

IDENTIFIKASI PELUANG DAN STRATEGI USAHA DIKAITKAN DENGAN SUMBER IDE SERTA TANTANGAN DAN HAMBATAN

Anton Budi Santoso

ABSTRACT

"The educated jobless" phenomena refers to the university or academy graduated, as impact of the unbalanceness between the number of graduation and the job vacancy, creates many ideas to solve it. One of the alternative solutions for reducing the number of the jobless is starting own-business or be an entrepreneur.

There are varying kind ideas to make own-business. These ideas will appear from the inside of the incumbent businessman, if they have a motivation. The idea sources can be classified into four groups: observations; experiences & educations; jobs & skills; and hobbies, interests & pleasures.

The challenges and barriers which come from internal or external entrepreneur will follow when concreting the idea. This study finds that the success entrepreneurs have passed over many difficulties at the beginning or while running the business, and even more they ever failed to do the undertaking. The entrepreneurs have to think positively to deal with those barriers and make them as a lesson to sharpen and strengthen their business intuition or entrepreneurship capability.

Key words: entrepreneur, ideas, challenges, barriers, strategy

I. Pendahuluan

1.1 Latar belakang

Majalah MIX (kelompok media majalah SWA) edisi 20 Juli – 20 Agustus 2006 mengungkapkan tiga kiat sukses para pengusaha UKM, terutama dari perspektif pemasaran yaitu *product leadership*, *focus with flagship product* dan *service leadership* (MIX 2006). *Product leadership* terkait dengan pilihan produk yang dihasilkan maupun yang dijual. Kemampuan pengusaha untuk memilih atau menciptakan produk yang unik, berbeda dari yang lain atau produk yang menarik merupakan tonggak suatu usaha kecil menengah dapat hidup dan bertahan serta berkembang. Pengusaha yang hanya menjadi pengikut atau copycat dari sebuah produk bukan berarti tidak mampu masuk ke pasar, tetapi jika tidak berhasil melakukan perubahan, maka biasanya akan sulit untuk berkembang, sebagai akibat tingginya tingkat persaingan di produk sejenis.

Focus with flagship product terkait dengan pengembangan usaha. Pelaku usaha yang sukses biasanya cenderung mencoba sebetuk usaha yang lain sebagai bagian dari pengembangan usahanya. Namun, justru tidak sedikit para pengusaha UKM yang gagal pada usaha yang dibentuknya kemudian, hal ini tentu saja tidak serta merta menunjukkan bahwa kemampuan para pengusaha UKM terbatas atau kurang. Tidak seperti pengusaha besar yang mampu dari sisi permodalan, pengusaha kecil biasanya harus mengalokasikan modal pada usaha pertama untuk menjadi modal di usaha berikutnya. Alih-alih mendapatkan hasil pada usaha berikutnya, justru usaha pertama ikut terbawa hancur atau merugi. Sehingga kiat sukses yang diutarakan di atas, bahwa seorang pengusaha haruslah mampu untuk tetap *focus* pada usaha yang saat ini sedang dijalankan, baik dari sisi produk maupun jenis usahanya.

Service Leadership terkait dengan bagaimana mempertahankan pelanggan yang telah ada dengan memberikan pelayanan yang terbaik, sesuai dengan

kebutuhan dan/atau keinginan konsumen. *Service leadership* dapat tercipta misalnya dengan membangun hubungan yang baik dengan pelanggan atau dengan membangun suasana yang akrab antar pengusaha dan konsumen, atau dengan program-program hadiah bagi pelanggan yang dapat memberi masukan yang *constructif*, sehingga dapat tercipta loyalitas dari para pelanggan, yang akhirnya secara tidak langsung, dapat menjadi tenaga promosi perusahaan melalui mekanisme *word of mouth*.

Fenomena lain, sulitnya mencari pekerjaan di kota-kota besar telah melahirkan istilah "*pengangguran terdidik*" bagi para lulusan perguruan tinggi yang masih belum mendapatkan pekerjaan. Bursa kerja yang diadakan oleh berbagai pihak selalu mampu menarik ribuan pengunjung hingga rela berdesak-desakan demi mendapatkan pekerjaan sebagai jaminan hidup. Bahkan dengan daftar lowongan kerja yang terkadang hingga mencapai lebih dari satu halaman surat kabar pun, masih belum mampu menyerap calon tenaga kerja yang ada.

Berdasarkan data Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi Jawa Barat, jumlah penganggur di Jawa Barat pada tahun 2006 telah mencapai 1,9 juta orang atau sekitar 11 persen dari angkatan kerja sebanyak 17 juta orang. (Disnakertrans Jabar 2006). Dengan keterbatasan lowongan kerja yang ada di tiap-tiap perusahaan dan instansi dan terus bertambahnya jumlah lulusan perguruan tinggi dari tahun ke tahun ditambah dengan banyaknya pemutusan hubungan kerja (PHK) dari perusahaan-perusahaan, tentu saja semakin menambah ketatnya persaingan dalam mendapatkan pekerjaan. Untuk itu perlu dipikirkan, langkah apa yang sebaiknya dikerjakan untuk mengantisipasi semakin sulitnya lapangan pekerjaan di kota Bandung.

