STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA SEPULUH WIRUSAHA MUDA TENANT PROGRAM IbK STIE AHMAD DAHLAN JAKARTA

Asriyal

&

Sutia Budi

STIE Ahmad Dahlan Jakarta

Jl. Ciputat Raya No. 77 Cireundeu, Jakarta Selatan

Email: asriyal_sikumbang@yahoo.com, sutiabudi19@gmail.com

Abstract

The purpose of this study is to: (1) review and analyze the strategies that have been implemented by 10 young entrepreneur's Program of IbK of STIEAD Jakarta in developing their businesses over the years; (2) identify and analyze the strategies that will be run by them for the next day; (3) analyze and formulate proposals for business development strategy is relevant to young entrepreneurs run by them. The results shows, the strategy which conducted by them is actually still conventional and little is applying modern business patterns. However, they have a plan/strategy development effort that started steady state. Targets that have been set should be reassessed and to be rationalized, if the strategy is capable of being implemented. The recommendations concerned are for all tenants should have self determination for entrepreneurship, able to instill confidence, and always looking for a way out in case of a deadlock

Kata Kunci: wirausaha muda, kewirausahaan

PENDAHULUAN

Kewirausahaan berasal dari terjemahan kata *entrepreneurship* yang dapat diartikan sebagai "*The backbone of economy*", yaitu syaraf pusat perekonomian atau sebagai "*tailbone of economy*", yaitu pengendali perekonomian suatu bangsa (Wirakusumo, 1997 dalam Suryana, 2006). Secara epistemologi, kewirausahaan merupakan nilai yang diperlukan untuk memulai suatu usaha atau suatu proses dalam mengerjakan suatu yang baru dan sesuatu yang berbeda. Sementara menurut Zimmerer (2001), "*entrepreneurship is applying creativity and innovation to solve the problems and to exploit opportunities that people face everyday*" (penerapan kreativitas dan

inovasi untuk memecahkan masalah dan upaya untuk memanfaatkan peluang yang dihadapi setiap hari).

Dalam konteks kekinian, perkembangan wirausaha muda banyak berasal dari kalangan mahasiswa. Jika mencermati beberapa publikasi, baik di media cetak maupun elektronik, telah banyak wirausaha muda yang berhasil menjadi pengusaha dengan omzet usaha yang relatif tinggi dan peningkatan asset yang cukup signifikan.

Sebagai contoh, program wirausaha yang diinisiasi oleh pemerintah misalnya; Inkubasi Wirausaha Baru, Ipteks bagi Kewirausahaan, Program Mahasiswa Wirausaha, serta program

lainnya telah banyak melahirkan pengusaha muda. Demikian halnya dengan program-program wirausaha yang diinisiasi oleh pihak swasta, misalnya; program wirausaha mandiri yang diselenggarakan Bank Mandiri, program wirausaha dari perusahaan Shell, serta instansi swasta lainnya, telah mendorong tumbuhnya wirausaha muda di Indonesia. Fakta memperlihatkan bahwa potensi generasi muda untuk tumbuh menjadi wirausaha baru demikian besar, khususnya dari kalangan mahasiswa.

Wirausaha muda tentunya perlu terus didukung dan dibimbing agar semangat dan tekadnya semakin kuat untuk menjadi generasi yang mampu berkontribusi bagi kesejahteraan masyarakat. Dukungan kepada mereka tidak melulu berkaitan dengan pembiayaan, tetapi juga menyangkut bimbingan pada berbagai aspek, seperti; manajemen usaha, manajemen keuangan, manajemen sumber daya manusia, akses pasar, aspek teknologi, strategi pengembangan usaha, dan aspek-aspek penting lainnya. Oleh karenanya semua pihak, mulai dari pemerintah, swasta, perguruan tinggi, dan masyarakat secara umum, hendaknya bahu-membahu memberikan dukungan yang nyata bagi tumbuh kembangnya wirausaha muda.

Wirausaha muda adalah pengusaha generasi baru yang tumbuh dengan semangat yang keras, memiliki fisik yang relatif lebih kuat, pikiran yang kritis, serta daya imajinasi dan kreatifitas yang tinggi. Kekuatan dari dalam tersebut merupakan modal yang tidak boleh lenyap ketika menghadapi berbagai hambatan eksternal dan kelemahan yang muncul dari dalam. Tetapi bagaimana kekuatan yang dimiliki itu menjadi peluang untuk maju dan berkembang.

