

BAB 4

KEWIRASWATAAN DAN PERUSAHAAN KECIL

1. Kewiraswastaan, Wiraswasta, Wiraswastawan

Pengertian wiraswastawan: adalah orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya atau lebih singkatnya adalah orang yg membuka lapangan pekerjaannya sendiri.

Unsur-unsur penting wiraswasta :

- A. Kemampuan dalam membuka, mencari, menciptakan, dan menggunakan peluang usaha.
- B. Kemampuan untuk menyatukan faktor-faktor produksi atau mengorganisasikan perusahaan secara efektif dan efisien.
- C. Kemampuan dalam mengambil keputusan dan meminimalkan resiko
- D. Kemampuan untuk bersaing dengan pihak lain.

2. Perusahaan Kecil dalam Lingkungan Perusahaan

Cara memasuki perusahaan kecil ada tiga cara yaitu :

- Dengan meneruskan usaha orang tua contoh orang tua kita mempunyai usaha warung makan. Begitu orang tua sudah tua maka yg meneruskannya adalah kita.
- membeli perusahaan yang telah ada
- dengan cara memulai usaha yang sama sekali baru.

3. Perkembangan franchising di Indonesia

Waralaba atau Franchising (dari bahasa Prancis untuk kejujuran atau kebebasan) adalah hak-hak untuk menjual suatu produk atau jasa maupun layanan. Sedangkan menurut versi pemerintah Indonesia, yang dimaksud dengan waralaba adalah perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak memanfaatkan dan atau menggunakan hak dari kekayaan intelektual (HAKI) atau pertemuan dari ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh pihak lain tersebut dalam rangka penyediaan dan atau penjualan barang dan jasa.

A. Kiat-kiat Memilih Usaha Dengan Cara Waralaba (*Franchising*)

Menurut ketua asosiasi franchise indonesia (afi) anang suksandar, ada kiat-kiat tertentu dalam memilih usaha waralaba yang baik.

Bisnis waralaba yang baik adalah usaha yang dibutuhkan sehari-hari yaitu makan, minuman, pendidikan, salon, bengkel, bidang ritel, tea franchise.

B. Jenis-Jenis Usaha Yang Diwaralabakan

- Produk dan jasa otomotif
- Bantuan dan jasa bisnis
- Produk dan jasa konstruksi
- Jasa pendidikan
- Rekreasi dan hiburan
- Fastfood dan take away(makanan siap saji)
- Stand makanan/foodstall
- Perawatan kesehatan, medis dan kecantikan

4. Ciri-ciri Perusahaan kecil

A. Kekuatan dan kelemahan perusahaan kecil

Fakta menunjukkan, banyak wiraswastawan memulai aktivitasnya dalam perusahaan kecil sebelum akhirnya berkembang menjadi besar. Berbagai bidang usaha memberikan kesempatan usaha, tingkat perolehan keuntungan, maupun tingkat risiko yg berbeda-beda. Terlepas dari bidang usaha yang dipilih, sebagaimana dijumpai pada hampir semua kondisi, perusahaan kecil juga memiliki kekuatan dan kelemahan. Kekuatan perusahaan kecil terutama berkenaan dengan kebebasannya untuk bertindak dan menyesuaikan diri dengan kebutuhan setempat. Sebaliknya kelemahan perusahaan kecil terutama berkaitan dengan spesialisasi, modal dan jaminan pekerjaan terhadap karyawannya.

B. Keuntungan Perusahaan kecil

Kebebasan dalam bertindak mengacu pada fleksibilitas perusahaan dan kecepatannya dalam mengantisipasi perubahan tuntutan pasar. Hal ini lebih dimungkinkan pada perusahaan kecil karena ruang lingkup pelayanan relatif kecil. Sehingga penyesuaian terhadap adopsi teknologi yang sesuai dengan kebutuhan pasar dapat dilaksanakan dengan cepat.

