

STRATEGI KEWIRAUSAHAAN

(RINGKASAN)

I. PENGANTAR

1. Kewirausahaan dapat dipahami dari tiga aspek : pola pikir/mind set, tindakan/action dan proses. Pola pikir kewirausahaan adalah dorongan peluang/opportunity driven. Pemikirannya selalu ditujukan untuk menemukan peluang-peluang baru didalam mencari input-input baru, mengkombinasikan input-input, proses produksi, pemasaran, pelayanan, yang dapat menciptakan nilai/manfaat bagi masyarakat dan dirinya. Tindakan/action seorang wirausaha adalah menindaklanjuti sampai tuntas/getting things done, setiap hasil olah pikir diikuti dengan tindak lanjut dengan mengorganisir perangkat organisasi dan sumberdaya dengan dasar efektivitas dan efisiensi.

Proses merupakan suatu rangkaian tindakan yang harus dilaksanakan dalam mencapai tujuan : tahap inkubasi, pendirian usaha/start-up, pengembangan, pertumbuhan dan ekspansi.

Baik pola pikir, tindakan dan proses selalu didasari tenaga dalam/inner power kewirausahaan yaitu kreativitas dan kemampuan inovasi dengan memanfaatkan prinsip belajar tiada henti/life long learning dan belajar dari tindakan/learning by doing.

2. Strategi kewirausahaan adalah strategi untuk merealisasikan gagasan menjadi peluang usaha yang menghasilkan manfaat dari mencapai keunggulan yang berkelanjutan.
3. Untuk mencapai tujuan tersebut disusun strategi dengan merumuskan : misi (alasan pendirian usaha), nilai (nilai untuk pribadi

dan masyarakat), visi (tujuan yang ingin dicapai), strategi (cara mencapai tujuan), balanced score card (pengukuran-pengukuran hasil dari suatu tindakan), tindakan (apa yang harus dikerjakan), hasil/outcome (kepuasan pemilik, proses yang efisiensi dan efektif, karyawan yang termotivasi).

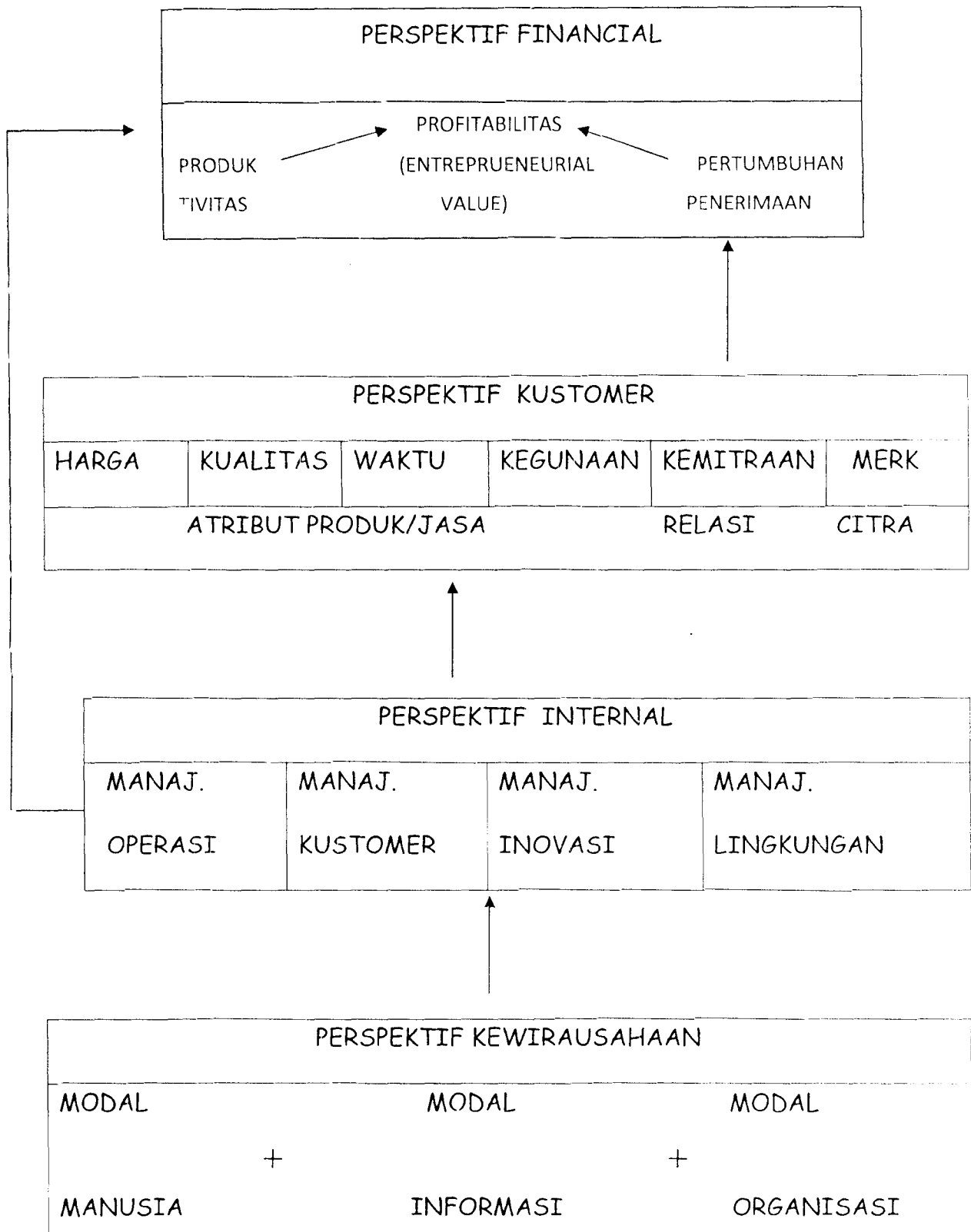
4. Misi, nilai, visi dan strategi merupakan landasan untuk menyusun peta strategi/strategy map, yang memberikan pedoman kepada wirausaha untuk mencapai tujuannya.
5. Strategi kewirausahaan secara keseluruhan sebagai berikut :