Apakah demikian besar, keharusan seorang lulusan perguruan tinggi untuk bekerja di instansi atau perusahaan dalam mengaplikasikan ilmu dan dalam menopang kehidupan masa depannya? Tentu saja pertanyaan ini tidak mudah untuk dijawab. Dan tentu saja lebih tidak mudah lagi untuk mencari solusi terbaik dari permasalahan pengangguran di atas, namun pertanyaan diatas bukanlah tanpa solusi. Pemikiran sekecil apapun haruslah dicoba dan dilakukan.

Wirausaha (*entrepreneurship*) adalah sebuah langkah yang dapat dilakukan untuk menyalahi sulitnya mencari pekerjaan. Di mana untuk memulai usaha ini dapat dilakukan dengan modal yang tidak besar, serta tidak memerlukan keahlian khusus, sehingga dapat dilakukan oleh siapa saja yang mempunyai semangat dan motivasi untuk berkembang. Namun sayangnya hal ini hanya dijadikan alternatif terakhir oleh hampir seluruh pencari kerja. Akibatnya usaha menjadi tidak optimal, tidak seluruh kemampuan individu tercurahkan sebagai upaya agar usahanya bisa berhasil. Hal ini disebabkan biasanya para wirausahawan ini masih berharap dirinya dapat bekerja di tempat yang diinginkan.

Steinhoff (1993) menggarisbawahi pentingnya faktor kewirausahaan dalam menentukan keberhasilan industri kecil. Kewirausahaan bercirikan karakter pengusaha yang berkaitan dengan bakat pribadi, inovasi, dan inisiatif, perilaku terhadap resiko dan pengelolaan bisnis yang berorientasi pada keuntungan (Siregar dkk 1998).

Berdasarkan definisi, wirausahawan atau *entrepreneur* adalah seseorang yang mau mengambil resiko yang mampu berdiri sendiri karena kemampuan dan inisiatif yang dimiliki untuk mendirikan atau memulai usaha. Hal ini sesuai dengan pengertian dari kata wiraswasta itu sendiri (Sugiharto 2002). *Wira* berarti manusia unggul, teladan, berbudi luhur, berjiwa besar, berani, pahlawan, dan pendekar kemajuan dan mempunyai keagungan watak. *Swa* berarti sendiri dan *sta* berarti berdiri. Sehingga wiraswasta dapat berarti keberanian, keutamaan serta

keperkasaa dalam memenuhi kebutuhan serta memecahkan permasalahan dengan kekuatan yang ada pada diri sendiri.

Seperti halnya definisi usaha kecil (*small business*) yang dikemukakan oleh Griffin dan Ebert (2000:150) yaitu suatu usaha yang dimiliki dan dikelola secara bebas, dan tidak mendominasi pasar. Usaha kecil bukan merupakan bagian atau cabang dari perusahaan lain. Di mana yang menjalankan usaha adalah pemilik sendiri, bekerja bebas sesuai dengan kesanggupannya. Sehingga menjadi alternatif yang cukup mudah dilakukan untuk mengurangi angka pengangguran di Indonesia umumnya dan di Jawa Barat pada khususnya.

Dalam berwirausaha di bidang usaha kecil juga tidak luput dari faktor kegagalan dalam menjalankan usaha. Faktor-faktor kegagalan tersebut antara lain 1). kurangnya pengalaman dalam tata kelola usaha, 2). tidak adanya perencanaan atau perencanaan yang kurang matang 3). Pemilihan jenis produk yang tidak sesuai, 4) keterbatasan modal, dan 5) penggunaan metoda dan teknologi yang telah usang.

Hasil penelitian sebelumnya (Azis 2006), yang mengidentifikasi kriteria sukses dan faktor-faktor penentu keberhasilan usaha kecil (Studi Kasus di Kota Bandung) menunjukkan hal menarik terutama dari faktor-faktor penentu keberhasilan usaha, karena faktor ketersediaan modal yang selama ini dijadikan alasan sulitnya memulai usaha hanya berada sama-sama di urutan ke lima pada faktor kuantitatif baik eksternal maupun internal penentu keberhasilan usaha kecil pada studi kasus di Kota Bandung. Faktor-faktor yang muncul sebagai faktor penentu keberhasilan usaha, pada dasarnya adalah tantangan bagi setiap calon pengusaha, karena terkait bagaimana mengalahkan rasa enggan untuk berbisnis.

Kesimpulan dari hasil penelitian tersebut menghasilkan tiga faktor teratas dari faktor kuantitatif dan kualitatif dari faktor-faktor internal dan eksternal yang menentukan keberhasilan usaha kecil. **Faktor internal** meliputi : (1). Motivasi dan niat/tekat yang kuat, (2). Percaya diri dan tidak malu/minder atas usaha yang dijalankan, (3). Semangat pantang menyerah dan daya juang yang tinggi, serta tidak takut untuk gagal dan mencoba, (4). Fokus terhadap satu jenis usaha yang digeluti / tidak berganti-ganti jenis usaha, (5). Tumbuh dari bawah / memulai dari yang kecil, (6). Frekuensi dari kegagalan dan keberhasilan (pengalaman).

Sedangkan **faktor eksternal** dari penentu keberhasilan usaha yaitu (1). Dukungan dan dorongan keluarga, (2). Contoh dari keberhasilan anggota keluarga yang lain, (3). Adanya hubungan (relasi) yang luas, (4). Kesesuaian produk dengan kebutuhan konsumen (mutu, jumlah, desain, dll), (5). Pendidikan dan pelatihan, (6). Kepuasan pelanggan.

1.2 Tujuan penelitian

Dari latar belakang serta fenomena yang terjadi di tengah masyarakat tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengidentifikasi sumber ide/gagasan dalam mengawali usaha.
2. Mengidentifikasi tantangan dan hambatan yang dialami oleh para pengusaha dalam mengawali usahanya.
3. Mengidentifikasi strategi/cara menghadapi tantangan dan hambatan yang ada.

Manfaat hasil penelitian ini lebih ditujukan kepada para mahasiswa, para sarjana, dan calon pengusaha untuk lebih memberikan wawasan dan ide/gagasan dalam memulai usaha serta memotivasi mereka untuk tidak segan memulai usaha

walaupun menghadapi tantangan dan hambatan yang terkadang tidak mudah untuk dilalui.

II. Landasan Teori

2.1 Bisnis dan usaha kecil

Bisnis :

- ↪ Suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat (*Hughes & Kapoor*).
- ↪ Usaha-usaha yang dilakukan oleh pihak pemerintah dan swasta baik yang mengejar laba ataupun tidak (*Brown & Petrello*).

Dari beberapa definisi di atas dapat terlihat bahwa bisnis meliputi :

1. Kegiatan/usaha individu, organisasi maupun pemerintah.
2. Menghasilkan serta menjual barang dan jasa.
3. Memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia.
4. Memperoleh keuntungan.

Usaha kecil :

Small Business Administration Act mendefinisikan usaha kecil (*small business*) adalah sebuah perusahaan yang berdiri sendiri, dimiliki dan diselenggarakan sendiri serta tidak dominan dalam bidang operasinya (Alma 2003).

Menurut *Committee for Economic Development* (Alma 2003) suatu usaha kecil setidaknya-tidaknya mempunyai kriteria :

1. Manajemennya dilakukan secara bebas (berdiri sendiri), biasanya pemilik langsung menjadi manajer.
2. Modal berasal dari pemilik atau kelompoknya.
3. Daerah operasinya bersifat lokal, si pemilik bertempat tinggal tidak jauh dari tempat usaha. Pemilik dan para pegawai biasanya tinggal dalam satu lingkungan perumahan.

Motivasi Bisnis :

> For-profit : Money motive

Yaitu motivasi untuk mendapatkan keuntungan / laba, di mana laba merupakan :

- Bagian dari tujuan untuk menjaga kelangsungan bisnis.
- Insentif atau pendorong untuk berusaha lebih efisien.
- Standar perbandingan dengan bisnis lainnya.
- Penghasilan bagi pemerintah dari pajak yang dibayarkan.

> Not-for-profit : Social service

Yaitu bisnis yang bertujuan untuk pelayanan sosial. Misalnya kegiatan pemerintah yang memberikan layanan jasa bagi masyarakat, bisnis rumah sakit pemerintah, bisnis yang dilakukan oleh yayasan amal dan sosial.

Bentuk dan ciri-ciri usaha kecil :

Kegiatan usaha kecil (Alma 2003), yang bergerak di bidang perdagangan secara garis besar dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

1. Skala besar, dengan modal lebih dari Rp. 100 juta
2. Skala menengah, dengan modal Rp. 25 juta – Rp. 100 juta
3. Skala kecil, di bawah Rp. 25 juta

Menurut Alma (2003) bentuk usaha kecil dapat dibedakan dengan melihat: 1). Cara pengelolaan, 2). Lokasi, 3). Luas tempat usaha, 4). Komoditi yang dijual, 5). Pemilikan, 6). Karyawan, 7). Teknologi yang digunakan.

2.2 Identifikasi sumber ide/gagasan usaha

Beberapa langkah yang dapat dilakukan dalam mengidentifikasi sumber ide/gagasan (Husnan 2000) untuk memulai usaha dapat diuraikan sebagai berikut:

1. *Mempelajari impor*
Data impor digunakan untuk mengetahui kebutuhan domestik yang belum terpenuhi, sehingga dapat diperkirakan permintaan dari dalam negeri untuk barang/jasa tersebut.
2. *Menyelidiki material lokal*
Mengidentifikasi peluang untuk melihat kemungkinan dalam eksploitasi dan pemanfaatan material tersebut.
3. *Mempelajari keterampilan tenaga kerja*
Tersedianya tenaga kerja ini dapat menjadi peluang melalui penciptaan barang sejenis yang punya keunikan (*diferensiasi produk*).
4. *Melakukan studi industri*
Berbagai kesempatan dapat ditemukan pada industri yang sedang berkembang.
5. *Menerapkan kemajuan teknologi*
Pebisnis yang dapat menerapkan kemajuan teknologi dalam bisnisnya akan memiliki *keunggulan kompetitif (competitive advantage)*, sampai pesaing dapat menyamai atau melampauinya.
6. *Mempelajari hubungan antar industri*
Identifikasi peluang ini dapat dilakukan dengan memperhatikan/menganalisa bagaimana input dan output dari industri tersebut.
7. *Menilai rencana pembangunan*
Rencana pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah, atau proyek-proyek besar akan menciptakan kebutuhan akan barang/jasa yang belum ada atau belum pernah dibuat/disediakan.
8. *Melakukan pengamatan di tempat lain*
Pelaksanaan bisnis/proyek di tempat lain mungkin dapat menjadi peluang bisnis di tempat kita di mana dilakukan melalui proses kreatif atau penyesuaian dengan karakteristik tempat tersebut.

III. Metodologi Penelitian

3.1 Batasan penelitian

Penelitian dilakukan di Kota Bandung. Obyek yang menjadi batasan penelitian lebih ditekankan pada pengusaha yang baru memulai/merintis atau sudah/sedang menjalankan usaha dalam skala kecil dan menengah. Hal tersebut dengan pertimbangan bahwa untuk memulai usaha dimulai dari yang kecil terlebih dahulu, walaupun kenyataannya tidak sedikit yang mulai merintis pada saat bisnis berjalan dengan baik dan besar (misalnya melanjutkan usaha keluarga). Untuk itu batasan obyek penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengusaha yang baru memulai/merintis atau sudah/sedang menjalankan usaha

2. Pemilik sekaligus pengelola usaha.
3. Usaha yang dirintis dalam skala kecil dan menengah.
4. Modal awal usaha di bawah Rp. 100 juta.
5. Bidang usaha yang dikelola adalah bidang perdagangan barang, jasa, dan industri kerajinan berskala rumah tangga (*home industry*).
6. Memulai usaha setelah krisis ekonomi di Indonesia (setelah tahun 1998).
7. Lokasi tempat usaha tersebar di Kota Bandung.

3.2 Model penelitian

Adanya kondisi perekonomian Indonesia yang cenderung tidak membaik dan banyaknya jumlah SDM produktif yang belum mendapatkan pekerjaan atau mengalami PHK, menjadikan wirausaha sebagai salah satu alternatif pemecahan masalah dalam hal ketenagakerjaan di Indonesia. Ketakutan untuk memulai usaha karena tidak memiliki modal yang cukup, keahlian dalam berwirausaha, dan kegagalan dalam merintis usaha, menjadikan alasan tersebut sebagai alasan klasik yang banyak dirasakan oleh para calon pengusaha potensial dalam memulai usahanya.

Penelitian ini bersifat *Exploratory Research* yaitu penelitian yang mencoba untuk menggali, mengungkapkan, dan menjelaskan fenomena yang ada di masyarakat. Dengan adanya fenomena di atas, maka mendorong peneliti untuk mengetahui dan mengidentifikasi ide/gagasan bisnis apa saja yang dimiliki para pengusaha untuk mengawali usahanya, serta tantangan dan hambatan apa saja untuk mewujudkan ide/gagasan tersebut.

Dari penjelasan dan pemaparan fenomena yang ada, maka tahapan selanjutnya adalah melakukan survey primer yang meliputi wawancara langsung dengan para pelaku usaha kecil dan menengah serta pengisian kuesioner oleh para pengusaha tersebut. Penyebaran kuesioner dilakukan secara acak (*random*) kepada para pelaku usaha yang mempunyai kriteria usaha seperti yang telah dibatasi sebelumnya.

Hasil dari pengumpulan data, selanjutnya dilakukan pengolahan data dengan melakukan tabulasi dari informasi yang telah didapatkan. Data-data yang telah diolah kemudian dilakukan tahapan analisis dan pembahasan untuk dapat mengungkapkan dan menjelaskan fenomena yang ada untuk mencapai tujuan penelitian. Dari hasil pembahasan tersebut, dilanjutkan dengan penarikan kesimpulan dari hasil penelitian ini. Tahapan secara lengkap atau metode penelitian yang digunakan dapat dilihat pada Gambar 1.

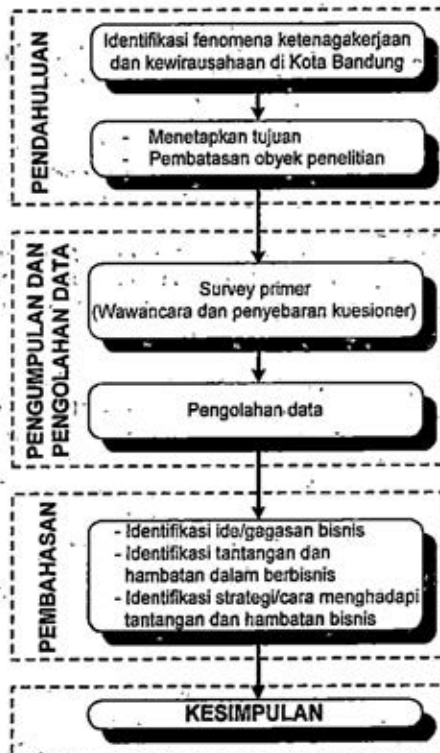
3.3 Teknik pengumpulan data

Pendekatan yang dilakukan dalam pengumpulan data yaitu dari sisi pengusaha, yaitu baik pengusaha kecil dan menengah yang baru memulai, sedang merintis, ataupun yang sudah menjalankan usahanya selama bertahun-tahun. Keberhasilan menghadapi tantangan dan hambatan yang ada selama memulai dan merintis usaha juga menjadi tujuan dalam penelitian ini.

Penelitian ini dilakukan secara *one time cross sectional* dengan mengumpulkan data primer melalui wawancara langsung dan pengisian kuesioner kepada para pelaku usaha kecil dan menengah yang bergerak di bidang perdagangan, jasa, dan industri kerajinan berskala rumah tangga (*home industry*). Pemilihan bidang usaha tersebut, dengan alasan bahwa bidang-bidang usaha tersebut tidak membutuhkan keahlian/teknik tinggi, serta tidak membutuhkan modal

yang besar untuk memulainya. Teknik pengumpulan data ini dilakukan untuk mengetahui dan mengidentifikasi ide/gagasan bisnis, tantangan dan hambatan dalam berbisnis, dan strategi/cara untuk menghadapi tantangan dan hambatan tersebut.

Gambar 1. Metode Penelitian



3.4 Sampel penelitian

Jumlah responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 150 orang. Penentuan responden sebagai sampel penelitian dilakukan secara acak (*random*). Responden yang menjadi obyek dalam penelitian ini adalah para pelaku usaha kecil dan menengah.

Pemilihan responden secara acak digunakan pendekatan berdasarkan batasan obyek penelitian. Penyebaran kuesioner dilakukan di Kota Bandung dan sekitarnya dengan pola penyebaran secara merata.

3.5 Teknik pengolahan data

Dalam pengolahan data dilakukan dengan menggunakan n metode-metode sebagai berikut :

1. **Metode frekuensi :**

Digunakan untuk melihat persentase data responden dari hasil kuesioner. Rumusan yang digunakan adalah :

$$x = \frac{\sum x_i}{n} \times 100\%$$

dimana : x = persentase data responden pada variabel i
 x_i = jumlah data responden pada variabel i
 n = jumlah sampel

2. **Metode tabulasi :**

Digunakan untuk mengelompokkan tanggapan responden dari hasil wawancara langsung dan pengisian kuesioner. Tabulasi dilakukan untuk pengklasifikasian :

- ✗ profil pelaku usaha
- ✗ jenis usaha : perdagangan, jasa, dan industri kerajinan rumah tangga
- ✗ keberlangsungan usaha : <3 tahun, 3-5 tahun, dan >5 tahun
- ✗ sumber ide/gagasan usaha : sumber internal dan eksternal

3. **Metode scoring :**

Metode scoring digunakan untuk menentukan tantangan dan hambatan yang sering ditemui dalam memulai bisnis, dan hasil tersebut digunakan untuk menentukan strategi/cara menghadapi tantangan dan hambatan bisnis.

Data yang dihasilkan untuk identifikasi tantangan dan hambatan adalah data dengan skala *ordinal*, di mana angka-angka yang diberikan pada set data memiliki pengertian tingkatan tertentu. Ukuran ini digunakan untuk mengurutkan obyek dari tingkatan tertinggi hingga tingkatan terendah. Ukuran ini memberikan urutan ranking dan tidak memberikan nilai absolut terhadap obyek data.

Untuk mengidentifikasi tantangan dan hambatan, responden diberikan kuesioner dengan pertanyaan terbuka yang terdiri dua pertanyaan dengan masing-masing satu pertanyaan yang terkait dengan identifikasi tantangan dan hambatan yang dialami responden (para pengusaha), baik pada saat mengawali usahanya maupun selama responden melakukan usahanya hingga saat ini.

Masing-masing jawaban diberikan skor (*score*) dari yang tertinggi dengan skor 5 (lima) hingga yang terendah dengan skor 1 (satu). Jika setiap jawaban/faktor pada setiap identifikasi terisi dan dapat diterima, maka total skor sebagai faktor koreksi haruslah berjumlah sesuai dengan rumusan berikut :

$$TS = n \sum s_i$$

dimana : TS = Total score
 n = jumlah responden
 s_i = score pada tiap variabel yang berasal dari seorang responden pada masing-masing kategori identifikasi (hambatan dan tantangan)

Kemudian dari sejumlah responden yang telah memberikan jawaban terhadap masing-masing kategori, skor untuk jawaban sejenis dijumlahkan. Selanjutnya untuk identifikasi didapat sejumlah tantangan dan hambatan yang umumnya dihadapi oleh para pelaku usaha. Dengan diperolehnya sejumlah tantangan dan hambatan tersebut, maka hal tersebut digunakan sebagai bahan untuk menentukan strategi yang digunakan untuk menghadapi tantangan dan hambatan tersebut. Sebagai kesimpulan lebih ditekankan pada lima tantangan dan hambatan dengan lima skor tertinggi.

IV. Pembahasan

4.1 Klasifikasi Jenis Usaha Kecil dan Menengah

Jenis usaha yang diteliti meliputi tiga jenis usaha yaitu perdagangan barang, jasa, dan industri kerajinan berskala rumah tangga (*home industry*). Data yang berhasil dikumpulkan untuk masing-masing jenis usaha sebagai berikut (Tabel 1) : perdagangan terdiri dari 23 jenis barang dengan jumlah sampel sebanyak 75 sampel. Jasa terdiri dari 17 jenis jasa dengan jumlah sampel sebanyak 45 sampel, dan industri kerajinan berskala rumah tangga terdiri dari 12 jenis dengan jumlah sampel sebanyak 30 sampel.

Tabel 1. Klasifikasi Jenis Usaha

Jenis usaha	Jumlah Jenis barang/jasa	Jumlah sampel
Perdagangan	23	75
Jasa	17	45
Industri kerajinan rumah tangga	12	30
Jumlah	52	150

Sumber: Pengolahan data, 2006

Tabel 2. menunjukkan jenis usaha dan jenis barang yang dijual/dihasilkan dan jenis pelayanan/jasa yang diberikan oleh pelaku usaha.

Tabel 2. Jenis Usaha dan Jenis Barang/Jasa

JENIS USAHA	JENIS BARANG/JASA
Perdagangan barang	Ayam dan ikan bakar/goreng Beras Buah-buahan Es krim, minuman ringan, es cendol dan es buah Jamu (klos dan jamu gendong) Kue dan makanan ringan Kantin / rumah makan Martabak Mie baso, batagor, baso tahu dan siamay Alat rumah tangga dari plastik dan pecah belah. Bedak, kosmetik dan keperluan lainnya Buku dan alat-alat tulis Hewan peliharaan Ikan hias, akuarium dan perlengkapannya Kaset, VCD, DVD, dan lain-lain Kelontong dan keperluan harian Koran dan majalah Mainan anak-anak, balon, alat ketangkasan, dll Pakaian (kemeja, kaos, celana, dan lain-lain) Perlengkapan olah raga Perlengkapan ibadah Tas sekolah, sandal dan sepatu Voucher handphone dan aksesoris HP
Jasa	Bengkel motor dan mobil Bengkel sepeda Binatu (laundry and dry cleaning) Biro jasa (SIU, SIM, STNK, dan lain-lain) Fotocopy, percetakan (nota, kartu nama, dll) Foto langsung jadi / foto wisuda dan acara lain Katering Kursus mengemudi mobil Pengecatan dengan <i>air brush</i> Penjahit pakaian (<i>taylor</i>) Pencucian kendaraan bermotor Reparasi TV dan alat elektronik Potong rambut dan salon Penyewaan mainan anak-anak, rental PS/VCD Pelukis wajah, instruktur tari dan seni lainnya. Penata taman Warung internet, warung/kios telekomunikasi
Industri kerajinan berskala rumah tangga (<i>home industry</i>)	Aksesoris pakaian wanita (bross, pin, dll) Boneka, <i>Souvenir</i> , gantungan kunci dan aksesoris HP Es krim/es puter Kerupuk berbagai jenis Kue-kue berbahan coklat Pakain (Celana jeans, kemeja, kaos, jaket) Pembuatan plakat, cap/stempel, stiker, dll Sandal, sepatu, topi, sarung tangan, kaus kaki dan aksesoris lainnya Sablon dan pembuatan spanduk Pengrajin alat musik Pengrajin meja, kursi, pigura, rotan, alat-alat kayu, dll Sapu ijuk, keset dan alat kebersihan lainnya

Sumber : Pengolahan data, 2006

Data pelaku usaha yang diambil terkait dengan lama berusaha, adalah para pelaku usaha yang memulai usahanya setelah tahun 1998. Keberlangsungan usaha dikelompokkan tiga bagian yaitu dibawah tiga tahun, tiga hingga lima tahun, dan di atas lima tahun. Data ditunjukkan pada Tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3. Keberlangsungan Usaha

Jenis usaha	Keberlangsungan Usaha			Jumlah
	<3 tahun	3 – 5 tahun	>5 tahun	
Perdagangan	23	37	15	75
Jasa	8	26	11	45
Industri kerajinan rumah tangga	7	15	8	30
Jumlah	38	78	34	150

Sumber : Pengolahan data, 2006

Pada tabel di atas terlihat bahwa total usaha yang berhasil mengelola usahanya dengan waktu lebih dari tiga tahun adalah sebanyak 112 usaha atau 74,67%. Sedangkan 25,33% atau 38 usaha mempunyai keberlangsungan usaha kurang dari tiga tahun.

Pembatasan keberlangsungan usaha yang dimulai sejak tahun 1998 berdasarkan :

1. Kondisi perekonomian Indonesia yang tidak stabil sejak krisis ekonomi pada tahun 1998 yang berdampak menurunkan daya beli masyarakat.
2. Tingkat persaingan usaha yang cukup ketat akibat bermunculannya pelaku usaha baru sebagai dampak dari pemutusan hubungan kerja (PHK) dari banyak perusahaan.
3. Adanya serangan barang impor terutama dari negara Cina dengan harga yang jauh lebih murah daripada barang hasil kerajinan *home industry* lokal.