Wirausaha muda juga seyogyanya menyadari kelemahan yang dimiliki, dan hal tersebut justru harus memacu diri untuk mampu menutupi/mengatasi kelemahan tersebut dan memacu diri untuk lebih maju. Demikian halnya dengan hambatan yang dihadapi, bahwa tantangan/hambatan bisnis mungkin akan selalu ada, tetapi sebagai

wirausaha muda, hal itu bukanlah untuk dihindari melainkan harus dihadapi dengan keberanian dan kecerdasan.

Bagi pemula, memang tidak mudah untuk memulai usaha. Tentunya, pada tahap awal diperlukan usaha ekstra keras dan sikap yang tegas untuk memilih jalan wirausaha. Generasi muda sering dihadapkan pada situasi yang sulit, terjadi dilema antara pilihan untuk bekerja pada pihak lain ataukah berwirausaha. Ketika memutuskan untuk berwirausaha, maka tantangan mulai terasa, risiko bisnis semakin nyata.

Oleh karenanya menjadi seorang wirausaha menuntut pelakunya untuk terus berpikir, bertindak, berani mengambil risiko, serta mampu membuat keputusan yang tepat. Demikian halnya ketika usaha sudah berjalan, biasanya peluang usaha semakin luas di satu sisi, namun tantangan semakin keras di pihak lain. Pada tahap ini, seorang wirausaha dituntut untuk memiliki terobosan bisnis, harus memiliki strategi untuk mengembangkan usaha. Jika tidak menyiapkan diri secara matang, maka tidak menutup kemungkinan akan terlindas oleh kerasnya persaingan pasar.

Program Ipteks bagi Kewirausahaan (IbK) mensubstitusi program sejenis sebelumnya, yaitu Pengembangan Budaya Kewirausahaan di Perguruan Tinggi (PBKPT), yang dirumuskan dan direalisasikan sejak tahun 1997. Program PBKPT yang dilaksanakan secara parsial tanpa adanya sinergi di antara setiap program (KWU, KGU, MKU, KBPK dan INWUB), menyebabkan tidak dapat mencapai misinya membentuk wirausaha baru dari kampus. IbK melaksanakan sejumlah kegiatan kreatif untuk menghasilkan wirausaha baru yang mandiri. IbK juga dapat berkolaborasi melakukan kerjasama dengan lembaga-lembaga yang terkait dengan pengembangan kewirausahaan.

Adapun misi program IbK adalah memandu PT menyelenggarakan unit layanan kewirausahaan yang profesional, mandiri dan berkelanjutan, berwawasan *knowledge based*

economy. Sedangkan tujuannya adalah (1) menciptakan wirausaha baru yang mandiri, (2) meningkatkan keterampilan manajemen usaha bagi masyarakat industri, (3) menciptakan metode pelatihan kewirausahaan yang cocok bagi mahasiswa PKMK/mahasiswa wirausaha.

Dalam upaya menciptakan wirausaha baru mandiri, program IbK dapat dilaksanakan dalam bentuk pelatihan kewirausahaan, menempatkan mahasiswa untuk melaksanakan magang pada perusahaan yang mapan dan memfasilitasi mahasiswa berwirausaha. Program IbK setiap tahun wajib membina 20 calon wirausaha yang seluruhnya adalah mahasiswa PKMK/mahasiswa yang merintis usaha baru. Hingga akhir tahun 2010, Program IbK di STIEAD Jakarta telah membina sedikitnya 27 *tenant*. Dari jumlah tersebut terdapat 20 *tenant* yang memperlihatkan perkembangan baik dalam usahanya dan dari jumlah tersebut, terdapat 14 *tenant* mahasiswa yang dicanangkan menjadi wirausaha mandiri di akhir tahun 2010, mengingat perkembangan usaha mereka relatif lebih pesat ketimbang *tenant* IbK lainnya.

TUJUAN PENELITIAN

Strategi pengembangan usaha wirausaha muda merupakan rencana strategis yang dijalankan guna mencapai tujuan bisnis yang telah dicanangkan. Strategi pengembangan usaha sangatlah penting untuk dirumuskan agar tahapan dan arah "jalan bisnis" yang akan ditapaki menjadi jelas. Maksimalisasi *return* dan minimalisasi *risk*, serta penggunaan sumber daya yang efektif dan efisien, akan dapat diwujudkan jika "jalan usahanya" berlandaskan langkah yang strategis.

Berdasarkan paparan di atas, artikel ini mengkaji: (1) strategi yang telah dijalankan oleh 10 (sepuluh) wirausaha muda *tenant* program IbK STIEAD Jakarta dalam mengembangkan usaha mereka; (2) dan merumuskan usulan strategi pengembangan usaha yang dipandang relevan untuk dijalankan oleh 10 (sepuluh) wirausaha muda *tenant* program IbK STIEAD Jakarta.

