

TINGKAT KEWIRAUSAHAAN DAN KESUKSESAN PADA USAHA KECIL MENENGAH (UKM)

Dina Prasetyaningrum

ABSTRACT

The purpose of this paper is to determine the level or characteristics of entrepreneurship to achieve success in Small and Medium Enterprises (SMEs). SMEs play a role in providing employment and equity of income through business opportunities. Problems of SMEs on the difficulty of access to markets, information aid, financial aid, and capital constraints. Facing such problems requires a strategy to achieve the success of Small and Medium Enterprises (SMEs) by improving the characteristics of entrepreneurs, characteristics of SMEs, and business performance.

Keyword :Entrepreneur Characteristics, SMEs Characteristics, SMEs success factor, Business Success.

PENDAHULUAN

Usaha Kecil Menengah (UKM) di Indonesia merupakan salah satu sektor yang telah memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional khususnya dalam penyerapan tenaga kerja. Industri mikro dan kecil telah membuktikan bahwa mereka merupakan industri yang tangguh dan mampu bertahan melewati kondisi-kondisi sulit, yaitu krisis ekonomi. Hitt, Ireland dan Hoskisson (2001) menyebutkan bahwa keunggulan usaha kecil dibanding usaha besar adalah fleksibilitas, kecerdikan dan ketangkasan yang dimiliki oleh usaha kecil.

Faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha kecil dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal mencakup peran pemerintah dalam menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan usaha kecil, sedangkan faktor internal yang menentukan kesuksesan

usaha adalah variabel individu meliputi karakteristik pengusaha/pemilik dan kompetensi kewirausahaan (Sarwoko, 2013).

Kewirausahaan secara umum adalah suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru atau kreatif dan berbeda (inovatif) yang bermanfaat dalam memberikan nilai lebih. Usaha kecil menengah atau perusahaan-perusahaan kecil memerlukan suatu strategi dan tingkat kewirausahaan untuk suatu kesuksesan dan keberhasilan dalam pertumbuhan usaha kecil.

Keberhasilan usaha kecil terbukti ditentukan oleh karakteristik dan kompetensi wirausaha, namun jika lingkungan usaha semakin dinamis dan persaingan yang semakin meningkat maka keberhasilan usaha tidak terlepas dari peran strategi.

Dalam penelitian ini meneliti wirausahawan pengolahan ayam potong. Ayam potong adalah salah satu jenis hewan unggas yang dibudidayakan, atau dikembang biakkan untuk diambil daging atau telurnya. Ayam jenis ini memiliki tekstur daging yang empuk dan lembut sehingga sangat cocok untuk dijadikan lauk makanan sehari-hari. Permintaan akan ayam potong akan terus meningkat dikarenakan ayam potong dapat digolongkan menjadi kebutuhan pokok untuk makanan khususnya untuk usaha makanan dengan ayam sebagai menu utamanya.

KAJIAN TEORI

A. Profil dan Karakteristik Bisnis Usaha Kecil Menengah

1. Profil Bisnis Usaha Kecil Menengah

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memiliki peranan penting dalam perekonomian di Indonesia. UKM memiliki proporsi sebesar 99,99% dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia atau sebanyak 56,54 juta unit. Usaha Kecil dan Menengah telah mampu membuktikan eksistensinya dalam perekonomian di Indonesia. Ketika badai krisis moneter melanda Indonesia di tahun 1998 usaha berskala kecil dan menengah yang relatif mampu bertahan dibandingkan perusahaan besar. Karena mayoritas usaha berskala kecil tidak terlalu tergantung pada modal besar atau pinjaman dari luar dalam mata uang asing. Sehingga, ketika ada fluktuasi nilai tukar,

perusahaan berskala besar yang secara umum selalu berurusan dengan mata uang asing adalah yang paling berpotensi mengalami imbas krisis.

2. Karakteristik Bisnis Usaha Kecil Menengah

Beberapa lembaga atau instansi bahkan UU memberikan definisi Usaha Kecil Menengah (UKM), diantaranya adalah Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menekop dan UKM), Badan Pusat Statistik (BPS), Keputusan Menteri Keuangan No 316/KMK.016/1994 tanggal 27 Juni 1994, dan UU No. 20 Tahun 2008. Definisi UKM yang disampaikan berbeda-beda antara satu dengan yang lainnya. Menurut Kementerian Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menekop dan UKM), bahwa yang dimaksud dengan Usaha Kecil (UK), termasuk Usaha Mikro (UMI), adalah entitas usaha yang mempunyai memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000. Sementara itu, Usaha Menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp 200.000.000 s.d. Rp 10.000.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan.

