

STRATEGI DAN KONSEKUENSI KEGIATAN KEWIRAUSAHAAN

Purnamie Titisari
Fakultas Ekonomi Universitas Jember
Purnamie.ts@gmail.com

Sundjoto
STIE Mahardhika, Surabaya
Sdjt5133@yahoo.com

ABSTRAK

Menghadapi persaingan pasar yang tajam, diperlukan pelaku-pelaku usaha yang unggul, tangguh dan berdaya saing tinggi. Kegiatan kewirausahaan akan berjalan dengan baik jika mendapat dukungan penuh dari tim manajemennya. Semua aktivitas usaha yang dilakukan seseorang merupakan dari hasil motivasi dan komunikasi yang baik. Kegiatan kewirausahaan selalu berhubungan dengan para konsumennya. Seorang usahawan yang baik dituntut memperhatikan hak-hak para konsumennya. Mereka juga dituntut untuk memiliki kepedulian untuk menjunjung tinggi etika bisnis dan harus mempunyai nurani guna melaksanakan tanggung jawab sosial.

Kata kunci : kewirausahaan, motivasi, komunikasi, etika bisnis dan tanggung jawab social

ABSTRACT

Facing the kee market competition, the actors needed a superior effort, tough and highly competitive. Entrepreneurial activity will run well if it gets full support from this management team. All business activities are carried out one of the motivation and good communication. Entrepreneurial activities are always in touch with its customers. A good businessman demanded attention to the rights of customers. They are also required to have a concern for business ethics and should have the conscience to carry out social responsibility.

Keyword : entrepreneurship, motivation, communication, business ethics aand social responsibility

PENDAHULUAN

Kewirausahaan digambarkan sebagai pola utuk membuka lahan baru dn mengubah mimpi menjadi kenyataan. Fungsi kewirausahaan tidak hanya berisikan menanam sesuatu, namun leih tentang membawa pengetahuan ke dalam kehidupan sehari-hari dan ke dalam pasar bisnis. Menurut Rozi (2010) halini agak berseberangan dengan teori dalam buku-buku ekonoi yang baku, yang biasanya berpendapat bahwa keuntungan memberikan motivasi di bidang bisnis. Inti kewirausahaan, menurut Rozi (2010), memang berbeda. Ada pepatah di dalam dunia kewirausahaan dan bisnis dapat memberikan dorongan “jika motivasi Anda adalah uang, Anda tidak akan memiliki kegigihan yang Anda butuhkan untuk membuat usaha anda atau pekerjaan

yang sukses.” Sehingga untuk mewujudkan duniaa usaha yang dibutuhkan, maka diperlukan seorang wirausahawan yang didukung oleh tim manajemen yang baik.

Dunia kewhirausahaan juga menuntut pelaku wirausaha untuk mematuhi etika-etika baik yang menunjang kegiatan kewirausahaan. Menurut Munir (2010) apabila moral merupakan sesuatu yang mendorong orang untuk melakukan kebaikan bertindak se bagai rambu-rambu yang merupakan kesepakatan secara rela dari semua anggota suatu kelompok. Dunia bisnis yang bermoral akan mampu mengembangkan etika yang menjamin kegiatan bisnis yang seimbang selaras dan serasi. Etika membimbing dan mengingatkan anggotanya kepada suatu tindakan yang terpuji yang harus selalu dipatuhi oleh orang-orang yang berada dalam kelompok bisnis sserta kelompok terkait lainnya.

Untuk menanggapi kesuksesan, lengkap pertama yang bisa dilakukan sebagai alternatif menyiapkan mental positif sebelum melangkah lebih jauh pada kegiatan kewirausahaan adalah menumbuhkan citra positif pada diri sendiri. Janganlah pelaku usaha berpikir negative atau mengecilkan arti dirinya sendiri. Seorang pengusaha akan menjadi sukses antara lain karena ia berhasil menciptakan gambaran-gambaran yang optimis dan penuh harapan didalam pikirannya dan pikiran-pikiran orang lain. Untuk berpikir besar kita harus menggunakan kata-kata dan kalimat yang menghasilkan gagasan mental yang positif..

PENTINGNYA MOTIVASI PADA KEGIATAN KEWIRAUSAHAAN

Locke (2000), dalam penelitian Idrus (2010), mengungkapkan bahwa semua aktivitas yang dilakukan seseorang merupakan hasil dari motivasi dan kognitif. Kognitif mencakup kemampuan, intelegensi dan kemampuan. Secara teoritis dapat dikatakan bahwa motivasi adalah dorongan dari perilaku dan merupakan integrase dari kebutuhan dan aspirasi untuk mencapai tujuan.