Penelitian ini dibatasi pada ruang lingkup tentang analisis strategi pengembangan usaha, yang dimiliki oleh 10 (sepuluh) wirausaha muda yang menjadi peserta Ipteks bagi Kewirausahaan (IbK). Pengamatan dilakukan terkait dengan strategi yang sedang dijalankan meliputi aspek pemasaran, manajemen dan aspek keuangan. Responden penelitian adalah *tenant* IbK yang telah berhasil mendirikan dan menjalankan usaha, serta telah mampu menghasilkan keuntungan dari usaha yang dijalankan. Selain itu, studi ini juga mengukur seberapa jauh perencanaan pengembangan usaha ke depan dengan memperhitungkan persaingan dan strategi yang diterapkan untuk mengatasi persaingan tersebut.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif-kualitatif. Menurut Creswell (1994), paradigma kualitatif merupakan metode yang didefinisikan sebagai sebuah proses pengertian atas persoalan manusia dan sosial, didasarkan atas kompleksitasnya, potret keseluruhan, dibentuk dengan sejumlah kata, detail pelaporan atas dasar pandangan informan dan disikapi dalam sebuah *setting* sosial. Pendekatan kualitatif digunakan untuk mengkaji tentang strategi yang telah dijalankan oleh 10 wirausaha muda dalam mengembangkan usaha mereka selama ini dan strategi ke depan, serta usulan strategi pengembangan usaha yang dipandang relevan untuk dijalankan oleh wirausaha muda peserta program IbK STIEAD Jakarta.

Penelitian ini dilakukan di wilayah Jabodetabek, dengan waktu penelitian selama 8 (delapan) bulan, terhitung mulai bulan Januari sampai dengan Agustus 2011. Jenis data yang akan dikumpulkan dalam penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder.

Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah teknik *Voluntary sampling* dan *Judgement (purposive) sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif dengan bantuan grafik, tabel dan gambar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Terdapat sepuluh wirausaha muda yang diamati. Kesepuluh wirausaha muda tersebut menjalankan usaha yang beragam. Berikut hasil pengamatan terhadap kesepuluh wirausaha muda tersebut.

1. BBH (com-net.com)

Dari aspek produksi, saat ini usaha warnet telah beroperasi dengan 8 (delapan) unit komputer dengan total biaya mencapai Rp. 55.000.000. Dari aspek tenaga kerja, Dengan alasan penghematan biaya, saat ini perusahaan dikelola sendiri tanpa menggunakan jasa karyawan, karena melihat operasional yang relatif tinggi.

Dari aspek persaingan, Usaha ini tergolong dalam struktur pasar persaingan sempurna. Dimana harga ditentukan oleh mekanisme pasar yaitu permintaan dan penawaran, konsumen memahami keadaan pasar, tidak adanya hambatan untuk keluar/masuk pasar, dan pemerintah tidak campur tangan dalam proses pembentukan harga.

Persaingan yang dirasakan saat ini sangatlah ketat karena di lingkungan tersebut kurang lebih terdapat 6 (enam) layanan jasa warnet. Strategi yang com-net terapkan adalah menggunakan sistem paket. Dengan menggunakan sistem paket, pengguna (*user*) akan mendapatkan harga yang relatif lebih murah dibandingkan dengan harga *personal* biasa. Selain itu, kecepatan akses jaringan juga menjadi hal yang sangat penting untuk dipertahankan, dan itu semua telah dijalankan oleh com-net.

Dari aspek kepemilikan, sebagaimana banyak usaha kecil lainnya, BBH com-net.com dijalankan sendiri oleh pemiliknya.

Responden mengemukakan beberapa kelemahan yang dirasakan, selain masalah modal, yang menjadi kelemahan saat ini adalah pemasaran produk. Hal lain juga,

kurangnya komitmen para pemilik (yang sekaligus menjadi manajemen perusahaan) terhadap tugas yang diberikan. Sehingga saat ini com-net merasa kesulitan membangun kerjasama antara pengusaha dalam dalam rangka pengembangan usaha.

Hal lain yang dirasakan juga sulitnya melakukan pembukaan cabang baru, karena ancamana tentang "hancurnya" bisnis warnet yang disebabkan oleh murah dan mudahnya mendapatkan perangkat teknologi yang berkaitan dengan internet. Baik modem, jaringan (*locak area network* – LAN) maupun akses melalui *handphone*. Jangka panjang, com-net akan melakukan pembentukan unit usaha lain selain warnet.