Karakteristik UKM merupakan sifat atau kondisi faktual yang melekat pada aktifitas usaha maupun perilaku pengusaha yang bersangkutan dalam menjalankan bisnisnya. Karakteristik ini yang menjadi ciri pembeda antar pelaku usaha sesuai dengan skala usahanya. Menurut Bank Dunia, UKM dapat dikelompokkan dalam tiga jenis, yaitu: 1. Usaha Mikro (jumlah karyawan 10 orang); 2. Usaha Kecil (jumlah karyawan 30 orang); dan 3. Usaha Menengah (jumlah karyawan hingga 300 orang).

Dalam perspektif usaha, UKM diklasifikasikan dalam empat kelompok, yaitu:

1. *Livelihood Activities*, merupakan UKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima.

2. *Micro Enterprise*, merupakan UKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
3. *Small Dynamic Enterprise*, merupakan UKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
4. *Fast Moving Enterprise*, merupakan UKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB).

Karakteristik dasar UKM di Indonesia adalah sebagai berikut :

1. Rendahnya kualitas Sumber Daya Manusia.
2. Masih lemahnya struktur kemitraan dengan Usaha Besar.
3. Lemahnya *quality control* terhadap produk.
4. Belum ada kejelasan standardisasi produk yang sesuai dengan keinginan konsumen.
5. Kesulitan dalam akses permodalan terutama dari sumber-sumber keuangan yang formal.
6. Pengetahuan tentang ekspor masih lemah.
7. Lemahnya akses pemasaran.
8. Keterbatasan teknologi, akibatnya produktivitas rendah dan rendahnya kualitas produk.
9. Keterbatasan bahan baku.

B. Kendala dan Risiko Bisnis Usaha Kecil dan Menengah

Berikut ini beberapa kendala hambatan yang sering muncul dalam Usaha Kecil Menengah :

1. Internal
 - a. Modal
 - 1) Sekitar 60-70% UKM belum mendapat akses atau pembiayaan perbankan.
 - 2) Diantara penyebabnya, hambatan geografis. Belum banyak perbankan mampu menjangkau hingga ke daerah pelosok dan terpencil. Kemudian kendala administratif, manajemen bisnis UKM masih dikelola secara

manual dan tradisional, terutama manajemen keuangan. Pengelola belum dapat memisahkan antara uang untuk operasional rumah tangga dan usaha.

b. Sumber Daya Manusia (SDM)

- 1) Kurangnya pengetahuan mengenai teknologi produksi terbaru dan nncara menjalankan *quality control* terhadap produk.
- 2) Kemampuan membaca kebutuhan pasar masih belum tajam, sehingga nnbelum mampu menangkap dengan cermat kebutuhan yang diinginkan pasar.
- 3) Pemasaran produk masih mengandalkan cara sederhana *mouth to mouth marketing* (pemasaran dari mulut ke mulut). Belum menjadikan media sosial atau jaringan internet sebagai alat pemasaran.
- 4) Dari sisi kuantitas, belum dapat melibatkan lebih banyak tenaga kerja karena keterbatasan kemampuan menggaji.
- 5) Karena pemilik UKM masih sering terlibat dalam persoalan teknis, sehingga kurang memikirkan tujuan atau rencana strategis jangka panjang usahanya.

c. Hukum

Pada umumnya pelaku usaha UKM masih berbadan hukum perorangan.

d. Akuntabilitas

Belum mempunyai sistem administrasi keuangan dan manajemen yang baik.

2. Eksternal

a. Iklim usaha masih belum kondusif.

