



BOOK
CHAPTER

STRATEGI

BISNIS KOPERASI & USAHA MIKRO,
KECIL DAN MENENGAH (UMKM)
PASCA COVID-19

INSTITUT MANAJEMEN KOPERASI INDONESIA

STRATEGI

BISNIS KOPERASI & USAHA MIKRO,
KECIL DAN MENENGAH (UMKM)
PASCA COVID-19

PENERBIT:



Institut Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN)

Kawasan Pendidikan Tinggi Jatinangor

Jl. Jatinangor KM. 20, 5, Cibeusi, Sumedang, Kabupaten Sumedang

Jawa Barat 45363

Telp: (022) 7794444 Fax: (022) 7796033

E-mail: lppm@ikopin.ac.id Website: www.ikopin.ac.id

Book Chapter

Strategi bisnis Koperasi & Usaha Mikro, dan Menengah (UMKM) Pasca Covid-19

ISBN : **978-623-94471-3-7**
 Manajer Penerbitan dan Produksi : H. Nurhayat Indra, Ir., M.Sc.
 Supervisor Editor : Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si.
 Dr. Hj. Yuanita Indriani, Ir., M.Si.
 Dr. H. Ery Supriyadi R., Ir., MT.
 Copy Editor : Hj. Rosti Setiawati, SE., M.Si.
 Tata Letak @ Desain Sampul : Adang Cahya, Risvan Santoso, Ricky Purnama

Hak Cipta @2020 Penerbit Ikopin

Kawasan Pendidikan Tinggi Jatinangor, Jl. Jatinangor KM. 20, 5, Cibeusi, Sumedang, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat 45363

Telp: (022) 7794444

Fax: (022) 7796033

E-mail: sekrek@ikopin.ac.id

Website: www.ikopin.ac.id

Hak cipta dilindungi oleh Undang-undang. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun, baik secara elektronik maupun mekanis, termasuk tidak terbatas pada mem-fotocopy, merekam, atau dengan menggunakan sistem penyimpanan lainnya, tanpa izin tertulis dari Penerbit.

UNDANG-UNDANG NOMOR 28 TAHUN 2014 TENTANG HAK CIPTA

1. Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf i untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
4. Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

KATA PENGANTAR

Pada tahun 2020 di hampir seluruh dunia, aktivitas fitrah manusia yaitu interaksi langsung serasa dihentikan secara paksa dikarenakan munculnya virus yang mana penularannya terjadi jika individu berinteraksi dalam jarak yang dekat dengan orang yang terpapar. Virus yang terditeksi pada tahun 2019 diberi nama oleh *World Health Organization* (WHO) yaitu Corona, dan penyakit yang diakibatkannya yang akhirnya menjadi pandemi ini diberi sebutan *Corona Virus Disease* (Covid-19). Merujuk pada WHO, upaya pencegahan penyebaran ditentukan dengan menghentikan interaksi secara langsung yang akhirnya berdampak luas pada berbagai bidang kehidupan manusia, salah satunya adalah bidang ekonomi.

Pelaku perekonomian tidak peduli berapa besar skala usahanya harus menanggung banyak risiko karena tidak mampu menjalankan usahanya secara normal bahkan harus menghentikannya. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa pada kondisi tidak menentu ini berbagai kreativitas dengan pemanfaatan teknologi dapat menyelamatkan kehidupan perusahaannya bahkan bermunculan pelaku-pelaku usaha baru.

Bagi akademisi Institut Manajemen Koperasi Indonesia (Ikopin), kondisi ini menjadi bahan dan stimulus pemikiran untuk memberikan kontribusi ilmiah dalam bidang koperasi dan usaha mikro kecil menengah. Oleh karena itu *Book Chapter* Volume Ke-2 Tahun 2020 mengusung topik Strategi Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Pada Masa dan Pasca Pandemi Covid-19 dalam konteks perintisan, keberlanjutan, pemulihan dan keberlanjutannya.

Secara spesifik kajian strategi mengarah pada upaya-upaya yang dapat dilakukan oleh koperasi dan UMKM. Untuk kelembagaan koperasi dikaji upaya sinergitas koperasi dan korporasi, restrukturisasi perusahaan koperasi, pengembangan koperasi pekerja, dan peningkatan kesejahteraan karyawan dan untuk menjamin stabilitas lembaga atau organisasi diperlukan komunikasi efektif.

Pengkajian faktor finansial koperasi difokuskan pada sudut pandang manajemen risiko, penerapan akuntansi pajak koperasi, restrukturisasi pinjaman bagi koperasi dan pembiayaan koperasi dan UMKM melalui kemitraan. Teknologi keuangan juga merupakan salah satu alternatif untuk digunakan karena dapat mengganti transaksi langsung dengan model *less contact*.

Pada masa dan pasca pandemi, koperasi idealnya harus tetap memberikan pelayanan kepada anggotanya, oleh karena itu kajian tentang pemanfaatan teknologi menjadi salah satu model yang dapat dilakukan oleh toko koperasi dideskripsikan dalam *Book Chapter* ini. Kajian lainnya adalah bagaimana koperasi perlu melakukan strategi *positioning* dan *branding* untuk produknya sehingga memiliki kemampuan untuk bersaing (*competitive advantage*).

