimpikan. Prinsip dasar apa sajakah yang harus dimiliki agar kita mampu menciptakan inovasi dan kreativitas di tempat kerja? Berikut adalah 6 prinsip dasar yang dapat menciptakan inovasi dan kreativitas di tempat kerja :

1. Menjadi diri sendiri

Dalam sebuah keluarga, orang tua akan membiarkan anaknya menjadi diri sendiri dan otentik. Meskipun akan tersebut melakukan suatu tingkah yang sedikit 'aneh,' orang tua akan tetap menerima dan mencintai anaknya. Inilah yang seharusnya menjadi fondasi dasar bagi sebuah tim, dorongan untuk mengekspresikan diri tanpa rasa takut. Dengan mendorong semua anggota tim untuk menjadi diri mereka sendiri, tim akan memiliki budaya yang mendorong munculnya ide-ide paling gila. Ini merupakan peluang yang tepat untuk memunculkan pemikiran terbaik masing-masing dan menghargai keotentikan setiap individu.

2. Memiliki orang-orang yang selalu mendukung

Setiap anggota keluarga mengetahui kepribadian dan kebiasaan yang kita miliki. Mereka memiliki kepedulian yang tinggi terhadap kita. Mereka selalu memberi kita rasa memiliki dan perasaan nyaman. Dalam keluarga, kita selalu menghargai waktu yang dihabiskan bersama karena kita tahu ini akan mempererat hubungan kita membuat kita ingin terlibat banyak. Kita juga tahu bahwa kita akan selalu memiliki orang-orang yang mendukung kita. Inilah yang seharusnya juga menjadi budaya di tempat kerja. Jika kita mengetahui bahwa ada orang-orang yang selalu mendukung kita dalam hal

apapun, kita akan selalu berkontribusi bagi perusahaan dan memiliki keberanian untuk mencoba banyak hal, sekalipun nantinya gagal, kita tidak akan merasa menyesal melakukannya. Khususnya bagi para pekerja generasi milenial dan generasi Z. mereka sangat menjunjung tinggi nilai ini dalam setiap aspek kehidupan mereka, termasuk pekerjaan mereka. Jika perusahaan tidak memiliki budaya ini, tidak akan ada karyawan yang ingin berlama-lama menghabiskan waktunya di perusahaan.

3. Menggapai cita-cita setinggi bintang dilangit

Jika seorang anggota keluarga memiliki harapan dan cita-cita tertentu, anggota yang lain akan selalu mendukungnya secara penuh. Dalam keluarga, kita akan selalu didukung untuk menggapai cita-cita setinggi bintang di langit. Kita tahu bahwa dukungan merupakan hal penting yang kita butuhkan dalam mencapai tujuan. Begitu juga di tempat kerja, cobalah untuk memahami aspirasi dan harapan yang dimiliki oleh rekan satu tim dan mendukung aspirasi itu membangun nilai kekeluargaan dan memperkuat keutuhan tim. Dengan begitu, kita akan mampu mencapai tujuan profesional pribadi maupun tujuan tim kita.

4. Hal apa yang akan dipelajari?

Ketika seorang anak kecil membuat kesalahan, orang tua tidak akan fokus pada kesalahan tersebut. Mereka akan lebih menekankan pada hal apa yang dapat dipelajari dari kesalahan tersebut. Begitu juga di tempat kerja, seharusnya kita tidak berfokus pada kesalahan yang dilakukan oleh seseorang. Berfokuslah pada hal apa yang dapat menjadi pelajaran bagi setiap anggota tim. Dengan begitu, kita kan mampu melakukan perbaikan dan lebih fokus dalam mencapai hasil yang maksimal. Jadikanlah tim sebagai tempat di mana setiap orang dapat berkomitmen untuk pengembangan dan pertumbuhan masing-masing. Ini akan mendukung terciptanya pola pikir pertumbuhan yang dapat membawa anggota tim menghasilkan ide-ide kreatif dan inovatif.

5. Tetaplah mengejar hal itu

Dalam keluarga, setiap anggota akan saling berdiri teguh sekalipun harus melewati masa-masa krisis. Mereka belajar untuk merangkul rintangan apa

pun yang menghalangi dan bekerja sama menghadapi rintangan tersebut. Mereka saling membantu dan saling mendukung sehingga semua dapat mengembangkan keterampilan memecahkan masalah yang baik selama masa-masa sulit dan mencapai tujuan yang dimiliki. Di tempat kerja, ketika kita mampu untuk membangun keterampilan memecahkan masalah yang baik, kita dapat membangun ketahanan tim dan memberikan dukungan saat melewati masa-masa sulit bersama. Tentu, ini akan membuat setiap orang dalam tim merasa termotivasi dan tidak menyerah pada rintangan yang ada.

6. Memperlakukan orang lain sebagaimana ingin diperlakukan

Ketika kita berada di tempat kerja, kita sering melupakan nilai ini. Keluarga berfokus pada komunikasi yang efektif melalui umpan balik yang berkualitas. Mereka akan saling menemukan cara dan membantu yang lainnya untuk menjadi lebih baik lagi. Inilah yang seharusnya juga menjadi budaya di tempat kerja. Umpan balik yang berkualitas dan yang membangun seharusnya menjadi budaya yang tidak diabaikan. Tidak ada orang yang ingin diperlakukan dengan buruk, jadi bersikaplah baik bagi semua orang di tempat kerja. Bangunlah komunikasi yang efektif dan transparan. Ketika kita mampu menerapkan nilai ini, kita akan mampu menghasilkan kerjasama yang baik dan efektif dalam mencapai tujuan. Dengan begitu, kita membuka diri terhadap peluang kreativitas dan inovasi dalam pekerjaan kita.

X. Proses Inovasi

Inovasi memiliki proses atau tahap-tahapan, diantaranya:

1. Tahap Pengetahuan

Proses keputusan inovasi dimulai dengan tahap pengetahuan, yaitu tahap pada saat seseorang menyadari adanya suatu inovasi dan ingin tahu bagaimana fungsi inovasi tersebut. Ada tiga tipe pengetahuan dalam tahap pengenalan inovasi, yaitu: kesadaran/pengetahuan mengenai adanya inovasi, pengetahuan “teknis” dan pengetahuan “prinsip”.

2. Tahap Bujukan (Persuasi)

Pada tahap persuasi dari proses keputusan inovasi, seseorang membentuk sikap menyenangkan atau tidak menyenangkan terhadap inovasi. Jika pada tahap pengetahuan proses kegiatan mental yang utama bidang kognitif, maka pada tahap persuasi yang berperan utama bidang afektif atau perasaan. Seseorang tidak dapat menyenangkan inovasi sebelum ia tahu lebih dulu tentang inovasi.

Dalam tahap persuasi ini lebih banyak keaktifan mental yang memegang peran. Seseorang akan berusaha mengetahui lebih banyak tentang inovasi, dan menafsirkan informasi yang diterimanya. Pada tahap ini berlangsung seleksi informasi disesuaikan dengan kondisi dan sifat pribadinya

3. Tahap Keputusan

Tahap keputusan dari proses keputusan inovasi, berlangsung jika seseorang melakukan kegiatan yang mengarah untuk menetapkan menerima atau menolak inovasi. Sering terjadi seseorang akan menerima inovasi setelah ia mencoba lebih dahulu. Bahkan jika mungkin mencoba sebagian kecil lebih dahulu, baru kemudian dilanjutkan secara keseluruhan jika sudah terbukti berhasil sesuai dengan yang diharapkan.

4. Tahap Implementasi

Tahap implementasi dari proses keputusan inovasi terjadi apabila seseorang menerapkan inovasi. Dalam tahap implementasi ini berlangsung keaktifan baik mental maupun perbuatan. Keputusan penerimaan gagasan atau ide baru dibuktikan dalam praktek. Pada umumnya implementasi tentu mengikuti hasil keputusan inovasi. Tetapi juga terjadi karena sesuatu hal sudah memutuskan menerima inovasi tidak diikuti implementasi. Biasanya hal ini terjadi karena fasilitas penerapan yang tidak tersedia.

5. Tahap Konfirmasi

Dalam tahap konfirmasi ini seseorang mencari penguatan terhadap keputusan yang telah diambilnya, dan ia dapat menarik kembali keputusannya jika memang diperoleh informasi yang bertentangan dengan informasi semula. Tahap konfirmasi ini sebenarnya berlangsung secara berkelanjutan sejak terjadi keputusan menerima atau menolak inovasi, yang berlangsung dalam waktu yang tak terbatas. Selama dalam tahap konfirmasi

seseorang berusaha menghindari terjadinya disonansi atau paling tidak berusaha mengurangnya.

XI. Manfaat Inovasi

Manfaat inovasi adalah sebagai berikut:

1. Memecahkan masalah yang sulit untuk di selesaikan
2. Meningkatkan produktivitas
3. Menampilkan kualitas-kualitas yang unik.
4. Mengalahkan para pesaing yang tangguh.

XII. Peluang Inovasi

Ada 7 sumber peluang inovasi antara lain yaitu :

1. Yang tak terduga
2. Ketidakselarasan
3. Inovasi yang didasarkan pada kebutuhan proses
4. Perubahan dalam struktur industri atau struktur pasar yang tidak disadari
5. Perubahan demografi
6. Perubahan persepsi, mood, makna
7. Pengetahuan baru, saintific maupun non saintific

Rangkuman

Kewirausahaan berasal dari kata wira dan usaha. Wira berarti pejuang, pahlawan, manusia unggul, berbudi luhur, berani dan berwatak agung. Di dalam kamus besar bahasa Indonesia itu dikatakan bahwa kewirausahaan adalah: Orang yang pseorang wirausahai atau berbakat mengenali produk baru, Menentukan cara produksi baru, Meyusun operasi untuk mengadakan produk baru, Mengatur permodalan operasinya serta memasarkannya. Usaha berarti perbutan amal, berupa sesuatu, bekerja atau berusaha. Jadi wira usaha secara etimologi berarti pejuang yang berbuat sesuatu. Instruksi Presiden No.4/1995, kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku, dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya cara kerja teknologi, dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi

dalam rangka memberikan pelayanan yang baik dan keuntungan yang lebih besar. Kata inovasi pertama kali diperkenalkan oleh Schumpeter 1953, inovasi dipseorang wirausahang sebagai kreasi dan implementasi atau biasa juga disebut sebagai koordinasi baru dalam inovasi itu juga dapat menciptakan nilai tambah, yang berkaitan dengan oraganisasi. Pemegang saham maupun masyarakat luas.

TUGAS

1. Tugas Terstruktur

Petunjuk:

1. Bacalah dan cermati tugas di bawah ini, kemudian kerjakan secara berkelompok
2. Mahasiswa dibagi menjadi 4 kelompok diskusi
3. Masing-masing kelompok berdiskusi menjawab soal dan membuat pembahasan setiap soal dengan menggunakan referensi yang jelas (buku atau jurnal)
4. Jawaban soal diketik ke dalam file *Word Times New Roman*, font 12 spasi 1,5 ukuran kertas A4 rata kiri kanan sertakan cover yang berisi Judul, Nama, Nim, Logo Dan Program Studi
5. Masing-masing mahasiswa mengupload Jawaban ke SPADA
6. Bentuk laporan tugas disusun dengan mengikuti format sebagai berikut :

SAMPUL DEPAN (COVER)

DAFTAR ISI

BAB I

SKENARIO/TEMA : JUDUL TUGAS DISKUSI

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang
2. Tujuan

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

BAB III

PROBLEM/ANALISIS MASALAH

BAB IV

PEMBAHASAN

BAB V

KESIMPULAN DAN PENUTUP

DAFTAR PUSTAKA

SOAL PILIHAN GANDA

1. Sikap dan perilaku wirausaha adalah....
 - a. Mampu berfikir dan bertindak kreatif dan inovatif
 - b. Mampu bekerja dengan teliti dan produktif
 - c. Mampu bekerja berlandaskan etika bisnis yang sehat
 - d. Mampu berkarya dengan semangat kemandirian
 - e. Mampu memecahkan masalah dan mengambil keputusan secara sistematis dan berani mengambil resiko

Pembahasan Soal :

.....
.....

2. Agar kita dapat membuat desain produk dengan benar, maka kita perlu mengenalkan komponen produk terlebih dahulu. Berikut tiga komponen utama produk adalah...
 - a. Merek, harga, dan manfaat
 - b. Merek, harga, dan kemasan
 - c. Merek, ide, dan harga
 - d. Merek, ide, dan kemasan
 - e. Merek, ide, dan manfaat

Pembahasan Soal :

.....
.....

3. Suatu proses yang mengubah ide baru menjadi produk yang berguna disebut....
 - a. Inovasi
 - b. Kreatifitas
 - c. Konsep

- d. Penemuan
- e. Aplikasi

Pembahasan Soal :

.....

.....

4. Ide kreatif dan inovatif seorang wirausaha muncul dari....
 - a. imitasi dan duplikasi
 - b. duplikasi dan kreatif
 - c. kreatif dan inovatif
 - d. imitasi dan kreatif
 - e. imitasi dan inovatif

Pembahasan Soal :

.....

.....

5. Setiap orang harus jeli dalam melihat peluang untuk mendirikan usaha selera konsumen pada saat itu. Langkah diatas merupakan hal yang harus disiapkan dalam....
 - a. menentukan komoditas yang ditawarkan
 - b. menentukan lokasi strategis
 - c. menyiapkan rencvana usaha
 - d. menghitung harga jual produk
 - e. menyiapkan kreasi baru

Pembahasan Soal :

.....

.....

6. Dalam proses pembuatan produk, wirausaha harus melakukan riset pasar. Langkah tersebut merupakan bagian dari....
 - a. Konsumtif
 - b. Work sketch
 - c. Broadcasting
 - d. Pubhlising
 - e. Marketing research

Pembahasan Soal :

.....
.....

7. Desain kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Uraian tersebut merupakan dari....
- a. Kemasan
 - b. Pembungkus
 - c. Desain produk
 - d. Merk/logo
 - e. Wadah

Pembahasan Soal :

.....
.....

B. Kegiatan Mandiri

PETUNJUK

- 1. Mahasiswa membuat contoh 2 ciri –ciri kreatifitas dan inovarif dan membuat penjelasan dari masing-masing contoh
- 2. Tugas di upload ke SPADA

TOPIK III

ETIKA BISNIS DALAM KEWIRAUSAHAAN

Merry Moy Mita, S.E, M.Si

I. Definisi Etika Berwirausaha

Secara umum, etika bisnis adalah suatu kode etik perilaku *entrepreneur* berdasarkan nilai-nilai moral dan norma yang dijadikan tuntunan dalam membuat keputusan dan memecahkan persoalan-persoalan yang dihadapi. Dalam makna lain etika bisnis adalah istilah yang sering digunakan untuk menunjukkan perilaku etika dari seorang manajer atau karyawan suatu organisasi. Etika bisnis sangat penting untuk mempertahankan loyalitas pemilik kepentingan. Berdasarkan uraian di atas maka dapat dilihat bahwa etika bisnis adalah suatu kode etik perilaku pengusaha berdasarkan nilai-nilai moral dan norma yang dijadikan tuntunan dalam berusaha dan memecahkan persoalan-persoalan yang dihadapi dalam suatu perusahaan. Berikut adalah beberapa definisi atau pengertian dari beberapa ahli tentang etika berwirausaha :

1. Menurut Mulyadi, 2011

Etika berwirausaha merupakan cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan dan juga masyarakat. Etika berwirausaha dalam suatu perusahaan dapat membentuk nilai, norma dan perilaku karyawan serta pemimpin dalam membangun hubungan yang adil dan sehat dengan pelanggan/mitra kerja, pemegang saham, masyarakat. Setiap kewirausahaan meliputi keterbukaan, kebebasan, perseorang wirausahaan yang luas, berorientasi pada masa datang, berencana, berkeyakinan, sadar, dan menghormati orang lain dan pendapat orang lain. Pada tingkah laku kewirausahaan tergambar dalam kepribadian, kemampuan hubungan, kemampuan pemasaran, keahlian mengatur, dan sikap terhadap uang. Kepribadian wirausaha tercermin dalam kreativitas, disiplin diri, kepercayaan diri, keberanian menghadapi risiko, dan dorongan dari kemauan yang kuat. (Mulyadi, 2011).

2. Menurut Kanisius, 2013

Seperti etika terapan pada umumnya, etika bisnis dapat dijalankan pada tiga taraf yaitu taraf makro, meso, dan mikro. Pada taraf makro, etika bisnis mempelajari aspek-aspek moral dari sistem ekonomi sebagai keseluruhan atau pada skala besar. Pada tarafmeso (madya atau menengah), etika bisnis menyelidiki masalah-masalah etis di bidang organisasi. Pada taraf mikro, yang di fokuskan ialah individu dalam hubungan dengan ekonomi atau bisnis K. Bertens, Pengantar Etika Bisnis, (Yogyakarta: Kanisius, 2013), hlm. 33.

3. Menurut Hendra dan Riana, 2008

Etika bisnis juga dapat diartikan sebagai suatu pengetahuan mengenai tata cara ideal dalam mengelola bisnis dengan memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara universal, ekonomi, dan sosial. Setiap perusahaan harus memperhatikan dan menjalankan etika-etika yang berlaku. Etika yang perlu dilakukan seperti selalu bersikap jujur, memiliki komitmen, integritas, serta loyalitas. Etika merupakan pedoman moral dalam kehidupan manusia yang akan membimbing manusia untuk menentukan mana yang baik dan mana yang buruk, mana yang boleh dan mana yang tidak boleh. Oleh karena itu dalam berbisnis, etika harus ditegakkan. Jika dalam bisnis tidak lagi memperhatikan etika, maka perusahaan itu cepat atau lambat, pasti akan menuju kepada kehancurannya. Banyak contoh praktik-praktik kotor dalam dunia bisnis yang akhirnya membawa kehancuran. Maraknya korupsi, kolusi dan nepotisme (KKN) antara politisi dan pengusaha, praktik suap dan *mark up*, menyogok pejabat untuk mendapatkan proyek, mendirikan bank untuk mengeruk uang rakyat dan kemudian digunakan untuk membiayai bisnis group, serta tindakan-tindakan mengelabui bank (Hendra dan Riana, 2008).

II. Prinsip-Prinsip Etika dan Prilaku Bisnis

Secara umum prinsip-prinsip yang dipakai dalam bisnis tidak akan pernah lepas dari kehidupan sehari-hari. Prinsip-prinsip yang berlaku dalam bisnis

sesungguhnya adalah implementasi dari prinsip etika pada umumnya. Berikut adalah prinsip-prinsip dalam berbisnis menurut beberapa para ahli :

Menurut Ernawan, Erni (2007) Prinsip-prinsip perilaku etika bisnis dibagi atas beberapa prinsip, antara lain :

- a. Prinsip Otonomi : Orang bisnis yang otonom sadar sepenuhnya akan apa yang menjadi kewajibannya dalam dunia bisnis. Ia akan sadar dengan tidak begitu saja mengikuti norma dan nilai moral yang ada, akan tetapi juga melakukan sesuatu yang telah dipikirkan dan dipertimbangkan dengan baik. Untuk bertindak otonom, seseorang wirausaha harus ada kebebasan untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan keputusan yang menurutnya terbaik, karena kebebasan adalah unsur hakiki dari prinsip otonomi ini. Dalam etika, kebebasan adalah prasyarat utama untuk bertindak secara etis. Unsur lain dari prinsip otonomi adalah tanggungjawab, karena selain sadar akan kewajibannya dan bebas dalam mengambil keputusan dan tindakan berdasarkan apa yang dianggap baik, otonom juga harus bisa mempertanggung jawabkan keputusan dan tindakannya. Kesiapan bertanggung jawab merupakan ciri khas dari makhluk bermoral
- b. Prinsip Kejujuran : sebuah bisnis tidak akan bertahan lama jika tidak ada kejujuran, karena kejujuran merupakan modal utama untuk memperoleh kepercayaan. Kejujuran menuntut adanya keterbukaan dan kebenaran. Beberapa lingkup kejujuran diantaranya adalah: 1) Kejujuran relevan dalam pemenuhan syarat-syarat perjanjian dan kontrak. 2) Kejujuran relevan dengan penawaran barang dan jasa dengan mutu dan harga yang baik. 3) Kejujuran relevan dalam hubungan kerja intern dalam suatu perusahaan yaitu antara pemberi kerja dan pekerja, dan berkaitan dengan kepercayaan.
- c. Prinsip tidak berniat jahat. Prinsip ini ada hubungan erat dengan prinsip kejujuran. Penerapan prinsip kejujuran yang ketat akan mampu meredam niat jahat perusahaan itu.
- d. Prinsip Keadilan. Prinsip ini menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan kriteria yang rasional objektif dan dapat dipertanggungjawabkan. Keadilan berarti tidak ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya. Salah satu teori keadilan yang

dikemukakan oleh aristoteles adalah: 1) Keadilan legal, yaitu menyangkut hubungan antara individu atau kelompok masyarakat dengan negara.2) Keadilan komunitatif, yaitu keadilan yang mengatur hubungan yang adil antara orang yang satu dengan yang lain.3) Keadilan distributif atau disebut juga keadilan ekonomi, yaitu distribusi ekonomi yang merata ataudianggap adil bagi semua warga negara.

- e. Prinsip hormat pada diri sendiri. Perlunya menjaga citra baik perusahaan tersebut melalui prinsip kejujuran,tidak berniat jahat dan prinsip keadilan.
- f. Prinsip Saling Menguntungkan. Prinsip ini menuntut agar semua pihak berusaha untuk saling menguntungkan satu sama lain. Dalam dunia bisnis, prinsip ini menuntut persaingan bisnis harus bisa melahirkan suatu win-win situation.
- g. Prinsip Integritas Moral. Prinsip ini menyarankan bahwa dalam berbisnis selayaknya dijalankan dengan tetap menjaga nama baik. Nama baik yang haruslah dijaga bisa meliputi nama baik perusahaan maupun nama baik diri sendiri atau pelaku bisnis.