Berdasarkan hal-hal di atas, peneliti merekomendasi beberapa hal, yaitu:

- a. Karena usaha tersebut milik bersama, maka diantara para pemilik harus solid terlebih dahulu. Jika kebersamaan sulit diwujudkan maka segera adakan rapat untuk melakukan restrukturisasi.
- b. Untuk menambah permodalan untuk memperluas jaringan pasar atau membuka cabang baru, sebaiknya menggandeng investor dengan menawarkan bagi hasil yang menarik.
- c. Promosi produk harus lebih gencar, dengan menggunakan media promosi yang "tidak konvensional" baik secara *online* (internet) maupun media lain yang mampu menarik pelanggan yang loyal.
- d. Manajemen keuangan harus lebih akuntabel.
- e. Tidak perlu khawatir dengan datangnya teknologi baru untuk akses internet dengan mudah (modem). Karena jika warnet menawarkan sesuatu yang menarik (seperti tempat yang nyaman, jaringan pertemanan/"kumpul-kumpul", harga paket yang kompetitif, buka 24 jam, dan kelebihan lainnya) maka pelanggan akan tetap datang.

2. IMH (Budidaya Gurame)

Lokasi usaha di, Desa Ciseeng, Kecamatan Parung, Kabupaten Bogor. Berdasarkan pengamatan, persaingan dalam bidang usaha ini sangat ketat karena di lingkungan tersebut kurang lebih terdapat 10 pembudidaya gurame. Pengelolaan masih sederhana. Kepemilikan usaha ini bersifat Perseorangan/Pribadi. karyawan usaha ini adalah 1 orang.

Beberapa kelemahan/kendala yang dirasakan responden saat ini adalah kurang maksimalnya fungsi kontrol terhadap pelaksanaan operasional serta kurangnya pengetahuan pemilik terhadap dunia perikanan/budidaya. Pemilik saat ini hanya bekerjasama dengan petani setempat yang dipercayai, kemudian melakukan pengawasan (tapi kurang optimal), pemasaran, dan pengelolaan keuangan. Selain itu, faktor modal pun menjadi salahsatu kelemahan. Rata-rata pembudidaya ikan di lokasi tersebut beroperasi dengan volume lebih dari 20.000 ekor, sehingga kemampuan penyediaan bibit untuk permintaan yang lebih besar belum mampu tercukupi. Berdasarkan paparan di atas, peneliti merekomendasi beberapa hal, yaitu:

- a. Pemilik hendaknya memahami secara mendalam tentang budidaya ikan gurame, dan pemilik juga harus merasakan kondisi di lapangan. Karena dengan seperti itulah, pemilik akan mampu membuat rencana yang lebih riil.
- b. Pemahaman mendalam akan memandu untuk menjalankan fungsi pengawasan. Untuk menjalankan fungsi pengawasan hendaknya tidak dilakukan sendiri, tetapi harus mampu merekrut "agen".
- c. Untuk memperbesar volume usaha tentu diperlukan penambahan modal. Untuk hal ini sebaiknya menggandeng investor. Meminjan kepada lembaga keuangan bisa saja dilakukan asalkan

dengan pola bagi hasil atau bunga rendah (maksimal setara bunga deposito).

- d. Pengelolaan keuangan harus ketat.
- e. Pemasaran produk hendaknya dilakukan secara intensif, baik cara-cara konvensional maupun *online*.

3. MA (Rumah Makan Betawi)

Lokasi usaha ini berdekatan dengan perkantoran. Volume operasi atau omzet usaha per hari rata-rata sebesar Rp. 300.000,- atau Rp. 9.000.000,- per bulan. Tenaga kerja yang saat ini digunakan sebanyak 2 orang yang memiliki pengalaman dan kemampuan di bidang kuliner. Laba kotor yang diperoleh rata-rata Rp. 3.000.000,- per bulan. Kepemilikan usaha ini juga bersifat pribadi/perseorangan.

Responden mengemukakan tentang beberapa kelemahan dalam usahanya, diantaranya adalah kurang akuntabel dan kurangnya perencanaan keuangan yang matang, sehingga laba yang diperoleh sering terpakai untuk keperluan yang tidak direncanakan sebelumnya. Berdasarkan paparan di atas, peneliti merekomendasi beberapa hal, yaitu:

- a. Sebaiknya dibuat laporan keuangan (bisa dimulai dari yang bersifat sederhana, misalnya *cashflow*) untuk melihat posisi saat ini. Berangkat dari laporan tersebut, selanjutnya berkomitmen untuk menerapkan "manajemen keuangan yang ketat" dan akuntabel. Namun ingat jangan terjebak dalam masalah ini, karena mendorong naiknya omzet lebih penting.
- b. Hendaknya ada pembagian tugas yang lebih jelas pada tim manajemen (tetapi tidak kaku).
- c. *Layout* ruang makan harus lebih bersih, lebih rapi, dan harus memilih apakah desain yang digunakan memakai desain

tradisional, modern, atau perpaduan antara tradisional-modern.