Perilaku seseorang dalam aktivitas kewirausahaan juga ditentukan oleh tinggi rendahnya motivasi mereka dalam mencari peluang. Dimana peluang seorang wirausahawan dapat didefinisikan sebagai situasi dimana produk, bahan baku dan meted organisasi baru dapat diintroduksi. Peluang kewirausahaan dalam suatu industri dapat berbeda, karena masing-masing mengharapkan nilai ekonomis yang berbeda. Shane dan Venkantaramn (2000) mengingatkan pentngnya nilai tambah ekonomi (*economic vaue added*) yang dihasilkan oleh suatu peluang pada riset-riset yang berorientasi pada motivasi kewirausahaan. Riset mereka menemukan adanya pengaruh pada perilaku wirausaha, dan wirausaha dapat membuat keputusan yang berbeda pada peluang yang sama karena perbedaan mereka dalam menginterpretasikan peluang tersebut.

Kendala faktor pendukung motivasi

Guna mendukung kegiatan kewirausahaan maka terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam kegiatan memotivasi.

a. *Kendala Kendala Motivasi*

- a. Untuk menentukan alat motivasi yang paling tepat, sulit karena keinginan setiap individu karyawan tidak sama
- b. Kemampuan perusahaan terbatas dalam menyediakan fasilitas dan insentif
- c. Manajer sulit mengetahui motivasi kerja individu karyawan
- d. Manajer sulit memberikan insentif yang adil dan layak

b. *Faktor pendukung pemberian motivasi*

Walaupun setiap individu karyawan memiliki keinginan yang berbeda-beda tetapi ada kesamaan yang dalam kebutuhan (need) nya, yaitu setiap manusia ingin hidup dan untuk hidup perlu makan dan manusia normal mempunyai harga diri. Jadi setiap manusia dan karyawan mengharapkan kompensasi dari prestasi yang diberikannya serta ingin memperoleh pujian, perlakuan yang baik dari atasannya.

KOMUNIKASI MENUNJANG KEGIATAN KEWIRAUSAHAAN

Kegiatan kewirausahaan akan berjalan dengan lancar jika ada komunikasi yang baik diantara para pelaku-pelakunya. Menurut Sumarni dan Soeprihanto (2000), komunikasi merupakan kegiatan untuk saling memberi keterangan dan ide secara timbal balik, yang diperlakukan dalam setiap usaha kerja sama manusia untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Kootz (1996), mendefinisikan komunikasi sebagai penyampaian informasi dari pengirim kepada penerima di mana informasi itu dapat dipahami oleh si penerima. Sedangkan Stoner (1986) mendefinisikan komunikasi sebagai proses yang dipergunakan oleh manusia untuk mencari kesamaan arti lewat transmisi pesan simbolik. Jadi ada tiga butir penting dalam komunikasi, yaitu :

- a. Komunikasi melibatkan orang
- b. Komunikasi termasuk kesamaan arti
- c. Komunikasi termasuk simbol

A. *Jenis-jenis komunikasi*

Terdapat beberapa jenis komunikasi yang bisa digunakan untuk kegiatan kewirausahaan, yaitu :

1. Komunikasi ke bawah (*Down Ward Communication*)
Komunikasi yang disampaikan oleh pemimpin kepada bawahan yang dapat berupa : instruksi atau petunjuk, keterangan umum, perintah, teguran dan pujian.
2. Komunikasi ke atas (*Up Ward Communication*)
Jenis komunikasi ini disampaikan oleh bawahan kepada atasan dan ini dapat berupa laporan-laporan atau keluhan, pendapat, maupun saran.
3. Komunikasi Horizontal (*Horizontal Communication*)
Komunikasi ini disampaikan oleh dan untuk para anggota organisasi yang dapat berupa pemeriksaan ulang secara berturut-turut untuk memperoleh persetujuan.

B. *Faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi*

Kootz (1996) menguraikan 4 (empat) faktor yang mempengaruhi keefektifan komunikasi, yaitu :

1. Saluran komunikasi formal. Cara komunikasi yang didukung dan mungkin dikendalikan oleh manajer. Saluran komunikasi formal mempengaruhi keefektifan komunikasi dengan dua cara yaitu saluran formal mencakup jarak yang selalu bertambah panjang sesuai dengan perkembangan dan pertumbuhan organisasi dan saluran komunikasi formal dapat menghambat arus bebas informasi antar tingkat dalam organisasi.