Selain bidang kelembagaan, keuangan dan pelayanan koperasi, disoroti pula karakteristik para wirausaha yang harus dimiliki untuk memulai, bertahan, berkembang dan berlanjut yaitu kreativitas dan inovasi. Pada masa *new normal* ini, kegiatan usaha sangat bergantung pada teknologi; oleh karena itu media yang berbasis teknologi internet memegang kunci utama pada masa pandemi bagi para pelaku usaha.

Penyusunan dan penerbitan *Book Chapter* edisi ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam upaya mengatasi dan mengantisipasi kondisi yang tidak menentu baik dalam konteks yang sama maupun konteks yang berbeda. Harapan lain adalah naskah-naskah yang ditulis para kontributor dapat menjadi sumber untuk didiskusikan dan menghasilkan teknik-teknik yang dapat diaplikasikan oleh koperasi dan UMKM.

Mengutip teori Prof Herman Soewardi – Rektor Ikopin Pertama - yaitu Teori Adab dan Karsa bahwa terdapat faktor struktural atau faktor eksternal dan faktor kultural atau internal dalam proses pengembangan atau pembangunan, maka setiap individu haruslah terhindar dari pelemahan faktor eksternal terhadap faktor internal yang akan menjadikan seorang individu memiliki karsa yang lemah. *Book Chapter* ini merupakan karsa dan karya para akademisi Ikopin dalam mengisi masa pandemi Covid-19 dalam upaya menguatkan karsa koperasi dan UMKM dan semoga menjadi karya nyata.

Jatinangor, 7 Desember 2020

Tim Editor

STRATEGI BISNIS KOPERASI DAN UMKM PASKA PANDEMI

Dr. (HC). Burhanuddin Abdullah, MA.

“Books let you travel without moving your feet”

(Jhumpa Lahiri-Novelist)

Kutipan di atas, saya kira, mewakili jaman yang sedang kita alami. Jaman di mana kita tak bebas pergi ke mana-mana. Ada pembatasan fisik dan sosial yang menghambat karena pandemi tengah berkecamuk dan belum ada tanda-tanda kapan berakhirnya. Penderita tiap hari bertambah. Korban jiwa pun semakin banyak. Dan kita, dengan ijin Allah, menjadi saksi hidup atas krisis kesehatan yang dahsyat, yang melumpuhkan perekonomian global. Suatu peristiwa yang akan dicatat sejarah dan akan menjadi referensi serta bahan kajian di masa depan.

Pandemi virus Corona sekarang sedang melanda setiap sudut dunia. Tak ada bedanya apakah negara kaya dan maju atau miskin dan masih berkembang. Semua merasakan dampaknya. Tidak ada satu pun negara yang siap untuk menanganinya. Langkah preventif penyebaran dengan melaksanakan protokol kesehatan yaitu menjaga jarak, memakai masker, dan sering mencuci tangan serta menghindari dari kerumunan, tidak serta-merta bisa mengurangi penyebaran. Dampak lanjutannya adalah rentetan kemerosotan mulai dari terhambatnya komunikasi sosial sampai berkurangnya mobilitas dan turunnya frekuensi perjumpaan manusia, yang diikuti dengan anjloknya permintaan akan barang dan jasa, seretnya pasokan, sampai pada keharusan untuk mengurangi jumlah pekerja. Perusahaan-perusahaan banyak yang bankrut atau mengurangi kegiatannya, terutama perusahaan skala mikro, kecil dan menengah. Dan, perekonomian pun luruh, lumpuh. Semua kena dampaknya, tidak ada kecuali termasuk Koperasi.

Akan tetapi, dalam kondisi yang demikian muram itu, saya boleh berbangga karena para akademisi Ikopin masih terus bersemangat dan memberikan pengabdian terbaiknya. Mereka terus berupaya mengisi ruang dan waktunya dengan menuliskan hasil-hasil perenungan, pemikiran, dan pengamatannya atas perkembangan masyarakat dan mengumpulkannya dalam bentuk BOOK CHAPTER dengan judul “STRATEGI BISNIS KOPERASI DAN UMKM PASCA PANDEMI”, yang sekarang ada di hadapan sidang pembaca. Mereka berpikir dan berbuat untuk sesuatu yang lebih besar dari dirinya. Itulah pengabdian.

Melihat pada fenomena pandemi yang mengerikan ini, rekan-rekan para akademisi di Institut Manajemen Koperasi Indonesia merasa terpancung dan konsen dengan perkembangan sosial, ekonomi, dan kesejahteraan masyarakatnya. Mereka mencoba memetakan ujung dari semua ceritera buruk ini, memikirkan bagaimana ke luar dari kemelut, dan menggali khazanah pengalaman masa lalu dengan harapan bisa mendapat *hints* tentang langkah-langkah yang harus diambil untuk bukan hanya *survived* tetapi juga *succeed*.

BOOK CHAPTER yang sekarang tersaji di hadapan Anda adalah upaya untuk mencatat perkembangan, dan tawaran bagi cara-cara penanganan dampak ikutan pandemi, khususnya bagi koperasi dan UMKM, sebagaimana keahlian para penulisnya.

Pokok-pokok bahasan yang menjadi sorotan para penulis menyangkut seluk-beluk pembangunan kelembagaan, upaya-upaya pengelolaan keuangan yang baik, pelayanan, dan kewirausahaan. Tentu, pada masing-masing pokok bahasan tersebut *mengcover* juga-hal detil dan teknis seperti restrukturisasi, pengelolaan risiko, pembinaan organisasi, pemanfaatan teknologi, dan unsur-unsur pelayanan prima.