- d. Harus mampu mempertahankan cita rasa dan ciri khas "Betawi".
- e. Siap melayani pesan antar dengan pilihan menu yang variatif serta siap memberikan pelayanan yang prima (*services excellence*).

4. RH (Budidaya Jamur)

Lokasi usaha bertempat di daerah Rawakalong Kecamatan Gunung Sindur Kabupaten Bogor. Saat ini usaha dijalankan di lahan seluas 7 x 10 meter, dan 2400 *baglog* (media tanam). Dengan lahan dan jumlah media tersebut, dapat memproduksi jamur sebanyak 5 Kg/hari. Tenaga kerja yang saat ini dipekerjakan sebanyak 2 orang, dengan pembagian kerja sebagai berikut: 1 orang sebagai tenaga ahli sekaligus pengelola, dan 1 orang sebagai pengawas (pemilik).

Persaingan dalam usaha ini tergolong ketat, hal ini disebabkan oleh banyaknya para pembudidaya terdahulu yang lebih besar. Sehingga para pesaing lebih mampu memenuhi jumlah pemesanan yang lebih banyak. Strategi yang saat ini diterapkan masih menggunakan cara-cara konvensional. Antara lain; harga yang relatif lebih murah dan menjaga cita rasa.

Responden mengemukakan beberapa kelemahan yang dirasakan, diantaranya adalah; kurangnya stok karena kurangnya persediaan bibit dan belum bisa memberi nilai tambah dari jamur itu sendiri. Berdasarkan paparan di atas, peneliti merekomendasi beberapa hal, yaitu:

- a. Pelaku usaha hendaknya merancang kembali rencana bisnis yang lebih realistis, sehingga bisa diestimasi kebutuhan lahan dan bibit, yang dihubungkan dengan permintaan pasar.
- b. Hendaknya menggali nilai tambah dari jamur, termasuk memadukan ramuan

/resep tradisional Indonesia dan modern.

- c. Permintaan pasar bisa didorong dengan terlebih dahulu memberikan edukasi kepada masyarakat/calon pelanggan tentang manfaat atau khasiat jamur.
- d. Membuat rencana untuk masuk pasar tradisional dalam skala besar dan juga membidik pasar modern.

5. SBYN (Siomay dan Batagor)

Usaha berlokasi di daerah Pondok Petir, tepat di pinggir jalan raya Reni Jaya. Saat ini, dalam satu bulan rata-rata produksi mencapai 600 porsi per grobak/display dorong. Tim pengelola masih ada hubungan keluarga dan masih menggunakan manajemen tradisional.

Berdasarkan hasil wawancara responden dan analisis, didapatkan beberapa kelemahan responden sebagai berikut; kesulitan mendapatkan tenaga kerja profesional dengan upah rendah, kurangnya perlengkapan, dan kurangnya modal. Selain berencana membuka cabang, responden juga berencana akan melayani pesanan untuk pesta seperti; pernikahan, khitanan, dan acara lain yang memang membutuhkan hidangan siomay atau batagor. Berdasarkan paparan di atas, peneliti merekomendasi beberapa hal, yaitu:

- a. Peneliti menyarankan agar responden membuat perencanaan bisnis yang lebih matang, lebih realistis, dan lebih *profitable*.
- b. Hendaknya "jangan bermimpi" mendapatkan tenaga kerja profesional tetapi upah rendah. Karena hal itu sangat sulit, kalau pun ada yang bersedia tentu menjadi tidak adil. Tenaga kerja hendaknya diberikan upah yang proporsional, jika hal ini tetap sulit, maka bisa diterapkan pola bagi hasil yang adil.

- c. Pembelian perlengkapan sebaiknya dilakukan secara bertahap sehingga tidak terasa berat.
- d. Untuk memecahkan persoalan modal sebaiknya mengoptimalkan dana dari akumulasi laba atau mengajukan pinjaman lunak.

6. MS (Comro dan Misro)

Lokasi yang saat ini digunakan sangat strategis, selain sebagai muara antara Jakarta dan Tangerang Selatan Banten, lokasi tersebut merupakan terminal angkutan kota, berdekatan dengan pasar tradisional, serta pusat perbelanjaan modern. Volume operasi saat ini mencapai 30 kg singkong per hari, dengan omzet Rp. 400.000 per hari atau Rp. 12.000.000 per bulan. Laba kotor yang diperoleh Rp. 12.000.000 per bulan dari 3 gerobak, jadi rata-rata Rp. 4.000.000,- per gerobak.