2. Struktur wewenang. Struktur wewenang organisasi mempunyai pengaruh serupa pada efektivitas komunikasi. Perbedaan status dan kekuasaan dalam organisasi membantu menentukan siapa yang akan berkomunikasi dengan enak kepada siapa. Isi dan akurasi komunikasi juga akan dipengaruhi oleh perbedaan wewenang.

3. Spesialisasi pekerjaan. Spesialisasi pekerjaan biasanya mempermudah komunikasi dalam kelompok yang berbeda-beda. Sedangkan anggota kelompok kerja yang sama biasanya mempunyai istilah, pandangan mengenai waktu, sasaran, tugas, dan gaya pribadi yang sama. Komunikasi antar kelompok yang berbeda jauh pada umumnya akan menghambat.

4. Kepemilikan informasi. Kepemilikan informasi berarti bahwa individu mempunyai informasi yang unik dan pengetahuan mengenai pekerjaan mereka. Informasi seperti itu adalah semacam kekuasaan bagi individu yang memilikinya, mereka dapat berfungsi lebih efektif daripada rekan-rekannya.

C. Hambatan dalam komunikasi

Dalam kegiatan bisnis terdapat hambatan-hambatan yang berpeluang terjadi dalam kegiatan kewirausahaan, antara lain :

a. Kurangnya perencanaan berkomunikasi

Komunikasi yang baik jarang terjadi begitu saja. Terlalu sering orang-orang mulai berbicara atau menulis tanpa memikirkan, merencanakan, dan menyatakan tujuan pesan terlebih dahulu sehingga komunikasi sulit dipahami.

b. Asumsi yang tidak jelas

Meskipun sangat penting, tetapi yang sering diabaikan adalah asumsi yang mendasari pesan yang tidak dikomunikasikan. Asumsi-asumsi yang tidak jelas tersebut dapat menimbulkan kebingungan dan hilangnya kesan baik .

c. Hilang pada saat penyampaian dan pengungkapan yang tidak baik

Dalam serangkaian penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain, pesan tersebut menjadi semakin akurat. Masalah serius lainnya adalah kemampuan menangkap informasi. Konsekuensinya, perusahaan sering menggunakan lebih menggunakan lebih dari satu saluran untuk mengkomunikasikan pesan yang sama.

d. Kurang menyimak dan evaluasi terlalu dini

Terdapat banyak pembicara tetapi hanya sedikit orang yang menyimak. Menyimak menghendaki perhatian penuh dan swadisciplin. Menyimak juga berarti menghindari evaluasi terlalu dini terhadap hal-hal yang dikatakan orang lain.

e. Ketidakpercayaan, ancaman dan rasa takut

Ketidakpercayaan dapat berasal dari perilaku atasan yang tidak konsisten, atau disebabkan oleh pengalaman masa lampau di mana bawahan dihukum secara jujur melaporkan informasi yang tidak menyenangkan kepada atasan.

BENTUK TANGGUNG JAWAB SOSIAL KREATIF PENGUSAHA

1. Memerhatikan hak hak konsumen

Dalam dunia kewirausahaan, pengusaha tidak boleh melupakan atau mengabaikan hak-hak para konsumennya. Jika hak-hak para konsumen tidak terpenuhi maka akan muncul “konsumerisme”. Menurut Munir (2010) konsumerisme adalah gerakan dari para konsumen atau masyarakat karena perlakuan para pengusaha atau wirausaha yang kurang baik dalam melayani konsumen. Artinya bahwa konsumerisme ialah suatu tindakan dari individu atau organisasi konsumen, lembaga pemerintah dan perusahaan sebagai jawaban ketidakpuasan yang diterima dalam hubungan dengan jual beli.