Agaknya para penulis juga menyadari bahwa cara-cara penanganan permasalahan yang menyangkut hal-hal teknis merupakan hal yang baku. Masalahnya sekarang, krisis kesehatan yang berujung di krisis ekonomi yang dalam ini merupakan hal baru. Agak sulit untuk membayangkan langkah dan upaya yang biasa, yang standar, dipakai untuk menangani persoalan yang luar biasa. Sementara itu, kita tetap berharap mendapatkan keberhasilan yang sama seperti di waktu-waktu yang lalu. *Absurd*, memang!

Kita tentu berharap, para akademisi akan ke luar dengan cara pandang yang lain, dan cara penanganan yang berbeda, dengan maksud untuk mendapat hasil yang berbeda pula. Di sana dan di sini dalam Book Chapter ini sudah ada lontaran-lontaran gagasan yang apabila diikuti dengan pengkajian yang dalam pada akhirnya dapat disusun konsep penyelesaian masalah yang lebih komprehensif dan tuntas. Untuk bisa sampai ke arah tersebut tentu perdebatan, argumentasi rasional dan mendalam, diskusi-diskusi paradigmatic, serta kajian empirik yang cermat harus lebih kerap diselenggarakan. Dari kegiatan-kegiatan itu kita bisa berharap munculnya invensi dan inovasi serta terobosan untuk ke luar dari belitan permasalahan.

Apa pun adanya, BOOK CHAPTER ini layak untuk dibaca karena selain menambah wawasan, ia bisa juga menjadi jembatan bagi penelusuran cara dan upaya yang akan memulihkan ekonomi kita dengan segera. Sambil menunggu tulisan-tulisan yang lebih bernas dan penuh dengan pikiran orisinal pada penerbitan yang akan datang, saya ucapkan selamat membaca!

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
STRATEGI BISNIS KOPERASI DAN UMKM PASKA PANDEMI.....	iii
DAFTAR ISI	v
BAGIAN I	
KELEMBAGAAN	1
1. SINERGITAS KOPERASI DAN KORPORASI PETANI DALAM MEMPERCEPAT PEMULIHAN EKONOMI NASIONAL PASCA COVID- 19 Nurhayat Indra	3-14
2. DILEMATIKA KORPORASI PETANI KOPI SAAT PANDEMI COVID-19 : TINJAUAN PLANOLOGI POPPERIAN Ery Supriyadi R.	15-22
3. STRATEGI RESTRUKTURISASI PERUSAHAAN SEBAGAI ALTERNATIF UNTUK BERTAHAN DAN BERKEMBANG BAGI KOPERASI DI MASA DAN PASCA PANDEMI COVID-19 Endang Wahyuningsih.....	23-34
4. PENGEMBANGAN <i>WORKER COOPERATIVE</i> PADA ERA <i>NEW NORMAL</i> Sugiyanto	35-44
5. MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN KARYAWAN MELALUI KOPERASI KARYAWAN Deddy Supriyadi.....	45-56
6. KOMUNIKASI ORGANISASI EFEKTIF MENJAMIN STABILITAS ORGANISASI KOPERASI Wawan Lulus Setiawan.....	57-64
BAGIAN II	
KEUANGAN.....	65
7. PERAN MANAJEMEN RISIKO DALAM MENJAGA LIKUIDITAS KOPERASI Wahyudin, Heri Nugraha	67-76
8. PENERAPAN AKUNTANSI PAJAK KOPERASI TERHADAP PAJAK PENGHASILAN BADAN ATAS ADANYA KOMPENSASI KERUGIAN FISKAL M. Ardi Nupi Hasyim, Eka Setiajatnika.....	77-94
9. STRATEGI RESTRUKTURISASI PINJAMAN BAGI KOPERASI DAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DALAM RANGKA PENGUATAN KOPERASI DAN UMKM DI MASA PANDEMI COVID 19 Lely Savitri Dewi.....	95-104

10.	ALTERNATIF PEMBIAYAAN KOPERASI DAN USAHA KECIL MENENGAH MELALUI KEMITRAAN PASCA PANDEMIK COVID 19 Iwan Mulyana	105-110
11.	<i>LESS CONTACT MODEL</i> PASCA COVID 19 : PEMANFAATAN <i>FINANCIAL TECHNOLOGY</i> PADA KOPERASI PESANTREN Rima Elya Dasuki	111-116
BAGIAN III PELAYANAN		117
12.	MODEL PELAYANAN UNIT TOKO KOPERASI DI ERA PANDEMI COVID-19 Yuanita Indriani	119-128
13.	STRATEGI <i>POSITIONING</i> DAN <i>BRANDING</i> UNTUK PRODUK KOPERASI DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN Nanik Risnawati	129-138
BAGIAN IV KEWIRAUSAHAAN		139
14.	KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN, PERAN TEKNOLOGI DAN MEDIA DALAM KEBERLANGSUNGAN USAHA <i>START-UP</i> INDONESIA DI MASA PANDEMI <i>CORONA VIRUS DISEASE</i> 2019 (COVID-19) Ami Purnamawati	141-152
15.	INOVASI DAN KREATIVITAS UNTUK MENJAGA KEBERLANJUTAN BISNIS KOPERASI DAN USAHA KECIL MENENGAH (UKM) PASCA COVID-19 Yeni Wipartini	153-158
16.	PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) PASCA COVID-19 Rosti Setiawati	159-168

PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM PASCA COVID-19

Rosti Setiawati

Pendahuluan

Indonesia membutuhkan pengembangan wirausaha baru yang sistematis dan berkelanjutan dalam upaya peningkatan kemampuan bersaing ekonomi nasional baik Pasca pandemi *Covid-19* maupun Pasca pemulihannya. Pengembangan wirausaha baru tersebut terutama perlu diprioritaskan pada wirausaha berbasis *knowledge*. Strategi ini menjadi mendesak mengingat dari jumlah penduduk Indonesia yang begitu besar (nomor 4 di dunia) ternyata masih relatif kecil yang menjadi wirausaha di sektor usaha berbasis *knowledge* dan di sektor industri pengolahan. Padahal sektor ini dalam era *knowledge bases economy* saat ini dan ke depan, akan menjadi motor penggerak pertumbuhan ekonomi nasional, peningkatan produktivitas dan daya saing Indonesia baik di tingkat regional maupun internasional.

Pengembangan kewirausahaan berbasis *knowledge* ini terutama diarahkan kepada sektor prospektif seperti sektor ekonomi kreatif melalui perekrutan budaya masyarakat, yang perlu terus didukung, difasilitasi, dan diperkuat oleh kebijakan pemerintah yang kondusif, sehingga wirausaha-wirausaha baru yang berbasis pengetahuan dan teknologi ini akan tumbuh seperti yang diharapkan dalam mempercepat pemulihan ekonomi nasional pasca pandemi.

Fakta dan pengalaman empirik di berbagai negara menunjukkan bahwa kewirausahaan berbasis pengetahuan dan teknologi dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang signifikan, dan penggerak inovasi dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Juga menjadi dasar yang kuat dalam pembangunan sosial dan politik, ekonomi secara demokratis, tercipta kemandirian rakyat. Mengutip dari pendapat David Scumpeter bahwa, upaya peningkatan kemampuan bersaing ekonomi suatu bangsa, faktor produksi yang paling strategis adalah melalui kewirausahaan, disamping faktor produksi lainnya seperti lahan, tenaga kerja, dan modal.

Dengan adanya wabah virus corona (*Covid-19*), di Indonesia kegiatan usaha dan sektor ekonominya sangat terpukul, sehingga pelaku usaha kecil dan menengah menderita kesulitan usahanya dan menjadi terhambat bisnisnya, serta tidak mampu bertahan. Kepastian lamanya pandemi *Covid-19* tidak dapat diduga, dan hal tersebut tidak harus dihadapi dengan kepanikan, mereka harus mampu menghadapinya dengan berbagai tindakan penyesuaian dan beradaptasi dengan melihat peluang apa saja yang dapat dilakukan, harus memperbaiki rencana keuangannya agar mampu bertahan hidup melalui ekosistem, berinvestasi dan tetap tenang tetapi waspada dalam keadaan krisis seperti ini.

Untuk dapat melalui pandemi *Covid-19* dan usaha para UMKM tidak terhambat, maka mereka harus selalu meningkatkan kreativitas dan inovasi, harus memahami perubahan perilaku konsumen, terjaganya *cashflow* yang sehat, merencanakan ulang pendapatan dan biaya, menyesuaikan strategi *customer relations*, produk dan *customer profile* harus ditinjau ulang dan harus berkolaborasi dengan melakukan usaha secara bekerjasama,

sehingga efisiensi dapat ditingkatkan, beban kerja yang ada dibagi dan ide baru dapat ditemukan melalui peningkatan kreativitas dan inovasi.

Kewirausahaan Dan Wirausahawan

Kewirausahaan sebagai suatu kemampuan melihat dan memanfaatkan peluang juga merupakan tindakan yang kreatif, dan keterpaduan dari nilai-nilai, diperlukan semangat dan prinsip serta sikap, kiat, seni dan tindakan nyata, tepat, dan pengembangan perusahaan serta dapat menanganinya atau kegiatan lain yang mengarah pada pelayanan terbaik kepada konsumen, pihak lainnya yang berkepentingan juga masyarakat, bangsa dan negara.

Dalam rangka mencerahkan dunia kewirausahaan yang lebih holistik, wirausaha harus mengembangkan usahanya, melalui *leadpreneurship*, *social entrepreneurship*, *technopreneurship*, dan *cyberpreneurship*. Peluang usaha harus dikembangkan dan tercipta melalui kemampuan memanfaatkan usaha yang dimiliki. Seorang wirausahawan dalam memasuki dunia usaha yang kompetitif harus memiliki kecerdasan untuk menangkap peluang usaha serta melahirkan kreativitas dan inovasi yang cukup tinggi.

Kewirausahaan adalah sebuah tindakan yang dilakukan seorang wirausahawan dalam menciptakan suatu kreativitas baru melalui inovasi dalam memperoleh sesuatu yang baru, mempunyai nilai tambah, manfaat yang diperoleh, terbukanya lapangan kerja, sehingga dapat memenuhi kebutuhan orang lain. Pengembangan kewirausahaan dilakukan melalui kerja keras juga ide untuk selalu memberikan inovasi baru serta kemampuan intrapersonal yang tinggi

Wirausahawan adalah seorang individu yang mendirikan suatu jenis usaha dan menciptakan usaha dengan memberikan bentuk inovasi baru dalam mengelola kegiatan kewirausahaan seperti menciptakan produk yang baru dan unik. Dalam berbagai kesempatan untuk membuka usaha perlu memiliki keberanian mengambil risiko

Seorang wirausahawan harus mampu mengarahkan orang lain serta memiliki kemampuan kepemimpinan yang baik dan usahanya mampu menggunakan banyak orang serta memiliki keterampilan yang mumpuni.