Prinsip-prinsip menurut coux round table :

- a. Tanggung jawab dalam hal yang dikerjakan
- b. Aspek bisnis harus menuju inovasi, keadilan dan komunitas dunia.
- c. Saling percaya dalam perilaku
- d. Saling member keuntungan etika bisnis

Prinsip-prinsip terkait aktivitas berwirausaha menurut Basrowi (2011) ada 13 hal yang harus di perhatikan yaitu :

- a. Jangan takut gagal.

Banyak yang berpendapat bahwa untuk berwirausaha dianalogikan dengan impian seseorang untuk dapat berenang. Walaupun teori mengenai berbagai gaya berenang sudah bertumpuk, sudah dikuasai dengan baik dan literature sudah lengkap, tidak ada gunanya berteori kalau tidak terjun langsung sehingga mengalami (berpengalaman) dan jangan takut gagal, sebab kegagalan adalah kesuksesan yang tertunda.

b. Penuh semangat.

Hal yang menjadi penghargaan terbesar bagi *entrepreneur* bukanlah tujuannya, melainkan lebih kepada proses dan atau perjalanannya, maka bersemangatlah dalam usaha dengan penuh semangat biasanya usaha akan sukses.

c. Kreatif dan inovatif.

Kreativitas dan inovasi adalah modal utama bagi seorang *entrepreneur*. Seorang *entrepreneur* tidak boleh berhenti berkreativitas dan berinovasi dalam segala hal.

d. Bertindak dengan penuh perhitungan dalam mengambil resiko.

Resiko selalu ada dimanapun berada. Sering kali kita menghindari dari resiko yang satu tetapi menemui bentuk resiko lainnya. Namun yang harus dipertimbangkan adalah perhitungan dengan baik-baik sebelum memutuskan sesuatu, terutama yang tingkat resikonya tinggi. Seringkali yang menjadi pertimbangan utama dalam berusaha khususnya dalam pengambilan keputusan adalah seberapa besar kemungkinan mampu menanggung suatu resiko atau seberapa banyak mampu menanggung kerugian atas konsekuensi dari sebuah keputusan, tidak saja selalu pada seberapa besar manfaat atau keuntungan yang akan mungkin dapat diperoleh dari suatu pengambilan keputusan usaha.

e. Sabar, ulet dan tekun.

Prinsip yang tidak kalah pentingnya dalam berusaha adalah kesabaran dan ketekunan. Sabar, ulet dan tekun meskipun harus menghadapi berbagai bentuk permasalahan, percobaan, dan kendala bahkan diremehkan oleh orang lain. Dengan kesabaran biasanya akan memahami dengan baik bagaimana mengatasi permasalahan yang timbul, sehingga mampu memecahkan dan menghadapinya dengan baik dan optimal.

f. Optimis.

Optimis adalah modal usaha yang cukup penting bagi *entrepreneur* sebab kata optimis merupakan prinsip yang dapat memotivasi kesadaran, sehingga apapun usaha yang dilakukan harus penuh optimis bahwa usaha yang dijalankan akan sukses. Dengan optimis yang digunakan sebagai acuan

kerja, maka alam bawah sadar akan mendorong diri semakin yakin bahwa yang dikerjakan akan berhasil dengan baik.

g. Ambisius.

Seorang entrepreneur harus berambisi, apapun jenis usaha yang dijalannya. Tentunya ambisi yang didasari atas perhitungan yang matang dan dikerjakan dengan sungguh-sungguh.

h. Pantang menyerah.

Prinsip pantang menyerah adalah bagian yang harus dilakukan kapanpun waktunya. Entah kondisi mendukung maupun kurang mendukung damungkin dalam usaha mengalami kemunduran maka tidak boleh putus asa.

i. Peka terhadap pasar dan dapat membaca peluang pasar.

Prinsip peka terhadap pasar dan dapat membaca peluang pasar adalah prinsip mutlak yang harus dilakukan oleh seorang entrepreneur, baik pasar di tingkat lokal, regional, maupun internasional. Peluang pasar sekecil apapun harus diidentifikasi dengan baik, sehingga dapat mengambil peluang pasar tersebut dengan baik.

j. Berbisnis dengan stseorang wirausahar etika.

Prinsip bahwa setiap entrepreneur harus senantiasa memegang secara baik tentang stseorang wirausahar etika yang berlaku secara universal. Hal yang menjadi perhatian adalah apakah stseorang wirausahar etika yang berlaku di setiap negara dikenali dengan baik yang disesuaikan dengan budaya bangsa yang bersangkutan.

k. Mandiri.

Prinsip kemandirian harus menjadi panduan dalam berwirausaha. Mandiri dalam banyak hal adalah kunci penting agar dapat menghindarkan ketergantungan dari pihak-pihak atau para pemangku kepentingan atas usaha yang dijalani.

l. Jujur.

Kejujuran adalah mata uang yang akan laku di mana-mana. Jadi jujur kepada pemasok dan pelanggan atau kepada seluruh pemangku kepentingan perusahaan adalah prinsip dasar yang harus dinomorsatukan dalam usaha.

m. Peduli lingkungan.

Seorang entrepreneur harus memiliki kepedulian terhadap lingkungan sehingga turut serta menjaga kelestarian lingkungan tempat usahanya.

III. Tujuan Dan Manfaat Etika Dalam Wirausaha

Adapun tujuan dan manfaat etika dalam wirausaha, sebagai berikut:

1. Tujuan etika harus sejalan dengan tujuan perusahaan;
2. Manfaat etika bagi perusahaan:
 - a. Persahabatan dan pergaulan;
 - b. Menyenangkan orang lain;
 - c. Membujuk pelanggan;
 - d. Mempertahankan pelanggan;
 - e. Membina dan menjaga hubungan.

IV. Sikap Dan Perilaku Wirausaha

Sikap dan perilaku pengusaha dan karyawan merupakan bagian penting dalam etika wirausaha yang diberikan kepada pelanggan, adapun sikap dan perilaku tersebut adalah :

1. Jujur dalam bertindak & bersikap,
2. Rajin, tepat waktu dan tidak malas,
3. Murah senyum, ramah tamah, pandai bergaul,
4. Fleksibel dan suka menolong pelanggan,
5. Tanggung jawab dan rasa memiliki perusahaan

V. Langkah –Langkah Dalam Menciptakan Etika Bisnis

1. Pengendalian diri

Artinya, pelaku-pelaku bisnis mampu mengendalikan diri mereka masing-masing untuk tidak memperoleh apapun dari siapapun dan dalam bentuk apapun. Disamping itu, pelaku bisnis sendiri tidak mendapatkan keuntungan dengan jalan main curang atau memakan pihak lain dengan menggunakan keuntungan tersebut. Walau keuntungan yang diperoleh merupakan hak bagi

pelaku bisnis, tetapi penggunaannya juga harus memperhatikan kondisi masyarakat sekitarnya. Inilah etika bisnis yang "etik".

2. Pengembangan tanggung jawab sosial (social responsibility)

Pelaku bisnis disini dituntut untuk peduli dengan keadaan masyarakat, bukan hanya dalam bentuk "uang" dengan jalan memberikan sumbangan, melainkan lebih kompleks lagi. Tanggungjawab sosial bisa dalam bentuk kepedulian terhadap masyarakat di sekitarnya, terutama dalam hal pendidikan, kesehatan, pemberian latihan keterampilan, dll.

3. Mempertahankan jati diri

Mempertahankan jati diri dan tidak mudah untuk terombang-ambing oleh pesatnya perkembangan informasi dan teknologi adalah salah satu usaha menciptakan etika bisnis. Namun demikian bukan berarti etika bisnis anti perkembangan informasi dan teknologi, tetapi informasi dan teknologi itu harus dimanfaatkan untuk meningkatkan kepedulian bagi golongan yang lemah dan tidak kehilangan budaya yang dimiliki akibat adanya transformasi informasi dan teknologi.

4. Menciptakan Persaingan yang Sehat

Persaingan dalam dunia bisnis perlu untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas, tetapi persaingan tersebut tidak mematikan yang lemah, dan sebaliknya harus terdapat jalinan yang erat antara pelaku bisnis besar dan golongan menengahkebawah, sehingga dengan perkembangannya perusahaan besar mampu memberikan spread effect terhadap perkembangan sekitarnya. Untuk itu dalam menciptakan persaingan perlu ada kekuatan-kekuatan yang seimbang dalam dunia bisnis tersebut.

5. Menerapkan konsep "pembangunan berkelanjutan"

Dunia bisnis seharusnya tidak memikirkan keuntungan hanya pada saat sekarang, tetapi perlu memikirkan bagaimana dengan keadaan dimasa datang. Berdasarkan ini jelas pelaku bisnis dituntut tidak meng-"eksploitasi" lingkungan dan keadaan saat sekarang semaksimal mungkin tanpa mempertimbangkan lingkungan dan keadaan dimasa datang walaupun saat sekarang merupakan kesempatan untuk memperoleh keuntungan besar.

6. Mampu menyatakan yang benar itu benar.

7. Menumbuhkan sikap saling percaya antara golongan pengusaha kuat dan golongan pengusaha bawah.
8. Memelihara Kesepakatan.
Artinya konsekuen dan konsisten dengan aturan main yang telah disepakati bersama. Menumbuh kembangkan kesadaran dan rasa memiliki terhadap apa yang telah disepakati.

VI. Cara-Cara Mempertahankan Seorang Wirausaha Etika Bisnis

Cara mempertahankan seseorang wirausaha etika bisnis adalah sebagai berikut :

1. Ciptakan kepercayaan perusahaan. Kepercayaan perusahaan dalam menetapkan nilai – nilai perusahaan yang mendasari tanggung jawab etika bagi pemangku kepentingan.
2. Kembangkan kode etik. Kode etik adalah suatu catatan tentang seseorang wirausaha perilaku serta prinsip – prinsip etika yang diharapkan perusahaan dari karyawan.
3. Jalankan kode etik secara adil dan konsisten. Manajer harus mengambil tindakan apabila mereka melanggar etika.
4. Lindungi hak perorangan. Akhir dari semua keputusan setiap etika sangat bergantung pada individu. Melindungi seseorang dengan kekuatan prinsip moral dan nilainya adalah jaminan terbaik untuk menghindari penyimpangan etika.
5. Adakan pelatihan etika. Workshop (lokarya) yaitu alat untuk meningkatkan kesadaran para karyawan.
6. Lakukan audit etika secara periodik. Audit adalah cara terbaik untuk mengevaluasi efektivitas sistem etika.
7. Pertahankan seseorang wirausaha tinggi tentang tingkah laku, tidak hanya aturan. Tidak ada seorang pun yang dapat mengatur etika dan moral. Akan tetapi, manajer bisa saja memperbolehkan orang untuk mengetahui tingkat penampilan yang mereka harapkan.

8. Hindari contoh etika yang tercela setiap saat serta etika diawali dari atasan. Atasan harus memberikan contoh dan menaruh kepercayaan kepada bawahannya.
9. Ciptakan budaya yang menekan komunikasi dua arah. Komunikasi dua arah sangat penting, tujuannya untuk menginformasikan barang dan jasa yang kita hasilkan dan menerima aspirasi untuk memperbaiki perusahaan
10. Libatkan karyawan dalam mempertahankan seseorang wirausahar etika. Para karyawan diberikan kesempatan untuk memberikan umpan balik tentang bagaimana seseorang wirausahar etika perusahaan.

VII. Bentuk-Bentuk Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Seperti yang telah diketahui, sebuah perusahaan dalam mengambil keputusan untuk kepentingan usahanya harus memperhatikan etika dan tanggung jawab sosial. Dalam hal menyeimbangkan peran dan hubungan antara stakeholder, maka perusahaan harus memiliki tanggung jawab sosial atau yang biasa dikenal dengan istilah CSR (Corporate Social Responsibility) kepada para stakeholdernya jika menginginkan perusahaannya terus beroperasi dalam jangka panjang, terlebih lagi dalam hal memaksimalkan keuntungan. Beberapa contoh tanggung jawab sosial ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Tanggung jawab sosial kepada konsumen

Tanggung jawab sosial perusahaan kepada konsumen tidak hanya seputar masalah penyediaan produk atau jasa saja tetapi juga harus memperhatikan aspek-aspek lain. Merujuk pendekatan utilitarian, maka perusahaan harus menghasilkan produk atau jasa yang memiliki banyak manfaat kepada masyarakat.

2. Tanggung jawab sosial kepada karyawan

Perusahaan wajib memberikan rasa aman dan nyaman kepada karyawannya, memperlakukan karyawan dengan adil. Selain itu, perusahaan juga memberikan kesempatan dan fasilitas untuk pengembangan diri karyawan.

3. Tanggung jawab sosial kepada kreditor

Misalnya pada saat perusahaan harus menyelesaikan kewajiban atau utangnya namun ia sedang memiliki masalah keuangan maka perusahaan wajib memberitahukan kepada kreditor.

4. Tanggung jawab kepada pemegang saham

Perusahaan juga bertanggung jawab kepada pemegang saham. Sehingga dalam operasional nya, perusahaan juga harus memastikan keputusan yang diambil juga untuk kepentingan pemegang saham.

5. Tanggung jawab sosial kepada lingkungan

Tanggung jawab ini berkaitan dengan lingkungan, misal dengan tidak membuang limbah sembarangan, mencegah polusi disekitar tempat usaha, mencegah penggunaan bahan berbahaya. Jadi perusahaan diharapkan ramah terhadap lingkungan.

6. Tanggung jawab sosial kepada komunitas

Tanggung jawab sosial ini dapat dilakukan dengan cara memberikan corporate social responsibility atau CSR. Memberikan bantuan seperti sarana prasarana untuk pendidikan, kesehatan, infrastuktur, wadah usaha atau hal lain yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Rangkuman :

Etika bisnis adalah istilah yang sering digunakan untuk menunjukan perilaku etika dari seorang manajer atau karyawan suatu organisasi. Etika bisnis sangat penting untuk mempertahankan loyalitas pemilik kepentingan. Berdasarkan uraian di atas maka dapat dilihat bahwa etika bisnis adalah suatu kode etik perilaku pengusaha berdasarkan nilai-nilai moral dan norma yang dijadikan tuntunan dalam berusaha dan memecahkan persoalan-persoalan yang dihadapi dalam suatu perusahaan.

TUGAS

A. Tugas Testruktur

PETUNJUK

1. Mahasiswa dibagi menjadi 4 kelompok diskusi
2. Masing-masing kelompok berdiskusi menjawab soal dengan menggunakan referensi yang jelas (buku atau jurnal)
3. Jawaban soal diketik ke dalam file *Word Times New Roman*, font 12 spasi 1,5 ukuran kertas A4 rata kiri kanan sertakan cover yang berisi judul, nama, nim, logo dan program studi
4. Masing-masing mahasiswa mengupload Jawaban ke SPADA

SOAL PILIHAN GANDA

1. Untuk terciptanya etika didalam bisnis yang sesuai dengan budi pekerti luhur, ada beberapa yang perlu diperhatikan, antara lain, kecuali...
 - a. Pengendalian diri
 - b. Pendekatan diri
 - c. Menciptakan persaingan yang sehat
 - d. Menerapkan konsep pembangunan yang berkelanjutan.
 - e. Semua benar

Pembahasan Soal :

.....
.....

2. Adapun hal-hal yang perlu dihindari agar terciptanya etika didalam bisnis yang baik yaitu menghindari sikap 5K, kecuali...
 - a. Kongkalikong
 - b. Koneksi
 - c. Kolusi
 - d. Koalisi
 - e. Komisi

Pembahasan Soal :

.....
.....

3. Apa yang dimaksud dengan tolak ukur dalam bisnis...

- a. Standar moral
- b. Standar norma
- c. Standar etitu
- d. Standar Kualitas
- e. Standar promosi

Pembahasan Soal :

.....

.....

- 4. Apa yang dimaksud dengan prinsip otonomi...
 - a. Sikap dan kemampuan manusia untuk bertindak berdasarkan kesadarannya sendiri.
 - b. Pemenuhan syarat-syarat perjanjian atau kontrak, mutu barang atau jasa yang ditawarkan, dan hubungan kerja dalam perusahaan.
 - c. Mengarahkan agar kita secara aktif dan maksimal berbuat baik atau menguntungkan orang lain, dan apabila hal itu tidak bisa dilakukan, kita minimal tidak melakukan sesuatu yang merugikan orang lain atau mitra bisnis.
 - d. Menuntut agar kita memberikan apa yang menjadi hak seseorang di mana prestasi dibalas dengan kontra prestasi yang sama nilainya.
 - e. Mengarahkan agar kita memperlakukan seseorang sebagaimana kita ingin diperlakukan dan tidak akan memperlakukan orang lain sebagaimana kita tidak ingin diperlakukan.

Pembahasan Soal :

.....

.....

- 5. Ilmu yang membahas perbuatan baik dan perbuatan buruk manusia sejauh yang dapat dipahami oleh pikiran manusia adala pengertian dari.....
 - a. Tujuan Mempelajari Etika
 - b. Pengertian Baik
 - c. Pengartian Etika
 - d. Cara penilaian baik dan buruk
 - e. Pengertian Norma

Pembahasan Soal :

.....

.....

B. Kegiatan Mandiri

PETUNJUK

1. Setiap mahasiswa mencari referensi tentang kiat menemukan peluang usaha dalam bidang rekam medik
2. Membuat hasil pencarian referensi dalam file *Word Times New Roman* size *font* 12 spasi 1,5 ukuran kertas A4 rata kiri kanan sertakan nama dan nim.
3. Tugas dikirim ke SPADA

LEMBAR JAWABAN

TUGAS TOPIK 1

1. Jawaban : A. Kewirausahaan

Pembahasan :

- a. Kewirausahaan adalah Bentuk usaha untuk menciptakan nilai lewat pengakuan bisnis management pengambilan resiko yang sesuai dengan peluang yang ada dan lewat ketrampilan komunikasi dan sumber daya yang diperlukan untuk membawa sebuah proyek sampai berhasil
- b. Wirausahawan adalah orang yang melakukan aktivitas wirausaha. Salah satu ciri wirausahawan adalah pandai atau berbakat untuk mengenali produk baru, mampu menentukan cara produksi yang baru, menyusun manajemen operasional untuk pengadaan produk baru, memasarkan produk tersebut, hingga mengatur modal untuk operasionalnya.
- c. Wirausaha adalah pengusaha yang mampu mengelola sumber-sumber daya yang dimiliki secara ekonomis (efektif dan efisien) dan tingkat produktivitas yang rendah menjadi tinggi – J.B Say, 1803.
- d. Wiraswasta adalah karakter atau kemampuan yang dimiliki oleh seseorang dalam menyadari serta merintis berbagai macam peluang usaha.
- e. Pengusaha adalah seseorang yang menjalankan aktivitas usaha baik usaha jual-beli, maupun usaha produksi yang mempunyai tujuan utama untuk memperoleh keuntungan dan menanggung resiko yang mungkin saja akan terjadi dalam aktivitas usahanya.

2. Jawaban : B. Karakteristik kewirausahaan

Pembahasan :

Karakteristik kewirausahaan adalah Segala sesuatu yang berhubungan dengan ciri khas watak, perilaku, tabiat, dan sikap yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha terhadap perjuangan hidup untuk mencapai kebahagiaan lahir dan batin

3. Jawaban : A. Terbuka peluang untuk mendemonstrasikan kemmapuan serta potensinya

Pembahasan :

Keuntungan menjadi wirausaha adalah

1. Memperoleh penghasilan untuk diri sendiri
2. Terbuka peluang untuk mendemonstrasikan kemmapuan serta potensinya
3. Mampu menyusun rencana untuk saat ini dan masa yang akan datang
4. Memiliki tanggung jawab

TUGAS TOPIK 2

1. Jawaban : A. Mampu berfikir dan bertindak kreatif dan inovatif

Pembahasan :

Sikap wirausahawan

- a. Mampu berpikir dan bertindak kreatif dan inovatif
- b. Mampu bekerja tekun, teliti dan produktif
- c. Mampu berkarya berlandaskan etika bisnis yang sehat
- d. Mampu berkarya dengan semangat kemandirian
- e. Mampu memecahkan masalah dan mengambil keputusan secara sistematis dan berani mengambil resiko

2. Jawaban : C. Merek, ide, dan harga

Pembahasan :

Tiga komponen utama produk adalah

- a. Kualitas **Produk**.
- b. Gaya dan Desain **Produk**.
- c. Merek.
- d. Kemasan.

3. Jawaban : A. Inovasi

Pembahasan :

- a. Inovasi adalah Suatu proses yang mengubah ide baru atau aplikasi baru menjadi produk yang berguna
- b. Kreatifitas adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, baik yang benar-benar merupakan hal baru atau sesuatu ide baru yang diperoleh dengan cara menghubungkan beberapa hal yang sudah ada dan menjadikannya suatu hal baru
- c. Konsep adalah sesuatu yang dapat dipahami
- d. Penemuan adalah ide yang dituangkan ke dalam suatu kegiatan pemecahan masalah yang spesifik di bidang teknologi, yang dapat berupa proses atau

hasil produksi atau penyempurnaan dan pengembangan proses atau hasil produksi.

- e. Aplikasi adalah suatu subkelas dari suatu perangkat lunak komputer yang memanfaatkan kemampuan komputer secara langsung untuk melakukan suatu tugas yang diinginkan pengguna (Wikipedia, 2012).

4. Jawaban : C. Kreatif Dan Inovatif

Pembahasan :

Ide kreatif dan inovatif seorang wirausaha muncul dari kreatif dan inovatif

5. Jawaban : C. Rencana Usaha

Pembahasan :

Seorang wirausahawan akan jeli melihat peluang dan akan merubah peluang tersebut menjadi sebuah bisnis yang menguntungkan, rencana usaha dibuat oleh seorang wirausahawan dengan peluang yang ada dan dikombinasikan dengan kreativitas dan inovasi, sehingga peluang tersebut dapat menjadi keuntungan yang menjanjikan

6. Jawaban : E. Marketing research

Pemabahasan :

Dalam proses pembuatan produk, wirausaha harus melakukan riset pasar.