Yang akan dibahas adalah peta strategi kewirausahaan.

II. PETA STRATEGI KEWIRAUSAHAAN

1. Berikut adalah peta strategi kewirausahaan. Dasar dari peta strategi kewirausahaan, menciptakan perusahaan kewirausahaan/entrepreneurial - venture, dimana jiwa kewirausahaan menjadi landasan dari operasional perusahaan.
2. Secara keseluruhan peta strategi ditujukan untuk mencapai perspektif customer yaitu kepuasan customer yang menjadi pendorong kuat untuk menghasilkan perspektif financial yaitu tingkat profitabilitas/nilai bagi wirausaha dalam jangka panjang. Seperti dijelaskan oleh gambar sebagai berikut;

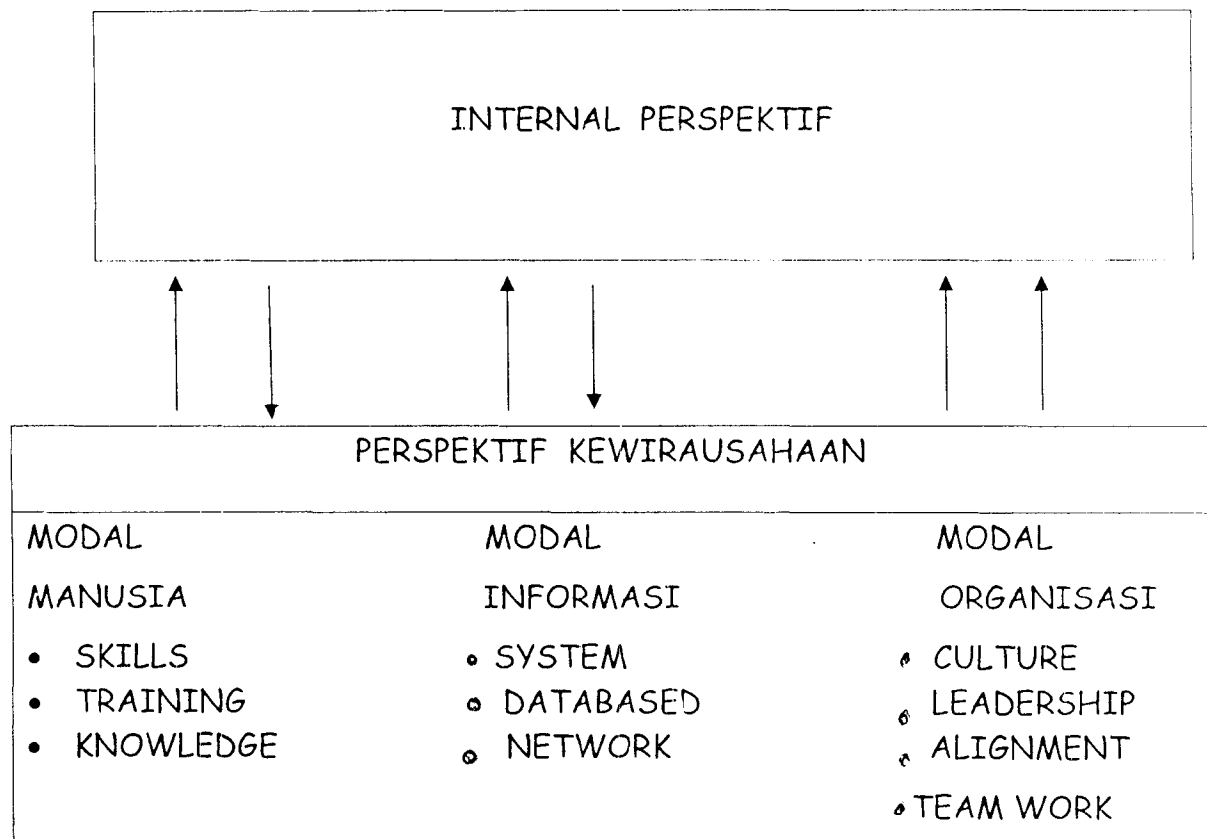


Perspektif kewirausahaan adalah faktor intangible yang mendukung efisiensi dan efektivitas perspektif internal mempengaruhi secara langsung perspektif financial dan mempengaruhi perspektif customer.

3. Perspektif kewirausahaan merupakan inti dari peta strategi yaitu dalam menyinergikan modal manusia, modal informasi dan modal organisasi dengan senantiasa memperkuat semangat kewirausahaan (kreativitas, kemampuan berinovasi, fleksibilitas, determinasi, percaya diri, optimisme).
4. Perspektif internal : efisiensi dan efektivitas dalam manajemen operasi, manajemen customer, inovasi dan lingkungan. Kemampuan dan peningkatan kualitas manajemen operasi, manajemen customer, manajemen inovasi dan lingkungan meningkatkan perspektif customer dan juga perspektif financial baik secara langsung maupun tidak langsung melalui perspektif customer.