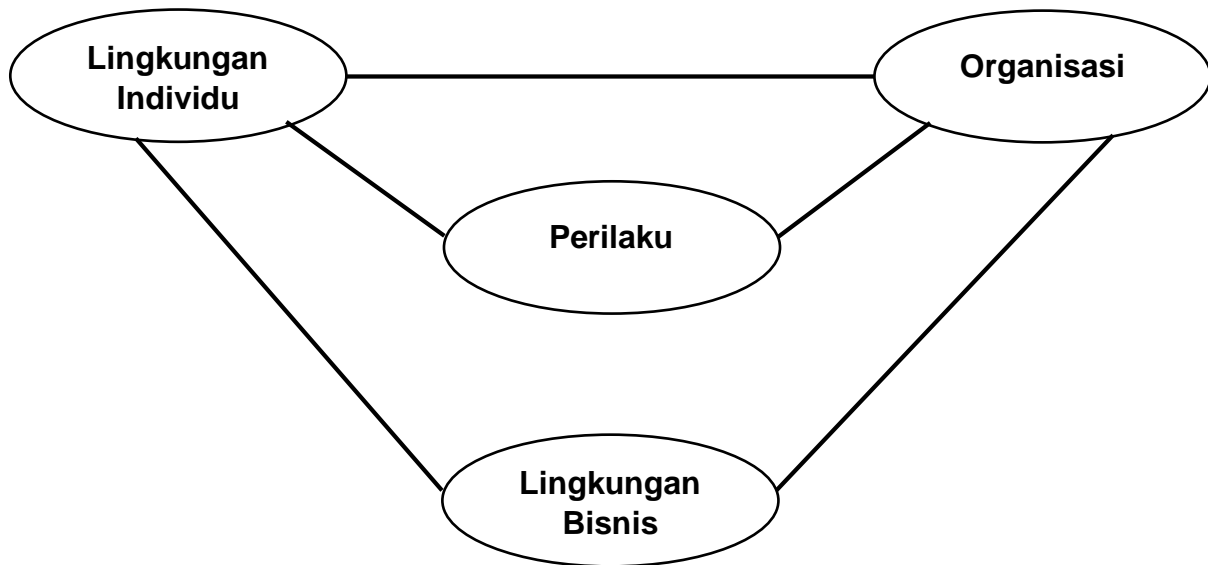
Munir (2010) mengungkapkan bahwa hak-hak konsumen yang harus diperhatikan adalah :

- a. Hak untuk memilih, jangan hanya ditawarkan komoditi satu jenis saja, tanpa ada pilihan.
- b. Konsumen berhak memperoleh informasi dan produsen, terhadap barang yang akan dibeli, baik mengenai bahan, cara pemakaiannya, daya tahan dan sebagainya.
- c. Jika ada keluhan konsumen, harus didengar. Jika ada keluhan konsumen harus segera memperhatikan pihak produsen.
- d. Apabila konsumen menggunakan produk, harus dijaga keselamatan konsumen, jangan sampai barang yang telah dibeli membahayakan konsumen.

2. Etika bisnis

Etika berasal dari Bahasa Yunani yaitu “*ethos*” yang berarti adap, akhlak, watak, perasaan, sikap dan cara berpikir. Dapat dikatakan pula bahwa etika adalah filsafat tentang nilai-nilai, kesusilaan tentang baik dan buruk. Etika bisnis terkait dengan masalah penilaian terhadap kegiatan dan perilaku bisnis yang mengacu pada kebenaran atau kejujuran berusaha (bisnis). Kebenaran disini adalah etika standar yang secara umum dapat diterima dan diakui prinsip-prinsipnya baik oleh masyarakat, perusahaan maupun individu.

Terdapat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap perilaku bisnis yang nampak pada gambar 1.



Gambar 1. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Dalam Bisnis

Sumber : Sumarni dan Soeprihanto, 1998

Keterangan :

a. Lingkungan bisnis

Seringkali para manajer berusaha dihadapkan pada dilemma yang menekannya, seperti missal harus mengejar kuota penjualannya, menekann ongkos serta peningkatan efisiensi. Di pihak lain para manajer juga harus bertanggung jawab terhadap masyarakat agar kualitas produk harus terjaga. Disinilah peran mereka yang harus pandai mengambil keputusan etis yang tidak merugikan perusahaan.

b. Organisasi

Secara umum anggota organisasi itu saling mempengaruhi satu dengan yang lain. Di lain pihak organisasi terhadap individu harus tetap berperilaku etis, misal masalah pengupahan dan jam kerja maksimum.

c. Individu

Seseorang memiliki filosof moral dalam bekerja dan berinteraksi dengan sesama akan berperilaku etis. Dalam bekerja, individu harus memiliki tanggung jawab moral terhadap hasil pekerjaannya dengan enjaga kehormatan profesinya.