Langkah tersebut merupakan bagian dari *Marketing research*

7. Jawaban : A. Kemasan

Pembahasan :

Kemasan memiliki peran yang penting dalam dunia industri. Barang yang bagus belum tentu dapat dipasarkan dengan baik jika tidak disertai dengan kemasan yang baik. Hal ini berangkat dari pandangan masyarakat yang masih kerap menilai mutu dari suatu produk dari kemasannya. Semakin bagus kemasan yang digunakan, semakin bagus pula kesan yang dapat ditimbulkan penjual terhadap produk yang dipasarkan tersebut.

Bahkan, kini terdapat satu jurusan khusus pada tingkat perguruan tinggi yang secara khusus mempelajari hal ini, yaitu Desain Produk. Ketika merancang kemasan suatu produk, ada beragam aspek yang harus dipertimbangkan mulai dari bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi, serta elemen desain lainnya.

Dengan mempertimbangan hal ini, seorang perancang dapat memutuskan kemasan yang terbaik untuk suatu produk, baik dari segi bentuk atau aspek rancangan lainnya serta kemungkinan untuk meningkatkan penjual produk dari kemasan tersebut.

TUGAS TOPIK 3

1. Jawaban : B. Pendekatan diri

Pembahasan :

Untuk terciptanya etika didalam bisnis yang sesuai dengan budi pekerti luhur, ada beberapa yang perlu diperhatikan yaitu :

- a. Pengendalian diri
- b. Menciptakan persaingan yang sehat
- c. Menerapkan konsep pembangunan yang berkelanjutan.

2. Jawaban : E. Koalisi

Pembahasan :

Adapun hal-hal yang perlu dihindari agar terciptanya etika didalam bisnis yang baik yaitu menghindari sikap 5K :

- Katabelece
- Kongkalikong
- Koneksi
- Kolusi, dan
- Komisi

3. Jawaban : A. Standar moral

Pembahasan :

Tolak ukur dalam bisnis adalah **Standar moral**

4. Jawaban : A. Sikap dan kemampuan manusia untuk bertindak berdasarkan kesadarannya sendiri.

Pembahasan :

Prinsip otonomi adalah Sikap dan kemampuan manusia untuk bertindak berdasarkan kesadarannya sendiri.

5. Jawaban : C. Pengertian Etika

Pembahasan :

Pengertian Etika adalah Ilmu yang membahas perbuatan baik dan perbuatan buruk manusia sejauh yang dapat dipahami oleh pikiran manusia

DAFTAR PUSTAKA

1. Ernawan, Erni R. 2007.*Business Ethics*.Alfabeta. Bandung
2. Riesta Devi Kumalasari,S.E.,M.M..2018. *Stakeholder dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Binus : Malang.
4. Mulyadi, 2011.*Kewirausahaan bertindak kreatif dan inovatif*.
5. RafahPressPalembang

BAB II

PELUANG USAHA DI BIDANG REKAM MEDIK

Merry Moy Mita, S.E, M.Si

PENDAHULUAN

A. Pengantar Pendahuluan

Peluang bisnis yang semakin besar menimbulkan sebuah persaingan yang begitu ketat. Hal inilah yang memicu perusahaan-perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanannya. Meningkatnya persaingan menjadi pertimbangan bagi perusahaan untuk membuat strategi pemasaran yang lebih baik lagi. Perusahaan harus lebih memperhatikan keinginan dan kebutuhan pelanggan. Perusahaan harus memberikan kualitas pelayanan kepada pelanggan yang lebih baik dari pesaing. Dengan demikian, yang terbaiklah yang akan mampu bertahan dan menguasai pasar. Suatu bisnis memiliki tujuan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Sikap konsisten dan jasa yang berkualitas akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan dapat memberi manfaat. Dimana kepuasan pelanggan sendiri menjadi titik fokus perusahaan untuk menghindari kebangkrutan dan menarik pelanggan sebanyak-banyaknya dalam rangka meningkatkan keuntungan perusahaan. Berdasarkan informasi, data dan hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat terlihat bahwa loyalitas pelanggan memegang peranan penting dalam keberlangsungan bisnis, serta upaya peningkatan penjualan dan pendapatan laba maksimal.

B. Deskripsi Materi

Bab II ini disusun sedemikian rupa untuk membantu mahasiswa D3 Perekam Medis dan Informasi Kesehatan semester VI dalam memahami materi kuliah Kewirausahaan dengan beban 1 sks teori, dan 2 sks praktik laboratorium (praktik laboratorium akan dibahas khusus di dalam modul praktikum). Sebagai bab awal di dalam modul ini, bab II menguraikan pokok bahasan atau topic yang saling berkaitan satu sama lain yaitu : peluang bisnis berdasarkan hasil-hasil penelitian, issue dan ide bentuk usaha di bidang rekam medis

C. Kemampuan/tujuan akhir yang diharapkan

Mahasiswa mampu menentukan peluang kewirausahaan berdasarkan hasil-hasil penelitian, issue dan ide bentuk usaha di bidang rekam medik (C3).

D. Uraian Materi

- I. Definisi Peluang
- II. Faktor Yang Dapat Memunculkan Inspirasi/Ide
- III. Ciri Ide Usaha
- IV. Ciri Peluang Usaha Yang Baik
- V. Sumber Peluang Usaha
- VI. Peluang Usaha Dibidang Rekam Medik
- VII. Jenis Usaha Bagi Rekam Medik

I. Defenisi Peluang

Menurut (Hendro dan Chandra, 2006, p.149) peluang adalah suatu keadaan di setiap saat kehidupan kita sehari-hari, baik sejak bangun pagi hingga larut malam. Peluang dapat muncul dalam berbagai bentuk, tergantung cara kita melihatnya. Yang terpenting adalah bukan sekedar cara melihat atau memandang suatu hal, melainkan bagaimana sesuatu ketidaksempurnaan itu dapat berubah menjadi peluang yang sebenarnya dibutuhkan oleh pasar.

Peluang akan menjadi peluang yang prospektif bila mengandung unsure-unsur sebagai berikut:

1. Sedang dibutuhkan oleh pasar
2. Memecahkan kesulitan atau masalah yang sedang dihadapi pasar
3. Menyempurnakan yang sebelumnya
4. Benar-benar beda dan memiliki nilai tambah
5. Temuan yang orisinal (inovatif)
6. Memberi keuntungan yang nyata
7. Ada unsur yang dibanggakan oleh pembeli
8. Dapat diwujudkan.

Menurut (Hendro dan Chandra, 2006, p.153) konsep untuk memudahkan didalam menemukan dan menciptakan peluang cukup sederhana, yaitu:

1. Awali dengan melihat sesuatu dengan “teori ketidaksempurnaan”, bahwa apa yang dilihat adalah tidak sempurna. Oleh karena itu ada peluang untuk menyempurnakannya
2. Gunakan inspirasi, bahwa peluang itu adalah:
 - a. Merebut pasar dari pesaing (intersection)
 - b. Menggantikan posisi yang ada dari pesaing (replacement)
 - c. Mengisi kekosongan dari celah persaingan (filter)
 - d. Menghancurkan market leader (destroyer)
 - e. Melengkapi ketidaksempurnaan pasar (compatible)
3. Setelah menemukan beberapa alternatif peluang, maka buatlah daftar peluang itu
4. Memilih peluang yang berpotensi (maksimal 3)
5. Jadikan peluang yang pertama sebagai peluang yang paling berpotensi

6. Buatlah suatu tulisan, sehingga kita dapat selalu melihatnya
7. Tambahkan kata-kata yang dapat memotifasi
8. Mulailah mengambil keputusan yang “smart” tanpa harus menjadi seorang risk taker
9. Jangan takut untuk mencoba
10. Ciptakanlah kesuksesan-kesuksesan kecil terlebih dahulu untuk meningkatkan rasa percaya diri dan terus berkreasi, berinovasi, dan bertahan.

II. Faktor Yang Dapat Memunculkan Inspirasi/Ide

Beberapa faktor yang dapat memunculkan inspirasi/ide ialah:

a. Faktor internal

1. Faktor yang berasal dari dalam/diri sendiri. Diantaranya seperti:
2. Pengetahuan atau wawasan yang dimilikinya.
3. Pengalaman dalam dunia bisnis atau usaha.
4. Pengalaman dan kemampuan saat menyelesaikan suatu masalah.
5. Kemampuan atau memahami akan sesuatu atau kondisi.

b. Faktor eksternal

Faktor yang berasal dari luar. Diantaranya seperti:

1. Permasalahan yang dihadapi dan belum terselesaikan.
2. Kesulitan dalam menyelesaikan permasalahan.
3. Pemikiran yang baik untuk menciptakan sesuatu yang baru dari suatu keadaan.
4. Kebutuhan yang belum tercukupi atau terpenuhi untuk diri sendiri maupun orang lain.

III. Ciri Ide Usaha

Ide usaha memiliki ciri sebagai berikut:

1. Melakukan Riset Bisnis & Produk

Metode ini adalah metode terukur, di mana ide bisnis yang dicari dapat diperoleh melalui riset dan persentase yang dilakukan untuk memastikan jenis bisnis dan produk yang banyak diterima pasar. Riset bisnis ini bisa

dilakukan dengan bantuan teknologi digital. Misalnya dengan mencari kata kunci melalui Google Trend untuk mengetahui tren bisnis pada suatu lokasi melalui persentase dan angka pencarian informasi tertinggi.

2. Serap Ide dari Masalah Orang lain

Setiap orang pasti memiliki masalah dan setiap masalah pasti membutuhkan solusi. Masalah-masalah yang pada awalnya bersifat personal rupanya telah banyak menginspirasi dan dikembangkan untuk menjadi ide bisnis cemerlang bagi banyak pebisnis sukses. Contoh nyata paling sederhana adalah usaha laundry. Banyaknya mahasiswa yang tidak sempat mengurus cucian dan sulitnya mencari jasa asisten rumah tangga bagi para ibu-ibu bekerja, membuat munculnya jasa laundry menjadi solusi paling jitu untuk mengatasi masalah tersebut.

3. Belajar dari Kesuksesan Bisnis Orang lain

Usaha yang sukses dan mampu bertahan dalam jangka waktu lama pasti memiliki keunggulan yang patut dipelajari. Dari sana, bisa menyaring dan mengaplikasikannya sebagai gagasan untuk ide bisnis yang hendak dirintis. Tapi menduplikasi sebuah bisnis yang sukses tidak harus sama persis. Jangan lupa untuk mengamati, meniru, dan memodifikasi bisnis tersebut agar bisnis.

4. Belajar dari Kelemahan Pesaing

Menemukan ide untuk bisnis ternyata dapat Anda temukan dari kelemahan kompetitor. Anda bisa menjelajahi social media atau website bisnis yang memiliki produk atau layanan serupa dengan bisnis yang ingin Anda tekuni. Lihatlah bagaimana tiap orang memberi ulasan di kolom komentar pada website tersebut. Catat apa saja keluhan yang ada. Hal-hal yang tidak bisa dipenuhi oleh pesaing Anda inilah yang dapat menjadi ide bagus untuk melahirkan sebuah bisnis baru.

5. Mengikuti Perkembangan Tren

Tren adalah sesuatu yang banyak diminati oleh sekelompok orang pada satu waktu. Karena itu, sebuah ide bisnis yang mengikuti tren akan berpeluang untuk digemari dan banyak menjangkau konsumen dalam waktu cepat. Tidak ada yang salah dengan mengikuti tren, selama Anda mampu membuat bisnis

tersebut berbeda dari yang lain. Tetapi, karena sebuah tren biasanya cepat berlalu, maka pastikan juga Anda memiliki solusi seandainya tren bisnis tersebut mulai memudar dan tidak lagi digemari.

6. Buatlah Tetap Sederhana

Banyak bisnis kecil gagal mencapai kemajuan karena bisnis itu terlalu rumit atau ambisius. Para wirausahawan (dalam kasus ini, saya tidak membuat perbedaan antara wirausahawan tradisional dan wirausahawan gaya hidup) cenderung mengabaikan rintangan yang bisa mengganggu bisnis baru. Anda seharusnya mampu melihat jalur yang jelas, dari mana akan ke mana, Anda dapat menjual produk atau jasa serta menghasilkan uang. Semakin sedikit rintangan dan kelemahan di jalur itu, semakin baik. Atau sebagaimana pernah dikatakan seseorang (walaupun saya akui saya tidak tahu siapa), "Jika sebuah bisnis tidak berjalan secara efektif, maka bisnis ini dikatakan tidak akan berhasil."

IV. Ciri Peluang Usaha Yang Baik

Peluang usaha yang baik memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Peluang usaha tidak meniru orang lain tapi asli hasil riset dan pemikiran diri sendiri.
2. Peluang harus bisa mengantisipasi perubahan persaingan di pasar.
3. Terdapat keyakinan bisa mewujudkannya
4. Peluang tersebut harus sesuai dengan keinginan
5. Kelayakan usahanya sudah teruji
6. Terdapat rasa senang jika menjalankannya

V. Sumber Peluang Usaha

1. Dari diri sendiri

Peluang usaha yang memiliki potensial tinggi yaitu bersumber dari diri sendiri, misalnya dari hobi, keahlian pengetahuan dan dari riset atau pengamatan lingkungan. Alasan mengapa peluang yang baik datang dari diri sendiri yaitu:

- a. Karena untuk menjalankan usaha harus konsisten dan berkomitmen.

- b. Karena untuk menjalankan usaha membutuhkan proses yang cukup panjang, hingga usaha tersebut sukses.
- c. Menjalankan usaha perlu terus mencoba dan pantang menyerah, dengan didukung kreativitas serta memiliki pengetahuan yang mencukup guna mencapai keberhasilan.

2. Dari Lingkungan

Ada banyak sekali, sumber peluang usaha yang bisa didapatkan dari lingkungan sekitar, misalnya:

- a. Usaha yang dimiliki orang tua yang terus di kembangkan, sehingga semakin besar dan luas.
- b. Pada lingkungan sekitar rumah.
- c. Kebiasaan diri sendiri.

3. Dari Konsumen

Permintaan, keluhan, saran atau harapan konsumen terhadap barang atau jasa di pasar dapat menjadi sumber ide untuk membuka usaha.

4. Dari Perubahan yang Terjadi

Peluang usaha dapat muncul dari berbagai perubahan lingkungan jika orang tersebut mampu membaca situasi untuk melihat peluang usaha.

VI. Peluang Usaha Dibidang Rekam Medik

Adapun peluang usaha di bidang perekam medik diantaranya sebagai berikut :

- 1. Pembuatan Aplikasi Android (Klinik Online)
 - a) Ilustrasi desktop rekam medis



b) Ilustrasi aplikasi desktop rawat jalan



c) Ilustrasi destop kasir



2. Rancangan Desain Formulir

Formulir rekam medis instrument atau alat yang dibuat sedemikian rupa, untuk dapat membuat kebutuhan data yang diharapkan . Dalam pembuatan formulir rekam medis harus berdasarkan pada keluaran atau output berupa kebutuhan akan informasi dalam hal ini adalah informasi medis. Setiap Rumah Sakit dapat menyesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuannya dalam menyusun tata desain formulir Rekam Medis,tetapi tetap harus mengacu pada pedoman stseorang wirausahar. Jenis data Rekam Medik terbagi atas data administrasi pasien rumah sakit dan Data Klinis pasien diantaranya adalah sebagai berikut :

- a) Data Administrasi : Identitas dasar, identitas sosial, keuangan, persetujuan masuk, persetujuan pemberian/pelepasan informasi dan persetujuan tindakan

- b) Data Klinis : Data medis, data perawatan dan data penunjang atau data tambahan yang berhubungan dengan pasien rawat inap atau rawat jalan.

Berikut adalah salah satu contoh formulir yang dirancang pihak rekam medis pada rumah sakit :

The image shows a sample medical record form from PT. HIKMAH SAKIT. The form is titled "REKAM MEDIS" and "BUNCIKASANI MASUK DAN KELUAR". It contains several sections for data entry, including patient information, medical history, and treatment. The form is divided into columns and rows with various labels for data entry.

3. Usaha dalam bentuk Jasa :

a) Traning Manajemen Rekam Medik

Salah satu tahapan penting dalam persiapan akreditasi adalah melakukan pembenahan rekam medis sehingga memenuhi persyaratan akreditasi. Disamping itu tenaga perekam medis juga dituntut untuk bisa melakukan analisis data dan menyajikan data dalam bentuk informasi kesehatan yang hseorang wirausahahal, sehingga bisa menjadi masukan bagi top manajemen di rumah sakit atau institusi kesehatan yang lainnya. Selain hal tersebut, rekam medis juga berfungsi sebagai perlindungan kepentingan hukum baik bagi pasien, tenaga kesehatan maupun institusi pelayanan.

b) Jasa desain web rumah sakit atau *Elektronik Medical Record*

Seiring berjalannya waktu dan kemajuan teknologi, pencatatan secara manual mulai berganti dengan elektronik atau berbasis komputer. Dengan berbasis elektronik, riwayat pasien menjadi lebih jelas dan cepat untuk disajikan untuk kepentingan pengobatan dan perawatan kepada pasien. Hal penting dalam pemanfaatan rekam medis elektronik

adalah keamanan jaringan komputer, backup database, serta *print-out* dari hasil *entry* data-data medis.

VII. Jenis Usaha Bagi Rekam Medik

1. Homecare

Home Care merupakan pelayanan kesehatan baik medis dan non medis yang disediakan bagi pasien dan keluarga pasien di rumah atau tempat tinggalnya. Pada saat ini, jumlah pelayanan *Home Care* semakin pesat dikarenakan adanya masalah biaya, peningkatan populasi orang tua, konsumerisme, perbaikan dan teknologi perawatan yang semakin meningkat dengan pesat. Pada kondisi ini, pasien rumah sakit dipulangkan dengan cepat sehingga pelayanan *home care* menjadi lebih bersifat klinis.

Pasien, sebagai “Klien” dari pelayanan *home care* mendapat asuhan perawatan yang dilakukan oleh tenaga medis di lokasi tempat tinggalnya dan terpisah dari pemberi asuhan kesehatan lain. Berkaitan dengan hal tersebut, informasi dari semua pemberi asuhan yang mengunjunginya harus dimasukkan ke dalam rekam medis pasien.

2. Konsultan Rekam Medik

Konsultan adalah seorang tenaga profesional yang menyediakan jasa kepenasihatan dalam bidang keahlian rekam medik.

3. Terapi komplementer

Terapi komplementer adalah bidang ilmu kesehatan yang bertujuan untuk menangani berbagai penyakit dengan teknik tradisional, yang juga dikenal sebagai pengobatan alternatif.

4. Klinik kesehatan swasta dalam bidang penelitian

5. Dalam bidang pendidikan dan pelatihan

Rangkuman

1. Pengembangan usaha membutuhkan kemampuan inovasi dan kreativitas untuk menghadapi tantangan dalam usaha, khususnya untuk menemukan produk dan layanan yang unggul.

2. Saat ini berbagai hasil inovasi yang didasarkan kreativitas wirausaha menjadi produk dan jasa yang unggul. Wirausaha melalui proses kreatif dan inovatif menciptakan nilai tambah atas barang dan jasa yang kemudian menciptakan berbagai keunggulan termasuk keunggulan bersaing.
3. Salah satu yang harus dilakukan oleh wirausaha Laboratorium Klinik atau Kesehatan adalah mengembangkan produk dan jasa yang unggul. Secara umum proses ini adalah proses kreatif dan inovasi yang harus dilakukan oleh wirausaha.
4. Kesulitan memenuhi persyaratan paten karena pelayanan jasa Laboratorium Medik lebih kearah menggunakan dan mengembangkan metode yang sudah ada serta hanya mampu berinovasi dalam pengadaan alat baru guna mempercepat pelayanan kepada konsumen

TUGAS

A. Tugas Terstruktur

Petunjuk

1. Bacalah dan cermati soal pilihan ganda di bawah ini, kemudian kerjakan secara individu untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang disediakan.
2. Tuliskan dengan rapi hasil pembahasan soal pilihan ganda ke dalam file *Word Times New Roman* font 12 spasi 1,5 ukuran kertas A4 rata kiri kanan sertakan cover yang berisi judul, nama, nim, logo dan program studi
3. Dikumpulkan paling lama 1 minggu setelah tugas ini diumumkan

4. Sampaikan hasil pembahasan soal pilihan ganda kepada dosen pengampu matakuliah sesuai topik
5. Masing-masing kelompok mempresentasikan jawaban soal dan saling memberi tanggapan
6. Kelompok membuat laporan presentasi dikelas sesuai template yang disetujui

LAPORAN PRESENTASI KELOMPOK	
Judul	:
Pertanyaan	:
Jawaban pertanyaan	:

SOAL PILIHAN GANDA

1. Target usaha yang didalamnya terdapat keinginan dan kebutuhan yang akan dipenuhi atau dipuaskan seseorang atau kelompok dinamakan
 - a. Resiko
 - b. Usaha
 - c. Peluang
 - d. Peluang usaha
 - e. Keberhasilan usaha

Pembahasan :

.....

.....

2. Untuk mencapai peluang usaha diperlukan
 - a. Modal usaha
 - b. Perhitungan yang rumit
 - c. Kerja sama dari pengorbanan
 - d. Perhitungan laba rugi
 - e. Perencanaan usaha yang baik

Pembahasan

:

.....
.....

3. Peluang usaha atau bisnis ada jika...
 - a. kehidupan masyarakat yang sudah maju
 - b. pemerintah banyak membantu
 - c. sanggup menemukan tindakan yang mungkin dan layak untuk mewujudkan
 - d. wirausahawan mencari kesempatan
 - e. wirarusahawan berpikir positif

Pembahasan:

.....
.....

4. Untuk menggali dan memanfaatkan peluang usaha atau bisnis seorang wirausahawan harus berpikir secara positif dan kreatif, diantaranya kecuali...
 - a. Harus percaya dan yakin bahwa usaha atau bisnis bisa dilakukan
 - b. Tidak perlu mendengarkan saran-saran orang lain
 - c. Harus bertanya pada diri sendiri
 - d. Harus menerima gagasan baru dalam dunia usaha atau bisnis
 - e. Harus mendengarkan saran-saran orang lain

Pembahasan:

.....
.....