Ciri-ciri Wirausahawan di antaranya :

1. Memiliki keberanian untuk melakukan kegiatan dan mampu mempertanggung jawabkan risikonya
2. Memiliki pandangan dan rencana untuk melakukan pengembangan kewirausahaan ke depannya
3. Meningkatkan kreativitas dan inovasi produksi
4. Bijaksana, tegas serta punya sikap menjadi seorang pemimpin yang adil.
5. Dalam mengelola usaha menggunakan kemampuan dan kemauan yang tinggi
6. Kemungkinan yang akan terjadi harus selalu dianalisa
7. Keuangan hasil usaha harus dikelola dengan terampil

Wirausahawan memiliki kelebihan di antaranya :

1. Memiliki kesempatan dalam memperkenalkan dan mengangkat nama produk secara luas
2. Memiliki gagasan baru dalam dalam pengembangan usaha
3. Dapat mengembangkan dan melatih potensi serta kemampuan diri
4. Menerapkan aturan pada sistem kewirausahaan pribadi secara bebas
5. Produksi dari hasil usahanya dapat terkenal
6. Keuntungan yang besar dapat diperoleh

Kekurangan para Wirausahawan:

1. Tidak terjamin dari lama waktu berdirinya usaha, sebab sewaktu waktu bisa gulung tikar
2. Tidak teratur dan rutinnya jam kerja
3. Tindakan yang dilakukan harus dipertanggung jawabkan
4. Ketertarikan konsumen terhadap barang produksi yang ditawarkan menentukan jumlah pendapatan
5. Usaha akan sia-sia dan tidak membuahkan hasil tanpa manajemen yang baik

Sikap Wirausahawan yang baik di antaranya

1. Bertanggung jawab
2. Inovatif dan kreatif dalam mengelola usaha
3. Hemat dalam pengelolaan hasil usaha
4. Berani mengambil risiko

Faktor Pemicu Tumbuhnya Wirausahawan

Menurut Zimmerer and Scarborough (1998) yaitu:

1. Ekonomi dan kependudukan

Sebagian masyarakat dengan adanya perbaikan ekonomi biasanya lebih mandiri dalam berusaha, sehingga lebih memilih berwirausaha dengan memproduksi barang barang ataupun jasa. Merekapun memiliki kesempatan yang sama dalam berusaha, untuk berhasil dan sukses dengan cara memiliki usaha sendiri. Hal ini tidak ada batasan ras, jenis kelamin, usia ataupun status sosial dan melalui kewirausahaan disediakan tempat yang jauh lebih luas dibandingkan jika menjadi seorang karyawan atau pegawai

2. Perekonomian yang bergeser ke bidang jasa

Terjadi pergeseran di mana sebelumnya bidang produksi berkembang pesat yang mengakibatkan naiknya jumlah barang yang ada di pasar. Sehingga kondisi tersebut memicu munculnya usaha memasarkan barang tersebut ke konsumen, dan memiliki kecenderungan usaha jasa pemasaran barang meningkat

3. Pendidikan kewirausahaan

Kewirausahaan merupakan sesuatu yang dipelajari dan dipraktikkan tanpa wirausaha tersebut harus berasal dari keturunan seorang wirausahawan. Institusi pendidikan yang berfokus pada ilmu kewirausahaan dibantu beragamnya media dan cara yang tersedia yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana mempelajari dunia wirausaha, seperti buku, seminar yang merupakan bukti minat masyarakat terhadap kewirausahaan semakin meningkat

4. Kebanggaan sebagai wirausahawan

Secara alamiah dalam diri seseorang sudah memiliki rasa tanggung jawab, baik tanggungjawab pada diri sendiri, keluarga dan masyarakat, yang akan mendorong untuk meningkatkan nilai kehidupan. Kemampuan dalam diri wirausaha untuk menghidupi diri sendiri, keluarga, karyawan dan berperan aktif di dalam masyarakat, sehingga memunculkan rasa bangga dalam diri wirausaha. Dorongan menjadi wirausaha muncul karena adanya keinginan untuk menjadi pionir dalam bidang tertentu

5. Peluang internasional, gaya hidup bebas dan kemajuan teknologi

Seorang wirausahawan mampu menciptakan sesuatu yang baru, *Create new and different*, inovasi dan kreativitas menjadi landasan kewirausahaan, hal tersebut muncul kalau seseorang memiliki kebebasan dalam berfikir dan bertindak.

Kemajuan teknologi akan memunculkan peluang untuk menciptakan barang dan jasa yang dapat dikonsumsi masyarakat luas (internasional). Transfer manusia, teknologi, barang dan jasa yang memungkinkan wirausaha menciptakan barang dan jasa ke pasar yang berbeda, akan terjadi karena dibukanya peluang internasional

Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Wirausaha

Faktor yang mempengaruhi keberhasilan wirausaha di antaranya :

1. Memiliki perencanaan yang matang juga punya rencana alternatifnya
2. Kejelasan tujuan, visi dan misi harus dimiliki serta terukur
3. Dalam meraih tujuan bisnis harus adanya komitmen yang tinggi
4. Kompetitif

Sifat kompetitif sangat menentukan keberhasilan dan kegagalan wirausaha. Dengan banyaknya bisnis *startup* rintisan dengan ide cemerlang yang unik dan menarik, dan memiliki sifat kompetitif dapat mendorong untuk tidak mau kalah dalam segala sesuatu dan memiliki perasaan ingin menang dalam persaingan, sehingga akan berusaha untuk membuat produk bisnis yang dapat bersaing di pasaran.

5. Modal

Modal merupakan faktor utama yang memiliki peran penting dalam menentukan keberhasilan dan kegagalan wirausaha. Jika modal yang dikeluarkan cukup untuk menopang bisnis, maka bisnis akan berjalan lancar. Inovasi yang dilakukan dalam bisnis tentu membutuhkan modal yang tidak sedikit, sehingga pastikan modal yang dimiliki dapat mencukupi untuk membiayai perkembangan bisnis.

6. Memiliki SDM yang kompeten
7. Kompeten dalam manajerial (keuangan, produksi, pemasaran dan lainnya)
8. Kreatif dan berinovasi dalam meningkatkan nilai tambah produk
9. *Marketing*
Marketing yang tepat sangat penting dalam bisnis untuk menjaring pasar serta dapat menentukan keberhasilan dan kegagalan wirausaha. Tanpa adanya promosi dan pemasaran yang tepat, bisnis tidak akan menjangkau target konsumen yang tepat, meskipun kualitas produknya baik. Artinya kualitas produk sebaik apapun, tanpa adanya promosi dan pemasaran yang tepat maka bisnis akan merugi.
10. Memiliki keterampilan dan pengalaman dalam bidang usaha tersebut
11. Memiliki *passion* yang tinggi terhadap apa yang diusahakannya (bisnisnya)
13. Dukungan sarana dan prasarana yang memadai
14. *Networking*
Pemilihan *networking* dan rekan bisnis yang tepat dapat memengaruhi keberhasilan dan kegagalan wirausaha. Harus memilih rekan bisnis yang tepat dan memiliki tujuan serta visi, misi yang sama dengan bisnis yang ditekuni, sehingga rekanan jaringan dapat membantu promosi dan pemasaran serta kelancaran dari produk yang dijual.
15. Lokasi
Jika pemilihan lokasi tidak strategis yang tentunya dapat menjadi kendala bagi produk yang dijual, sehingga tidak berkembang. Kemudahan akses lokasi usaha terhadap tempat lain bahkan juga tempat parkir.
16. Perubahan ekonomi yang terjadi di Indonesia maupun global
17. Krisis ekonomi
18. Bencana alam
19. Perubahan harga
20. Perubahan nilai mata uang
21. Perubahan kebijakan Pemerintah

Pengembangan Kewirausahaan

Pengembangan kewirausahaan dapat dilakukan dengan cara:

1. Menggali potensi diri

Wirausahawan harus mengetahui potensi yang dimiliki, sehingga dapat menentukan kegiatan usaha yang akan dikelola. Setiap individu memiliki potensi yang berbeda. Dengan kemampuan dalam menggali potensi dirinya seseorang dapat dengan mudah mengembangkan usahanya. Dalam hal fokusnya terhadap tindakan, memiliki

pengendalian emosi yang baik, berjiwa sosial, keuntungan yang hendak dicapai, kreativitas dan inovasi, mampu bekerjasama.

2. Memulai Usaha

Wirausahawan dalam memulai usaha harus menyiapkan segala potensi dan faktor usaha. Dari tahap pemikiran dan pengembangan konsep, menyesuaikan dengan kebutuhan dan permintaan pasar, menciptakan kreativitas dan inovasi baru, serta menyesuaikan dengan pendapatan yang akan diperoleh.

3. Kemampuan lainnya yang diperlukan

Wirausahawan memiliki keterampilan dalam merencanakan, mengorganisasikan dan mengelola usaha, mengatur segala hasil usaha dan keuangan serta memiliki sikap-sikap kewirausahaan (bertanggung jawab, kreatif dan inovatif, berjiwa pemimpin).

Faktor Pendorong Kewirausahaan

Faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi perilaku kewirausahaan :

A. Faktor internal merupakan kecakapan pribadi dalam mengelola segala potensi dari diri sendiri.

3 hal yang termasuk pada kecakapan pribadi yaitu:

- 1) Kesadaran diri. Kemampuan sendiri atau percaya diri, mengelola emosi diri, keyakinan tentang harga diri, mengetahui kekuatan diri dan keterbatasannya.
- 2) Pengaturan diri. Kemampuan mengelola emosi dan desakan yang merusak, perubahan harus dihadapi secara luwes, jujur dan memiliki integritas, bertanggungjawab atas kinerja pribadi, mau menerima atau terbuka terhadap informasi-informasi baru dan gagasan serta ide yang baik.
- 3) Motivasi. Inisiatif dalam memanfaatkan kesempatan, dorongan prestasi untuk menjadi lebih baik, selalu optimis dalam menghadapi kegagalan dan memiliki komitmen yang tinggi.

B. Faktor Eksternal yaitu kecakapan sosial tentang bagaimana menangani suatu hubungan. Dua hal yang termasuk dalam kecakapan sosial yaitu:

- 1) Empati, Kemampuan untuk mengenali dan berusaha memenuhi kebutuhan konsumen, mengantisipasi dan orang lain yang perlu difahami, kepentingan orang lain harus dihargai. Membina pergaulan dengan keragamannya, pengembangan orang lain.
- 2) Keterampilan Sosial. Kemampuan persuasi dalam meyakinkan orang lain, kejelasan dalam berkomunikasi dan meyakinkan, mengelola perubahan, inspirasi harus dibangkitkan dan kemampuan memandu kelompok, bernegosiasi dan mengatasi perbedaan pendapat, bekerjasama, memperjuangkan kepentingan bersama dengan menciptakan sinergi kelompok.