- 1) Koordinasi antar *stakeholder* UKM masih belum padu. Lembaga pemerintah, institusi pendidikan, lembaga keuangan, dan asosiasi usaha lebih sering berjalan masing-masing.
- 2) Belum tuntasnya penanganan aspek legalitas badan usaha dan nnkelancaran prosedur perizinan, penataan lokasi usaha, biaya transaksi/usaha tinggi, infrastruktur, kebijakan dalam aspek pendanaan untuk UKM.

b. Infrastruktur

- 1) Terbatasnya sarana dan prasarana usaha terutama berhubungan dengan alat-alat teknologi.
- 2) Kebanyakan UKM menggunakan teknologi yang masih sederhana.

c. Akses

- 1) Keterbatasan akses terhadap bahan baku, sehingga seringkali UKM mendapatkan bahan baku yang berkualitas rendah.
- 2) Akses terhadap teknologi, terutama bila pasar dikuasai oleh perusahaan/grup bisnis tertentu.
- 3) Belum mampu mengimbangi selera konsumen yang cepat berubah, terutama bagi UKM yang sudah mampu menembus pasar ekspor, sehingga sering terlibas dengan perusahaan yang bermodal lebih besar.

Kendala atau hambatan yang muncul dalam bisnis Usaha Kecil Menengah (UKM) dapat mengakibatkan adanya risiko. Risiko itu sendiri muncul karena terjadinya ketidakpastian.

Pengertian risiko bermacam-macam. Risiko biasanya diartikan sebagai:

1. Kejadian yang berpotensi merugikan.
2. Peluang terjadinya sesuatu yang dapat berdampak pada pencapaian tujuan.
3. Kemungkinan hasil yang diperoleh menyimpang dari yang diharapkan.

Risiko pula memiliki beragam jenis; mulai dari risiko bisnis, risiko kecelakaan, kebakaran, kerugian, fluktuasi kurs, dan perubahan tingkat bunga. Salah satu cara untuk mengelompokkan risiko adalah dengan melihat tipe-tipe risiko, yaitu: risiko murni dan risiko spekulatif.

1. Risiko Murni

Risiko Murni yaitu risiko dimana hanya ada kemungkinan kerugian, seperti kecelakaan dan kebakaran. Berikut ini contoh risiko murni.

Tabel 2.1. Risiko Murni

Tipe Risiko	Definisi	Ilustrasi
Risiko Aset Fisik	Risiko yang terjadi karena adanya kejadian tertentu yang berakibat buruk (kerugian) pada aset fisik perusahaan	Kebakaran yang terjadi pada gudang atau bangunan perusahaan. Banjir yang mengakibatkan kerusakan pada bangunan dan peralatan.
Risiko Karyawan	Risiko karena karyawan perusahaan mengalami peristiwa yang merugikan	Kecelakaan kerja, sehingga mengakibatkan karyawan cedera dan membuat kegiatan operasional perusahaan terganggu.
Risiko Legal	Risiko kontrak tidak sesuai yang diharapkan, dokumentasi yang tidak benar	Terjadi perselisihan, menyebabkan perusahaan lain menuntut ganti rugi.

Sumber : Manajemen Risiko (Hanafi, 2009)

2. Risiko Spekulatif

Risiko Spekulatif yaitu, dimana ada kemungkinan untung dan rugi. Apabila tidak dikelola dengan baik, risiko spekulatif juga merupakan salah satu risiko bisnis. Berikut ini contoh risiko spekulatif.

Tabel 2.2. Risiko Spekulatif

Tipe risiko	Definisi	Ilustrasi
Risiko Pasar	Risiko yang terjadi dari pergerakan harga atau volatilitas harga pasar	Harga pasar produk perusahaan mengalami penurunan, menimbulkan kerugian perusahaan
Risiko Kredit	Risiko karena <i>counterparty</i> gagal memenuhi kewajibannya kepada perusahaan	Pelanggan tidak mampu membayar kewajibannya, atau piutang dagang tidak terbayar
Risiko Likuiditas	Risiko tidak dapat memenuhi kebutuhan kas, risiko tidak bisa menjual dengan cepat, karena tidaklikuid atau gangguan pasar	Perusahaan tidak memiliki kas yang memadai untuk membayar kewajiban (membayar utang). Perusahaan terpaksa menjual tanah dengan harga murah untuk memenuhi kebutuhan kas
Risiko Operasional	Risiko kegiatan operasional tidak berjalan lancar sehingga menimbulkan kerugian; kegagalan sistem; kesalahan manusia; pengendalian dan prosedur yang kurang	Prosedur pengawasan perusahaan tidak berjalan semestinya, sehingga terjadi pencurian barang perusahaan oleh karyawan

Sumber : Manajemen Risiko (Hanafi, 2009)

Selain dikelompokkan berdasarkan tipe, risiko perusahaan juga dikelompokkan menjadi; risiko keuangan dan risiko non-keuangan.