5. Berikut bukan langkah yang ditempuh untuk menyeleksi peluang, yaitu...
 - a. Menentukan konsumen
 - b. Menciptakan produk baru
 - c. Mengamati pintu peluang
 - d. Menaksir biaya awal
 - e. Memperhitungkan resiko yang akan

Pembahasan:

.....
.....

B. Kegiatan Mandiri

1. Setiap mahasiswa mencari *referensi* tentang kiat menemukan peluang usaha dalam bidang rekam medik dan diketik kembali dalam word dengan aturan penulisan : *Word Times New Roman* font 12 spasi 1,5 ukuran kertas A4 rata kiri kanan sertakan cover yang berisi judul, nama, nim, logo dan program studi
2. Tugas dikirim keSPADA

LEMBAR JAWABAN

1. Jawaban : D. Peluang usaha

Pembahasan :

- a. Resiko adalah suatu keadaan dimana terdapat unsur ketidakpastian dan unsur bahaya, akibat atau konsekuensi dari suatu proses yang sedang berlangsung maupun kejadian yang akan datang.
- b. Usaha adalah suatu perusahaan yang merupakan bentuk bisnis yang terus-menerus dan terus-menerus melakukan kegiatan dengan tujuan

menghasilkan keuntungan bagi individu dan badan hukum dalam bentuk badan hukum atau badan hukum yang diciptakan dan hidup di daratan.

- c. Peluang adalah target
- d. Peluang usaha adalah Target usaha yang didalamnya terdapat keinginan dan kebutuhan yang akan dipenuhi atau dipuaskan seseorang atau kelompok
- e. Keberhasilan Usaha yaitu masa dimana seseorang atau perusahaan dalam menjalankan usahanya tidak mengalami kerugian hal ini bisa dilihat dari neraca laba rugi tahunan dan tentunya menunjukkan suatu keadaan yang lebih baik/ unggul dari pada masa sebelumnya.

2. Jawaban : E. Perencanaan usaha yang baik

Pembahasan :

Untuk mencapai peluang usaha diperlukan Untuk mencapai peluang usaha diperlukan

3. Jawaban :C. Sanggup menemukan tindakan yang mungkin dan layak untuk mewujudkan

Pembahasan :

Peluang usaha atau bisnis ada jika Sanggup menemukan tindakan yang mungkin dan layak untuk mewujudkan

4. Jawaban :Harus percaya dan yakin bahwa usaha atau bisnis bisa dilakukan

Pembahasan :

Untuk menggali dan memanfaatkan peluang usaha atau bisnis seorang wirausahawan harus berpikir secara positif dan kreatif, diantaranya :

- a. Tidak perlu mendengarkan saran-saran orang lain
- b. Harus bertanya pada diri sendiri
- c. Harus menerima gagasan baru dalam dunia usaha atau bisnis
- d. Harus mendengarkan saran-saran orang lain

5. Jawaban : A. Menentukan konsumen

Pembahasan :

Langkah-langkah yang dapat ditempuh untuk menyeleksi ide usaha adalah

- a. Menciptakan produk baru

- b. Mengamati pintu peluang
- c. Menaksir biaya awal
- d. Memperhitungkan resiko yang akan

DAFTAR PUSTAKA

- Craven and David, W. **Pemasaran Strategi**, Erlangga. Jakarta : 1996
- Irawan., Faried Wijaya, M. N and Sudjoni. **Pemasaran : Prinsip dan Kasus Edisi 2**, BPFE. Yogyakarta : 1996
- Assauri and Sofjan. **Manajemen Pemasaran**, Rajawali Pers. Jakarta : 2010
- Philip Kotler and Gary Armstrong. **Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1**, Erlangga. Jakarta 2010

- Sutiyo, 2017. “ **Penerapan Jiwa Kewirausahaan Dalam Kepemimpinan Pemerintahan**”. Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi, Vol 7 No 1 Juni 2017
- Tunggal and Amin Widjaja, 2008. **Pengantar Kewirausahaan Edisi Revisi**, Penerbit Harvarindo. Jakarta
- Kumorotomo and Wahyudi, 2005. “**Akuntabilitas Birokrasi Oublik Sketsa pada Masa Transisi**”. Pustaka Pelajar. Yogyakarta
- Mulyadi. Kewirausahaan Bertindak Kreatif dan Inovatif, KDT. Palembang : 2011

BAB III
STRATEGI KEWIRAUSAHAAN DALAM
BIDANG REKAM MEDIK

Merry Moy Mita, S.E, M.Si

PENDAHULUAN

A. Pengantar Pendahuluan

Pada bab ini membahas tentang strategi kewirausahaan dalam bidang rekam medik yang merupakan bagian dari raung lingkup dari kewirausahaan tepatnya sebagai cara untuk mencapai keberhasilan suatu usaha. Strategi kewirausahaan merupakan langkah -langkah yang dilakukan dalam merencanakan, melaksanakan bahkan mengembangkan suatu usaha, sehingga usaha tersebut dapat terlaksana dengan baik sesuai visi misi suatu usaha.

B. Deskripsi Materi

Bab ini mempelajari tentang strategi kewirausahaan dalam bidang rekam medik. Pada bab ini di ajarkan mengenai Ruang lingkup kewirausahaan kesehatan, langkah perekam medik menjadi perekam medik pengusaha, dan langkah-langkah dan strategi dalam pengembangan kewirausahaan dalam rekam medik

C. Kemampuan/Tujuan Akhir yang Diharapkan

Mahasiswa Mampu menerapkan strategi kewirausahaan dalam bidang rekam medik.

D. Uraian Materi

- I. Ruang Lingkup Kewirausahaan Kesehatan
- II. Kiat Menjadi Wirausaha Rekam Medik
- III. Stretegi Yang Dilakukan Dalam Pengembangan Usaha

I. Ruang Lingkup Kewirausahaan Kesehatan

1. Training Manajemen Rekam Medik
2. Membuka jasa desain web rumah sakit atau *Elektronik Medical Record*
3. Homecare
4. Konsultan Rekam Medik
5. Terapi komplementer
6. Klinik kesehatan swasta dalam bidang penelitian
7. Dalam bidang pendidikan dan pelatihan

II. Kiat Menjadi Wirausaha Rekam Medik

1. Tahapan Sebelum memulai usaha

Di tahapan ini sebelum memulai bisnis sebaiknya anda mengenal dan memahami hal-hal berikut ini :

- a. Miliki strong why

Sebagai pebisnis anda harus memiliki daftar alasan kuat kenapa anda memilih jalan sebagai pebisnis, strong why inilah yang nantinya akan menjadi penyemangat anda ketika anda menghadapi tantangan dalam bisnis.

- b. Kenali dan pahami produk yang dipilih

Sebelum memulai menjual produk anda harus benar-benar memahami produk apa yang akan di jual, dengan begitu anda bisa memberikan jaminan kepada konsumen bahwa barang yang anda jual adalah benar-benar bisa menjadi solusi atas permasalahan yang konsumen anda hadapi, ingat esensi bisnis adalah tentang helping people, maka pastikan produk yang anda jual menjadikan solusi bagi konsumen anda.

- c. Kenali dan pahami target market

Sebagai pebisnis penting bagi anda Memahami dan mengenal siapa target market bisnis anda, karena dengan memahami target market anda bisa dengan mudah mengetahui kemana produk anda akan dijual dan solusi apa yang anda tawarkan untuk problem yang konsumen hadapi.

- d. Kenali dan pahami saluran distribusi

Setelah anda memahami produk dan target market dengan baik, selanjutnya yang mesti anda pahami adalah saluran distribusi produk anda, apakah anda akan menjual produk langsung ke konsumen, menjual menggunakan distribusi channel, menggunakan online atau menggunakan saluran offline.

2. Tahapan saat menjalankan bisnis

Pada tahapan ini anda harus mulai memiliki catatan rekam medic bisnis anda, catatan-catatan tersebut diantaranya sebagai berikut.

a. Memiliki catatan keuangan

Catatan keuangan merupakan instrument wajib yang harus dimiliki oleh setiap bisnis, karena dengan memiliki catatan keuangan anda bisa mengetahui kondisi bisnis anda saat ini dan seberapa berat bisnis anda,

b. Memiliki database customer

Di era data seperti sekarang Memiliki database customer merupakan modal yang sangat penting, dengan memiliki database customer anda bisa dengan mudah melakukan promosi kepada customer anda tanpa harus mengeluarkan biaya kembali.

c. Memiliki catatan aktivitas pemasaran

Selain keuangan catatan aktivitas lain yang mesti anda miliki adalah catatan aktivitas pemasaran, dengan mencatat aktivitas pemasaran anda bisa dengan mudah mengetahui apa saja aktivitas yang telah dilakukan dan rencana apa yang akan dilaksanakan untuk bisnis anda

d. Memiliki catatan aktivitas karyawan

Dalam bisnis karyawan menjadi komponen yang menentukan kinerja perusahaan, catatan aktivitas karyawan berguna untuk memantau apa yang di lakukan karyawan misalkan hari ini tim di bidang A sedang mengerjakan apa, hasilnya seperti apa dan evaluasinya bagaimana .

3. Tahapan evaluasi

Setelah anda melakukan semua aktivitas bisnis tahapan terakhir adalah tahapan evaluasi bisnis anda, beberapa evaluasi yang mesti di lakukan adalah sebagai berikut.

a. Evaluasi promo

Aktivitas promosi merupakan aktivitas rutin yang anda lakukan dalam memperkenalkan produk anda kepada calon konsumen, lakukan evaluasi terhadap setiap aktivitas promo yang telah anda lakukan untuk mengetahui seberapa efektif aktivitas promosi yang telah anda lakukan

b. History omset

Untuk mengukur pertumbuhan bisnis biasanya di ukur dengan seberapa besar omset yang di dapatkan dalam periode tertentu, catatan history omset ini berguna untuk mengetahui seberapa besar penghasilan anda di masa lalu dan seberapa besar penghasilan anda saat ini, dengan memiliki catatan history omset anda bisa mengetahui seberapa berat bisnis anda saat ini.

c. Evaluasi hasil penjualan

Setelah anda berhasil menjual produk anda kepada konsumen hal yang selanjutnya anda lakukan adalah melakukan Evaluasi hasil penjualan, evaluasi bisa dilakukan harian, mingguan maupun bulanan, untuk pengusaha pemula sebaiknya evaluasi hasil penjualan sebaiknya di lakukan setiap hari agar ketika ada kendala anda bisa langsung ditangani dengan cepat tanpa harus menunggu satu minggu atau satu bulan kemudian untuk pemecahan masalah.

III. Strategi Yang Dilakukan Dalam Pengembangan Usaha

1. Jeli Melihat Pasar

Dalam hal ini, kebanyakan konsumen lebih memilih dan membeli produk yang tengah tren meskipun dalam kualitas produknya nomor 2 daripada kualitas produk nomor 1 tapi produknya ketinggalan jaman (dalam bidang garmen/usaha pakaian).

2. Menjalin komunikasi dengan orang lain

Memperluas jaringan komunikasi sangatlah penting selain mempermudah mendapatkan informasi juga dapat memperluas daerah pemasaran.

3. Berani Berinvestasi

Sebagai pemula dalam usahadengan dana/modal yang terbatas, diharapkan untuk berani menjual asset sendiri yang dapat menghasilkan uang untuk berinvestasi ataupun berusaha mengkredit uang dengan orang lain dengan syarat harus adanya pertanggungjawaban untuk melunasinya.

4. Focus Dalam Usahnya

Kelemahan dari para wirausahawan selama ini adalah tidak mampu mengelola kesuksesan yang telah dicapai dengan melakukan tindakan yang tidak terkendali.

5. Promosi

Dengan adanya promosi, masyarakat dapat mengenal produk yang ditawarkan. Sehingga konsumen dapat tertarik membeli produk yang telah dibuat.

6. Pemasaran Yang Dilakukan Para Wirausahawan

Dapat memilih tempat yang strategis. Dan dalam hal memproduksi barang dan penamaan tempat (toko) perlu adanya keunikan. Karena dengan keunikan suatu barang, maka kemungkinan banyak konsumen yang mencari, dan semakin besar peluang untuk mendapatkan keuntungan besar, dalam hal ini juga dapat memberikan nilai tambah didalam penjualan produk ataupun memberikan nilai diskon apabila pembelian banyak.

7. Pertimbangkan untuk mengembangkan bisnis

Yakni dengan jalan Waralabalisensi atau peluang bisnis ataupun distribusi wholesale.

Rangkuman:

Kewirausahaan di bidang rekam medik merupakan suatu nilai tambah yang dimiliki oleh seorang perekam medik. Hal ini karena dapat mampu berdaya saing dengan perekam medik yang lain.

TUGAS

A. Tugas Terstruktur

Petunjuk

1. Bacalah dan cermati soal pilihan ganda di bawah ini, kemudian kerjakan secara individu untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang disediakan.
2. Tuliskan dengan rapi hasil soal pilihan ganda ke dalam file *Word Times New Roman* font 12 spasi 1,5 ukuran kertas A4 rata kiri kanan sertakan cover yang berisi judul, nama, nim, logo dan program studi.
3. Dikumpulkan paling lama 1 minggu setelah tugas ini diumumkan
4. Sampaikan hasil soal pilihan ganda kepada dosen pengampu matakuliah sesuai topik
5. Masing-masing kelompok mempresentasikan jawaban soal dan saling memberi tanggapan
6. Kelompok membuat laporan presentasi dikelas sesuai template yang disetujui

LAPORAN PRESENTASI KELOMPOK	
Judul	:
Pertanyaan	:
Jawaban pertanyaan	:

SOAL PILIHAN GANDA

1. Seseorang yang menerima tanggung jawab dan resiko untuk menemukan dan menciptakan peluang unik dengan menggunakan talenta, keterampilan dan energi serta menerapkan proses perencanaan strategik untuk mentransfer peluang tersebut menjadi pelayanan atau produk yang layak dipasarkan. Pernyataan diatas merupakan definisi.....
 - a. Kewirausahaan
 - b. *Entrepreneur*
 - c. Wirausaha
 - d. *Nurse Entrepreneur*

e. Usaha

Pembahasan :

.....
.....

2. Langkah-langkah perawat menjadi nursepreneur (perawat pengusaha) adalah.....
- Pengkajian, diagnosa, perencanaan, implementasi, dan evaluasi
 - Pengkajian, diagnosa, perencanaan, implementasi,
 - Pengkajian, diagnosa, perencanaan
 - Pengkajian, diagnosa
 - Pengkajian

Pembahasan :

.....
.....

3. Yang merupakan langkah-Langkah Dan Strategi Dalam Pengembangan Kewirausahaan Dalam Keperawatan
1. Jeli melihat pasar
 2. Menjalin komunikasi dengan orang lain
 3. Berani berinvestasi
 4. Fokus dalam usahanya dan Promosi

Pembahasan :

.....
.....

B. Kegiatan Mandiri

PETUNJUK

1. Carilah literatur dari berbagai sumber ex : *google cindekia, e-book, e-library* tentang “Langkah-langkah dan strategi dalam pengembangan kewirausahaan dalam keperawatan”.
2. Setiap mahasiswa membuat resume ke dalam file *Word Times New Roman* size *font* 12 spasi 1,5 ukuran kertas A4 rata kiri kanan sertakan NAMA dan NIM.
3. Tugas di upload ke SPAD

LEMBAR JAWABAN

1. Jawaban : B. *Entrepreneur*

Pembahasan :

Entrepreneur adalah Seseorang yang menerima tanggung jawab dan resiko untuk menemukan dan menciptakan peluang unik dengan menggunakan talenta, keterampilan dan energi serta menerapkan proses perencanaan strategik untuk mentransfer peluang tersebut menjadi pelayanan atau produk yang layak dipasarkan.

2. Jawaban : Pengkajian, diagnosa, perencanaan, implementasi, dan evaluasi

Pembahasan :

proses keperawatan itu akan menjadi 5 langkah awal untuk menjadi perawat pengusaha atau perawat pebisnis, yaitu :

a. Pengkajian

Langkah pertama untuk memulai berbisnis adalah kita melakukan pengkajian. Masalah adalah hal pertama yang kita ingin dapatkan dari proses pengkajian. Maka untuk memulai bisnis, kita harus mengetahui masalah apa yang terjadi. Saat ini yang paling berkuasa dalam dunia bisnis adalah pasar (market). Maka pengkajian yang kita lakukan untuk memulai berbisnis adalah mengkaji kebutuhan pasar. Pasar memerlukan apa? Ada masalah apa?.

b. Diagnosa

Langkah kedua setelah melakukan pengkajian adalah menetapkan diagnosa. Dalam dunia bisnis, setelah kita mengetahui kebutuhan pasar maka yang selanjutnya dilakukan adalah memetakan potensi yang bisa kita masuki untuk menjawab kebutuhan pasar. Pemetaan potensi itu dalam langkah ini adalah tahap diagnosa.

c. Perencanaan

Setelah kita mengetahui potensi pasar yang bisa kita masuki, maka langkah selanjutnya adalah menyusun rencana untuk bisa masuk kedalam

pasar yang sesungguhnya. Tahap perencanaan ini merupakan tahap ketika kita harus memiliki konsep usaha yang jelas dan detail. Apa yang kita jual? Apa yang kita berikan kepada konsumen? Apa solusi yang bisa dilakukan untuk menjawab kebutuhan pasar?

d. Implementasi

Langkah ini adalah tahap bagi kita untuk *take action*. Konsep usaha yang jelas harus diwujudkan dalam bentuk nyata. Tahap ini merupakan tahap yang paling inti dalam proses berbisnis dan tentu saja merupakan tahap yang paling sulit. Semua orang bisa punya ide, namun tidak semua orang berani *take action*

e. Evaluasi

Dalam sistem apapun, evaluasi merupakan bagian penting dan tidak boleh terlupakan. Dari evaluasi ini, kita bisa mengetahui apakah implementasi yang kita lakukan berhasil atau tidak. Sama dalam dunia bisnis, evaluasi akan memberikan gambaran kepada kita apakah konsep yang sudah kita jalankan berhasil atau tidak. Jika berhasil, maka kita bisa lakukan peningkatan, namun jika tidak, perubahan rencana dan strategi bisa dilakukan

3. Jawaban : E. Semua benar

Pembahasan :

Langkah -langkah Dan Strategi Dalam Pengembangan Kewirausahaan Dalam Keperawatan adalah :

1. Jeli melihat pasar
2. Menjalin komunikasi dengan orang lain
3. Berani berinvestasi
4. Fokus dalam usahanya dan Promosi

DAFTAR PUSTAKA

- Craven and David, W. **Pemasaran Strategi**, Erlangga. Jakarta : 1996
- Irawan., Faried Wijaya, M. N and Sudjoni. **Pemasaran : Prinsip dan Kasus Edisi 2**, BPFE. Yogyakarta : 1996
- Assauri and Sofjan. **Manajemen Pemasaran**, Rajawali Pers. Jakarta : 2010
- Philip Kotler and Gary Armstrong. **Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1**, Erlangga. Jakarta 2010
- Sutiyo, 2017. “ **Penerapan Jiwa Kewirausahaan Dalam Kepemimpinan Pemerintahan**”. Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi, Vol 7 No 1 Juni 2017

BAB IV

ANALISIS KEWIRAUSAHAAN

Merry Moy Mita, S.E, M.Si

PENDAHULUAN

A. Pengantar Pendahuluan

Analisis SWOT adalah singkatan dari *Strength, Weakness, Opportunities*, dan *Threats*. Seperti namanya, Analisis SWOT merupakan suatu teknik perencanaan strategi yang bermanfaat untuk mengevaluasi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek, baik yang sedang berlangsung maupun dalam perencanaan baru. Dalam memulai suatu usaha analisis SWOT sangat penting dilakukan terlebih dahulu, sehingga usaha yang kita akan rencanakan sesuai tujuan dan dapat mencapai keberhasilan.

B. Deskripsi Materi

Pada bab ini membahas tentang analisis kewirausahaan dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT yang akan diajarkan mengenai Pengertian analisis SWOT, Unsur- unsur analisis SWOT, manfaat analisis SWOT, danm Faktor analisis SWOT

C. Kemampuan/Tujuan Akhir yang Diharapkan

Mahasiswa Mampu menggunakan Analisis kewirausahaan

D. Uraian Materi

- I. Pengertian analisis SWOT
- II. Unsur- unsur analisis SWOT
- III. Manfaat analisis SWOT
- IV. Faktor analisis SWOT

I. PENGERTIAN ANALISIS SWOT

SWOT adalah singkatan dari *Strength*, *Weakness*, *Opportunities*, dan *Threats*. Seperti namanya, Analisis SWOT merupakan suatu teknik perencanaan strategi yang bermanfaat untuk mengevaluasi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek, baik yang sedang berlangsung maupun dalam perencanaan baru.

1. Analisis SWOT menurut Philip Kotler diartikan sebagai evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Sedangkan
2. Menurut Freddy Rangkuti, analisis SWOT diartikan sebagai : “analisa yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*)”
3. Menurut Rangkuti, definisi analisis SWOT adalah usaha yang dilakukan berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, dan pada saat yang sama dapat meminimalisir kelemahan dan ancaman. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan.

Analisis SWOT merupakan salah satu instrumen analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang dikenal luas. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan meminimalkan kelemahan dan ancaman. Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang besar atas rancangan suatu strategi yang berhasil.

II. UNSUR- UNSUR ANALISIS SWOT



1. Kekuatan (*Strenght*)

Yakni suatu analisis kekuatan yang terdapat pada suatu perusahaan, seperti menganalisis kelebihan yang dimiliki oleh suatu perusahaan baik dari segi teknologi, lokasi yang strategis, kualitas hasil produksi, maupun unsur

kekuatan lainnya yang lebih menekankan pada suatu keunggulan perusahaan. dan biasanya perusahaan akan membuat daftar kekuatan yang banyak sebagai upaya dari kompetisi.

2. Kelemahan (*Weakness*)

Sedangkan arti Kelemahan dalam analisis SWOT adalah suatu hal dalam sumber daya yang menjadi penghalang bagi tercapainya tujuan, kepentingan baik dalam organisasi, perusahaan atau individu untuk mencapai sesuatu.