Sehingga dengan kondisi di atas, pelaku usaha yang dapat bertahan lebih dari tiga tahun sudah dapat dikategorikan sebagai pengusaha tangguh.

4.2 Sumber Ide/Gagasan Usaha

Sumber ide atau gagasan untuk memulai usaha pada penelitian ini dikelompokkan menjadi sumber internal dan sumber eksternal. *Sumber internal* dikaitkan dengan kemampuan, keahlian dan sumber-sumber lain yang berasal dari diri pelaku usaha, sementara *sumber eksternal* merupakan sumber ide atau gagasan yang terkait dengan berbagai informasi yang berasal dari luar individu pelaku usaha. Sumber-sumber tersebut ditunjukkan pada Tabel 4 berikut.

Tabel 4. Sumber ide/Gagasan Usaha

NO.	SUMBER INTERNAL	NO.	SUMBER EKSTERNAL
1	Keahlian/kemampuan	1	Keberlimpahan bahan baku
2	Bakat dan keturunan	2	Informasi dari media massa
3	Pengalaman	3	Keberhasilan usaha sejenis
4	Latar belakang pendidikan	4	Ketersediaan tenaga kerja di lingkungan sekitar
5	Kebiasaan hidup (mis: menyukai makan tertentu, tidur hingga larut malam, dll)	5	Tempat tinggal yang strategis (mis: usaha fotocopy dekat dengan kampus perguruan tinggi, dan lain-lain)
6	Hobi, minat, kesenangan, seni dan	6	Usaha yang diwariskan dari orang tua

NO.	SUMBER INTERNAL	NO.	SUMBER EKSTERNAL
	estetika		
7	Kemampuan membaca peluang (mis: pembuatan aksesoris HP, foto wisudawan, warung internet)	7	Adanya kebutuhan yang mendesak dari konsumen (mis: pada usaha penjualan balon, dan lain-lain untuk OSPEK)
8	Hubungan/relasi yang luas	8	Mengikuti pelatihan, lokakarya, seminar, dll
9	Ketua, pengurus atau tergabung dalam komunitas masyarakat tertentu (mis : organisasi, club,dll).	9	Hubungan dengan pemasok terkait dengan bahan baku atau produk tertentu (mis: pada usaha karpet dan sajadah, membuat tas kulit buaya,dll)
10	Penguasaan teknologi tertentu (mis: untuk fotografi, komputer, dll)	10	Belum adanya usaha sejenis di tempat berusaha (pesaing yang belum banyak)
11	Asal daerah (mis: usaha ukiran Jepara, rumah makan Padang, dll)	11	Kondisi alam dan cuaca/klim (mis: pada pembuatan jaket, usaha pencucian motor, dll)
12	Memiliki keunikan dan/atau rahasia tertentu (mis: resep masakan, pembibitan ikan hias, dll)	12	Kebutuhan domestik yang belum terpenuhi dari barang impor (mis: aksesoris, spare part mesin, dll)
13	Penguasaan informasi atau berita tertentu (mis: pada pemenuhan kebutuhan perlengkapan instansi, dll)	13	Peluang pasar ekspor (mis: untuk kerajinan rotan, kayu,dll)
14	Daya imajinasi dan kreatifitas	14	Adanya kegiatan, hari peringatan, acara tertentu, dll (mis: bazar, pada usaha mainan anak, pembuatan eskrim/es puter, dll)
		15	Mode dan trend (misalnya usaha salon, pakaian, dll)
		16	Pendirian pasar, mall, proyek perumahan tertentu atau pusat keramaian lainnya
		17	Datang dari pengamatan lingkungan (<i>visual</i>), misalnya dari berwisata, jalan-jalan dan lain-lain

Sumber : Pengolahan data, 2006

Tabel 5. Identifikasi Tantangan

NO	TANTANGAN	SCORE
1	Keberanian memulai usaha dan mengembangkannya	306
2	Kemampuan untuk memulai sendiri (<i>self starter</i>)	276
3	Optimisme dan keyakinan akan keberhasilan usaha	243
4	Ketekunan, fokus terhadap usaha dan tidak mudah menyerah	214
5	Inovatif dan kreatif	201
6	Adanya komunikasi dan kemampuan berkomunikasi	177
7	Kemampuan untuk meyakinkan orang lain	152
8	Berusaha bangkit dari kegagalan	134
9	Mencari cara yang lebih baik atau lebih mudah untuk melakukan pekerjaan	123
10	Penguasaan teknologi dan informasi	115
11	Kemampuan memprediksi keadaan di masa yang akan datang	102
12	Dinamis dan kemampuan menyesuaikan diri dengan lingkungan	76

NO	TANTANGAN	SCORE
13	Berpikir positif	58
14	Kemampuan berpikir paralel (<i>multi-tasking</i>)	42
15	Jam kerja yang fleksibel	31
	Total	2250

Sumber : Pengolahan data, 2006

Tabel 6. Identifikasi Hambatan

NO	HAMBATAN	SCORE
1	Rasa malu dan tidak percaya diri atas usaha yang sedang dikerjakan	465
2	Tidak adanya dukungan dari keluarga dan lingkungan	352
3	Usaha yang dijalankan tidak sesuai dengan keinginan atau pendidikan	239
4	Rasa takut gagal	202
5	Kebutuhan dan dukungan permodalan	187
6	Adanya ketidakpastian/resiko atas usaha	165
7	Sumber daya manusia terbatas	142
8	Usaha yang tidak cenderung membesar atau berhasil	141
9	Merasa unggul; sehingga tidak mau mengakui kelemahan dan kekurangan	132
10	Cepat merasa puas	89
11	Ingin cepat kaya	72
12	Egois	64
	Total	2250

Sumber : Pengolahan data, 2006

4.3 Strategi Mengembangkan Usaha

Adanya tantangan dan hambatan yang dialami oleh setiap pengusaha kecil dan menengah, memunculkan strategi untuk dapat menghadapinya dan melaluinya. Dari hasil penelitian ditemukan adanya beberapa pengusaha yang mengalami kegagalan dalam memulai bisnis awalnya, sehingga salah satu strateginya yaitu berubah bisnis. Adapun strategi pengembangan usaha yang pernah dilakukan oleh para pengusaha yang telah berhasil mempertahankan dan mengembangkan usahanya antara lain :

1. Mencintai usaha yang sedang dijalankan.
2. Memulai segera (saat ini) walaupun diawali dari usaha kecil, tapi tetap berfikir untuk usaha yang besar.
3. Berdisiplin dalam bekerja dan berusaha.

5. Berani mengambil resiko, sepanjang resiko tersebut sudah diperhitungkan
6. Mengenali bakat, minat, pengetahuan, kemampuan, dan ketrampilan yang dimiliki.
7. Membuat rencana dari keseluruhan aspek, termasuk rencana keuangan.
8. Mengembangkan usaha dengan mengikuti perkembangan jaman, tanpa meninggalkan usaha inti/usaha awal.
9. Melakukan pengamatan pasar dan tren yang ada.
10. Merubah gaya kepemimpinan, dari manajemen keluarga ke manajemen profesional.

V. Kesimpulan

1. Sumber ide/gagasan untuk berbisnis dapat berasal dari dalam (*internal*) pribadi pengusaha, maupun dari luar (*eksternal*) diri pengusaha. Dari hasil identifikasi, sumber-sumber ide/gagasan dapat dikelompokkan kedalam klasifikasi berikut :
 1. Pengamatan
 2. Pengalaman dan pendidikan
 3. Pekerjaan dan ketrampilan
 4. Minat, hobi, dan kesenangan
2. Tantangan yang sering dihadapi oleh para pengusaha dalam mengawali bisnisnya di antaranya :
 1. Keberanian memulai usaha dan mengembangkannya
 2. Kemampuan untuk memulai sendiri (*self starter*)
 3. Optimisme dan keyakinan akan keberhasilan usaha
 4. Ketekunan, fokus terhadap usaha dan tidak mudah menyerah
 5. Inovatif dan kreatif
3. Hambatan yang menjadi faktor yang membuat ide/gagasan dalam merintis usaha kurang atau tidak dapat berkembang, antara lain :
 1. Rasa malu dan tidak percaya diri atas usaha yang sedang dikerjakan
 2. Tidak adanya dukungan dari keluarga dan lingkungan
 3. Usaha yang dijalankan tidak sesuai dengan keinginan atau pendidikan
 4. Rasa takut gagal
 5. Kebutuhan dan dukungan permodalan
4. Berdasarkan hasil penelitian, semua pengusaha yang berhasil mengalami hambatan atau bahkan kegagalan dalam perjalanan bisnis mereka. Hambatan yang ada dihadapi dengan sikap positif dan berpikir bahwa hambatan serta kegagalan yang dialami merupakan sebuah pelajaran yang harus diambil hikmahnya. Hal tersebut yang tanpa disadari akan menguatkan dan mempertajam intuisi dan kemampuan pengusaha dalam berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 2003, *Pengantar Bisnis*, ed. Revisi, CV. Alfabeta, Bandung.
- Azis, Anton, 2006, *Identifikasi Kriteria Sukses dan Faktor-Faktor Penentu Keberhasilan Usaha Kecil (Studi Kasus Di Kota Bandung)*, Bandung.
- Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi Jawa Barat, 2006.
- Griffin, R.W., and Ebert, R.J., 2000, *Business, Prentice-Hall International*, New Jersey.
- Siregar, Ali.B., et.al., 1998, *Analisis Kinerja Industri Kecil Dalam Perspektif Kajian Faktor Kunci Keberhasilan Pengembangan Industri*, Jurnal TMI 18(2), Agustus, Bandung.
- Steinhoff, D., 1993, *Small Business Management Fundamentals*, Mc.Graw-Hill Book Co., Singapore.
- Sugiharto MSc, 2002, *Menyongsong Sukses, Sebuah upaya pemberdayaan pegawai Depkes Untuk Menyambut Perampingan Organisasi & Era Desentralisasi*, Jakarta.
- Sumardy, *Small Size But Great Idea*, Majalah MIX, No.07, Juli-Agustus 2006, Jakarta.