1. Risiko Keuangan

Berdasarkan penyebab terjadinya risiko, risiko keuangan terdiri dari empat jenis risiko, yaitu:

a. Risiko Pasar

Risiko ini muncul akibat perubahan harga pasar aset yang diperdagangkan, seperti persediaan barang.

b. Risiko Kredit

Risiko kerugian keuangan akibat pelanggan gagal membayar utang.

c. Risiko Operasional

Risiko kerugian keuangan akibat kegagalan operasional, seperti kesalahan yang dilakukan karyawan dalam menghitung kebutuhan bahan baku.

d. Risiko Reputasi

Risiko kerugian keuangan akibat turunnya reputasi atau nama baik perusahaan, seperti menurunnya kualitas produk atau produk yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan.

2. Risiko non-Keuangan

Risiko non-Keuangan ini dapat dilihat dari dua sudut pandang, yaitu:

a. Perspektif Mikro

Risiko yang timbul karena ketidakpastian yang terjadi pada internal perusahaan, seperti faktor manusia, proses, kejadian, sistem dan teknologi.

b. Perspektif Makro

Risiko yang timbul karena ketidakpastian yang datang dari eksternal, seperti kebijakan pemerintah, industri, lingkungan bisnis domestik, sosial dan lingkungan bisnis internasional.

Dengan demikian, secara umum risiko terdiri dari : risiko pasar, risiko kredit, risiko likuiditas, risiko operasional, dan risiko reputasi.

C. Strategi dan Pengelolaan Bisnis Usaha Kecil Menengah

Secara makro, bisnis UKM perlu dikembangkan karena pertumbuhan ekonomi memerlukan dukungan investasi. Pada kondisi keterbatasan investasi, maka investasi perlu diarahkan pada upaya mengembangkan wirausaha baru, yang banyak muncul di tingkat UKM. Bisnis UKM juga mampu menyerap tenaga kerja yang sangat besar, lebih dari 90%.

UKM umumnya berbasis pada sumberdaya ekonomi lokal dan tidak bergantung pada impor, serta hasilnya mampu diekspor. Dengan demikian, pengembangan UKM diharapkan akan meningkatkan stabilitas ekonomi makro, karena menggunakan bahan baku lokal dan memiliki potensi ekspor, sehingga akan membantu menstabilkan kurs rupiah dan tingkat inflasi. Pembangunan UKM akan menggerakkan sektor riil, karena UKM umumnya memiliki keterkaitan industri yang cukup tinggi. Karena keunikannya, maka pembangunan UKM diyakini akan memperkuat fondasi perekonomian nasional.

Indonesia akan memiliki fundamental yang kuat jika UKM telah menjadi pelaku utama yang produktif dan berdaya saing dalam perekonomian nasional. Untuk itu, pembangunan koperasi dan UKM perlu menjadi prioritas utama pembangunan ekonomi nasional dalam jangka panjang.

Pengelolaan bisnis merupakan proses pengelolaan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan, biasanya meliputi kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengambilan tindakan dan pengawasan. Selanjutnya, objek yang dikelola adalah sebagai berikut:

1. Pasar dan pemasaran. Perusahaan harus dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.
2. Produksi. Menghasilkan produk yang bagus, yang lebih mudah dan murah.
3. Sumber Daya Manusia. Setiap orang yang terkait (internal maupun eksternal) dapat memberikan manfaat kepada organisasi.
4. Keuangan. Perusahaan mengetahui keuntungannya atau kerugiannya dan kekayaannya.
5. Kreativitas. Berfikir sesuatu yang baru (*thinking new things*).

6. Inovasi. Dengan melakukan sesuatu yang baru (*doing new things*).
7. Memobilisasi sumber-sumber daya dan mendinamisasi proses, sehingga menjadi lebih efisien, lebih efektif, lebih produktif dan lebih menguntungkan, serta lebih memberikan keberhasilan usaha.