3. Peluang (*Opportunity*)

Selain itu, pengertian peluang dalam analisis SWOT adalah situasi yang menguntungkan bagi suatu perusahaan, serta terdapat kecenderungan-kecenderungan sebagai salah satu sumber dari peluang.

4. Ancaman (*Treats*)

Sedangkan pengertian Ancaman dalam analisis SWOT adalah suatu faktor-faktor yang terdapat dalam lingkungan yang berdampak pada ketidakmenguntungan dalam perusahaan jika tidak diatasi maka akan menjadi hambatan bagi perusahaan, organisasi atau individu yang bersangkutan baik masa sekarang maupun yang akan datang. Informasi eksternal mengenai peluang dan ancaman dapat diperoleh dari banyak sumber, termasuk pelanggan, dokumen pemerintah, pemasok, kalangan perbankan, rekan diperusahaan lain. Banyak perusahaan menggunakan jasa lembaga pemindaian untuk memperoleh keliping surat kabar, riset di internet, dan analisis tren-tren domestik dan global yang relevan.

III. MANFAAT ANALISIS SWOT

1. Perusahaan menjadi lebih memahami kekuatannya dan memberikan rekomendasi untuk meningkatkannya.
2. Perusahaan dapat melihat suatu peluang dan dapat mempertahankan peluang.
3. Perusahaan mengetahui kelemahan serta mencari solusi untuk mengurangi kelemahan tersebut.

4. Perusahaan mengetahui potensi ancaman serta mencari solusi untuk menghindari ancaman tersebut.

IV. FAKTOR ANALISIS SWOT

1. Faktor Eksternal

Faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya *opportunities and threats* (O dan T). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industri dan lingkungan bisnis makro, ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya.

2. Faktor Internal

Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya *strenghts and weaknesses* (S dan W). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi dalam perusahaan, yang mana ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (*decision making*) perusahaan. Faktor internal ini meliputi semua macam manajemen fungsional : pemasaran, keuangan, operasi, sumberdaya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen dan budaya perusahaan (*corporate culture*).

RANGKUMAN

SWOT adalah singkatan dari *Strength, Weakness, Opportunities, dan Threats*. Seperti namanya, Analisis SWOT merupakan suatu teknik perencanaan strategi yang bermanfaat untuk mengevaluasi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek, baik yang sedang berlangsung maupun dalam perencanaan baru.

Analisis SWOT merupakan salah satu instrumen analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang dikenal luas. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan meminimalkan kelemahan dan ancaman. Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang besar atas rancangan suatu strategi yang berhasil.

TUGAS

A. Tugas Terstruktur

Petunjuk

1. Bacalah dan cermati soal kasus di bawah ini, kemudian kerjakan secara individu untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang disediakan.
2. Tuliskan dengan rapi hasil soal kasus ke dalam file *Word Times New Roman* font 12 spasi 1,5 ukuran kertas A4 rata kiri kanan sertakan cover yang berisi judul, nama, nim, logo dan program studi.
7. Dikumpulkan paling lama 1 minggu setelah tugas ini diumumkan
8. Masing-masing kelompok mempresentasikan jawaban soal kasus dan saling memberi tanggapan
9. Kelompok membuat laporan presentasi dikelas sesuai template yang disetujui

LAPORAN PRESENTASI KELOMPOK	
Judul	:
Pertanyaan	:
Jawaban pertanyaan	:

Soal

Gudeg Arini, restoran makanan khas Indonesia di sekitaran jogjakarta. Mereka menjual makanan khas indonesia dan juga gudeg kalengan, serta bermacam-macam oleh-oleh khas jogja. Restoran ini berencana untuk membuka cabang pertamanya di pusat kota solo dan sangat fokus pada pengembangan model bisnis yang akan membuatnya mudah berkembang dengan cepat dan membuka kemungkinan waralaba.

Buatkan tabel analisis SWOT pada rencana usaha yang terdapat pada kasus diatas.

Template analisis SWOT

Strengths	Weaknesses	Opportunities	Threats

B. Kegiatan Mandiri

1. Setiap mahasiswa membuat resume ke dalam file *Word Times New Roman* size *font* 12 spasi 1,5 ukuran kertas A4 rata kiri kanan sertakan nama dan nim.
2. Carilah literatur dari berbagai sumber ex : *google cindekia, e-book, e-library* tentang “Analisis SWOT”
3. Tugas dikirim ke dosen pengajar via email

Strengths	Weaknesses	Opportunities	Threats
Lokasi: Pusat kota yang sibuk	Kekurangan modal: Persetujuan pinjaman dari bank	Pertumbuhan daerah: kota solo tumbuh sebesar 8,5% setiap tahun, dan sebagai kota wisata sekaligus kota pelajar	Kompetisi: restoran serupa memiliki pelanggan setia
Keunikan: Makanan tradisional indonesia yang sehat, dan oleh oleh untuk wistawan lokal dan asing	Kurangnya reputasi: Bisnis belum stabil	Target pertumbuhan pasar: Pelajar, wisatawan, dan warga lokal yang terus bertumbuh	Masalah pada saat pembukaan: pelanggan mungkin tidak kembali lagi
Pengelolaan: Memiliki keterampilan manajemen yang sudah mumpuni	Kurangnya alat penunjang dalam bisnis: masih menggunakan proses akuntansi manual		Masalah pembuatan laporan keuangan: belum menggunakan software akuntansi

DAFTAR PUSTAKA

- Craven and David, W. Pemasaran Strategi, Erlangga. Jakarta : 1996
- Irawan., Faried Wijaya, M. N and Sudjoni. Pemasaran : Prinsip dan Kasus Edisi 2, BPFE. Yogyakarta : 1996
- Assauri and Sofjan. Manajemen Pemasaran, Rajawali Pers. Jakarta : 2010
- Philip Kotler and Gary Armstrong. Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1, Erlangga. Jakarta 2010
- Sutiyo, 2017. “ Penerapan Jiwa Kewirausahaan Dalam Kepemimpinan Pemerintahan”. Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi, Vol 7 No 1 Juni 2017

BAB V

**HASIL-HASIL PENELITIAN TENTANG *ISSUE* PELUANG BISNIS
DIBIDANG REKAM MEDIK DAN IDE/BENTUK USAHA
DIBIDANG REKAM MEDIK**

Merry Moy Mita, S.E, M.Si

PENDAHULUAN

A. Pengantar Pendahuluan

Selamat! Anda sudah memasuki Bab V pada modul ini. Bab V ini membahas tentang hasil-hasil penelitian khususnya hasil-hasil penelitian tentang *issue* peluang bisnis dibidang rekam medik dan ide/bentuk usaha dibidang rekam medik. Konsep ini diberikan agar membantu mahasiswa untuk memahami penelitian terkini atau teori dan temuan baru terkait ide/bentuk usaha dibidang rekam medik. Konsep ini juga sangat dibutuhkan sebagai bahan referensi bagi perekam medik untuk membuat suatu usaha.

B. Deskripsi Materi

Bab V ini mengulas tentang hasil-hasil penelitian khususnya hasil-hasil penelitian tentang *issue* peluang bisnis dibidang rekam medik dan ide/bentuk usaha dibidang rekam medik.

C. Kemampuan/Tujuan Akhir yang Diharapkan

Mahasiswa Mampu mengintegrasikan hasil-hasil penelitian tentang *Issue* peluang bisnis dibidang rekam medik dan ide/bentuk usaha dibidang rekam medik

D. Uraian Materi

- I. *Issue* sumber ide usaha di bidang keperawatan
- II. Ide/bentuk usaha dibidang keperawatan.
- III. Kelebihan/kekurangan berbagai sumber ide usaha di bidang keperawatan
- IV. Jenis – jenis wirausaha dibidang kesehatan/keperawatan

I. Issue Sumber Ide Usaha di Bidang Rekam Medis

Salah satu kendala seseorang untuk memulai usaha sendiri adalah tidak memiliki ide usaha, mereka seringkali bingung untuk memulai suatu usaha yang hendak ditekuninya. Padahal banyak cara bisa dilakukan untuk memperoleh atau menemukan ide untuk memulai suatu usaha entah sebagai usaha sampingan lebih dulu baru kemudian menjadi usaha pokok atau justru langsung saja menjadi pekerjaan utamanya. Beberapa sumber ide usaha berikut bisa dijadikan acuan untuk menggali ide-ide usaha, lalu menuliskan apapun yang terlintas dalam pikiran seorang wirausaha, fokuskan hanya pada ide - jangan dulu berfikir modal dan hal lain. Bisa jadi nantinya akan muncul ide usaha baru yang unik. Apapun itu jenis usahanya baik barang maupun jasa, yakinlah pada diri seorang wirausaha sendiri bahwa seorang wirausaha itu mempunyai kelebihan dan potensi yang maha dahsyat yang tersimpan didalam alam bawah sadar seorang wirausaha. Yang harus seorang wirausaha lakukan adalah kenali dan gali potensi seorang wirausaha tersebut, implementasikan dengan membuka usaha apapun itu yang sesuai dengan minat atau bakat seorang wirausaha. Jangan belenggu potensi minat dan bakat seorang wirausaha, mulailah membuka usaha dari hal yang mungkin terlihat kecil dan sepele namun percayalah dengan kesungguhan dan tekad yang kuat seorang wirausaha akan menjadi pengusaha besar, pengusaha sukses, pengusaha yang dapat mengangkat harkat martabat bangsa.

1. Jual keunikan

Jika seorang wirausaha tergolong manusia kreatif dan inovatif, pasti banyak ide atau hal baru yang dapat Seorang wirausaha jadikan peluang usaha. Tidak sedikit usaha baru dimulai dari penemuan jenis produk, teknologi, sistem, dan program baru. Jika berhasil menciptakan sebuah keunikan, segera seorang wirausaha ambil hak paten dan menjualnya. Penemuan baru biasanya sangat berpeluang untuk menembus pasar, apalagi khas, unik, dan dibutuhkan orang banyak.

2. Duplikasi usaha lain

Bagi Seorang wirausaha yang merasa kurang kreatif dan inovatif, jangan putus asa. Percayalah, ide usaha tersebar dimana-mana, bahkan di depan mata. Seorang wirausaha harus selalu perlu membaca peluang, mengukur potensi, dan berani mengambil resiko. Misalnya, di sekitar Seorang

wirausaha ada rumah makan bakmi yang cukup laris. Apa salahnya Seorang wirausaha bersaing secara sehat di tempat yang sama dengan produk yang sama. Seorang wirausaha cukup menduplikasi usaha tersebut, tapi harus memberikan nilai tambah kepada konsumen, seperti pelayanan, harga, kecepatan, keramahan. Contoh pelayanan yang lebih memuaskan kepada konsumen adalah memberikan air teh gratis kepada konsumen atau memberikan porsi daging yang lebih banyak di banding pesaing seorang wirausaha.

3. Usaha fasilitas tambahan

Selain menduplikasi, Seorang wirausaha juga bisa membuka usaha dengan memberikan usaha fasilitas tambahan, tapi ini harus dengan sedikit sentuhan kreatifitas. Misalnya, tetangga membuka warnet, maka seorang wirausaha masih bisa menyainginya dengan tambahan fasilitas atau memperluas penawaran yang ada. Seorang wirausaha bisa mendirikan warnet di lokasi sama.

4. Jual keterampilan

Seorang wirausaha sendiri pun dapat menjual keterampilan yang dimiliki. Jika bisa menggunting rambut, Seorang wirausaha bisa membuka salon. Dengan sedikit sentuhan yang berbeda dengan salon-salon lainnya, pasti salon Seorang wirausaha akan ramai di kunjungi konsumen. Bagi Seorang wirausaha yang mahir mengetik 10 jari, tidak ada salahnya membuka usaha jasa pengetikan, seperti skripsi, naskah, makalah, dan lain-lain yang kemudian bisa Seorang wirausaha kembangkan dengan menerima jasa penerjemahan (translate). Ada banyak usaha yang bisa seorang wirausaha buka berdasarkan keterampilan seorang wirausaha, yakinlah seorang wirausaha punya potensi, punya keterampilan dan punya harapan besar untuk sukses menjadi seorang *entrepreneur*, meskipun sebagai *entrepreneur*.. mulailah belajar menghasilkan *income* melalui keterampilan sendiri semisal memberikan privat bahasa inggris, komputer, matematika, musik, menyanyi atau jasa pengetikan seperti yang disampaikan diatas.

5. Menjadi agen produk

Ini paling mudah, modalnya pun biasanya tidak terlalu besar. Seorang wirausaha bisa membuka kantor keagenan, baik suatu produk maupun jasa. Banyak sekali produk dan jasa yang sangat memerlukan agen. Selain menjadi agen suatu produk, Seorang wirausaha juga bisa menjadi agen yang menyediakan jasa, seperti agen isi ulang air, isi ulang pulsa, penyalur pembantu rumah tangga, agen modeling/foto model, agen iklan, dan lain-lain.

6. Usaha bersama

Kadang usaha akan lebih bagus jika didirikan dan di kelola bersama-sama. Misalnya Seorang wirausaha pintar pemrograman komputer, tapi seorang wirausaha memiliki sedikit teman, sementara teman seorang wirausaha memiliki banyak teman dan punya relasi yang luas dan membutuhkan jasa pemrograman, seorang wirausaha bisa saja membuka usaha jasa pemrograman (software house). Seorang wirausaha yang mengerjakan pekerjaannya, sedangkan teman seorang wirausaha yang mencari *order*. Dari kelebihan masing-masing inilah bisa memperkuat suatu usaha baru sekaligus membesarkannya.

7. Buka Kantor

Bagi seorang wirausaha yang memiliki keterampilan/keahlian segera buka kantor sendiri. Jangan takut masalah modal dan SDM. Seorang wirausaha bisa mengajak kolega atau teman seprofesi untuk patungan modal dan membuka kantor tersebut. Juallah *skill* dan pengalaman seorang wirausaha. Jika reputasi bagus dan relasi banyak (network), jangan kuatir kekurangan klien. Seorang wirausaha bisa memulai mendirikan kantor dari rumah atau lebih dikenal dengan sebutan *home office*. Cukup dengan menyediakan satu komputer, satu telepon, faks, meja, dan kursi tamu.

II. Ide/Bentuk Usaha Dibidang Rekam Medik

1. Pembuatan Aplikasi Android (Klinik Online)
2. Rancangan Desain Formulir
3. Usaha dalam bentuk Jasa :
 - a) Traning Manajemen Rekam Medik

b) Jasa desain web rumah sakit atau *Elektronik Medical Record*

III. Kelebihan dan Kekurangan Berbagai Sumber Ide usaha di Bidang Rekam Medis

Banyak orang masih mempertanyakan apakah keuntungan jadi seorang pengusaha di banding dengan pegawai yang bekerja di kantoran. mungkin pertanyaan itu muncul dalam benak seorang wirausaha saat ingin memulai suatu usaha. Bagi pria maupun wanita hal tersebut bisa jadi sama saja, sama-sama bisa melakukan bekerja di kantor jadi karyawan maupun bekerja mandiri (bisnis). Beberapa kelebihan menjadi wirausaha maupun kekurangan nya :

1. Waktu menjadi lebih banyak

Maksudnya adalah dengan Menjadi wirausaha, Seorang wirausaha akan memiliki waktu yang fleksibel, tidak terikat. Berbeda dengan jam kantor yang sudah menetapkan stseorang wirausahar jam kerja setiap harinya. Seorang wirausaha juga tak perlu repot-repot lembur di kantor. Tentu saja ini akan menguntungkan Seorang wirausaha dan keluarga. Waktu untuk berkumpul bersama menjadi lebih banyak, dan lebih mudah mengawasi anggota keluarga setiap hari.

2. Menghasilkan pendapatan sendiri

Memiliki usaha sendiri tentu juga akan menghasilkan pendapatan sendiri (Tidak di Gaji Bos). Besar kecilnya penghasilan yang diperoleh adalah cerminan dari suatu proses kerja keras untuk memajukan bisnis yang telah di lakukan pemilik usaha beserta para karyawan. Dengan memiliki penghasilan yang tak terbatas menjadikan suatu peluang yaitu kebebasan financial. Laba yang didapat justru bisa lebih besar dari gaji karyawan kantoran yang sudah ditentukan oleh perusahaan / pemerintah.

3. Membuka kesempatan lapangan kerja baru

Seorang wirausaha bisa membuka kesempatan kerja bagi siapa saja. Ketika bisnis mulai bertumbuh pesat, maka semakin banyak lapangan kerja yang dapat seorang wirausaha ciptakan (Pengusaha=jobs maker) bukan (Pegawai=jobs seeker) Selain dapat menjadi bagian dari usaha yang digeluti, hal ini juga dapat menciptakan peluang kerja untuk orang lain (Baca=Bermanfaat).

4. Ilmu dan wawasan menjadi bertambah

Tak hanya rekanan saja yang bertambah, ilmu pengetahuan dan wawasan akan terus berkembang. Misalnya ilmu dan wawasan seputar perkembangan bisnis, ekonomi dan sosial. Hal ini juga bisa didapatkan dari rekanan/client yang sering kita temui.

5. Memperluas rekanan (networking)

Menjadi pengusaha akan berpeluang untuk bertemu dengan orang banyak. Hal ini juga bisa membantu untuk menambah rekanan. Semakin banyak rekanan yang akan sangat bermanfaat dalam kemajuan kelangsungan bisnis yang di jalani. Selain itu dari rekanan tersebut akan semakin bertambah apabila service / product yang kita berikan kepada mereka sangat memuaskan.

6. Pekerjaan sesuai minat (hobby)

Hal inilah yang menjadi nilai tambah apabila memilih menjadi wirausaha. Pekerjaan yang sesuai minat dan kesenangan kita bisa di lakukan. Misal memiliki hobi mendesain baju, dari hobi tersebut apabila di arahkan ke sektor bisnis maka akan kita dapat pekerjaan yang kita lakukan sesuai dengan hobi, Berawal dari hobi kemudian menghasilkan pendapatan yang tak terbatas.

Sedangkan kekurangannya antara lain :

1. Memperoleh pendapatan yang tidak pasti

Memang pada awal mula memulai/merintis bisnis akan di rasakan suatu ketidakpastian hasil yang di peroleh. Namun semua nya bisa di atasi, seorang wirausaha harus bisa menganalisa usaha seorang wirausaha sudah berjalan seperti apa, kemudian akan di dapat factor-faktor yang perlu di perbaiki, Maka perbaikilah sistem tersebut seiring dengan berjalanya waktu ikutilah proses nya, dari situ banyak hal yang dapat dipelajari sehingga bisa di gunakan untuk meminimalisir resiko usaha yang di jalani kemudian mengubahnya menjadi keuntungan yang harus bisa di capai.

2. Bekerja keras atau jam kerjanya panjang

Kembali lagi, saat awal mula merintis bisnis, sudah pasti orang memulai usaha butuh mendedikasikan penuh waktunya di usahanya agar usahanya

segera ke tahap tumbuh kemudian ingin segera normal. Pada saat itu orang di tuntut untuk membangun sebuah sistem, bangunlah sistem usaha yang sesuai dengan bisnis yang seorang wirausaha jalankan dan biarkan sistem bekerja untuk seorang wirausaha. Di saat sistem telah bekerja dengan baik di situlah seorang wirausaha bisa menikmati waktu bebas yang lebih banyak .

3. Pada saat awal memulai bisnis harus berhemat

Hal ini sangat penting karena mengingat bisnisnya baru start-up, sehingga diperlukan sikap hemat untuk menjaga kelangsungan bisnisnya. Seorang wirausaha harus cermat mengatur keuangan bisnis seorang wirausaha, jangan terlalu banyak menambah asset konsumtif, akan semakin baik apabila asset produktif yang di perbanyak, sehingga hal tersebut membantu sumber penghasilan bagi usaha seorang wirausaha.

4. Tanggungjawab dan resiko sangat besar

Sangat lumrah apabila dikatakan demikian, bagaimana tidak seorang pengusaha di tuntut untuk bisa mengatur semua yang berkaitan dengan bisnis nya, sukses / jatuh nya sangat bergantung pada pemilik usaha. Kepiawaian business owner menjadikan kunci utama suksesnya usaha yang di jalani. Jangan takut dengan resiko ini, karena hal tersebut bisa dipelajari sembari proses bisnis berjalan. Hadapi tantangan bisnis yang ada di depan, taklukanlah maka kesuksesan besar akan menunggu seorang wirausaha di depan mata.

5. Beban pikiran yang berat

Wajar apabila resiko dan permasalahan yang muncul dalam bisnis yang di jalani menjadikan timbulnya beban pikiran yang sangat berat, karena awalnya permasalahan harus di selesaikan sendiri menurut pemikirannya. Dalam hal ini apabila seorang pengusaha merasa tidak mampu menyelesaikan masalahnya maka yang di lakukan adalah harus bisa mengkonsultasikan masalah bisnisnya pada rekan bisnis yang lebih senior atau jasa konsultan bisnis. Agar problem yang di hadapi segera teratasi.