Ada lima faktor yang mempengaruhi keputusan-keputusan pada masalah etik, yaitu : (1) hukum, (2) peraturan-peraturan pemerintah, (3) kode etik industry dan perusahaan, (4) tekanan-tekanan sosial, dan (5) tegangan antara standar perorangan dan kebutuhan organisasi. Faktor-faktor ini mempengaruhi etika manajer dengan tingkatan dan pada bidang-bidang fungsi yang berbeda-beda.

Menurut munir (2010) dalam menciptakan etika bisnis wirausaha, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, yaitu :

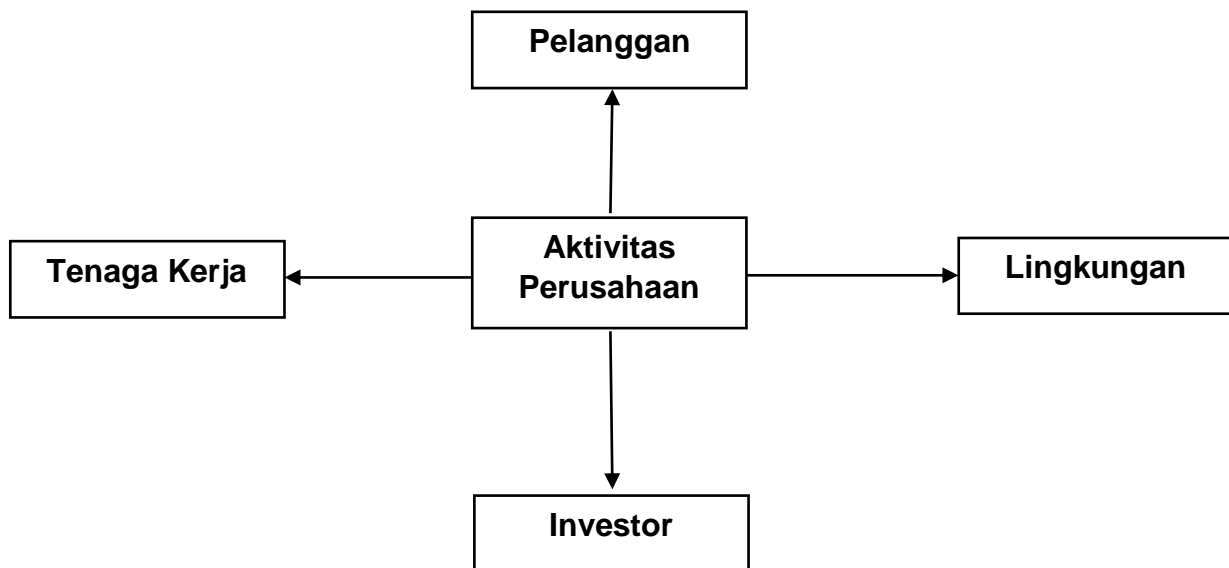
- a. Jujur dan amanah
- b. Pengendalian diri
- c. Menciptakan persaingan yang sehat
- d. Menerap konsep pembangunan keberlanjutan

- e. Pengembangan tanggung jawab sosial
- f. Menghindari sifat 5K (Katabelece, Kongkalikong, Koneksi, Kolusi dan Komisi).

3. *Tanggung jawab sosial bisnis wirausaha*

Menurut Munir (2010) tanggung jawab sosial perusahaan adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan adalah memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan berhubungan dengan pembangunan berkelanjutan, dimana ada argumentasi bahwa suatu perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak semata berdasarkan faktor keuangan, melainkan juga berdasarkan konsekuensi sosial dari lingkungan untuk saat ini maupun untuk jangka panjang.

Tanggung jawab sosial berarti bahwa manajemen mempertimbangkan dampak sosial dan ekonomi di dalam pembuatan keputusannya. Tanggung jawab sosial perusahaan ini merupakan salah satu tugas yang harus dilakukan oleh para manajer organisasi perusahaan, karena aspek ini merupakan syarat utama bagi berhasilnya perusahaan untuk jangka panjang. Gambar 2 menunjukkan kepada siapa saja suatu perusahaan harus bertanggung jawab.



Gambar 2. Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan
 Sumber : Sumarni dan Soeprihanto, 1998.