C. Kelemahan perusahaan kecil

Perusahaan dengan ukuran apa saja (besar, sedang, maupun kecil) selalu mengandung resiko, disamping keuntungannya. Perusahaan kecil lebih mudah terpengaruh oleh perubahan situasi, perubahan ekonomi, persaingan dan lokasi yang buruk. Kelemahan perusahaan kecil yang terutama adalah modal dan jaminan pekerjaan bagi karyawannya.

D. Cara-cara Mengembangkan Perusahaan Kecil

- Penyebarluasan dan pengembangan minat berusaha
- Pemberian bantuan kredit dari bank dengan syarat lunak bagi para perusahaan kecil
- Peningkatan keterampilan angkatan kerja dengan perluasan kesempatan kerja
- Perbaikan personalia perbankan
- Membentuk sentra industry kecil di pedesaan
- Pembatasan investasi pada industry padat modal
- Pemerintah melalui departemen terkait menyediakan fasilitas

E. Kegagalan Perusahaan Kecil

Sebagian kegagalan telah disebutkan seperti kurangnya pengalaman manajemen, kurangnya modal, kurangnya modal dan promosi penjualan, ketidak mampuan untuk mengatasi piutang yg macet, penggunaan teknologi yang sudah ketinggalan jaman dan lain-lain.

5. Perbedaan antara Kewirausahaan dan Bisnis Kecil

Kewirausahaan adalah suatu profesi yang timbul karena interaksi antara ilmu pengetahuan yang dapat diperoleh dari pendidikan formal dengan seni yang hanya dapat di gali dengan rangkaian kerja yang diberikan dalam praktek perbedaan dengan bisnis kecil dalam penanganannya karena dalam berbagai tempat diakui keberadaan pengusaha kecil terkait dengan kewirausahaan.

UKM Sebagai Salah Satu Bentuk Solusi Makro Indonesia

Proses pembangunan ekonomi di suatu negara secara alami menimbulkan kesempatan besar yang sama bagi semua jenis kegiatan ekonomi semua skala usaha. Besarnya suatu usaha tergantung pada sejumlah faktor, dua diantaranya yang sangat penting adalah pasar dan teknologi. Apabila pasar yang dilayani kecil, yakni untuk jenis-jenis produk tertentu yang jumlah pembelinya memang terbatas atau sifatnya musiman, maka unit usaha yang cocok dalam arti walaupun omset kecil usaha tersebut tetap dapat menghasilkan margin keuntungan yang lumayan, adalah Usaha Kecil. Besar kecilnya pasar itu sendiri ditentukan oleh tingkat pendapatan riil perkapita dan jumlah penduduk serta strukturnya atau jumlah pembeli sebenarnya atau potensial.

Di sektor industri manufaktur, industri skala kecil dan menengah (IKM) membuat berbagai macam produk yang dapat digolongkan ke dalam dua kategori: barang-barang untuk keperluan konsumsi dan industri seperti barang-barang modal dan penolong. Di Indonesia, untuk jenis-jenis barang konsumsi tertentu seperti makanan dan minuman, pakaian jadi, tekstil, alas kaki, dan alat-alat rumah tangga, IKM tetap dapat bertahan di pasar dan bahkan menikmati pertumbuhan volume produksi yang lumayan setiap tahunnya, walaupun menghadapi yang persaingan yang begitu ketat dari industri skala besar.

Dapat dikatakan juga bahwa di dalam suatu ekonomi modern sekalipun, IKM tetap mempunyai suatu kesempatan besar untuk *survive* atau berkembang pesat hanya jika industri tersebut membuat jenis-jenis produk yang proses produksinya tidak mempunyai skala ekonomis, dan mengandung teknologi sederhana tanpa mengurangi kualitas produk, serta memerlukan keahlian tertentu.