IV. Jenis – Jenis Wirausaha Dibidang Kesehatan/Rekem Medik

1. Homecare

2. Konsultan Rekam Medik
3. Terapi komplementer
4. Klinik kesehatan swasta dalam bidang penelitian
5. Dalam bidang pendidikan dan pelatihan

Rangkuman

Salah satu kendala seseorang untuk memulai usaha sendiri adalah tidak memiliki ide usaha, mereka seringkali bingung untuk memulai suatu usaha yang hendak ditekuninya. Beberapa sumber ide usaha berikut bisa dijadikan acuan untuk menggali ide-ide usaha, lalu menuliskan apapun yang terlintas dalam pikiran seorang wirausaha, fokuskan hanya pada ide - jangan dulu berfikir modal dan hal lain. Bisa jadi nantinya akan muncul ide usaha baru yang unik. Apapun itu jenis usahanya baik barang maupun jasa, yakinlah pada diri seorang wirausaha sendiri bahwa seorang wirausaha itu mempunyai kelebihan dan potensi yang maha dahsyat yang tersimpan didalam alam bawah sadar seorang wirausaha

Beberapa kelebihan menjadi wirausaha maupun kekurangan nya :

1. Waktu menjadi lebih banyak
2. Menghasilkan pendapatan sendiri
3. Membuka kesempatan lapangan kerja baru
4. Ilmu dan wawasan menjadi bertambah
5. Memperluas rekanan (networking)
6. Pekerjaan sesuai minat (hobby)

Sedangkan kekurangannya antara lain :

1. Memperoleh pendapatan yang tidak pasti
2. Bekerja keras atau jam kerjanya panjang
3. Pada saat awal memulai bisnis harus berhemat
4. Tanggungjawab dan resiko sangat besar
5. Beban pikiran yang berat

TUGAS

A. Tugas Terstruktur

Petunjuk

1. Bacalah dan cermati tugas di bawah ini, kemudian kerjakan secara berkelompok
2. Dikumpulkan paling lama 1 minggu setelah tugas ini diumumkan
3. Mahasiswa dibagi menjadi 4 kelompok yang mana masing-masing kelompok mencari dan menganalisis jurnal tentang topik yang sudah ditentukan kemudian dianalisis dan dituangkan dalam bentuk resume/ ringkasan jurnal.

Adapun topik nya sebagai berikut :

Kel.1 topik tentang “Jasa Konsultan Rekam Medik“,

Kel 2 dengan topik “*Jasa Desain Web RS* ”,

Kel.3. dengan topik ‘*Jasa Scan Formulir*’

Kel 4 dengan topik praktek perorangan/ *Perusahaan IT*”

Laporan tugas dituangkan dalam bentuk makalah dengan kertas A4 times new roman font 12 spasi 1,5 rata kiri kanan.

4. Bentuk laporan tugas disusun dengan mengikuti format sebagai berikut :

SAMPUL DEPAN (COVER)

DAFTAR ISI

BAB I

TOPIK : JUDUL TUGAS DISKUSI

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Tujuan

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

BAB III

PEMBAHASAN

BAB IV

KESIMPULAN DAN PENUTUP

DAFTAR PUSTAKA

5. Laporan Resume dan PPT dikirim keemail dosen pengajar

B. Kegiatan Mandiri

Petunjuk

Setiap Mahasiswa mencari satu jurnal/artikel terkait *issue*, dan ide dalam usaha di bidang keperawatan dan membuat analisis jurnal dalam bentuk resume/ringkasan jurnal. Jurnal dan resume jurnal dikirim ke dosen pengajar via email.

DAFTAR PUSTAKA

Craven and David, W. Pemasaran Strategi, Erlangga. Jakarta : 1996

- Irawan., Faried Wijaya, M. N and Sudjoni. Pemasaran : Prinsip dan Kasus Edisi 2, BPFE. Yogyakarta : 1996
- Assauri and Sofjan. Manajemen Pemasaran, Rajawali Pers. Jakarta : 2010
- Philip Kotler and Gary Armstrong. Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1, Erlangga. Jakarta 2010
- Sutiyo, 2017. “ Penerapan Jiwa Kewirausahaan Dalam Kepemimpinan Pemerintahan”. Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi, Vol 7 No 1 Juni 2017

BAB VI

PROSES PERENCANAAN KEWIRAUSAHAAN/ *BUSINESS PLAN*
BIDANG USAHA REKAM MEDIK

Merry Moy Mita, S.E, M.Si

PENDAHULUAN

A. Pengantar Pendahuluan

Suatu bisnis memiliki tujuan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Sikap konsisten dan jasa yang berkualitas akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan dapat memberi manfaat. Dimana kepuasan pelanggan sendiri menjadi titik fokus perusahaan untuk menghindari kebangkrutan dan menarik pelanggan sebanyak-banyaknya dalam rangka meningkatkan keuntungan perusahaan. Berdasarkan informasi, data dan hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat terlihat bahwa loyalitas pelanggan memegang peranan penting dalam keberlangsungan bisnis, serta upaya peningkatan penjualan dan pendapatan laba maksimal.

B. Deskripsi Materi

Pada bab ini membahas tentang proses perencanaan kewirausahaan/ *Business Plan* bidang rekam medik mencakup: Faktor-faktor Pemicu Kewirausahaan, Model Proses Kewirausahaan, Ciri-ciri Penting Tahap Pemulaan dan Pertumbuhan Kewirausahaan, Faktor Penyebab Kegagalan Berwirausaha, dan Keuntungan dan Kerugian Berwirausaha.

C. Kemampuan/Tujuan yang diharapkan

Mahasiswa mampu melakukan proses perencanaan kewirausahaan/ *business plan* bidang usaha rekam medik.

D. Uraian Materi

- I. Aspek-aspek Rencana Usaha
- II. Standar Dalam Pembuatan *Business Plan*
- III. Faktor-Faktor Yang Harus Diperhatikan Dalam Rencana Usaha
- IV. Prosedur Hukum Pendirian Badan Usaha
- V. Perencanaan Bisnis (*Business Plan*)
- VI. Strategi pemasaran/*marketing*

I. Aspek-Aspek Rencana Usaha

Memulai bisnis bagi kebanyakan orang bukanlah hal yang mudah. Hal yang klasik, banyak pertimbangan di sana sini sehingga tak jarang membuat orang

urung memulai bisnis. Semestinya memulai bisnis tidak menjadi salah satu sumber ketakutan bagi setiap orang. Untuk menghilangkan ketakutan dalam memulai bisnis, seseorang bisa membuat persiapan bisnis yang matang sehingga dapat menjalaninya dengan optimistis. Salah satu seminar Gerald Abraham salah seorang penasehat bisnis pada sebuah firma hukum, juga pemilik dan direktur sebuah konsultan keuangan di tahun 2006, berisi tentang menjadi sukses dengan memahami 9 aspek penting sebelum memulai usaha :

1. Memahami konsep produk atau jasa secara baik

Sebelum memulai suatu usaha maka hal yang terpenting adalah pemahaman kita akan konsep produk atau jasa yang akan menjadi bisnis inti. Kita perlu memahami bukan hanya secara teknis produksi tetapi juga pasar dan prospek mulai daripada lingkungan yang terkecil kepada lingkungan yang terbesar. Dalam topik ini dibahas secara menyeluruh aspek-aspek yang penting dalam melakukan analisa atas kelayakan dan prospek produk termasuk produk-produk yang sama sekali baru dengan melihat sisi human behavior, kebutuhan pasar dan lainnya.

2. Membuat visi dan misi bisnis

Setiap orang yang mau memulai bisnis harus mengetahui visi dan misi yang akan menjadi panduan seseorang untuk tetap fokus kepada tujuan bisnis dan organisasi yang awal. Seringkali suatu usaha pada saat mulai berkembang pada tahap berikutnya mengalami kegagalan karena organisasi tersebut tidak memfokuskan diri kepada peningkatan kemajuan bisnis awal tetapi terlalu banyak mencoba mengembangkan bidang usaha lain yang baru. Dalam topik ini setiap orang akan belajar bagaimana membuat visi dan misi dalam kaitannya dengan latar belakang pribadi dan pengetahuan usaha yang akan seorang wirausaha rintis.

3. Perlunya winning, positive dan learning attitude untuk menjadi sukses

Sikap mental merupakan kunci keberhasilan atas usaha seorang wirausaha selain daripada pemahaman usaha seorang wirausaha. there is no over night success sesuatu yang harus dicamkan daripada setiap calon “entrepreneur” karena dibutuhkan waktu, sikap tidak menyerah, proses belajar secara kesinambunga, dan melihat permasalahan secara positif

yang tidak membuat seorang wirausaha menjadi patah semangat namun melihat setiap peluang dan belajar atas setiap kegagalan. Seorang wirausaha akan belajar untuk mengembangkan sikap-sikap diatas untuk menjadi “bisnis entrepreneur” yang sukses.

4. Membuat perencanaan dan strategi bisnis yang efektif akan menghindari usaha daripada resiko bisnis dan keuangan

Secara statistik hampir seluruh kegagalan bisnis kecil dan menengah disebabkan karena tidak adanya atau kurang efektifnya perencanaan bisnis yang seorang wirausaha buat. Asumsi-asumsi seperti kapasitas produksi, tingkat utilisasi produksi, proyeksi kenaikan harga dan biaya dan aspek lainnya dalam perencanaan bisnis haruslah menggambarkan secara akurat realitas pasar atau praktek yang ada dalam suatu industri. Sistematisa perhitungan dan proyeksi pendapatan dan biaya harus dibuat secara tepat sehingga membantu setiap calon pengusaha untuk menghitung secara akurat kebutuhan modal investasi dan modal kerja termasuk struktur biaya untuk persiapan awal, tahap percobaan, produksi secara komersial, inventori, distribusi, pemasaran, administrasi, sumber daya manusia dan juga komponen pendapatan usaha yang terdiri dari pendapatan inti dan tambahan. Pemahaman yang baik atas hal ini juga akan membantu calon entrepreneur untuk dapat mengidentifikasi potensi resiko bisnis, manajemen dan keuangan dan membuat langkah-langkah pengendalian untuk dapat menghindari setiap resiko tersebut.

5. Pengetahuan dasar manajemen, organisasi dan sistem akan menghindari usaha daripada resiko manajemen

Setiap usaha dari yang paling kecil sekalipun membutuhkan manajemen yang baik untuk memastikan proses pemasaran, produksi, distribusi dan penjualan berlangsung dengan baik. Sistem manajemen yang buruk akan mengakibatkan adanya biaya yang tidak perlu seperti bahan baku yang terbuang, pekerja yang tidak produktif karena pengawasan yang tidak efektif dan deskripsi pekerjaan yang tidak jelas, koordinasi dan komunikasi antar pegawai yang tidak efektif sehingga banyak keputusan yang terlambat, perekrutan pegawai yang tidak efektif sehingga banyak

pegawai yang keluar masuk dan membuang banyak waktu dan biaya, pelatihan yang tidak baik sehingga produktivitas pegawai yang rendah dan masih banyak lagi permasalahan organisasi. Dalam topik ini kami akan memberikan pengetahuan dasar dan aspek-aspek yang sangat penting yang harus dipelajari oleh calon bisnis entrepreneur untuk menghindari resiko manajemen yang dapat menyebabkan kegagalan usaha.

6. Optimalisasi sumber daya manusia makan 50% usaha seorang wirausaha sudah berhasil

Sumber Daya Manusia atau SDM merupakan salah satu kunci keberhasilan usaha yang sangat penting. Banyak pakar yang menyadari bahwasanya untuk memulai usaha seringkali apabila kita merekrut pegawai yang tepat dan berpotensi sangat baik dapat menutup kelemahan manajemen, organisasi dan sistim dalam jangka pendek. Dengan SDM yang tepat maka kita sudah setengah jalan untuk menjadi sukses. Topik ini akan membantu kita untuk memahami kriteria pegawai yang baik dan sesuai dengan kebutuhan usaha, manajemen SDM secara umum termasuk sistim penilaian kinerja pegawai sehingga setiap pegawai akan merasa puas dan juga bagaimana memotivasi pegawai baik secara psikologi umum maupun dengan sistim insentif untuk mengoptimalkan kinerja pegawai.

7. Mengapa kreativitas, kepemimpinan dan proses pembuatan keputusan sangat penting?

Dalam memulai usaha umumnya setiap calon entrepreneur akan mengalami banyak permasalahan dan krisis. Banyak kegagalan terjadi karena kurangnya kreativitas, kepemimpinan dan pembuatan keputusan yang tepat untuk mencari solusi yang baik. Kreativitas seperti “thinking outbox” atau kemampuan melakukan analisa permasalahan di luar pemahaman yang sudah ada dan mencari alternatif solusi yang kreatif akan sangat membantu usaha seorang wirausaha untuk berhasil. Kreativitas juga akan sangat membantu seorang wirausaha untuk menyesuaikan produk-produk seorang wirausaha agar dapat diterima oleh pasar dan juga melihat berbagai peluang dalam membangun usaha seorang wirausaha. Kepemimpinan sangat penting dalam krisis untuk membuat setiap pegawai

dan semua orang yang terlibat dalam usaha seorang wirausaha percaya bahwasanya seorang wirausaha tidak panik, menjadi tempat last resort solusi atas semua permasalahan dan menjadi panutan. Proses Pembuatan Keputusan akan membantu seorang wirausaha dalam mencari alternatif solusi dan memilih yang terbaik untuk usaha dan organisasi seorang wirausaha. Dalam topik ini seorang wirausaha akan mendapatkan cara-cara mengembangkan kreativitas usaha seorang wirausaha, ciri-ciri kepemimpinan yang cocok dengan latar belakang pribadi seorang wirausaha dan bagaimana proses yang benar dalam membuat keputusan dalam setiap permasalahan.

8. Pengetahuan dasar pengelolaan keuangan dan pembiayaan

Pemahaman atas aspek ini adalah sangat penting dalam perkembangan usaha seorang wirausaha. Seringkali produksi terganggu karena pengelolaan keuangan yang tidak baik seperti kekurangan dana untuk pembelian bahan baku, alat-alat produksi dan lainnya. Dalam topik ini akan dibahas pengetahuan dasar atas cash flow atau arus kas yang seperti darah dalam tubuh manusia, biaya pendanaan, pembiayaan modal kerja dan investasi, struktur modal, aset perusahaan, penyertaan modal dan lainnya.

9. Pemasaran, pelayanan dan product brand

Pemasaran merupakan ujung tombak keberhasilan penjualan produk atau jasa. Sebaik apapun produk atau jasa tanpa pemasaran yang baik maka akan sangat sukar untuk meningkat penjualan dan keuntungan usaha. Di lain pihak tanpa pelayanan yang baik kepada pelanggan maka akan sangat sukar suatu usaha untuk memperoleh pelanggan yang loyal yang merupakan kunci perkembangan usaha. Dengan pelanggan yang loyal maka pekerjaan pemasaran akan lebih mudah karena pelayanan yang baik akan menciptakan product brand yang baik kepada calon pelanggan baru. Dalam topik ini akan dibahas secara menyeluruh semua aspek penting dalam membuat strategi pemasaran, identifikasi pelayanan yang dibutuhkan pelanggan dan bagaimana menciptakan product brand dan efeknya kepada keberhasilan usaha.

II. Standar Dalam Pembuatan *Business Plan*

Sebuah perencanaan usaha/bisnis, normalnya mengandung serangkaian elemen standar. Format dan bentuk perencanaan sangat bervariasi, tetapi biasanya sebuah perencanaan bisnis akan berisi komponen-komponen seperti deskripsi perusahaan, produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan, pasarnya, prediksi atau ramalan-ramalan ke depan, team manajemennya dan analisis finansial/keuangannya. Sebuah perencanaan usaha/bisnis juga tergantung atau dipengaruhi oleh situasi yang spesifik. Sebagai contoh deskripsi dari team manajemen sangatlah penting untuk investor, demikian juga tentang kondisi keuangan masa lalu menjadi penting untuk pihak bank atau kreditor. Akan tetapi jika pengembangan sebuah perencanaan hanya akan digunakan oleh pihak internal, kita tidak membutuhkan penjelasan secara detail karena semua pihak dalam perusahaan sudah mengetahuinya, justru yang terpenting adalah sudahkah perencanaan yang kita buat matching dengan tujuan perusahaan.

III. Faktor-Faktor Yang Harus Diperhatikan Dalam Rencana Usaha

Melakukan perencanaan usaha adalah salah satu hal yang harus dilakukan apabila Seorang wirausaha ingin memulai dan berkecimpung dalam dunia bisnis. Dengan perencanaan yang matang dan semaksimal mungkin, tentu saja bisnis yang nantinya akan dijalani bisa menghasilkan profit yang tinggi. Dalam membuat rencana bisnis yang baik dan efektif, pastikanlah semua faktor dalam berbisnis dipertimbangkan dan diperhatikan dengan baik. Beberapa hal penting yang harus dipertimbangkan dalam membuat perencanaan bisnis diantaranya yaitu:

1. Modal

Modal merupakan hal yang tak bisa dipisahkan dalam dunia bisnis. Rasanya tidak mungkin suatu bisnis bisa berjalan tanpa adanya modal yang mumpuni. Untuk berkecimpung dalam dunia bisnis, dibutuhkan modal yang memadai dan menunjang agar perjalanan bisnis dapat berlangsung dengan baik. Modal dalam berbisnis itu sendiri terdiri dari beberapa hal, yaitu modal kemampuan, modal biaya, modal tenaga,

kreatifitas dan kerja keras. Persiapan dalam memenuhi kebutuhan seluruh aspek modal harus dilakukan dari jauh-jauh hari sehingga bisnis bisa segera dimulai. Dengan adanya gambaran modal yang Seorang wirausaha miliki, barulah perencanaan bisnis bisa diatur dengan baik.

2. Jenis usaha

Jenis usaha akan sangat menentukan detail perencanaan bisnis yang dibuat dan diaplikasikan nanti. Dengan menentukan jenis usaha yang akan Seorang wirausaha kelola, maka Seorang wirausaha akan mengetahui seperti apa kebutuhan operasional yang harus dipenuhi, seperti apa resiko usaha yang akan dihadapi dan bagaimana cara mengembangkan usaha supaya berjalan dengan baik. Setiap jenis usaha yang Seorang wirausaha pilih memiliki perhitungan dan modal perencanaan yang berbeda satu sama lain sehingga pastikanlah jenis usaha yang Seorang wirausaha pilih adalah jenis bisnis yang tepat dan sesuai dengan keinginan Seorang wirausaha saat ini.

3. Lokasi

Menentukan lokasi usaha yang Seorang wirausaha jalani sangatlah penting dan harus diperhitungkan dengan baik. Sebab, lokasi usaha yang tepat dan strategis dapat meningkatkan daya saing dan potensi usaha yang akan dikelola nanti. Apabila lokasi usaha yang Seorang wirausaha pilih adalah lokasi yang ideal dan juga prospektif, otomatis hasil usaha yang akan Seorang wirausaha peroleh akan terasa manis. Begitu pula sebaliknya, lokasi usaha yang tidak dipertimbangkan dengan baik membuat perjalanan bisnis menjadi kurang efektif.

4. Strategi pemasaran

Melakukan pemasaran dan promosi dalam berbisnis merupakan salah satu faktor penting yang wajib direncanakan dengan baik. Apabila strategi pemasaran telah dirancang sedemikian rupa dengan berbagai bentuk pertimbangan yang matang, tentu saja perjalanan usaha akan mudah berkembang dan menghasilkan profit yang menjanjikan. Semakin efektif strategi yang akan direncanakan, maka semakin besar pula keuntungan yang didapatkan.

5. Manajemen keuangan dan operasional

Merencanakan pengelolaan operasional dan keuangan dalam berbisnis adalah hal yang amat penting dan wajib dilakukan dengan sebaik mungkin. Dengan terbentuknya manajemen pengelolaan keuangan dan operasional usaha yang baik, maka perputaran modal akan semakin efektif. Selain itu, berbagai resiko usaha pun bisa diperhitungkan dengan baik berkat adanya perencanaan manajemen usaha yang kompetitif.

IV. Prosedur Hukum Pendirian Badan Usaha

Bisnis dan hukum adalah dua aspek yang tidak bisa dipisahkan dan memiliki hubungan yang sangat erat. Jika bisnis berbicara tentang modal usaha, pemasaran, untung-rugi maka hukum berbicara tentang hak dan kewajiban, bentuk badan usaha, perlindungan hukum dan aturan-aturan lainnya yang erat kaitannya dengan bisnis. Aspek pertama yang harus dipahami dalam berbisnis adalah bentuk badan usaha. Bagi pelaku usaha, badan usaha menjadi penting. Ketika bisnis sudah berbadan usaha, bisnis tersebut bisa membuka pintu untuk mendapatkan keuntungan lebih luas, salah satunya dengan keikutsertaan dalam tender dan menarik investor.

Apa Saja Bentuk Badan Usaha?

Secara garis besar ada dua bentuk badan usaha yaitu badan usaha tidak berbadan hukum dan badan usaha berbadan hukum. Badan usaha tidak berbadan hukum misalnya Usaha Dagang (UD), Firma, Persekutuan Perdata/*Matscaap* dan Persekutuan Komanditer/*Comanditare Venootscaap* (CV). Sedangkan, badan berbadan hukum misalnya Perseroan Terbatas (PT) dan Koperasi. Setiap badan usaha yang tidak berbadan hukum maupun berbadan hukum memiliki perbedaan masing-masing. Perbedaan tersebut dapat dilihat dari segi proses pendirian, jumlah pendiri, kepemilikan, pemisahan harta dan barang atau jasa yang menjadi komoditas usaha. Apa saja perbedaan tersebut dan bagaimana prosedur pendirian dimasing-masing badan usaha?

Badan Usaha Tidak Berbadan Hukum

1. Usaha Dagang (UD)

Pada dasarnya usaha dagang merupakan bentuk usaha yang kegiatan utamanya adalah membeli barang dan menjualnya kembali dengan tujuan memperoleh keuntungan. Usaha Dagang (UD) adalah badan usaha yang dimiliki oleh satu pemilik, tidak ada pembagiagian kepemilikan saham karena hanya dimiliki oleh perorangan, selain itu juga tidak ada pemisahan antara kekayaan pemilik dan kekayaan usaha. Pengusaha langsung bertindak sebagai pengelola dan dapat dibantu oleh karyawan yang bekerja pada UD. Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) atau peraturan perundang-undangan lainnya tidak diatur spesifik mengenai UD. Sebenarnya hakikat dari UD untuk dilegalkan adalah kehendak dari pengusaha itu sendiri agar nantinya usaha yang dijalankan lebih mendapatkan kepercayaan konsumen/pihak ketiga. Sedangkan dalam hukum perusahaan yang merupakan bagian dari hukum dagang, usaha dagang bukanlah suatu badan hukum namun demikian bentuk perusahaan ini telah banyak dijalankan oleh banyak pengusaha di Indonesia, bentuk badan ini terbentuk dalam suasana hukum perdata untuk menjalankan suatu usaha. Meskipun bentuk usaha ini tidak diatur secara tegas di dalam KUHD, pemerintah berupaya memberikan dasar hukum melalui Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 23/MPP/KEP/1/1998. Tentang Lembaga-lembaga Usaha Perdagangan. Dalam Keputusan menteri tersebut diatur dalam Pasal 1 butir 3 Lembaga perdagangan adalah suatu instansi/badan yang dapat dibentuk perorangan atau badan usaha. Dalam hal ini UD adalah lembaga perdagangan yang didirikan oleh perorangan.