Faktor eksternal adalah lingkungan (*environment*). Menurut Yuyun Wirasasmita (1994:8) Beberapa faktor yang mendorong timbulnya kemauan seseorang untuk berwirausaha :

- 1) Faktor ekonomi/keuangan, Untuk mencari nafkah, mencari pendapatan tambahan, menjadi kaya dan sebagai jaminan stabilitas keuangan.
- 2) Faktor sosial, yaitu untuk memperoleh gengsi/status, untuk menjadi terkenal dan dihormati, menjadi contoh bagi warga desa dan agar dapat bertemu dengan orang banyak.
- 3) Faktor pelayanan, Memberi pekerjaan pada masyarakat, membahagiakan orang tua, membantu ekonomi masyarakat, demi masa depan anak-anak dan keluarga, untuk mendapatkan kesetiaan suami/istri.
- 4) Faktor kebutuhan diri, Sesuai keinginan (misal atasan), menghindari ketergantungan pada orang lain, agar lebih produktif dan kemampuan pribadi yang dapat digunakan.

Strategi Pengembangan Kewirausahaan

Strategi utama yang sebaiknya dilakukan oleh pemerintah dalam upaya mendukung praktek kewirausahaan di Indonesia yaitu dengan cara :

1. Dalam melihat dunia kewirausahaan dan pelaku kewirausahaan, pemerintah harus mengubah sudut pandangnya. Pendekatan yang digunakan yang dilakukan lebih ke pendekatan sosial karena kewirausahaan merupakan jenis usaha yang mudah berubah.
2. Melalui pendekatan sosial, tidak menghasilkan UMKM yang kompetitif, karena wirausaha tidak selalu mencari keuntungan maksimal dan hanya memenuhi pasar nasional. Seharusnya dilakukan melalui pendekatan bisnis di mana wirausaha mendapat dukungan untuk berusaha secara luas, wirausaha mampu berinovasi dan memberikan ide yang cemerlang dan mendukung mereka dalam menjalankan ide tersebut. Membuka pintu dan melebarkan sayap dengan terlibat dalam pasar ekspor.
3. Pengimplementasian *business growth stage* dalam diversifikasi jenis kebijakan dan program yang diluncurkan Pemerintah.
4. Menambah jumlah usaha baru secara fokus dengan memberi dukungan terhadap usaha yang sudah berdiri secara terus menerus. Menambah jumlah wirausaha dan mencegah terjadinya kebangkrutan. Tidak membiarkan atau melepaskan dari kebijakan dan program bantuan terhadap usaha yang telah tumbuh dan stabil. Karena usaha tersebut tetap membutuhkan bantuan.

Kewirausahaan berperan dalam menunjang hidup masyarakat dan meningkatkan perekonomian nasional. Di mana pemerintah dan pelaku usaha itu sendiri harus tetap bersinergi dalam pengembangannya. Bantuan pemerintah tidak selalu tergantung dan dibutuhkan Wirausaha. Wirausaha selalu melakukan inovasi dan berkreasi, mampu melakukan adaptasi terhadap perilaku konsumen dan pasar yang selalu berubah serta mengikuti perkembangan teknologi dan dalam menjalankan usaha selalu menggunakan teknologi secara maksimal.

Di lain pihak Pemerintah juga harus mengeluarkan kebijakan dan program yang tepat guna, tidak berfokus pada jumlah program dan kebijakan yang dikeluarkan tetapi fokus pada ketepatan dan manfaatnya terhadap para wirausaha.

Dengan penerapan tiga strategi pengembangan kewirausahaan tersebut akan tercipta ekosistem usaha yang jauh lebih kuat dan rasio kewirausahaan yang semakin meningkat.

Kebijakan Pengembangan Kewirausahaan

Adapun kebijakan pengembangan kewirausahaan dapat dilakukan melalui:

1. Kemampuan berusaha yang selalu ditingkatkan dan peningkatan penggunaan teknologi
2. Populasi wirausaha yang berorientasi pada pertumbuhan harus ditingkatkan melalui penciptaan peluang usaha
3. Menghasilkan produk yang memiliki nilai tinggi melalui penguatan usaha secara kolaborasi dalam hal kreativitas dan inovasi
4. Layanan sistem informasi yang *real time* dan terintegrasi harus selalu tersedia
5. Perizinan usaha harus disederhanakan

Program Pengembangan Kewirausahaan

Program pengembangan kewirausahaan dapat dilakukan melalui :

1. Diperlukan penyusunan skema baru untuk pembiayaan wirausaha
2. Transfer riset dan teknologi melalui kemitraan usaha dan *Public Private Partnership*
3. Disiapkan informasi tentang perizinan usaha, pengembangan usaha, termasuk fasilitasi yang disediakan Pemerintah, akses pasar melalui wadah informasi wirausaha
4. Mekanisme insentif fasilitasi Pemerintah diperlukan melalui pengembangan skema perpajakan bagi wirausaha
5. Dilakukan temu bisnis antara investor, *startup*/wirausaha, serta berbagai pemangku kepentingan lainnya untuk pengembangan kemitraan
6. Wirausaha sosial diberi insentif khusus