Yang menjadi kelemahan dalam usaha ini menurut responden adalah kurang akuntabel dan kurangnya perencanaan keuangan yang matang, sehingga laba yang diperoleh sering terpakai untuk keperluan yang tidak direncanakan sebelumnya. Berdasarkan paparan di atas, peneliti merekomendasi beberapa hal, yaitu:

- a. Sebaiknya dibuat laporan keuangan (bisa dimulai dari yang bersifat sederhana) untuk melihat posisi saat ini. Berangkat dari laporan tersebut, selanjutnya berkomitmen untuk menerapkan "manajemen keuangan yang ketat" dan akuntabel. Namun ingat jangan terjebak dalam masalah ini, karena menaikkan omzet atau membuka cabang baru itu lebih penting.
- b. Sebaiknya segera merancang rencana bisnis waralaba / *franchise* dari usaha ini. Dengan membangun mitra usaha diyakini bisnis tersebut akan cepat berkembang.

- c. Membuka cabang-cabang baru di beberapa tempat strategis di Jakarta Selatan dan Tangerang.

7. TS (Budidaya Ikan Lele)

Lokasi yang saat ini digunakan sangat representatif artinya memenuhi kriteria yang dibutuhkan oleh usaha budidaya Ikan Lele. Hal ini karena di lokasi tersebut merupakan kawasan industri pertanian, sehingga sangat mendukung dalam melaksanakan proses produksi, bahkan pemasaran.

Usaha dijalankan dengan memanfaatkan lahan seluas 3000 meter persegi atau sebanyak 6 petak empang, dengan luas masing-masing 500 meter persegi. Dalam setiap bulannya menghasilkan 70.000 ekor ikan lele untuk dijual dengan seharga Rp. 150,- per ekor.

Budidaya yang dijalankan saat ini merupakan budidaya tingkat 2 untuk menuju ukuran tertentu dan kemudian dilakukan penggemukan oleh pembudidaya selanjutnya. Sehingga bahan baku yang dibutuhkan adalah bibit anak lele dengan ukuran 1,5 cm. Sedangkan bahan pembantu lainnya antarlain, pakan lele, kapur, dan kotoran ayam. Segmen pasar dari usaha ini adalah para petani yang berada di kawasan Babakan Ciseeng, yang fokus pada penggemukan, dan pedagang pasar di kawasan Ciseeng dan Parung Bogor.

Saat ini, di kawasan tersebut belum ada persaingan yang serius dalam usaha ini. Karena pada kenyataannya, kebutuhan konsumen (permintaan) masih lebih besar dari jumlah produksi di kawasan tersebut (penawaran). Sehingga terkadang kualitas produk tidak lagi menjadi prioritas utama, yang terpenting adalah kemampuan dalam menyediakan bibit dalam jumlah yang besar. Laba kotor yang diperoleh rata-rata Rp. 8.000.000,- per bulan. Kepemilikan

usaha ini adalah milik pribadi dan belum dibuat struktur organisasi.

Selain jawaban-jawaban sebelumnya responden juga mengemukakan kelemahan usaha yang dijalankannya, diantaranya; sulitnya mengarahkan karyawan untuk bekerja sesuai dengan *Standard Operational Procedure* (SOP) yang telah ditetapkan, serta rendahnya tingkat pendidikan karyawan sehingga terkadang sulit untuk "berpikir maju". Berdasarkan paparan di atas, peneliti merekomendasi beberapa hal, yaitu:

- a. Untuk membina karyawan yang berpendidikan rendah, langkah pertama yang paling penting adalah menanamkan keseriusan dan ketekunan dalam bekerja. Jika hal ini mampu diterapkan maka membawa mereka kepada "pekerjaan produktif" lainnya akan lebih mudah.
 - b. Skala usaha perlu segera ditingkatkan baik dari sisi luas lahan/kolam maupun kuantitas ikan, karena permintaan produk pertanian tersebut sangat tinggi.
 - c. Pemilik hendaknya "turun ke bawah atau turba" agar memiliki pengalaman yang lebih mendalam, jadi hendaknya tidak menempatkan diri murni sebagai penyedia modal.
 - d. Fungsi pengawasan hendaknya lebih ditingkatkan.
8. YR (Keripik Singkong)

Tempat usaha saat ini berlokasi di daerah Cibubur Jakarta Timur. Volume operasi saat ini 40 kg per minggu atau 160 kg per bulan. Singkong menjadi bahan baku utama, adapun bahan pendukung antara lain; Penyedap, garam, cabai dan minyak goreng.

Tenaga kerja yang saat ini dipekerjakan berjumlah 4 orang, dengan pembagian kerja sebagai berikut: 2 orang sebagai tenaga pemasar dan 2 orang bagian pengemasan. Usaha ini menempatkan diri sebagai

pemasok. Sementara pasar sasaran saat ini terbagi dua, yaitu agen dan pengecer.