2. Persekutuan Perdata/*Maatscap*

Persekutuan Perdata atau *Maatscap* adalah kumpulan dari orang-orang yang biasanya memiliki profesi yang sama dan berkeinginan untuk berhimpun dengan menggunakan nama bersama untuk menjalankan suatu usaha. Pendirian persekutuan perdata diatur dalam Pasal 1618 KUHPperdata. Dalam Pasal 1618 KUHP perdata dijelaskan Persekutuan

Perdata (*Maatschap*) adalah persetujuan dengan mana dua orang atau lebih mengikatkan diri untuk memasukkan sesuatu (*inbreng*) dalam persekutuan dengan maksud untuk membagi keuntungan yang terjadi karenanya. Pada pokoknya persekutuan perdata adalah organisasi kerjasama untuk menjalankan usaha bersama. Persekutuan perdata dibagi menjadi dua yaitu Persekutuan Perdata Umum dan Persekutuan Perdata Khusus. Persekutuan Perdata Umum meliputi apa saja yang akan diperoleh para sekutu sebagai hasil usaha mereka selama maatchap berdiri. Persekutuan perdata jenis ini usahanya bisa bermacam-macam (tidak terbatas) yang penting *inbreng*-nya ditentukan secara jelas/terperinci. Sedangkan Persekutuan Perdata Khusus adalah Persekutuan Perdata yang bidang usahanya ditentukan secara khusus, bisa hanya mengenai barang-barang tertentu saja, atau pemakaiannya, atau hasil yang akan didapat dari barang-barang itu, atau mengenai suatu usaha tertentu atau penyelenggaraan suatu perusahaan atau pekerjaan tetap. Menurut Pasal 1618 Persekutuan Perdata didirikan atas dasar perjanjian. Jika sudah ada kata sepakat dari para sekutu untuk mendirikan, meskipun belum ada *inbreng*, maka Persekutuan Perdata sudah dianggap ada.

3. Firma

Firma adalah sebuah bentuk persekutuan usaha untuk menjalankan usaha antara dua orang atau lebih dengan memakai nama bersama. Pemilik firma adalah sekutu dari beberapa orang dan masing-masing anggota persekutuan menyerahkan kekayaan pribadi sesuai yang tercantum dalam akta pendirian perusahaan. Dalam pasal 16 KUHD, ialah tiap-tiap persekutuan perdata yang didirikan untuk menjalankan perusahaan dengan nama bersama”. Menurut pasal 22 KUHD mengharuskan pendirian Firma itu dengan akta otentik. Namun demikian, ketentuan Pasal 22 KUHD tidak diikuti dengan sanksi bila pendirian Firma itu dibuat tanpa akta otentik artinya pendiriannya berdasarkan akta pendirian yang dibuat oleh Notaris. Kedudukan akta pendirian (akta notaris) Firma merupakan alat pembuktian utama terhadap pihak ketiga mengenai adanya persekutuan Firma itu. Namun demikian, ketiadaan akta sebagaimana dimaksud di atas tidak

dapat dijadikan alasan untuk lepas dari tanggung jawab atau dengan maksud merugikan pihak ketiga.

4. Persekutuan Komanditer/*Comanditaire Venotscaap* (CV)

Perseroan Komanditer (CV) adalah suatu persekutuan untuk menjalankan suatu perusahaan yang dibentuk antara satu orang atau lebih dimana sebagian sekutu bertanggung jawab secara terbatas sementara sekutu lainnya bertanggungjawab secara tidak terbatas. Menurut Pasal 19 KUHD CV adalah perseroan yang terbentuk dengan cara meminjamkan uang atau disebut juga persekutuan komanditer, didirikan antara seseorang atau antara beberapa orang pesero yang bertanggung-jawab secara tanggung-renteng untuk keseluruhannya, dan satu orang atau lebih sebagai pemberi pinjaman uang. Jika dilihat dalam praktik pendirian persekutuan komanditer dibuat dengan autentik, dalam hal ini akta notaris. Dalam struktur badan usaha perseroan komanditer ada dua sekutu, yakni sekutu aktif atau sekutu komplementer dan sekutu pasif atau sekutu komenditer.

Badan Usaha Berbadan Hukum

1. Perseroan Terbatas (PT)

Perseroan terbatas atau PT adalah suatu badan hukum yang berdiri berdasarkan perjanjian dengan melakukan kegiatan usaha dengan modal tertentu yang terbagi dalam saham. Para pemilik, pemegang saham tersebut mempunyai tanggung jawab yang terbatas pada jumlah nominal dari saham yang dimilikinya. Saham merupakan sertifikat/surat berharga yang menunjukkan seseorang wirausaha bukti bahwa seorang telah menyetorkan modal ke dalam suatu PT.

2. Koperasi

Koperasi berasal dari kata *Co* dan *Operation* yang mengandung arti kerja sama untuk mencapai tujuan. Undang-Undang No. 25 Tahun 1992, pasal 1 ayat 1 tentang Koperasi menjelaskan koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan melseorang wirausahakan kegiatannya berdasarkan prinsip-prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat.

V. Perencanaan Bisnis (Business Plan)

1. Ringkasan (Executive Summary)

Berisi gambaran singkat kira-kira 1 sampai 2 halaman, mencakup Latar belakang proyek, penggagas proyek, pasar yang menjadi sasaran, pengelolaan proyek sampai dengan kelayakan proyek secara finansial, kelayakan proyek secara umum.

2. Deskripsi Perusahaan (Company Description)

Berisi gambaran singkat profil perusahaan yang akan menjalankan proyek, misalnya Aspek hukum/legal dari bentuk badan usahanya apa? Sejarah/historis Perusahaan, Visi, Misi, Tujuan, Sasaran, Kepemilikan dalam perusahaan dan lainnya.

3. Barang atau Jasa yang diproduksi atau dipasarkan

Berisi gambaran barang/jasa apa yang akan diproduksi atau dipasarkan, alasan barang/jasa tersebut diproduksi dan manfaat/benefit yang dapat diperoleh konsumen/customer atas barang/jasa tersebut.

4. Analisis Aspek Pasar

Berisi gambaran tentang:

a. Peluang Bisnis dan Prospeknya, hal-hal yang perlu dikupas dalam peluang bisnis antara lain:

- 1) Apa yang bisa kita buat?
- 2) Pasar membutuhkan Apa?
- 3) Perlunya Menciptakan Kebutuhan Konsumen (Paradigma terbaru agar bisnis kita bisa eksis kita harus bisa menciptakan pasar)?
- 4) Melihat masih adakah Peluang?, (5) Layakkah Peluang itu kita harap?

VI. Strategi Pemasaran/Marketing

1. Konsep Pemasaran

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:30-32), pemasaran bersandar pada konsep inti berikut:

a. Kebutuhan, Keinginan, dan Permintaan (Needs, Wants, and Demands)

Kebutuhan adalah segala sesuatu yang diperlukan manusia dan harus ada sehingga dapat menggerakkan manusia sebagai dasar (alasan) berusaha. Keinginan adalah hasrat untuk memperoleh pemuas kebutuhan yang spesifik akan kebutuhan. Permintaan adalah keinginan akan produk tertentu yang didukung kemampuan dan kesediaan untuk membayar dan membeli.

b. Penawaran Pasar – Produk, Pelayanan, dan Pengalaman (Market Offerings – Products, Services, and Experiences)

Penawaran pasar merupakan beberapa kombinasi dari produk, pelayanan, informasi, atau pengalaman yang ditawarkan kepada pasar untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka.

c. Nilai Pelanggan dan Kepuasan (Customer Value and Satisfaction)

Nilai pelanggan dilihat sebagai kombinasi antara mutu, jasa, dan harga (quality, service, price) yang mencerminkan manfaat dan biaya berwujud dan tak berwujud bagi konsumen. Kepuasan merupakan penilaian seseorang dari kinerja yang dirasakan dari produk dalam hubungan dengan harapannya.

d. Pertukaran dan Hubungan (Exchanges and Relationships)

Pertukaran adalah tindakan untuk memperoleh sebuah objek yang diinginkan dari seseorang dengan menawarkan sesuatu sebagai imbalan. Pemasaran terdiri dari tindakan yang diambil untuk membangun dan memelihara hubungan melalui transaksi dengan target pembeli, pemasok, dan penyalur yang melibatkan produk, pelayanan, ide, atau benda lainnya.

e. Pasar (Markets)

Pasar merupakan kumpulan semua pembeli sebenarnya dan potensial yang memiliki kebutuhan atau keinginan akan produk atau jasa tertentu yang sama, yang bersedia dan mampu melaksanakan pertukaran untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan itu.

2. *Penentuan Placement/penempatan promosi*

a. Faktor produk

Yaitu dengan mempertimbangkan karakteristik dan cara produk itu dibeli, dikonsumsi, dan dipersepsikan. Apabila produk itu adalah industri yang bersifat sangat teknis, personal selling paling tepat untuk mempromosikannya, karena penjual harus memberikan penjelasan-penjelasan teknis dan menjawab pertanyaan-pertanyaan pelanggan.

Apabila pelanggan memandang risiko pembeli suatu produk tinggi, penekanan promosi adalah pada personal selling. Untuk produk-produk yang tahan lama (*durable goods*), karena lebih jarang dibeli dari pada produk-produk yang tidak tahan lama (*nondurable goods*), dan memerlukan komitmen tinggi terhadap sumber-sumber, maka personal selling lebih efektif dari pada iklan. Untuk produk-produk yang dibeli dalam jumlah kecil dan sering dibeli (membutuhkan pengambilan keputusan yang rutin), perusahaan harus lebih memilih iklan dari pada personal selling.

b. Faktor pasar

Tahap-tahap PLC (*product life cycle*). Pada tahap pengenalan, penekanan utama untuk produk konsumen adalah pada iklan. Pada tahap pertumbuhan, karena adanya peningkatan permintaan dan masuknya pesaing ke dalam industri, maka bagi produk konsumsi metode-metode promosinya harus digeser pada iklan saja. Pada tahap kedewasaan, iklan dan promosi penjualan dibutuhkan untuk membedakan produk perusahaan (produk konsumen) dari milik pesaing, sedangkan personal selling semakin intensif dilakukan untuk mempromosikan produk industrial. Pada tahap penurunan, promosi penjualan mungkin diperlukan untuk memperlambat penurunan penjualan produk.

c. Faktor pelanggan

Pelanggan rumah tangga lebih mudah dipikat dengan iklan, karena untuk mencapai mereka metode tersebut paling ramah, sedangkan jika sasaran yang dituju adalah pelanggan industri, maka perusahaan harus menggunakan personal selling agar dapat memberi penjelasan-penjelasan dan jasa-jasa tertentu yang berkaitan dengan produk. Personal selling

lebih baik digunakan pada geografis pasar yang kecil dan penduduknya padat.

d. Faktor anggaran

Jika perusahaan memiliki dana promosi yang besar, maka peluangnya untuk menggunakan iklan yang bersifat nasional juga besar. Sebaliknya bila dana yang tersedia terbatas, maka perusahaan dapat memilih personal selling, promosi penjualan, atau iklan bersama didalam wilayah lokal atau regional.

e. Faktor bauran pemasaran

Harga yang tinggi sering dianggap pelanggan berkorelasi positif dengan kualitas yang juga tinggi. Jika pendistribusian dilakukan secara langsung, maka karakteristiknya mensyaratkan penggunaan personal selling, sedangkan bila secara tidak langsung, maka dibutuhkan iklan karena terbatasnya jumlah armada penjual yang dipakai. Sebagaimana halnya dengan produk, merek juga memiliki daur hidup. Pada tahap pengenalan, suatu merek baru memerlukan iklan yang gencar untuk memperkenalkannya.

3. Jenis-jenis Media promosi/pemasaran

Secara umum media yang tersedia dapat dikelompokkan menjadi media cetak, media elektronik, media luar ruang dan media lini bawah.

a. *Media cetak*, yaitu media yang statis yang mengutamakan pesan-pesan dengan sejumlah kata, gambar atau foto, baik dalam tata warna maupun hitam putih. Bentuk-bentuk iklan dalam media cetak biasanya berupa iklan baris, iklan display, suplemen, pariwisata, dan iklan layanan masyarakat.

Jenis-jenis media cetak terdiri atas: 1) Surat Kabar 2) Majalah. 3) Tabloid, brosur, selebaran, dan lain-lain.

b. *Media elektronik*, yaitu media dengan teknologi elektronik dan hanya bisa digunakan bila ada jasa transmisi siaran. Bentuk-bentuk iklan dalam media elektronik biasanya berupa sponsorship, iklan partisipasi (disisipkan di tengah-tengah film atau acara), pengumuman acara/film,

iklan layanan masyarakat, jingle, sandiwara, dan lain-lain. 1) Televisi 2) Radio

- c. *Media luar ruang*, yaitu media iklan (biasanya berukuran besar) yang dipasang di tempat-tempat terbuka seperti di pinggir jalan, di pusat keramaian, atau tempat-tempat khusus lainnya, seperti di dalam bis kota, gedung, pagar tembok, dan sebagainya. Jenis-jenis media luar ruang meliputi billboard, baleho, poster, spanduk, umbul-umbul, transit (panel bis), balon raksasa, dan lain-lain.
- d. *Media lini bawah*, yaitu media-media minor yang digunakan untuk mengiklankan produk. Umumnya ada empat macam media yang digunakan dalam media lini bawah menurut Khasali, yaitu: pameran, direct mail, point of purchase, merchandising schemes, dan kalender.

4. Membentuk pesan pemasaran

Pesan-pesan yang akan disampaikan dapat disajikan dalam gaya penyampaian yang berbeda, yaitu dengan memanfaatkan:

- 1. Cuplikan kehidupan individu atau kelompok.
- 2. Gaya hidup individu.
- 3. Fantasi tentang produk.
- 4. Suasana hati (mood) atau citra seputar produk.
- 5. Musik untuk lebih menghidupkan pesan.
- 6. Simbol kepribadian untuk menciptakan karakter yang mempersonifikasikan produk.
- 7. Memamerkan keahlian dan pengalaman perusahaan dalam menghasilkan produk.
- 8. Bukti-bukti ilmiah keunggulan produk.
- 9. Bukti-bukti kesaksian dari orang-orang terkenal.

VII. Penentuan Kebutuhan Sumber Daya Manusia

Seperti tergambar dalam bagan, bahwa langkah pertama dalam proses pengembangan sumber daya manusia adalah analisis kebutuhan Pengembangan SDM yang menurut Werther and Davis (1996:286): “*Needs assesments diagnoses*

current problems and future challenges to be met through training and development". Secara bebas dapat diterjemahkan sebagai berikut: Analisis kebutuhan yaitu suatu proses mendiagnosa masalah-masalah yang terjadi pada saat ini dan tantangan masa depan yang akan diantisipasi melalui pelatihan dan pengembangan. Penentuan kebutuhan ini bukan karena organisasi/perusahaan lain melakukan hal yang sama, akan tetapi harus benar-benar dilseorang wirausaha kebutuhan organisasi. Atau dengan kata lain prinsip pertama yang harus dipenuhi adalah mengetahui apa yang dibutuhkan. Analisis kebutuhan (*needs assessment*) adalah suatu penentuan kebutuhan pelatihan yang sistematis yang terdiri dari tiga jenis analisis. Analisis-analisis tersebut diperlukan dalam menentukan tujuan pelatihan. Ketiga analisis tersebut adalah analisis organisasional (*organisational analysis*), analisis pekerjaan (*job analysis*), dan analisis individual (*individual analysis*).

1. Analisis organisasional

Adalah suatu analisis yang berusaha untuk menjawab pertanyaan mengenai dimana tempat atau bagian mana dari organisasi yang paling membutuhkan pelatihan dan faktor-faktor apa yang mungkin mempengaruhi pelatihan. Dengan kata lain analisa organisasional berarti melihat keseluruhan organisasi dalam menentukan dimana program-program pelatihan, pendidikan, dan pengembangan akan diselenggarakan. Dalam analisa ini, tujuan-tujuan strategis organisasi juga rencana-rencana organisasi, perlu dipertimbangkan dengan seksama. Biasanya analisa ini juga dipikirkan pada waktu proses perencanaan sumber daya manusia. Untuk melakukan analisis organisasional, organisasi harus memperhatikan tujuan-tujuan organisasi, inventarisasi pegawai, dan lingkungan organisasi. Selain itu perkiraan suplai pegawai dan gap yang ada perlu mendapat perhatian.

2. Analisis pekerjaan

Adalah suatu analisis yang mencoba menjawab mengenai apa yang seharusnya dilatihkan sehingga pegawai dapat melakukan pekerjaannya dengan baik. Dalam melakukan analisis pekerjaan, uraian pekerjaan – yang menggambarkan pekerjaan yang harus dilakukan - dan deskripsi

jabatan – yang menggambarkan kompetensi yang yang harus dimiliki dalam melakukan suatu pekerjaan - harus menjadi perhatian. Namun demikian, jika ternyata uraian pekerjaan yang ada tidak cukup sebagai sumber informasi, bila perlu diadakan wawancara terhadap para manajer dan para pegawai non-manajer (operasional) untuk mendapatkan saran/masukan yang diinginkan sehubungan dengan rencana penyelenggaraan program pengembangan pegawai.

3. Analisis individual

Adalah suatu analisis yang mencoba menjawab mengenai siapa yang memerlukan pelatihan dan jenis pelatihan apa yang dibutuhkan oleh para pegawai tersebut. dengan kata lain analisa individual memfokuskan diri pada pegawai yang akan diikutsertakan dalam program pengembangan pegawai.

Rangkuman:

Memulai bisnis bagi kebanyakan orang bukanlah hal yang mudah. Hal yang klasik, banyak pertimbangan di sana sini sehingga tak jarang membuat orang urung memulai bisnis. Semestinya memulai bisnis tidak menjadi salah satu sumber ketakutan bagi setiap orang. Untuk menghilangkan ketakutan dalam memulai bisnis, seseorang bisa membuat persiapan bisnis yang matang sehingga dapat menjalaninya dengan optimistis.

Beberapa hal penting yang harus dipertimbangkan dalam membuat perencanaan bisnis diantaranya yaitu:

1. Modal
2. Jenis usaha
3. Lokasi
4. Strategi pemasaran
5. Manajemen keuangan dan operasional

Aspek pertama yang harus dipahami dalam berbisnis adalah bentuk badan usaha. Bagi pelaku usaha, badan usaha menjadi penting. Ketika bisnis sudah berbadan usaha, bisnis tersebut bisa membuka pintu untuk mendapatkan keuntungan lebih luas, salah satunya dengan keikutsertaan dalam tender dan menarik investor.

TUGAS

1. Tugas Terstruktur

Petunjuk:

- Buatlah 4 kelompok yang mana masing-masing kelompok terdiri-dari 7-8 mahasiswa
- Bacalah dan cermati perintah tugas di bawah ini, kemudian kerjakan secara berkelompok
- Berdiskusi, dan menganalisis laporan wawancara dan video setiap kelompok
- Tuliskan dengan rapi hasil tugas ke dalam file word dengan font times new roman 12, spasi 1,5 ukuran kertas A4 rata kiri kanan. Cover sertakan judul tugas, nama kelompok, nim, program studi dan logo.
- Dikumpulkan paling lambat 1 minggu setelah tugas diumumkan.
- Hasil tugas dikumpulkan kepada dosen pengampu matakuliah sesuai topik.

Pertanyaan Diskusi:

1. Bagaimana cara mendapat ide dalam membuat sebuah usaha (proses inovasi)
2. Faktor yang mendorong membuat suatu ide usaha (proses pemicu)
3. Faktor pendukung dalam pelaksanaan sebuah usaha (proses pelaksanaan)
4. Bagaimana cara memasarkan sebuah usaha sehingga dikenal masyarakat (proses pelaksanaan)
5. Kiat-kiat apa saja yang dilakukan untuk mengembangkan suatu usaha (proses pertumbuhan)

2. Kegiatan Mandiri

Petunjuk :

- a. Mencari jurnal dan membuat resume tentang *Business Plan* Bidang Usaha Rekam Medik
- b. Resume diketik dengan kertas A4 dengan ukuran font 12, jenis tulisan Times New Roman, spasi 1,5
- c. Pada bagian cover sertakan nama dan NIM dan logo

DAFTAR PUSTAKA

- Craven and David, W. Pemasaran Strategi, Erlangga. Jakarta : 1996
- Irawan., Faried Wijaya, M. N and Sudjoni. Pemasaran : Prinsip dan Kasus Edisi 2, BPFE. Yogyakarta : 1996
- Assauri and Sofjan. Manajemen Pemasaran, Rajawali Pers. Jakarta : 2010
- Philip Kotler and Gary Armstrong. Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1, Erlangga. Jakarta 2010

BAB VII
PRINSIP –PRINSIP KEPUASAN KONSUMEN ATAU USER DALAM
USAHA BIDANG REKAM MEDIK

Merry Moy Mita, S.E, M.Si

PENDAHULUAN

A. Pengantar Pendahuluan

Pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta nilai kualitas sangat ditentukan oleh tingkat kepentingan maupun kepuasan konsumen sebagai pemakainya. Pelayanan yang kurang memuaskan akan menyebabkan berkurangnya konsumen bahkan hilang karena konsumen berpindah ke perusahaan yang lain baik dalam bidang penjualan barang maupun Jasa yang lain. Hal ini merupakan tantangan besar bagi perusahaan dalam membangun citra perusahaan yang tidak hanya mampu membuat dan membangun tapi juga dapat memberikan pelayanan yang memuaskan. Oleh sebab itu perusahaan perlu mengetahui perilaku konsumen dalam membeli, menggunakan dan mengevaluasi barang maupun jasa dalam rangka pemenuhan dan pemuasan kebutuhan. Setiap perusahaan memiliki tantangan untuk tetap mempertahankan usahanya antara lain bagaimana menjaga kualitas pelayanan agar dapat bersaing dengan produk serupa dan juga produk pengganti lainnya yang saat ini semakin banyak bermunculan. Salah satu faktor yang harus diperhatikan dalam menjaga kualitas pelayanan yaitu dengan memberikan pelayanan yang memuaskan, sesuai dengan atau melebihi harapan konsumen. Sehingga dirasakan sangat penting untuk mengetahui pelayanan yang diharapkan oleh konsumen.