Dalam upaya mengelola bisnis UKM agar bisnis ini dapat dikembangkan dengan baik, maka faktor-faktor yang harus menjadi perhatian dan terus didorong agar mampu mendukung pengembangan bisnis UKM secara maksimal adalah sebagai berikut:

1. Sarana dan prasarana, meliputi akses jalan raya, listrik, air, telekomunikasi yang merupakan faktor penting untuk mendukung kelancaran usaha.
2. Fasilitas fisik, meliputi lahan dan bangunan usaha sangat diperlukan oleh sebagian besar bisnis UKM untuk meningkatkan kegiatan usaha mereka.
3. Fasilitas pendanaan, dengan tingkat bunga murah juga sangat diperlukan untuk mendukung kegiatan usaha UKM. Kemudahan kredit dalam plafon, tingkat bunga, jangka waktu, dan proses pengajuan sangat diharapkan oleh pelaku usaha UKM.
4. Tenaga kerja. Dalam tenaga kerja, pelaku bisnis UKM menghadapi beberapa kendala seperti:
 - a. Rendahnya pengetahuan dan keterampilan.
 - b. Rendahnya motivasi.
 - c. Kurang disiplin dan rendahnya produktifitas.
 - d. Tenaga kerja belum dibayar memadai.
5. Pemanfaatan teknologi informasi dan internet.
6. Inovasi, khususnya inovasi dalam bentuk teknologi yang disertai dengan peningkatan keahlian tenaga kerja.
7. Pengadaan bahan baku. Permasalahan terkait dengan pengadaan bahan baku seperti tidak tersedianya uang tunai dan kekurangan modal; keterlambatan pasokan; seringkali dipengaruhi oleh cuaca; harganya mahal dan tidak stabil.

8. Peralatan produksi. Para pelaku bisnis UMKM membutuhkan peralatan produksi yang memenuhi persyaratan berikut: murah, praktis, suku cadang mudah didapat, tahan lama, dan dengan teknologi terkini.

Dengan demikian, untuk dapat mengembangkan kegiatan usaha bisnis UKM, maka perlu dilakukan upaya seperti:

1. Kemudahan akses permodalan.
2. Bantuan pembangunan prasarana.
3. Pengembangan skala usaha.
4. Pengembangan jaringan usaha, pemasaran dan kemitraan.
5. Pengembangan sumber daya manusia.
6. Peningkatan akses teknologi.
7. Mewujudkan iklim bisnis yang lebih kondusif.

(Statistik Perbankan Indonesia, 2015)

METODE PENELITIAN

Data Primer

Data Primer diperoleh dari sumber pertama, biasanya disebut responden atau orang yang dijadikan objek penelitian. Dalam penelitian ini, responden adalah wirausahawan (UKM ayam potong) Bapak Sunarno serta warga sekitar Cilacap. Lokasi penelitian di Jalan Rinjani, Sidanegara, Cilacap Tengah, Cilacap.

Data primer yang dibutuhkan antara lain:

1. Data tentang masyarakat yang menjadi target market.
2. Data mengenai produk, mulai dari sejarah berdiri, produksi, pemasarannya, proses pengemasan, serta permasalahannya.

Data primer itu sendiri diperoleh dengan cara melakukan wawancara secara langsung dengan masyarakat serta wirausahawan ayam potong.

Data Sekunder

1. Penelitian Pustaka

Mengambil dari buku referensi maupun sumber-sumber yang lain dari internet yang memuat topik yang sesuai dengan tingkat kewirausahaan dan kesuksesan pada usaha kecil menengah sebagai landasan teori. Sumber – sumber

tersebut antara lain jurnal ilmiah dengan topik yang membahas mengenai sistem pemasaran dan juga resiko bisnis usaha kecil dan menengah.

2. Dokumentasi Data

Mengumpulkan data dengan menggunakan referensi gambar yang diambil melalui kamera. Gambar – gambar yang diambil antara lain proses usaha ayam potong, proses pengemasan, serta tempat produksi.

PEMBAHASAN

A. Dokumentasi Data Proses Pemotongan Ayam

Disetiap kalangan masyarakat semua gemar mengkonsumsi daging ayam potong untuk konsumsi pribadi, untuk pengolahan produksi, dan juga untuk penjualan sehari-harinya. Sehingga potensi peluang usaha baru di bidang peternakan ayam potong dan produksi pengolahan ayam potong ini tidak akan pernah surut jumlahnya, ditambah lagi dengan padatnya penduduk tentu akan menambah peluang untuk membutuhkan ayam potong.

Proses pengolahan ayam hidup menjadi daging ayam segar, dimulai dari penyembelihan, pencabutan bulu, pengeluaran jeoran, pencucian, pengemasan, pendinginan, dan pengangkutan yang baik. Ayam hidup diperoleh dari pengusaha ayam ternak. Hasil produksi pengolahan ayam potong dipasarkan ke pasar, pesanan dari kantin-kantin dan warung makan dan warga sekitar cilacap. Berikut hasil dokumentasi data proses pemotongan ayam Bapak Sunarno.



Gambar 1. Proses Pemotongan Ayam

B. Karakteristik Wirausahawan

Kewirausahaan adalah hal-hal yang terkait dengan wirausaha. Sedangkan wira berarti keberanian dan usaha berarti kegiatan bisnis yang komersial atau non-komersial. Kewirausahaan dapat diartikan sebagai keberanian seseorang untuk melaksanakan suatu kegiatan bisnis. Wirausahawan Bapak Sunarno termasuk dalam UKM (Usaha Keci Menengah) *Livelihood Activities*.

Karakteristik yang dimiliki oleh seorang wirausaha memenuhi syarat-syarat keunggulan bersaing bagi suatu perusahaan/organisasi, seperti inovatif, kreatif, adaptif, dinamik, kemampuan berintegrasi, kemampuan mengambil risiko atas keputusan yang dibuat, integritas, daya-juang, dan kode etik niscaya mewujudkan efektivitas perusahaan/organisasi. Karakteristik seorang wirausahawan sebagai berikut :

1. 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. Menurut Zimmerer dalam Suryana (2003 : 24) mengungkapkan bahwa, ide-ide kreativitas sering muncul ketika wirausaha melihat sesuatu yang lama dan berfikir sesuatu yang baru dan berbeda.

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 persoalan-persolan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa wirausahawan Bapak Sunarno memiliki kreatifitas tinggi terhadap produksi ayam potong sesuai dengan pesanan pasar.

2. Selalu Komitmen dalam Pekerjaan, Memiliki Etos Kerja dan Tanggung Jawab

Seorang wirausaha harus memiliki jiwa komitmen dalam usahanya dan tekad yang bulat di dalam mencurahkan semua perhatiannya pada usaha yang akan digelutinya, didalam menjalankan usaha tersebut seorang wirausaha yang sukses terus memiliki tekad yang megebu-gebu dan menyala-nyala (semangat tinggi) dalam mengembangkan usahanya, ia tidak setengah-setengah dalam berusaha, berani menanggung resiko, bekerja keras, dan tidak takut menghadapi peluang-peluang yang ada dipasar. Tanpa usaha yang sungguh-sungguh terhadap pekerjaan yang digelutinya maka wirausaha sehebat apapun pastimenemui jalan kegagalan dalam usahanya. Oleh karena itu penting sekali bagi seorangwirausaha untuk komit terhadap usaha dan pekerjaannya.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa wirausahawan Bapak Sunarno selalu komitmen dalam pekerjaan, memiliki etos kerja, dan tanggung jawab dalam proses pemasaran, pesanan pelanggan dan tidak mengecewakan pelanggan.

3. Mandiri atau Tidak Ketergantungan

Sesuai dengan inti dari jiwa kewirausahaan yaitu kemampuan untuk menciptakansesuatu yang baru dan berbeda (*create new and different*) melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang dalam menghadapi tantangan hidup, maka seorang wirausaha harus mempunyai kemampuan kreatif didalam mengembangkan ide dan pikirannya terutama didalam menciptakan peluang usaha didalam dirinya, dia dapat mandiri menjalankan usaha yang digelutinya tanpa harus bergantung pada orang lain, seorang wirausaha harus dituntut untuk selalu menciptakan hal yang baru dengan jalan mengkombinasikan sumber-sumber yang ada disekitarnya, mengembangkan teknologi baru, menemukan pengetahuan baru, menemukan cara baru untuk menghasilkan barang dan jasa yang baru yang lebih efisien, memperbaiki produk dan jasa yang sudah ada, dan menemukan cara baru untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa wirausahawan Bapak Sunarno selalu dapat mandiri, sigap dan cekatan apabila mendapat pesanan secara tiba-tiba.

4. Berani Menghadapi Resiko

Wirausaha dalam mengambil tindakan hendaknya tidak didasari oleh spekulasi, melainkan perhitungan yang matang. Ia berani mengambil risiko terhadap pekerjaannya karena sudah diperhitungkan. Oleh sebab itu, wirausaha selalu berani mengambil risiko yang moderat, artinya risiko yang diambil tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah. Keberanian menghadapi risiko yang didukung komitmen yang kuat, mendorong wirausaha untuk terus berjuang mencari peluang sampai memperoleh hasil. Hasil-hasil itu harus nyata/jelas dan objektif, dan merupakan umpan balik (*feedback*) bagi kelancaran kegiatannya (Suryana, 2003: 14-15).

Kemauan dan kemampuan untuk mengambil risiko merupakan salah satu nilai utamadalam kewirausahaan. Wirausaha yang tidak mau mengambil risiko akan sukar memulai atauberinisiatif. Menurut Angelita S. Bajaro, “seorang wirausaha yang berani menanggung risikoadalah orang yang selalu ingin jadi pemenang dan memenangkan dengan cara yang baik”(Yuyun Wirasmita, dalam Suryana, 2003: 21).

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa wirausahawan ayam potong Bapak Sunarno berani menghadapi resiko dengan tidak mengambil banyak keuntungan dari rata-rata harga pasar ayam potong.

5. Motif Berprestasi Tinggi

Para ahli mengemukakan bahwa seseorang memiliki minat berwirausaha karena adanya motif tertentu, yaitu motif berprestasi (*achievement motive*). Menurut Gede AngganSuhanda (dalam 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. Seperti yang dikemukakan oleh Maslow (1934) tentang teori motivasi yang dipengaruhi oleh tingkatan kebutuhan kebutuhan, sesuai dengan tingkatan pemuasannya,

yaitu kebutuhan fisik (*physiologicalneeds*), kebutuhan akan keamanan (*security needs*), kebutuhan harga diri (*esteem needs*), dan kebutuhan akan aktualisasi diri (*self-actualiazation needs*).

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa wirausahawan ayam potong Bapak Sunarno telah menerapkan motivasi untuk pemuasan kebutuhan dengan memperdagangkan olahan ayam potong di pasar dan menerima pesanan konsumen.

6. Selalu Perspektif

Seorang wirausahawan hendaknya seorang yang mampu menatap masa depan 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 persepektif dan pandangan kemasa depan. Karena memiliki pandangan jauh ke masa depan maka ia akan selalu berusaha untuk berkarsa dan berkarya (Suryana, 2003 : 23).

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa wirausahawan Bapak Sunarno selalu perspektif dengan usahanya dengan mampu memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen-konsumennya dan memenuhi permintaan pesanan ayam potong dari rumah makan dan dapur perusahaan.

7. Memiliki Perilaku Inovatif Tinggi

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). Setiap orang memiliki cita-cita, impian, atau sekurang-kurangnya harapan untuk meningkatkan kualitas hidupnya sebagai manusia. Hal ini merupakan semacam "intuisi" yang mendorong manusia normal untuk bekerja dan berusaha. "Intuisi" ini berkaitan dengan salah satu potensi kemanusiaan, yakni daya imajinasi kreatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bapak Sunarno memiliki kreatifitas dalam pengolahan ayam potong sesuai dengan pesananan pasar dan konsumen.

8. 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. Pengertian itu juga menampung wirausaha yang pengusaha, yang mengejar keuntungan secara etis serta wirausaha yang bukan pengusaha, termasuk yang mengelola organisasi *nirlaba* yang bertujuan untuk memberikan pelayanan yang lebih baik bagi pelanggan/masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa wirausahawan Bapak Sunarno selalu mencari peluang dalam mendagangkan olahan ayam potong ke pasar untuk menarik konsumen.

9. Memiliki Jiwa Kepemimpinan

Seorang wirausaha yang berhasil selalu memiliki sifat kepemimpinan, kepeloporan dan keteladanan. Ia selalu ingin tampil berbeda, lebih dahulu, lebih menonjol. Dengan menggunakan kemampuan kreativitas dan inovasi, ia selalu menampilkan barang dan jasa-jasa yang dihasilkannya lebih cepat, lebih dahulu dan segera berada dipasar. Ia selalu menampilkan produk dan jasa-jasa baru dan berbeda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa wirausahawan Bapak Sunarno memiliki jiwa kepemimpinan dalam bidang usahanya UKM (Usaha Kecil Menengah).