Banyaknya perusahaan keripik yang sejenis yang lebih besar, kemasan yang lebih menarik, serta harga yang cukup bersaing. Strategi yang saat ini diterapkan antara lain, harga yang relatif lebih murah, menjaga cita rasa, dan memberikan keuntungan yang lebih besar bagi para penjual (agen & pengecer). Sejak usaha ini berdiri, pertumbuhan pasar baru mencapai 5 persen, hal ini disebabkan karena kapasitas produksi yang masih rendah. Laba kotor yang didapatkan adalah Rp. 850.000,- per minggu.

Responden mengakui bahwa yang bersangkutan belum fokus untuk menjalankan usaha tersebut, belum tertuju ke satu bidang (emping). Responden masing-mimbang untuk meneguhkan bahwa "bisnis emping adalah bisnis yang dipilihnya". Berdasarkan kondisi di atas, peneliti merekomendasi beberapa hal, yaitu;

- a. Responden harus mengkaji secara mendalam dalam waktu yang singkat, berani menentukan pilihan, dan meneguhkan diri untuk terjun dalam dunia bisnis.
- b. Jika pilihannya sebagai pebisnis sudah mulai mantap, maka yang bersangkutan harus meyakinkan dirinya bahwa komoditi yang dipilihnya layak dijual dan memiliki prospek bisnis yang luar biasa.
- c. Pengetahuan responden tentang produk, mulai barang mentah, proses produksi, hingga menjadi barang jadi, harus mendalam bahkan harus mampu merasakan proses-proses tersebut. Biasanya ide-ide pengembangan akan mengalir dari dalam diri jika proses-proses tersebut mampu dilalui dengan baik.

- d. Mengimplementasikan *marketing mix* (bauran pemasaran) dan *promotion mix* (bauran promosi).
- e. Membangun jejaring bisnis, baik jaringan *customer* maupun jaringan investor. Media yang digunakan sebaiknya dua-duanya dilakukan (konvensional tatap muka dan *online*).

9. UM (*Supplier* Emping Melinjo)

Saat ini tempat usaha berdomisili di daerah Pondok Petir, Pamulang Timur, Tangerang Selatan. Selain strategis, tempat tersebut juga berdekatan dengan pusat kota. Adapun pusat produksi produk bertempat di Pandeglang, karena wilayah tersebut merupakan salah satu penghasil emping terbesar di Jawa. Saat ini volume operasi mencapai 10 ton per bulannya.

Saat ini usaha belum menggunakan tenaga kerja, karena produksi saat ini dengan menggunakan jasa pengrajin emping yang ada di daerah Pandeglang. Sementara untuk pemasaran masih dikelola sendiri, karena saat ini penjualan masih berdasarkan pesanan dan belum mempunyai pasar yang tetap.

Target pasar adalah agen atau distributor untuk wilayah Jabotabek, Jambi, Riau, Medan, dan Palembang. Laba usaha yang didapatkan masih relatif kecil, yaitu sebesar Rp. 1.000.000, - per bulan. Kepemilikan usaha ini adalah milik pribadi dan belum ada struktur organisasi.

Responden memandang bahwa pada dasarnya, usaha tersebut cukup menjanjikan. Namun kendalanya, usaha ini membutuhkan tempat produksi yang cukup luas. Selain itu, tempat produksi juga harus berdekatan dengan daerah penghasil bahan baku yaitu singkong. Tujuannya agar tidak ada pembengkakan biaya produksi. Disisi lain, usaha yang saat ini dijalankan juga mengalami kendala sumber daya manusia. Hal ini disebabkan karena, karyawan yang dipekerjakan memiliki

hubungan keluarga, sehingga terkadang kurang akuntabel dan kurang profesional. Berdasarkan hasil wawancara dan analisis, peneliti merekomendasikan beberapa hal berikut ini:

- a. Pengelola harus meneguhkan dan meyakinkan dirinya tentang bisnis yang dipilihnya.
- b. Pengetahuan tentang produk (*product knowledge*), terutama proses produksi, hendaknya dikuasai secara mendalam, karena ide pengembangan dalam berbagai aspek (varian rasa, misalnya) akan mudah dirancang jika hal-hal kecil dikuasai.
- c. Perencanaan bisnis harus dimatangkan (termasuk pemilihan lokasi), serta secara bertahap mengimplementasikan *marketing mix* (bauran pemasaran) dan *promotion mix* (bauran promosi).
- d. Membangun jejaring bisnis, baik jaringan *customer* maupun jaringan investor. Media yang digunakan sebaiknya dua-duanya dilakukan (konvensional tatap muka dan *online*).