Keterangan :

- a. Tanggung jawaab terhadap pelanggan / konsumen

Pelanggan adalah pembeli produk / jasa yang diproduksi oleh perusahaan. Dalam hal ini perusahaan harus berupaya untuk memuaskan paara konsumennya agar pembelinya itu dapat terus dilakukan secara berkesinambungan. Berkaitan dengan kepuasan tu, dikenal 4 hak konsumen yang perlu dilindungi yaitu : hak unuk keselamatan, hak untuk memperoleh informasi, hak untuk memilih, dan hak untuk didengar.

- b. Tanggung jawab terhadap tenaga kerja
Seperti halnya terhadap konsumen, perusahaan juga harus bertanggung jawab terhadap keberadaan tenaga kerja dalam perusahaan. Tenaga kerja tersebut tentunya sangat mengharapkan adanya kenyamanan dalam bekerja, pemberian upah yang layak, adanya jaminan kerja seperti asuransi kesehatan.
- c. Tanggung jawab terhadap lingkungan
Dalam menjalankan aktivitasnya, perusahaan harus memperhatikan keadaan di lingkungannya, yaitu bagaimana upaya perusahaan agar dapat menciptakan lingkungan sekitar perusahaan yang sehat, bebas dari polusi. Selain itu tentu perusahaan harus pula menyadari arti penting pelestarian dan kesehatan lingkungan hidup.
- d. Tanggung jawab terhadap investor
Pada umumnya para investor sangat berkepentingan terhadap kemajuan perusahaan, terutama terkait dengan pengelolaan dana, jual beli saham. Eksekutif perusahaan harus dapat menyakinkan kepada investor bahwa, pengelolaan keuangan perusahaan sudah tepat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dalam dunia kewirausahaan diperlukan sifat-sifat atau karakter individu pelaku usaha yang positif. Tidak hanya kemauan untuk berbisnis tetapi juga dibutuhkan motivasi yang baik dan pelaku usaha tersebut. Kegiatan usaha akan berjalan dengan baik, jika pelaku usaha mampu mengolah motivasi. Karena didalam motivasi akan muncul kendala-kendala motivasi.

Kegiatan kewirausahaan akan berjalan dengan lancar jika ada komunikasi yang baik pula diantara para pelaku-pelakunya. Karena komunikasi merupakan kegiatan untuk saling memberi keterangan dan ide secara timbal balik, yang diperlukan dalam setiap usaha kerja sama manusia untuk mencapai tujuan tertentu. Kepedulian pengusaha juga dituntut dalam setiap kegiatan usahanya. Kepedulian tersebut bisa diwujudkan dengan jalan mematuhi etika berbisnis dan memiliki tanggung jawab sosial.

Saran

Pelaku usaha disarankan untuk selalu belajar mencari informasi tentang faktor-faktor pendukung motivasi dan komunikasi yang efektif. Pengusaha diharapkan selalu menciptakan etika bisnis wirausaha, yaitu jujur, pengendalian diri, menciptakan persaingan yang sehat, menerapkan konsep pembangunan keberlanjutan, pengembangan tanggung jawab sosial.

DAFTAR REFERENSI

- Hani Handoko, 1986, **Manajemen**, Yogyakarta, BPFE UGM.
- Salim Al Idrus, 2010, Peranan Nilai, Sikap dan Motivasi dalam Membentuk Kemampuan Kewirausahaan Manajer Koperasi: Studi Pada Koperasi di Malang Timur, **Proceedings**, Seminar Nasional Entrepreneurship, Program Studi manajemen FE IUN Malang.
- Shane, S. Locke E.A., C.J), 2000, Entrepreneurial Motivation. *Human Resource Management Review* i(13): 257-279.
- Sumarni, Murti, dan John Soeprihanto. 2000. **Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)**, edisi kelima. Yogyakarta : Liberty .
- Stoner, James, A.F. 1986, **Management**, Jakarta, Erlangga
- Koontz, Harold, Cyril O'Donnell, dan Henne Wehrich. 1996. **Manajemen**, edisi kedelapan, jilid kedua. Jakarta : Erlangga.
- M. Fatkhur Rosi, 2010, Kreatifitas Dalam Berwirausaha Melalui Rencana Bisnis, **Proceedings**, Seminar Nasional Entrepreneurship, Program Studi manajemen FE IUN Malang.
- Munulang. M. 1983, **Dasar-Dasar Manajemen**, Jakarta, Ghalia Indonesia.
- Misbahul Munir, 2010, Etika Bisnis Wirausaha Dalam Perspektif Islam, **Proceedings**, Seminar Nasional Entrepreneurship, Program Studi manajemen FE IUN Malang.