Untuk jenis-jenis produk tertentu yang pada umumnya adalah barang-barang konsumsi sederhana, IKM memiliki segmentasi pasar sendiri yang melayani kebutuhan kelompok konsumen tertentu, yang pada umumnya berasal dari kalangan masyarakat berpendapatan menengah ke bawah. Survei literatur menunjukkan banyak studi mengenai perkembangan IKM di negara-negara sedang berkembang. Akan tetapi, dapat dikatakan bahwa hingga saat ini pembahasan secara teoritis mengenai relasi antara perumbuhan atau tingkat pendapatan di suatu wilayah dengan perubahan struktural di sektor industri manufaktur atau pola perkembangan IKM di wilayah masih relatif terbatas. Indikator-indikator perkembangan IKM yang umum digunakan dalam literatur adalah pertumbuhan nilai atau volume output, peningkatan kontribusi output atau nilai tambah terhadap pembentukan PDB, pertumbuhan tenaga kerja, dan peningkatan porsi dalam jumlah tenaga kerja di sektor industri manufaktur.

Pembangunan dan pertumbuhan UKM merupakan salah satu motor penggerak yang krusial bagi pembangunan dan pertumbuhan ekonomi di banyak negara di dunia. Salah satu karakteristik dari dinamika dan kinerja ekonomi yang baik dengan laju pertumbuhan PDB yang tinggi di negara-negara Asia Timur dan Asia Tenggara yang dikenal dengan sebutan *Newly Industrializing Countries* (NICs) seperti Korea Selatan, Singapura, dan Taiwan adalah kinerja UKM mereka yang sangat efisien, produktif, dan memiliki tingkat daya saing global yang tinggi. UKM di negara-negara tersebut sangat responsif terhadap kebijakan-kebijakan pemerintahnya dalam pembangunan sektor swasta dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang berorientasi ekspor. Di Indonesia di lihat dari jumlah unit usahanya yang sangat banyak di semua sektor ekonomi dan kontribusinya yang besar terhadap penciptaan kesempatan kerja yang menjadi penting terhadap UKM di Indonesia. Ini didasarkan pada kenyataan bahwa di satu pihak jumlah angkatan kerja di Indonesia sangat berlimpah mengikuti jumlah penduduk yang besar, dan di pihak lain Usaha Besar tidak sanggup menyerap semua pencari pekerjaan. Ketidaksanggupan Usaha Besar dalam menciptakan kesempatan kerja yang besar disebabkan karena memang pada umumnya kelompok usaha tersebut relatif padat modal, sedangkan UKM relatif padat karya. Kedua, pada umumnya Usaha Besar membutuhkan pekerja dengan pendidikan formal yang tinggi dan pengalaman kerja yang cukup, sedangkan UKM khususnya Usaha Kecil sebagian pekerjanya berpendidikan rendah. Selain sebagai penciptaan kesempatan kerja juga sebagai sumber pendapatan, khususnya di daerah perdesaan dan bagi rumah tangga berpendapatan rendah tidak dapat diingkari betapa pentingnya UKM.

Dalam era globalisasi dan perdagangan bebas, UKM memiliki peranan baru yang lebih penting lagi yaitu sebagai salah satu utama faktor utama pendorong perkembangan dan pertumbuhan ekspor.

Kemampuan UKM Indonesia untuk menembus pasar global atau meningkatkan ekspornya atau menghadapi produk-produk impor di pasar domestik ditentukan oleh suatu kombinasi antara sejumlah faktor keunggulan relatif yang dimiliki masing-masing perusahaan atas pesaing-pesaingnya. Dalam konteks ekonomi/perdagangan internasional pengertian daripada keunggulan relatif dapat didekati dengan keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif.

Suatu negara memiliki keunggulan bisa secara alamiah atau yang dikembangkan. Keunggulan alamiah yang dimiliki Indonesia adalah jumlah tenaga kerja, khususnya dari golongan berpendidikan rendah dan bahan baku yang berlimpah. Kondisi ini membuat upah tenaga kerja dan bahan baku menjadi di Indonesia relatif lebih murah dibandingkan negara-negara lain yang penduduknya sedikit dan miskin SDA. Keunggulan alamiah ini sangat mendukung perkembangan ekspor komoditas-komoditas primer Indonesia seperti minyak dan pertanian. Sedangkan keunggulan yang dikembangkan misalnya adalah tenaga kerja yang walaupun jumlahnya sedikit memiliki pendidikan atau keterampilan yang tinggi dan penguasaan teknologi sehingga mampu membuat bahan baku aslinya, atau berproduksi secara lebih efisien dibandingkan negara lain yang kaya akan SDA.