10. Memiliki Kemampuan Managerial

Salah satu jiwa kewirausahaan yang harus dimiliki seorang wirausaha adalah kemampuan untuk memanagerial usaha yang sedang digelutinya, seorang wirausaha harus memiliki kemampuan perencanaan usaha, mengorganisasikan usaha, visualisasikan usaha, mengelola usaha dan

sumber daya manusia, mengontrol usaha, maupun kemampuan mengintegrasikan operasi perusahaannya yang kesemuanya itu adalah merupakan kemampuan managerial yang wajib dimiliki dari seorang wirausaha, tanpa itu semua maka bukan keberhasilan yang diperoleh tetapi kegagalan usaha yang diperoleh.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa wirausahawan Bapak Sunarno memiliki kemampuan managerial dalam pengelolaan proses usahanya dari segi pengolahan ayam potong, strategi pemasarannya, dan keuangannya.

11. Memiliki Keterampilan Personal

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bapak Sunarno merupakan wirausahawan andal yang memiliki ciri-ciri dan cara-cara sebagai berikut:

- a. Percaya diri dan mandiri yang tinggi untuk mencari penghasilan dan keuntungan melalui usaha yang dilaksanakannya.
- b. Mampu mencari dan menangkap peluang yang menguntungkan dan memanfaatkan peluang tersebut.
- c. Mampu bekerja keras dan tekun untuk menghasilkan barang dan jasa yang lebih tepat dan efisien.
- d. Mampu berkomunikasi, tawar-menawar dan musyawarah dengan berbagai pihak, terutama kepada pembeli.
- e. Menghadapi hidup dan menangani usaha dengan terencana, jujur, hemat, dan disiplin.
- f. Mencintai kegiatan usahanya dan perusahaannya secara lugas dan tangguh tetapi cukup luwes dalam melindunginya.
- g. Mampu meningkatkan kapasitas diri sendiri dan kapasitas perusahaan dengan memanfaatkan dan memotivasi orang lain (*leadership/ managerialship*) serta melakukan perluasan dan pengembangan usaha dengan resiko yang moderat.

KESIMPULAN

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Bapak Sunarno dapat dikembangkan lagi sampai tingkat *Fast Moving Enterprise* (Usaha Besar) sehingga mampu

menciptakan lapangan pekerjaan masyarakat karena Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja.

Wirausahawan harus mengetahui kondisi internal dan eksternal dalam bisnis usahanya, berupa peningkatan produksi atau peningkatan barang, dan manajemen yang baik. Sedangkan dari faktor eksternal, wirausahawan harus melihat kondisi masyarakat sebagai konsumen, mengetahui barang/jasa yang dibutuhkan dan melihat para pesaing.

Pengembangan UKM perlu mendapatkan perhatian yang besar baik dari pemerintah maupun masyarakat agar dapat berkembang lebih kompetitif bersama pelaku ekonomi lainnya. Kebijakan pemerintah ke depan perlu diupayakan lebih kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya UKM. Pemerintah perlu meningkatkan perannya dalam memberdayakan UKM disamping mengembangkan kemitraan usaha yang saling menguntungkan antara pengusaha besar dengan pengusaha kecil, dan meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusianya.

DAFTAR PUSTAKA

Bank Indonesia. *Statistik Perbankan Indonesia Vol 13 No 4 Maret 2015*.

Hanafi, Dr. Mamduh M., MBA. 2009. *Manajemen Risiko Edisi Kedua*. UPP STIM YKPN Yogyakarta. Yogyakarta.

Hitt, Michael A., R. Duane Ireland, dan Robert E. Hoskisson. 2001. *Manajemen Strategis: Daya Saing & Globalisasi. Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.

Hitt, Michael A., R. Duane Ireland, dan Robert E. Hoskisson. 2001. *Manajemen Strategis: Daya Saing & Globalisasi. Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat.

Sarwoko, E., & Hadiwidjojo, D. 2013. Entrepreneurial Characteristics and Competency as Determinants of Business Performance in SMEs. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 7(3), 31–38.

Suryana. 2003. *Modul Kewirausahaan SMK*. Jakarta, Direktorat Pendidikan Menengah Kejuruan, Departemen Pendidikan Nasional.