B. Deskripsi Materi

Bab ini disusun sedemikian rupa untuk membantu mahasiswa D3 Perekam Medis dan Informasi Kesehatan semester VI dalam memahami materi kuliah Kewirausahaan dengan beban 1 sks teori, dan 2 sks praktik laboratorium (praktik laboratoium akan dibahas khusus di dalam modul praktikum).

Sebagai bab keenam di dalam modul ini, bab VI menguraikan pokok bahasan atau topik yang saling berkaitan satu sama lain yaitu : prinsip kepuasan konsumen

C. Kemampuan/tujuan akhir yang diharapkan

Mahasiswa mampu menerapkan prinsip-prinsip kepuasan konsumen atau user dalam usaha bidang rekam medik (C3).

D. Uraian Materi

- I. Prinsip *Brain Product*
- II. Prinsip *different*
- III. Prinsip *spiritual marketer*
- IV. Prinsip *segmentasi pasar*

I. Prinsip *Brain Product*

Untuk membuat sebuah produk dapat sukses dipasaran, terkadang tidak cukup hanya dengan membuat produk yang baik, tetapi juga dibutuhkan sebuah produk yang luar biasa. Hal tersebut dapat kita lihat dalam kehidupan sehari-hari, bagaimana dalam sebuah jenis produk terdapat banyak sekali produk-produk yang dihasilkan dari banyak perusahaan. Misalnya produk sabun mandi, terdapat banyak sekali jenis sabun mandi yang ada di pasaran, dan banyak perusahaan yang mengeluarkan produk sabun mandi. Mereka bersaing satu sama lain dengan sangat ketat. Tetapi hanya sedikit produk sabun mandi yang dapat “diterima” oleh masyarakat. Membuat sebuah produk yang baik bukanlah hal yang mudah, bahkan sulit dilakukan, tetapi akan jauh lebih sulit lagi ketika kita dituntut untuk membuat produk yang luar biasa. Oleh karena itu, diperlukan sebuah prinsip-prinsip dalam membuat sebuah produk, atau biasa disebut *product principles*. Prinsip-prinsip produk haruslah menggambarkan tujuan-tujuan dari dibuatnya produk tersebut, hal-hal dasar, strategi dan taktik awal terkait produk tersebut, sehingga produk tersebut mempunyai nilai bagi pengguna. Prinsip-prinsip produk yang baik harus mempunyai kriteria sebagai berikut :

1. Harus spesifik sehingga mudah untuk diukur.
2. Dibatasi sepanjang proses pembuatan produk.
3. Harus dapat menginspirasi tim seorang wirausaha sehingga mereka dapat membuat produk yang luar biasa.
4. Harus dapat memberikan tantangan bagi tim yang biasa dan tim yang bekerja dengan setengah hati.
5. Harus sederhana dan mudah diingat.
6. Harus mempunyai pembeda dengan produk pesaing

Oleh karena itu, prinsip-prinsip produk bukanlah daftar rencana fitur-fitur yang ada pada produk yang akan dibuat, tetapi lebih ditekankan pada strategi perusahaan, yang biasanya terhubung dengan misi perusahaan. Prinsip-prinsip produk yang baik akan menjadi dasar sebuah perusahaan, terutama tim pengembang, untuk merencanakan fitur-fitur apa yang akan dibuat dalam sebuah produk. Fungsi utama dari pembuatan prinsip-prinsip produk, yang biasanya keluarannya adalah dokumen strategi atau sebuah pernyataan tertulis, adalah seluruh tim akan mempunyai arah tujuan dan misi yang sama, baik

itu Manajer Produk, tim desain, tim teknis maupun tim pemasaran. Setelah prinsip-prinsip produk dibuat, yang biasanya terdiri dari beberapa pernyataan, maka hal yang selanjutnya dilakukan adalah membuat skala prioritas. Bagian yang mana akan dibuat terlebih dahulu. Hal ini bertujuan untuk mempercepat peluncuran produk ke pasar. Penentuan skala prioritas ini biasanya akan muncul diskusi yang hangat didalam sebuah tim, bahkan bisa menjurus ke arah perdebatan. Sebagai contoh, dalam membuat sebuah produk teknologi informasi, hal apa yang paling penting, apakah kemudahan dalam penggunaan produk, kecepatan, fungsi-fungsinya, biaya, keamanan, skalabilitas atau yang lainnya? Diskusi itu menjadi produktif selama didalam tim serius dalam menentukan skala prioritas, karena tujuan dari penentuan skala prioritas tersebut adalah, tim pengembang dapat menentukan hal mana yang paling menjadi prioritas, kemudian hal kedua yang paling prioritas, hal ketiga dan begitu seterusnya. Sebagai manajer produk, hal terpenting yang harus dilakukan adalah menetapkan skala prioritas secara transparan. Jangan sampai anggota tim merasa bahwa skala prioritas tersebut dibuat hanya berdasarkan intuisi seorang manajer produk. Seorang manajer produk harus bisa meyakinkan kepada anggota tim bahwa penentuan skala prioritas ini dilakukan dengan memperhatikan informasi-informasi yang ada. Bagaimana apabila terjadi ketidaksepakatan terkait hal tersebut? Seorang manajer produk dapat mengingatkan kembali kepada anggota tim tentang prinsip-prinsip produk yang telah dibuat sebelumnya dan melihat kembali terkait tujuan dibuatnya produk tersebut.

II. Prinsip *Differrent*

Kesuksesan sebuah bisnis memang bisa dikatakan relatif, karena tergantung dalam bidang apa dan bagaimana kriterianya. Tahukah seorang wirausaha, Perusahaan mempunyai goal masing-masing yang berbeda? Ini berpengaruh kepada definisi sukses mereka masing-masing. Ada perusahaan yang bertujuan untuk mencari keuntungan dari produk dan jasanya. Lho bukannya semua bisnis seperti itu? Ya, memang betul, namun strategi mendapatkan keuntungannya berbeda-beda. Ada yang langsung dari awal sudah mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan. Namun, ada juga yang goalnya dari awal membuat perusahaannya

untuk dijual kepada perusahaan lain, sehingga fokusnya adalah bagaimana membuat konsep dan sistem perusahaan yang terlihat seksi di mata investor, mencari pendanaan dalam jumlah besar serta meningkatkan valuasi perusahaan. Ketika membuat perusahaan jenis ini, bisa jadi dalam kegiatan operasionalnya, secara bisnis belum menguntungkan. Mereka fokus kepada bagaimana mendapatkan banyak konsumen terlebih dahulu secara maksimal, membuat mereka terbiasa untuk membeli dengan kita, baru kemudian mendapatkan keuntungan secara terus menerus di kemudian hari. Inilah yang disebut Customer Lifetime Value, dimana nilainya sudah dihitung hingga seberapa sering customer tersebut kembali dan membeli produk seorang wirausaha lagi dan lagi. Keuntungan mereka sebenarnya, lebih banyak ketika perusahaan tersebut dijual dengan valuasi yang besar, entah kepada perusahaan lain, investor ataupun publik (IPO). Tapi, untuk sekarang, seorang wirausaha boleh lupa itu semua, karena bukan itu yang ingin kita bahas kali ini. Secara mendasar, perusahaan dengan skema keuntungan apapun, dan bagaimanapun goalnya, tetap harus memiliki prinsip-prinsip yang benar supaya bisa bersaing di pasaran. Prinsip-prinsip dasar inilah yang biasa dimiliki oleh bisnis-bisnis sukses, baik dalam hal meraih pelanggan, memenangkan persaingan dan meroketkan omset penjualan :

1. Membuat orang menjadi lebih mudah

Terkadang, bukan seberapa bagus dan menarik produk dan jasa seorang wirausaha, namun apakah produk seorang wirausaha membuat konsumen seorang wirausaha menjadi lebih mudah dalam berbagai hal. Lebih mudah disini terutama dalam menjalankan kehidupan mereka masing-masing. Misalkan, sebut saja Ojek online, mereka membuat pemesanan ojek yang tadinya kita harus datang ke pangkalan ojek, menawar harga, kemudian baru bisa mendapatkan ojek, sekarang seorang wirausaha bisa sangat dimudahkan, tidak perlu capek-capek mencari, bahkan seorang wirausaha dijemput langsung ke tempat seorang wirausaha berada. Tak sampai situ saja, pernahkah seorang wirausaha bayangkan ojek bisa kita minta tolong untuk membeli makanan dan minuman tanpa kita harus ikut membonceng di belakangnya? Inilah yang membuat Ojek online bisa sukses merebut

hati para konsumennya, apalagi jumlah market mereka yang sangat luas, sehingga bisa membantu banyak orang.

2. Bisa lebih murah dibandingkan yang lain

Lebih murah sebenarnya adalah suatu keunggulan, namun keunggulan ini bagaikan pedang bermata dua. Mengapa demikian? Strategi berbisnis ini adalah strategi yang paling dasar, sehingga semua orang yang ingin bersaing secara naluri melakukan penurunan harga agar barang dagangannya cepat laku. Namun, bayangkan saja, bila semua orang melakukan itu, apa yang terjadi pada barang/ produk sejenis tersebut? Tentu harganya akan rusak dan keuntungan yang didapat juga semakin tipis. Oleh karena itu, sebagai pebisnis yang seseorang wirausahawan, seorang wirausaha harus bijak jika ingin menggunakan strategi ini. Sebaiknya, sebelum kita melakukan strategi ini, harus dibuat rencana yang matang, apalagi sudah menyangkut brand dan konsistensinya di pasar, karena sekali harga produk dan jasa seorang wirausaha turun, sulit untuk menaikkannya kembali.

3. Bisa lebih cepat dibandingkan yang lain

Kecepatan dalam beberapa bisnis merupakan sesuatu yang esensial. Dahulu, ketika pengiriman masih sangat sulit, sebuah jasa pengiriman barang di Amerika, menggaransi bahwa barang kiriman akan sampai besok. Ini memberikan keunggulan yang sangat baik dibandingkan dengan pelanggan lainnya. Lebih cepat disini sebenarnya tidak harus dalam bentuk jasa pengiriman atau logistik. Jika seorang wirausaha memiliki toko retail, restaurant, bahkan salon sekalipun, seorang wirausaha bisa berikan pelayanan yang cepat dan memuaskan konsumen, sehingga mereka tidak harus menunggu lama. Cepat bukan berarti asal-asalan, namun memiliki kapasitas lebih untuk bisa melayani dengan lebih cepat, baik dengan menambah skill sumber daya manusianya, atau dengan menambah jumlah pegawai seorang wirausaha.

4. Faktor X

Ok, faktor X disini adalah segala hal yang tidak terduga yang memang mau tidak mau, mempengaruhi keberhasilan sebuah bisnis. Hal tersebut

bisa berarti memiliki kedekatan dengan orang yang berpengaruh/ Networking yang luar biasa, Timing yang tepat dan diterima pasar, dll. Misalkan : sebuah perusahaan souvenir yang biasanya melakukan supply souvenir kepada perusahaan perbankan. Secara normal, biasanya sistem pembelian tersebut dilakukan dengan cara tender, namun dengan adanya kenalan dengan orang dalam, tentu akan meningkatkan kemungkinan untuk bisa menjadi supplier bank tersebut.

III. Prinsip *Spiritual Marketer*

Prinsip spiritual marketer bisnis yang berkarakter meliputi :

1. Mencari teman

sales sesungguhnya adalah profesi mencari teman. “*Selling is about friending*”. Setiap hari muterin Jakarta untuk menemui satu-persatu klien, sesungguhnya saya sedang mengoleksi teman-teman baru dan memupuk hubungan pertemanan dengan mereka. Saya tak pernah pilih-pilih kalau urusan mencari teman. Mau CEO yang powerful, mau business owner yang banyak duit; mau manajer; mau karyawan rendahan, mau OB, saya perlakukan sama. Tak ada pilih-kasih, tak ada diskriminasi, perlakuannya sami mawon. Hubungan pertemanan ini terjalin tak hanya menyangkut hubungan kerja dan hubungan profesional, tapi juga hubungan personal dan kekeluargaan. Karena setiap saat selalu menambah koleksi teman, sebagai salesman saya merasakan sebuah kekayaan jiwa yang jauh melebihi kekayaan harta dan kekayaan kuasa. Belasan tahun menjadi salesman, saya menganggap setiap klien adalah teman, bukan melulu konsumen. Bagi saya mereka adalah teman yang selalu ikhlas memberi dan berbagi. Berkat menjadi salesman, teman-teman saya melimpah-ruah dan ini merupakan berkah luar biasa. Kenapa? Karena kehidupan terindah dan ternikmat adalah ketika kita dikelilingi teman-teman yang selalu ikhlas memberi dan berbagi. Hidup menjadi begitu bermakna ketika kita dikelilingi oleh tema-teman yang peduli dan berbagi. Ini menjadi asupan energi luar biasa, yang membuat saya selalu positif, selalu berlimpah semangat, selalu menghayati pekerjaan ini dengan sepenuh hati.

2. Pelajaran hidup

Pekerjaan salesman juga memberi saya pelajaran hidup. Ya, karena meyakinkan konsumen untuk membeli produk kita itu tidak gampang. Dulu awal-awal berprofesi sebagai salesman, saya lebih banyak ditolak ketimbang diterima konsumen. Jujur saja, sampai sekarang pun, setelah melanglang-buana di dunia sales, saya pun masih sering ditolak. Terjun di dunia sales tanpa penolakan, itu namanya hil yang mustahal. Terjun di dunia sales tanpa kegagalan, itu namanya hal yang mustahil. Tapi justru di sinilah sisi indah dunia sales. Ditolak konsumen dan gagal melakukan penjualan menyadarkan saya bahwa kesuksesan itu tidak gampang; kesuksesan itu perlu kegigihan; kesuksesan itu bukan cuma hasil dari kerja instan. Saya jadi ingat ungkapan inspiring dari Soichiro Honda, pendiri Honda Motor. Dia bilang: “Sucess is 99% failure”, sukses itu buah dari segudang kegagalan.

IV. Prinsip Segmentasi Pasar

Semakin banyak perusahaan memilih pasar sasaran yang akan dituju, dikarenakan mereka menyadari pada dasarnya mereka tidak dapat melayani seluruh pelanggan dalam pasar tersebut. Terlalu banyaknya pelanggan, sangat berpencair dan tersebar serta bervariasi dalam tuntutan kebutuhan dan keinginannya. Karena konsumen yang terlalu heterogen itulah maka perusahaan perlu mengelompokkan pasar menjadi segmen-segmen pasar, lalu memilih dan menetapkan segmen pasar tertentu sebagai sasaran. Maka perusahaan terbantu untuk mengidentifikasi peluang pasar dengan lebih baik, sehingga perusahaan dapat mengembangkan produk yang tepat, dapat menentukan saluran distribusi dan periklanan yang sesuai dan efisien serta mampu menyesuaikan harga bagi barang atau jasa yang ditawarkan bagi setiap target pasar. Perusahaan harus memilih target pasar yang mana yang harus kita tuju agar usaha yang kita jalankan dapat fokus pada satu sasaran karena setiap pelanggan tidak selalu memiliki selera dan kebutuhan yang sama. Ada empat kriteria yang harus dipenuhi segmen pasar agar

proses segmentasi pasar dapat dijalankan dengan efektif dan bermanfaat bagi perusahaan, yaitu:

1. Terukur (Measurable), artinya segmen pasar tersebut dapat diukur, baik besarnya, maupun luasnya serta daya beli (purchasing power) segmen pasar tersebut.
2. Terjangkau (Accessible), artinya segmen pasar tersebut dapat dicapai sehingga dapat dilayani secara efektif.
3. Cukup Luas (Substantial), sehingga dapat menguntungkan bila dilayani dan sistemable.
4. Dapat dilaksanakan (Actionable), sehingga semua program yang telah disusun unruk menarik dan melayani segmen pasar itu dapat efektif. Kebijakan segmentasi pasar haruslah dilakukan dengan menggunakan kriteria tertentu dan ada gerak yang baik dalam mengembangkan usahanya terutama diprioritaskan usaha yang dijalani berbasis pada kepentingan masyarakat dan kebermanfaatan di masyarakat.

Setelah menganalisis prinsip-prinsip dalam mempertimbangkan usaha maka langkah selanjutnya adalah mengevaluasi usaha yang dirintis. Apakah ukuran yang dijadikan stseorang wirausahar berhasil dan efektif. Dalam memulai usaha kita harus peka terhadap lingkungan sekitar, apakah pemilihan lokasi usaha kita tersebut didukung oleh situasi yang menguntungkan usaha kita tersebut atau tidak. Banyak usaha yang lebih memilih untuk menyewa tempat terlebih dahulu sebelum membelinya agar dapat mengetahui lokasi tersebut mendatangkan banyak pelanggan atau tidak. Selain itu kita juga harus mengetahui apa yang selalu diinginkan pelanggan seiring dengan perkembangan zaman. Dalam berusaha kita juga harus menarik perhatian/atraktif kepada konsumen dan harus memperhatikan dinamika kebutuhan konsumen yang terjadi di pasaran. kita harus menetapkan strategi fokus yang ingin dicapai. Di bawah ini ada 3 cara bagaimana memposisikan usaha yang baik, antara lain :

1. Advantage/ keuntungan competitive. Dalam berusaha kita juga harus memikirkan keuntungan competitive yang akan dihasilkan oleh usaha yang kita jalani. Kita harus dapat mengembalikan modal yang kita keluarkan serta mendapat keuntungan.

2. Strategi memposisikan. Strategi yang ditetapkan dalam dunia usaha terkait dalam mempromosikan juga hal yang sangat penting. Karena posisi itu sangat menentukan tata letak keterjangkauan konsumen akan letak usaha yang kita jalani.
3. Communicable and profitable/Mengkomunikasikan dan menyerahkan. Dalam berusaha komunikasi lah yang terpenting agar usaha kita tetap dikenal oleh masyarakat dan konsumen kita. Agar usaha kita dapat dipercaya oleh konsumen dan memberikan nilai lebih dimata konsumen.

Rangkuman

Pemasaran sasaran menghendaki tiga langkah utama. Pertama, sasaran segmentasi pasar yaitu tindakan membagi pasar menjadi beberapa kelompok pembeli yang mungkin memerlukan produk / bauran pemasaran berbeda. Kedua, menetapkan pasar sasaran yaitu tindakan mengevaluasi dan menyeleksi satu atau lebih segmen pasar yang hendak dimasuki. Ketiga, penempatan produk yaitu tindakan merumuskan penentuan posisi bersaing untuk produk dan bauran pemasaran secara terperinci. Penentuan pasar sasaran merupakan proses pengevaluasian dan pemilihan setiap segmen yang akan dilayani oleh setiap perusahaan. Sedangkan strategi penentuan posisi merupakan kombinasi kegiatan pemasaran yang dilakukan manajemen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dari setiap pasar sasaran. Strategi ini terdiri dari komponen Produk dan jasa pendukung, distribusi, harga, dan promosi.

TUGAS

A. Tugas Terstruktur

Petunjuk

1. Mahasiswa dibagi menjadi 4 kelompok diskusi
2. Masing-masing kelompok berdiskusi dan mencari literatur tentang topik yang sudah ditentukan. Adapun pembagian topik diskusi adalah :

Kel 1 : Prinsip *Brain Product*

Kel 2 : Prinsip *different*

Kel 3: Prinsip *spiritual marketer*

Kel 4: Prinsip *segmentasi pasar*

3. Laporan tugas dituangkan dalam bentuk makalah dengan kertas A4 *Times New Roman*, Font 12 spasi 1,5 rata kiri kanan.
4. Bentuk laporan tugas disusun dengan mengikuti format sebagai berikut :

SAMPUL DEPAN (COVER)

DAFTAR ISI

BAB I

SKENARIO/TEMA : JUDUL TUGAS DISKUSI

PENDAHULUAN

3. Latar Belakang
4. Tujuan

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

BAB III

PROBLEM/ANALISIS MASALAH

BAB IV

PEMBAHASAN

BAB V

KESIMPULAN DAN PENUTUP

DAFTAR PUSTAKA

5. Makalah dan PPT masing-masing kelompok dikirim ke dosen pengajar via email.

B. Kegiatan Mandiri

Petunjuk

1. Setiap mahasiswa membuat resume tentang “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen” ke dalam file *Word Times New Roman* size *font* 12 spasi 1,5 ukuran kertas A4 rata kiri kanan sertakan nama dan NIM.
2. Tugas dikirim ke dosen pengajar via email.

DAFTAR PUSTAKA

- Craven and David, W. **Pemasaran Strategi**, Erlangga. Jakarta : 1996
- Irawan., Faried Wijaya, M. N and Sudjoni. **Pemasaran : Prinsip dan Kasus Edisi 2**, BPFE. Yogyakarta : 1996
- Assauri and Sofjan. **Manajemen Pemasaran**, Rajawali Pers. Jakarta : 2010
- Philip Kotler and Gary Armstrong. **Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1**, Erlangga. Jakarta 2010
- Sutiyo, 2017. “ **Penerapan Jiwa Kewirausahaan Dalam Kepemimpinan Pemerintahan**”. Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi, Vol 7 No 1 Juni 2017
- Tunggal and Amin Widjaja, 2008. **Pengantar Kewirausahaan Edisi Revisi**, Penerbit Harvarindo. Jakarta
- Kumorotomo and Wahyudi, 2005. “**Akuntabilitas Birokrasi Oublik Sketsa pada Masa Transisi**”. Pustaka Pelajar. Yogyakarta
- Mulyadi. **Kewirausahaan Bertindak Kreatif dan Inovatif**, KDT. Palembang : 2011