10. FQHD (*Supplier* Bawang)

Lokasi yang saat ini terbagi dua, yaitu untuk produksi dan pemasaran. Lokasi produksi saat ini di daerah Brebes, yang merupakan daerah penghasil bawang terbesar di Indonesia. Adapun untuk pemasaran, saat ini memilih pasar modern yaitu Carefour. Karena melihat carefour saat ini merupakan pasar modern yang saat ini menjadi pemimpin pasar di bidang swalayan. Volume operasi tidak menentu.

ke dalam pasar persaingan monopolistik, dengan alur produk sebagai berikut: Petani -> Perusahaan -> Carrefour -> Masyarakat/*Customer*. Ukuran pasar saat ini cukup besar, yaitu skala regional. Kepemilikan usaha ini adalah Kepemilikan Bersama (Pengelola dan Investor). Usaha ini mempekerjakan 55 orang karyawan *outsourcing*.

Berdasarkan hasil wawancara, karena jarak yang jauh antara Brebes (daerah penghasil komoditi) dengan Jabodetabek (daerah pemasaran) terkadang “sepertinya” banyak waktu dan tenaga yang terbuang. Hal lain yang dikeluhkan terkait dengan karyawan yang tidak disiplin. Berdasarkan hasil wawancara dan kondisi yang telah diungkapkan, peneliti merekomendasi beberapa hal, yaitu:

- a. Jarak pasar yang jauh sesungguhnya bukan kendala utama. Karena “menemukan” pasar bukanlah hal mudah. Pelanggan dan investor yang telah menjadi mitra bisnis hendaknya dipelihara (*maintenance*) dengan baik. Karena menanamkan kepercayaan (*trust*) tidaklah mudah.
- b. Hendaknya segera mengimplementasikan rencana membuat institusi perusahaan (CV), karena dengan langkah tersebut diyakini akan mendorong pertumbuhan bisnis menjadi lebih cepat meningkat.
- c. Menanamkan kedisiplinan kepada karyawan perlu kesabaran dan ketegasan. Karyawan biasanya lebih senang diberikan contoh dan tentunya harus “dimanusiakan” ketimbang ditegur dan diberi hukuman sekalipun mereka bersalah. Perlu pendekatan dan perhatian yang lebih untuk hal ini, apalagi mempekerjakan mereka juga didasari oleh alasan lain selain profesionalisme, misalnya pemberdayaan.
- d. Jika kesempatan lain muncul (menjadi *supplier* komoditi selain bawang), hendaknya dikaji lebih mendalam, dibuat rencana bisnisnya, minimal seperti rencana bisnis terdahulu. Disamping return atau potensi laba yang akan didapat, hal lain yang “wajib” dipertimbangkan adalah “resiko”.

KESIMPULAN

Strategi yang sudah dan sedang dijalankan oleh 10 wirausaha muda *tenant* Ipteks bagi Kewirausahaan (IbK) STIEAD Jakarta, sebenarnya masih bersifat konvensional, masih sedikit yang menerapkan pola-pola bisnis modern. Namun demikian, semua *tenant* memiliki rencana/strategi pengembangan usaha yang mulai mantap dan matang. Target-target yang sudah ditetapkan hendaknya dikaji kembali untuk dirasionalisasi, apakah strategi tersebut mampu diimplementasikan. Bagi wirausaha tangguh tentunya akan mengejar target-target yang telah ditetapkan dengan usaha yang optimal.

Rekomendasi peneliti berkaitan dengan pengembangan usaha *tenant* serta beberapa strategi yang bisa diimplementasikan tentunya satu sama lain berbeda-beda, karena usaha yang dijalankannya pun berbeda-beda. Rekomendasi secara umum bagi semua *tenant* hendaknya memiliki keteguhan diri untuk berwirausaha, mampu menanamkan kepercayaan diri, serta selalu mencari jalan keluar jika terjadi kebuntuan. Karena Tuhan pun menegaskan dalam firmanNya yang ungkapannya diulang, bahwa “...di balik kesusahan itu ada kemudahan...”. *Tenant* IbK juga hendaknya mulai mempelajari apa yang disebut *Strategi Pemasaran Gerilya*.

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, J.W., 1994, *Research Design Qualitative & Quantitative Approaches*, Second Edition, SAGE Publication, Thousand Oaks, London, New Delhi
- Juanda, B., 2009, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, IPB Press, Bogor
- Suryana, 2006, *Kewirausahaan Pedoman Praktis, Kiat, dan Proses Menuju Sukses*, Salemba Empat, Jakarta
- Zimmerer W.T., 2001, *Pengantar Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil*, Prenhallindo: Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta