

MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN BAGI WIRAUSAHA DI KOTA KUPANG

Apriana H. J. Fanggidae

Dosen Program Studi Manajemen
Universitas Nusa Cendana Kupang, Indonesia
aprianafanggidae@yahoo.co.id

ABSTRACT

The fundamental issue of every entrepreneur in Kupang is limited in its own capital, low labour skills, accounting and poor business management, lack of understanding of optimal inventories, limited market share, very limited business network and access to banking funding resources. There are a variety of reasons why it can happen: small businesses are not burdened by the demands of shareholders who always want to dictate the management of business run, family members want to sacrifice short-term profits to gain long-term benefits, the level of flexibility of entrepreneurial to respond to challenges and opportunities without many obstacles, entrepreneurial can also convey an image of stability and provide continuity for customers

Keywords : *Management, Enterprenuership*

Tindak lanjut setelah wirausaha menemukan peluang atau mendapatkan ide tentang penciptaan produk atau jasa adalah bagaimana mengantisipasinya. Peluang mungkin dapat diantisipasi sendiri, bersama beberapa rekan, atau mungkin harus melibatkan kerjasama dari beberapa lembaga. Suatu peluang hanya dapat diantisipasi dengan melakukan beberapa kegiatan yang menunjang untuk mencapai tujuan kegiatan dari wirausaha. Tujuan kegiatan dari wirausaha yakni menghasilkan barang atau memberikan jasa dengan memperoleh keuntungan untuk mengembangkan aktivitas bisnisnya. Barang dan jasa yang dihasilkan harus benar-benar dibutuhkan oleh konsumen, bila tidak ia tidak akan bertahan lama. Daya beli konsumen dan usaha produsen untuk memuaskan kebutuhan konsumen dibawah kondisi persaingan saat ini, mendorong terjadinya peningkatan efisiensi penggunaan bahan baku, peralatan dan sumber daya manusia untuk menghasilkan barang lebih banyak dan lebih baik. Peningkatan efisiensi dapat dilakukan dengan menumbuh-kembangkan mental

kewirausahaan hingga kelak menjadi seorang wirausaha sukses atau menjadi tumpul untuk kemudian melayukan kreatifitas dan daya inovasinya.

Permasalahan mendasar dari tiap wirausaha di Kota Kupang adalah terbatasnya modal sendiri, rendahnya ketrampilan tenaga kerja, akuntansi dan manajemen usaha kurang baik, kurangnya pemahaman mengenai persediaan optimal, pangsa pasar terbatas, jaringan usaha sangat terbatas serta akses terhadap sumber dana perbankan sangat terbatas pula. Sehubungan dengan permasalahan diatas maka pihak Lembaga Pengabdian Masyarakat bekerjasama dengan pihak Jasa Raharja dalam rangka meningkatkan atau mengembangkan usaha tiap wirausaha melalui program pelatihan tentang aspek pengetahuan, sikap dan perilaku serta ketrampilan. Wirausaha dalam memanage kegiatan usahanya selalu dihadapkan pada berbagai masalah atau resiko yang muncul. Masalah yang dihadapi saat ini pada umumnya adalah : “Bagaimana meningkatkan mental dan motivasi wirausaha (Kios, Salon, Bengkel Motor dan Mobil, Home Stay, Pengelola Obyek Wisata dan para pedagang kaki lima) hingga kelak menjadi seorang wirausaha sukses dengan kreatifitas dan daya inovasi yang tinggi”.

Kewirausahaan ini mempunyai tujuan yaitu :

1. Mengembangkan wirausaha baik secara kuantitatif maupun kualitatif yang terdiri atas
 - Andal : 1) Percaya diri, sikap mandiri yang tinggi, berusaha mencari penghasilan dan keuntungan. 2) Mau dan mampu mencari dan menangkap peluang usaha. 3) Mau dan mampu bekerja keras, tekun , menghasilkan barang dan jasa bekerja tepat guna dan efisien. 4) Mau dan mampu berkomunikasi serta mendapatkan informasi. 5) menangani usaha secara terencana, jujur, hemat dan disiplin.
 - Tangguh : 1) Mampu bertindak adaptif dan strategik terhadap perubahan. 2) Mampu memuaskan pelanggan dengan berorientasi pada keunggulan komparatif. 3) Mampu melihat kelemahan dan kelebihan dalam kegiatan usahanya. 4) mampu meningkatkan ketangguhan usaha melalui semangat kerja, motivasi dan pemupukan modal.
 - Unggul : 1) Berani mengambil resiko dengan perhitungan yang matang. 2) Menghasilkan suatu karya bukti yang lebih baik untuk konsumen. 3) Antisipasi terhadap perubahan dan akomodatif. 4) Kreatif mencari dan menciptakan

- peluang pasar, meningkatkan produktifitas dan efisiensi. 5) Meningkatkan keunggulan dan citra perusahaan melalui inovasi diberbagai bidang kegiatan.
2. Memberdayakan semangat, sikap dan perilaku serta kemampuan seseorang dari kalangan peternak, rumah makan, penenun, perbengkelan, perkiosan, pengrajin dan pertukangan.
 3. Mewujudkan kemampuan dan kemantapan wirausaha untuk dapat berusaha dan menghasilkan sesuatu bagi peningkatan kesejahteraannya maupun masyarakat pada umumnya.

KAJIAN PUSTAKA

Mempersiapkan Langkah Usaha Mandiri

Mempersiapkan atau memulai langkah setiap usaha, usaha besar atau usaha kecil atau usaha mandiri, harus melalui suatu perencanaan. Pada tahap perencanaan dicoba untuk menyusun rencana dan program kerja suatu usaha atau organisasi berdasarkan sasaran yang akan dicapai, potensi dan sarana yang dimiliki serta faktor-faktor pendorong dan penghambat yang mungkin ada. Aspek-aspek perencanaan diantaranya :

1) Analisis Prospek Usaha

Setiap orang yang membuka usaha mandiri perlu memperhatikan prospek usaha, yaitu jenis usaha yang diperkirakan dapat dilaksanakan secara berhasil. Pemilihan alternative usaha yang akan dikembangkan perlu didasarkan pada :

- Berdasarkan latar belakang kemampuan dan motivasi pribadi seseorang, maka dapat dipertimbangkan alternatif usaha yang akan dilaksanakan; misalnya : membuka bengkel sepeda motor atau reparasi TV dan Radio.
- Perlu dilihat potensi pasar yang lebih besar. Untuk itu seorang mungkin perlu mengadakan peninjauan atau mewancarai beberapa orang. Perlu juga diperhatikan para pesaing yang sudah ada, yang mungkin sudah lebih menguasai hubungan baik dengan konsumen.
- Perlu dijajaki kemungkinan memperoleh bahan baku atau alat-alat yang dipergunakan, termasuk sukar atau mudah memperolehnya dan dengan tingkat harga yang bagaimana.

➤ Perlu diperhatikan apa ada dukungan atau hambatan tertentu untuk mendirikan usaha tersebut, baik dari pemerintah maupun organisasi masyarakat. Pemerintah biasanya menyusun skala prioritas usaha untuk suatu daerah.

2) Antisipasi Keadaan Masa Depan

Keberhasilan setiap pengusaha sangat banyak bergantung pada kemampuannya mengantisipasi apa yang akan terjadi di masa depan dan menyusun strategi sesuai antisipasi masa depan. Hal-hal yang perlu diperhatikan adalah :

- Analisis profil struktur pasar; permintaan masyarakat konsumen dapat berubah karena perubahan musim, tingkat pendapatan, pola konsumsi dan pengaruh iklan.
- Analisis siklus produksi; proses produksi barang atau jasa dipengaruhi oleh musim atau tersedianya bahan baku atau adanya pergantian alat-alat produksi.
- Analisis pesaing
- Antisipasi kebijakan pemerintah

3) Analisis Perubahan

Perubahan selalu terjadi, baik karena faktor intern maupun faktor ekstern.

- Faktorn intern : terjadi perubahan kapasitas produksi, perubahan susunan personalia, dan perubahan lingkungan termasuk suasana kerja.
- Faktor ekstern : perubahan pada permintaan masyarakat, keterbatasan bahan baku, perubahan harga, perubahan jumlah dan kemampuan pesaing, perubahan teknologi dan perubahan kebijakan dan peraturan pemerintah.

4) Menyusun strategi usaha

Dengan mengetahui keadaan masa sekarang, perkiraan kemungkinan perubahan dan analisis keadaan masa yang akan datang, maka disusun langkah berikut setelah perencanaan, suatu strategi berupa rencana dan program kerja untuk mencapai sasaran-sasaran usaha. Setiap usaha usaha dapat mempunyai beberapa sasaran yang berbeda. Untuk pencapaian sasaran perlu dipertimbangkan potensi atau kekuatan, kelemahan, kesempatan dan ancaman (Analisa SWOT). Dengan analisa SWOT, si perencana dapat menilai apakah sasaran tertentu dapat dicapai atau diragukan untuk dicapai. Untuk lebih menjamin pencapaian sasaran, strategi usaha dapat disusun dalam bentuk alternatif atau kombinasi alternatif sebagai berikut:

- Memperkuat atau menambah potensi
- Mengatasi kelemahan

- Memanfaatkan faktor-faktor pendukung maupun kesempatan yang yang terbuka
- Mengurangi peranan faktor penghambat
- Merubah atau menyesuaikan sasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Beberapa jenis usaha yang menjadi obyek penelitian adalah Kios, Salon, Bengkel Motor dan Mobil, Home Stay, Pengelola Obyek Wisata dan para pedagang kaki lima yang ada di Kota Kupang. Para pengelola selalu mengeluh ketika menjalankan usahanya karena mereka menemui beberapa permasalahan yang perlu diatasi dan mencari strategi usaha berkelanjutan, khususnya pada usaha Penginapan atau hotel yang lagi marak berkembang di Kota Kupang, misalnya:

1. Ketidakseimbangan harga-harga atas *product line*
2. Terlalu sering merubah harga/tarif tanpa ada kaitan dengan kenyataan lingkungan
3. Bangunan dan fasilitas yang dimiliki sudah mulai tua
4. Ada penginapan/home stay baru/ yang dibangun dengan arsitektur, produk dan fasilitas yang lebih canggih
5. Furnitures dan perlengkapan lainnya sudah kuno dan perlu ada renovasi
6. Terjadi perubahan dalam peraturan atau ketentuan yang dikeluarkan pemerintah yang memberikan dampak pada hotel
7. Kecenderungan kondisi politik atau keamanan di waktu-waktu yang akan datang
8. Perkembangan teknologi
9. Kenaikan upah minimum regional (UMR)
10. Membutuhkan modal yang besar
11. Banyaknya tuntutan dari pelanggan
12. Konsumen semakin sensitif terhadap harga
13. keterlambatan pengiriman barang dari supplier
14. Pelayanan kurang memuaskan serta terjadi kurang-harmonis antara karyawan
15. Serta masalah masalah teknis lainnya.

Dari permasalahan permasalahan diatas penulis mersa tertarik untuk melakukan analisis data dan membuat strategi usaha berkelanjutan. Pemecahan masalah sebagai berikut:

1. Melatih Dan Mengembangkan Diri Menjadi Wirausaha

Wirausaha adalah satu profesi yang khas yang merupakan gabungan/interaksi antara pengetahuan (*knowledge*) dan kiat (*art*) yang menjadi dasar yang kuat bagi keberanian dan kesanggupan mengambil satu keputusan yang tepat diantara alternatif yang tersedia. Ada empat (4) azas yang mendasari pengembangan wirausaha yaitu :

- a) Pengajaran teori mengenai hal-hal yang kiranya diperlukan bagi profesi wirausaha : mulai dari tehnik pembuatan barang secara tepat, melalui pengetahuan keuangan, pengenalan bahan, teori pemasaran dan psikologi sosial.
- b) Studi kasus : diambil dari kejadian-kejadian di bidang bisnis, dalam bentuk seminar. Disajikan secara bertukar pikiran, diharapkan menjadi jelas perbedaan antara ketepatan sesuatu teori dengan kemungkinan penerapannya. Sebab suatu teori mungkin tepat tetapi belum tentu tepat dalam penerapannya.
- c) Pelatihan : membantu wirausaha meningkatkan efektivitas apa yang akan dilakukannya agar terciptanya pencapaian hasil (memperbaiki prestasi kerja, mencari jalan/cara baru untuk melaksanakan kegiatan usahanya, serta berperilaku terarah sesuai dengan cita-cita karier jangka panjang), kekuatan (mempengaruhi dan membina hubungan dengan orang lain tentang apa yang wirausaha promosikan atau kerjakan baik dalam bentuk produk maupun jasa) serta Perilaku diri (sangat penting dalam artian bagaimana wirausaha bekerjasama di dalam organisasi dan masyarakat)
- d) Magang : belajar melalui pembuatan sesuatu produk atau jasa, bila proses tersebut berstandar tinggi. Hal ini dapat dilakukan melalui pendidikan formal dimana setiap orang harus berusaha mencari sendiri dan menemukan sendiri dalam praktek melalui pengamatan tajam, pembuatan dan percobaan.

2. Pembentukan Usaha Mandiri

Melalui pendidikan formal dan non formal yang diperoleh serta ditambah dengan pengalaman berupa keahlian atau ketrampilan akan memberi bekal, atau minimal untuk memulai suatu usaha mandiri. Manfaat yang diperoleh seorang wirausaha dalam rangka pembentukan usaha mandiri tentunya tidak dapat dirasakan secara langsung dan dalam

jangka waktu singkat, tapi perlu pengendalian wawasan dan pemahaman agar peserta pengembangan karier menjadi seperti apa yang diharapkannya.

Setelah melalui tahap-tahap diatas dan seorang wirausaha telah mantap dalam mengelola usahanya maka wirausaha tersebut harus berpikir untuk membentuk usahanya menjadi usaha mandiri dan sukses untuk jangka panjang dengan menikmati berbagai fasilitas yang disediakan baik oleh pihak pemerintah maupun nonpemerintah. Untuk menikmati berbagai fasilitas yang disediakan maka wirausaha perlu menetapkan bentuk badan hukum yang tepat dan layak serta sebagai sesuatu yang membantu wirausaha untuk lebih memajukan usahanya agar lebih efisien, efektif serta produktif dalam menjalankan usahanya. Bentuk badan hukum yang layak dan tepat bagi wirausaha/usaha kecil adalah Usaha Pribadi (Perseorangan).

Usaha pribadi adalah bentuk bisnis yang dimiliki dan dioperasikan oleh hanya satu orang. Orang ini bertanggung jawab atas keseluruhan harta kekayaan perusahaan dan mempunyai hak atas keseluruhan keuntungan dari hasil usaha. Namun orang tersebut juga mempunyai kewajiban tidak terbatas akan hutang yang ditanggung apabila mengalami kerugian. Dari penjelasan diatas maka usaha pribadi merupakan bentuk badan usaha yang sangat mudah untuk didirikan. Namun dalam pengelolaannya badan usaha ini memiliki kelebihan dan kekurangan sebagai berikut :

Kelebihan dari Bentuk Usaha Pribadi:

- a. Mudah dibentuk, murah biaya pembentukannya dan tidak perlu memerlukan izin pembentukan dari pemerintah.
- b. Keuntungan hanya dinikmati oleh satu orang yaitu pendiri usaha tersebut.
- c. Pembuatan keputusan dan pengendalian hanya dilakukan oleh satu orang sehingga orang tersebut benar-benar mengetahui bisnis yang dijalankannya.
- d. Fleksibel dalam arti manajemen dapat dengan mudah bereaksi terhadap keputusan harian.
- e. Relatif tidak ada kontrol dari pemerintah sehingga pajak yang harus dibayarkan adalah pajak pribadi bukan pajak usaha.

Kekurangan dari Bentuk Usaha Pribadi:

- a. Tanggung jawab hutang yang tidak terbatas. Artinya apabila terjadi kewajiban pembayaran maka kewajiban itu harus dipenuhi dengan menyerahkan seluruh harta perusahaan dan harta pribadi pemilik.

- b. Jarang ada yang bertahan lama, dimana hal ini dapat saja disebabkan oleh meninggalnya pendiri atau pemilik dari perusahaan.
- c. Relatif sulit untuk dapat memperoleh pinjaman jangka panjang dengan bunga yang rendah.
- d. Relatif bergantung hanya pada pola pikir satu orang saja sehingga apabila orang ini tidak berpengalaman dalam bisnis yang akan digelutinya maka ancaman kegagalan adalah sangat besar.

Walaupun salah satu kelebihan yang dimiliki wirausaha yakni mudah dibentuk, murah biaya pembentukannya dan tidak perlu memerlukan izin pembentukan dari pemerintah namun seorang wirausaha perlu mengembangkan kreativitas dan inovasi dalam kegiatan usahanya agar dengan mudah mendapatkan fasilitas penunjang yang dimiliki pihak pemerintah dan nonpemerintah. Untuk itu seorang wirausaha perlu mendapatkan izin/persetujuan dari pemerintah melalui departemen yang sesuai dengan bidang usahanya. Jenis surat izin usaha yang tepat untuk usaha kecil/pribadi dapat digolongkan dalam tiga (3) jenis, sebagai berikut :

a) Surat Izin Tempat Usaha (SITU)

Merupakan surat izin yang pertama kali harus dimiliki oleh setiap usaha kecil. Permohonan untuk memperoleh surat ini diajukan ke Bagian Perekonomian Kota atau kabupaten.

b) Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)

c) Maksud dan tujuan diberikannya SIUP adalah

- Sebagai kepastian hukum (legalitas) atas suatu usaha perdagangan produk atau jasa.
- Memberikan kesempatan bagi perluasan usaha untuk mendapatkan fasilitas seperti bantuan kredit dan program pembinaan.
- Sarana pembinaan, pengarahan dan pengawasan terhadap dunia usaha, khususnya sektor perdagangan demi tercapainya tujuan, iklim usaha yang sehat, tertib dan jujur.

d) Tanda Daftar Perusahaan (TDP)

Manfaatnya adalah untuk mengikuti seleksi prakualifikasi/tender perdagangan baik di tingkat Kabupaten sampai ke Tingkat Propinsi yang bersangkutan.

Selain pemecahan masalah yang berhubungan dengan *marketing mix*, ada juga beberapa masalah yang perlu menjadi perhatian untuk ditindaklanjuti yaitu :

a) Modal

- Hotel perlu kerjasama dengan pihak perbankan.
- Tingkatkan hubungan dengan pihak pemegang saham.
- Meningkatkan modal sendiri dengan meningkatkan penjualan.

b) Supplier

- Meningkatkan spesifikasi pesanan yang jelas dan mudah dimengerti serta waktu pesanan yang cukup realistis.
- Penyederhanaan prosedur pengadaan, penerimaan barang dan kecepatan pembayaran.
- Menetapkan supplier yang tepat dan tetap sehingga mudah memperoleh bahan yang diinginkan.

c) Pemerintah

- Kebijakan pemerintah perlu diperhatikan setiap saat sehingga bila terjadi perubahan maka pihak hotel bisa mengambil tindakan perubahannya.
- Kepentingan politik perlu diwaspai.

Untuk lebih jelasnya masalah-masalah tersebut dianalisis dengan menggunakan strategi analisis SWOT sebagai berikut :

Internal Strategi Factor Analysis Summary (IFAS)

Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor	
Kekuatan	1	2	3	4
• Mengandalkan sumber keuangan informal yang mudah diperoleh	.15	8	1.2	
• Juru masak yang handal	.1	7	0.7	
• Kerjasama dengan pihak supplier	.075	6	0.45	
• Budaya/kekerabatan menggalang solidaritas dan konsultasi implementasi program dan intervensi	.05	3	0.15	
• Efisiensi menggunakan bahan baku	.05	5	0.25	
• Lokasi yang strategis	.075	6	0.45	

Kelemahan			
• Kemampuan melihat peluang usaha terbatas	.15	7	1.05
• Volume penjualan/laba menurun	.05	5	0.25
• Citra hotel lemah	.05	3	0.15
• Promosi kurang gencar	.075	6	0.45
• Karyawan kurang ramah	.05	4	0.2
• Kurang memperhatikan kualitas kesempatan kerja	.025	2	0.05
• Terjadi kesalahpahaman antara karyawan	.10	6	0.6
	1.025		5.95

Eksternal Strategi Factor Analysis Summary (EFAS)

Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang	2	3	4
1			
• Pasar semakin terbuka	.1	6	.6
• Meningkatnya daya beli masyarakat	.1	7	.7
• Dukungan Pemerintah	.1	4	.4
• Mendorong peningkatan kapasitas daya saing melalui harga, pelayanan purna jual, kontinuitas produksi serta pelayanan memuaskan	.15	8	1.2
Ancaman			
• Munculnya pesaing baru	.05	4	.2
• Konsumen semakin sensitif terhadap harga	.1	8	.8
• Keterlambatan pengiriman barang dari supplier	.15	6	.9
• Perubahan kebijakan Pemerintah	.05	3	.15
• UMR naik 20 %	.1	4	.4
• Banyak tuntutan dari pelanggan	.1	7	.7
	1.00		6.05

Analisis Dengan Menggunakan Matrik General Electric

Total Skor Faktor Internal

		9	Kuat	6	Rata-rata	3	Lemah	0
<i>Total Skor Faktor Eksternal</i>	Besar		Pertumbuhan Melalui Integrasi Vertikal	Pertumbuhan Melalui Integrasi Horisontal • (5,95:6.05)	Pertumbuhan Melalui Integrasi Horisontal		Pertumbuhan "Turn Around"	
	Rata-Rata	6	Stabilitas Berhenti sejenak Atau berlanjut dengan	Pertumbuhan Konsentrasi via integrasi horisontal Stabilitas Strategi tidak berubah /strategi laba	Pertumbuhan Konsentrasi via integrasi horisontal		Pengurangan Perusahaan terikat atau jual habis kewaspadaan	
	Rendah	3	Pertumbuhan Melalui Difersifikasi Konsentrik	Pertumbuhan Difersifikasi Konglomerat	Pertumbuhan Difersifikasi Konglomerat		Pengurangan Kebangkrutan atau Likuidasi	
								0

Keterangan :

Penentuan posisi perusahaan didasarkan pada analisis total skor faktor internal dan faktor eksternal. Dengan menggunakan model Internal-Eksternal Matrik (Wheelen 2003 : 197) yakni nilai total skor IFAS = 5.95 dan EFAS = 6.05 tampak bahwa strategi yang sesuai bagi Hotel Flobamora adalah Pertumbuhan Melalui Integrasi Horisontal. Artinya Hotel Flobamora perlu melakukan strategi dengan cara memperluas kegiatan-kegiatan perusahaan ke dalam lokasi geografis yang berbeda dan atau dengan menambah rentang produk dan jasa yang ditawarkan kepada pasar. Hotel berada pada posisi industri yang sangat kuat atau cukup menarik dan posisi kompetitifnya rata-rata. Pada posisi ini pihak

hotel dapat mencoba memperkokoh dan memperkuat kehadirannya di dalam industri perhotelan dengan menopang kelemahan-kelemahannya. Ketika Hotel beroperasi dalam industri yang sangat menarik maka tujuan perusahaan umumnya adalah meningkatkan penjualan dan laba dengan cara mendapatkan skala ekonomis yang lebih besar dalam produksi dan pemasaran serta mengurangi persaingan yang sekarang dan atau yang potensial bagi pelanggan dan pemasokan.

Analisis Dengan Menggunakan Matrik SWOT

	<p style="text-align: center;">KEKUATAN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Motivasi yang kuat untuk mempertahankan usahanya • Mengandalkan sumber keuangan informal yang mudah diperoleh • Pilihan produk bervariasi • Budaya/kekerabatan menggalang solidaritas dan konsultasi implementasi program dan intervensi • Efisiensi menggunakan bahan baku • Daya tahan tinggi dlm situasi ekonomi yg kurang menguntungkan 	<p style="text-align: center;">KELEMAHAN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kemampuan melihat peluang usaha terbatas • Volume penjualan/laba menurun • Mutu produk rendah • Distribusi informasi terbatas • Kurang memperhatikan kualitas kesempatan kerja • Eksploitasi tenaga kerja
<p style="text-align: center;">PELUANG</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pasar semakin terbuka • Meningkatnya daya beli masyarakat • Dukungan Pemerintah Persepsi konsumen terhadap merek tinggi • Mendorong peningkatan kapasitas daya saing melalui harga, pelayanan purna jual, kontinuitas produksi serta pengiriman tepat waktu 	<p style="text-align: center;">STRATEGI SO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Perluasan pangsa pasar • Perluasan jaringan distribusi • Meningkatkan kualitas SDM • Memelihara kualitas serta mutu pelayanan • Meningkatkan efisiensi distribusi 	<p style="text-align: center;">STRATEGI WO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan efisiensi biaya • Mengusahakan pengembangan dan pelatihan SDM • Mempertahankan posisi <i>market leader</i>

ANCAMAN	STRATEGI ST	STRATEGI WT
<ul style="list-style-type: none"> • Munculnya pesaing baru • Konsumen semakin sensitif terhadap harga • Strategi bisnis mudah ditiru • UMR naik 20 % 	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan kualitas kinerja perusahaan yang lebih baik • Meningkatkan kualitas dan mutu barang maupun pelayanan • Menetapkan strategi harga 	<ul style="list-style-type: none"> • Menetapkan strategi bisnis baru yang lebih efisien dan efektif • Lebih memperhatikan kualitas dan mutu pelayanan terhadap konsumen

Melihat pada hasil analisis SWOT diatas maka strategi berkelanjutan yang dapat di buat adalah sebagai berikut:

a. *People Strategies*

Strategi ini mengharapkan calon tamu bisa ditarik untuk datang menginap di hotel serta bagaimana perilaku karyawan berhadapan dengan pelanggannya. Hal ini dapat dilakukan dengan cara :

1) Customer

- Mengubah atau melakukan *customer mix* yang ada dengan mengelompokkan calon pelanggan menurut alasan mengapa mereka membeli.
- Memperhatikan dan menindak-lanjuti complain dari customer/pelanggan

2) Karyawan

- Mengubah pola tingkah laku karyawan hotel dengan memberikan pendidikan dan pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan.
- Terbukanya kesempatan pengembangan karier
- Gaji dan kesejahteraan yang layak dan memadai.
- Terjaminnya keselamatan kerja , kesehatan, dan hari tua.
- Suasana kerja yang menyenangkan.
- Hubungan ketenaga kerjaan yang baik

b. *Product strategies*

- Mengubah, memodifikasi atau memperbaiki kualitas produk yang ada.
- Mengubah *product mix*.
- Memperkenalkan produk-produk baru yang sejalan penggunaannya dengan produk lama (*Introduce the new product lines*).

- Mengikuti perkembangan teknologi dan harus menggunakannya bila teknologi tersebut dibutuhkan.
- Menu makanan dan minuman ditingkatkan.
- Fasilitas hotel perlu dijaga dan diperhatikan kebersihannya.
- Kamar tidur, kamar mandi dan ruangan lainnya perlu terus dibersihkan sehari tiga kali.
- Mengubah dan memperkenalkan prosedur pelaksanaan yang baru.
- Mengubah gaya dan ragam pelayanan yang dapat diberikan.
- Mengubah cara-cara pendidikan dan pelatihan.

c. *Place Strategies*

- merenovasi kamar-kamar dan fasilitas yang dianggap perlu.
- Membangun gedung atau bangunan baru yang lebih sesuai dengan permintaan pasar.
- Memberi kemudahan kepada pengunjung untuk berkunjung dengan membuat jalan baru atau memperbaikinya.
- Menambah outlet penjualan berdasarkan letak geografis yang dianggap potensial.
- Mengubah penunjukkan keagenan (dari hanya agen perjalanan menjadi tour operator, wholesaler dan hotel representative lainnya).

d. *Price strategies*

- Meninjau kembali kebijaksanaan harga.
- Menawarkan nilai tambah terhadap produk tertentu.
- Menawarkan tarif yang berbeda untuk tamu yang berbeda.
- Menetapkan *price ranging* sehingga penawaran tidak menjadi kaku.

e. *Positioning strategies*

- Mengubah, memodifikasi atau memperbaharui persepsi calon pelanggan tentang kesan (*image*) terhadap hotel.
- Memperbaiki atau meningkatkan citra hotel dalam masyarakat.
- Mengubah sikap, tingkah laku dan budaya kerja seluruh karyawan dan top manajemen.
- Memosisikan diri dengan menciptakan promosi dan menyampaikan pesan seakan-akan bahwa hotel kita adalah hotel yang terbaik di kota atau kawasan wisata tersebut.

f. *Promotion strategies*

- Memperbaiki teknik pelayanan atau cara melayani permintaan tamu yang mendesak.
- Memperbaiki presentase penjualan kepada calon tamu potensial
- Menyusun kembali *tactical mix* sesuai dengan rencana yang akan dilakukan.
- Memperkenalkan cara-cara promosi yang lebih baik, menarik dan efektif.
- Mencari atau mengubah design iklan dan pemilihan media yang lebih sesuai.
- Mendesain ulang bahan-bahan promosi dengan mencetak *brochures, leaflets, dan booklets* dengan kualitas yang lebih baik.
- Meningkatkan anggaran promosi yang dianggap perlu dan mengurangi anggaran promosi yang kurang atau tidak efektif pelaksanaannya.

SIMPULAN

Dengan membentuk usaha kecil menjadi usaha mandiri maka akan memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap perkembangan bisnis di Indonesia karena sumbangan yang diberikan usaha kecil kepada pemerintah hampir mencapai 50 % dari Pendapatan Domestik Bruto dan mempekerjakan setengah dari tenaga kerja sektor swasta. Meskipun tantangan yang dihadapi oleh para wirausaha semakin kompleks namun masih berhasil dan bahkan mengalami perkembangan. Ada berbagai alasan mengapa hal tersebut bisa terjadi :

- Usaha kecil tidak dibebani oleh tuntutan para pemegang saham yang selalu ingin mendikte pengelolaan usaha yang dijalankan.
- Anggota keluarga mau mengorbankan keuntungan jangka pendek untuk mendapatkan keuntungan jangka panjang.
- Tingkat fleksibilitas dari wirausaha untuk memberikan respon terhadap tantangan maupun peluang tanpa adanya banyak hambatan, selain itu wirausaha juga dapat menyampaikan suatu citra stabilitas dan memberikan kesinambungan bagi pelanggan/konsumen.

DAFTAR RUJUKAN

- Fuad Ferdinan, 2005. *Kiat Sukses Merintis Bisnis*. Penerbit Tugu Yogyakarta.
- Dedi Haryadi, 1998. *Tahap Perkembangan Usaha Kecil*. Yayasan Akatiga Bandung.
- Rambat Lupiyoadi, dkk, 1998. *Wawasan kewirausahaan. Cara mudah menjadi wirausaha*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI, Jakarta.
- Subanar Harimurti, 2001. *Manajemen Usaha Kecil*. Penerbit PT. BPF - Yogyakarta.
- Jurnal Infokop 2005. *Pemberdayaan UKM Solusi Pengentasan Kemiskinan.*, Jakarta.