Faktor-faktor keunggulan kompetitif yang harus dimiliki oleh setiap anak perusahaan untuk dapat bersaing di pasar dunia terutama adalah :

- Penguasaan Teknologi
- Sumber daya manusia dengan kualitas tinggi, dan memiliki etos kerja, kreativitas dan motivasi yang tinggi
- Tingkat efisiensi dan produktivitas yang tinggi
- Kualitas serta mutu yang baik dari barang yang dihasilkan
- Promosi yang luas dan agresif
- Sistem manajemen dan struktur organisasi yang baik
- Pelayanan teknis dan non teknis yang baik
- Adanya skala ekonomis dalam proses produksi
- Modal dan serta prasarana lainnya yang cukup
- Memiliki jaringan bisnis di dalam dan terutama di luar negeri yang baik
- Proses produksi yang dilakukan dengan sistem *just in time*
- Tingkat *entrepreneurship* yang tinggi

Secara teoritis, faktor-faktor yang diduga punya pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap kinerja ekspor UKM dapat dibedakan antara faktor-faktor dari sisi permintaan dan faktor-faktor dari sisi penawarannya. Dari sisi permintaan pasar adalah faktor-faktor eksternal yang tidak dapat dipengaruhi oleh pengusaha itu sendiri. Sedangkan dari sisi penawaran, sebagian adalah faktor-faktor yang hingga tingkat tertentu dapat dipengaruhi oleh pengusaha bersangkutan seperti dalam hal peningkatan SDM, penyediaan modal, dan penguasaan atau pengembangan teknologi.

UKM sendiri pada dasarnya merupakan tulang punggung perekonomian yang cukup penting bagi perkembangan kehidupan ekonomi masyarakat, dimana dengan adanya UKM ini masyarakat akan mampu menciptakan lapangan kerja yang memadai, mengurangi angka pengangguran serta kehidupan sosial yang baik. Namun saat ini kami merasa bahwa hal ini belum diperhatikan oleh pemerintah dengan seksama dan ditangani secara serius dan berkelanjutan, hal ini terbukti dengan adanya penurunan pada berbagai sektor UKM yang ada di Indonesia. Rasanya tidak berlebihan kalau kami berpendapat Indonesia adalah "Negara yang tidak mampu memberikan kesejahteraan bagi rakyatnya", Indonesia hanyalah mampu memeras rakyat dengan melalui kebijakan-kebijakan yang kami rasa sangat menyulitkan pelaku bisnis, terutama yang perlu kami tekankan disini adalah kami menolak keras tindakan Pemerintah menaikkan harga BBM, karena sangat berpengaruh terhadap proses produksi itu sendiri, dimana dengan kenaikan BBM, kalangan industri tidak dapat lagi memberikan harga yang kompetitif bagi para konsumennya, sehingga permintaan pasar sangat menurun drastis, belum lagi tindakan yang dilakukan oleh oknum pemerintah yang mempersulit dalam hal perizinan usaha. Dan sebagai mahasiswa yang masih berpegang pada idealisme kami berkesimpulan bahwa Indonesia, di masa yang akan

datang pasti akan mengalami keterpurukan yang luar biasa, dan jika tidak hati-hati Indonesia akan semakin hancur di mata Internasional.

Beberapa hal yang perlu dipertimbangkan agar perkembangan UKM semakin baik, khususnya kepada Pemerintah, yakni;

1. Turunkan harga BBM sekarang juga
2. Tindak tegas aparat yang melakukan korupsi dengan memeras para pengusaha
3. Berikan kemudahan kredit bagi masyarakat pedesaan
4. ciptakan iklim bisnis yang kondusif
5. kemudahan dalam perizinan usaha
6. Pajak dibebankan rendah, agar meningkatkan laba
7. Memberikan penyuluhan tentang pentingnya menciptakan lapangan kerja
8. sikap kooperatif dari Pemerintah, dalam hal pendanaan