Manfaat Pengembangan Kewirausahaan

Adapun manfaat dari Pengembangan Kewirausahaan adalah :

1. Memunculkan banyak wirausahawan
2. Meningkatkan pendapatan
3. Meningkatkan skill banyak orang
4. Menciptakan lapangan kerja

Pengembangan Kewirausahaan Pasca Pandemi Covid-19

Di masa pandemi *Covid-19* Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi unsur penting untuk mendorong perekonomian nasional, sehingga UMKM harus mampu meningkatkan nilai tambah dari produk yang dihasilkannya agar dapat meningkatkan kesejahteraan hidupnya. Untuk membantu jalannya roda perekonomian UMKM, solusi terbaik adalah dengan digunakannya teknologi, bantuan modal, pemasaran melalui media

sosial dan automasi pembukuan, sehingga penyusunan strategi tepat guna demi kelangsungan usaha saat ini dan kedepannya dapat memudahkan UMKM dalam pengembangan usahanya.

Kondisi bisnis dan ekonomi secara umum tertekan dengan adanya pandemi *Covid-19*. Kondisi tersebut memengaruhi UMKM untuk terus melakukan inovasi bisnis, bahkan dengan situasi tersebut UMKM harus memikirkan langkah terbaik ke depannya dan memiliki strategi untuk beradaptasi, di antaranya melakukan adaptasi melalui keberadaan *marketplace* dan media sosial dengan teknologi yang semakin canggih.

Dalam menjaga *cash flow* bisnis tetap positif, maka pelaku usaha dapat melakukan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Dengan adanya permintaan yang meningkat, fokus pada promosi untuk *take away delivery*. Database pelanggan digunakan agar dapat selalu mengkomunikasikan promosi melalui IG, SMS, *whatsApp* atau email. Sedangkan untuk kunjungan fisik dengan membudayakan transaksi non tunai melalui penggunaan *digital payment* atau debit.
2. Kepercayaan konsumen harus ditingkatkan dengan memposisikan diri sebagai bisnis di mana konsumen selalu diperhatikan dan *stakeholder* bisnis secara keseluruhan terkait higienitasnya dengan cara konsumen dan karyawan dilindungi melalui komunikasi tentang pentingnya kebersihan di lingkungan sekitar, juga penggunaan masker dan selalu mencuci tangan serta penggunaan *hand sanitizer*.

Keberadaan internet menjadikan teknologi sebagai salah satu penopang terbesar di sektor bisnis. Melalui internet dengan mudah kita dapat melakukan penjualan apapun, melalui media sosial misal IG atau melalui *marketplace*. Oleh karena itu dibutuhkan strategi berbisnis yang lebih inovatif dan kreatif dengan cara meningkatkan omzet melalui penjualan secara *online*.

Adapun cara meningkatkan bisnis *online* yaitu:

1. Riset trend produk
2. Maksimalkan kanal *marketplace*
3. Optimalkan kreativitas *marketing* di Instagram atau media sosial lainnya
4. Bentuk strategi sebelum membuat *website*

Penutup

Faktor yang memengaruhi kepribadian seseorang untuk menjadi wirausahawan yaitu individu, kultural, masyarakat dan gabungan dari ke tiga faktor tersebut. Bagi masyarakat, melalui kewirausahaan akan dapat meningkatkan standar hidup, memberikan penghidupan, dan meningkatkan kesejahteraan pelakunya. Sedangkan bagi pemerintah dapat meningkatkan pendapatan, mengurangi pengangguran dan membuka lapangan kerja baik untuk masyarakat berpendidikan tinggi maupun rendah.

Kewirausahaan berperan sangat penting dalam menunjang hidup masyarakat yang berdampak terhadap peningkatan perekonomian nasional. Usaha pengembangan

kewirausahaan harus muncul dari pemerintah dan pelaku usaha itu sendiri dan juga harus bersinergi.

Strategi yang harus dilakukan dalam meningkatkan daya saing Pasca pandemi *Covid-19* dengan melakukan analisis bisnis kembali, mengenali kebutuhan dari *customer base*, mempermudah proses bisnis, produk yang mudah dijual harus dilakukan klasifikasi serta katalog yang mudah dibagikan dilakukan melalui digitalisasi produk usaha serta persediaan barang harus selalu terjaga; dan dalam keadaan sulit seperti saat ini harus memberikan kepada karyawan berupa insentif karena telah mampu memberikan kontribusi terbaik bagi pengembangan usaha.

Bibliografi

- Dedi Takdir Syaifuddin, H. Mahmudin, Sudirman Zaid. 2015. *Wijana Mahadi Karya*. Yogyakarta Kewirausahaan.
- Muhammad Anwar H.M. 2017. *Pengantar Kewirausahaan Teori dan Aplikasi*.
- Storey & Green. 2010. *Small Business and Entrepreneurship*. UK: Pearson Education Limited.
- Sysfrizal Helmi. 2008. *Usu Pers. Kewirausahaan*.
- Tambunan, T. 2008. SME Development, Economic Growth and Government Intervention in a Developing Country : The Indonesian Story. *International Entrepreneurship Journal*, Volume 6, 147 – 167. <https://www.researchgate.net/publication/3076> Kebijakan Pengembangan Kewirausahaan. ResearchGate.



\$ODPDW
.DPSXV,
/HPEDJD
-O -DWL
7HOS
(PDLO C