5. Perspektif customer : peningkatan kepuasan customer melalui strategi penentuan harga yang tepat, kualitas produk, ketepatan delivery, kegunaan/fungsi produk, kemitraan dan pencitraan, pada gilirannya akan mendukung keberhasilan perspektif financial melalui peningkatan produktivitas dan pertumbuhan.
6. Perspektif financial atau nilai wirausaha/entrepreneurial value merupakan objektif akhir/ultimate objective, walaupun dipahami bahwa nilai wirausaha misalnya laba. Disamping mempunyai fungsi individual tetapi juga mempunyai fungsi sosial (CSR). Entrepreneurial value merupakan indikator keberhasilan seluruh proses strategi kewirausahaan.

III. PERSPEKTIF KEWIRAUSAHAAN

1. Setelah diskripsi keseluruhan perlu rincian diskripsi strategi, yang akan dimulai dengan diskripsi perspektif kewirausahaan. Perspektif kewirausahaan merupakan faktor abstrak yaitu berupa persepsi dan ketrampilan. Secara keseluruhan perspektif kewirausahaan berupa pembelajaran dan pengembangan yang meliputi modal manusia, modal informasi dan modal organisasi.
2. Modal manusia : sifat-sifat kewirausahaan, ketrampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk mendukung strategi melalui pelatihan-pelatihan/pembelajaran.
3. Modal informasi : ketersediaan sistem informasi, jejaring/network, infrastruktur (data based).
4. Modal organisasi : kemampuan organisasi untuk memobilisasi dan mendukung pelaksanaan strategi. Diperlukan peningkatan budaya perusahaan dan kerjasama (teamwork).
5. Antara perspektif kewirausahaan dengan perspektif internal perlu ada "hubungan timbal balik/alignment" sehingga menciptakan pembelajaran dan kesiapan/readiness dalam mendukung strategi seperti didiskripsikan sebagai berikut :

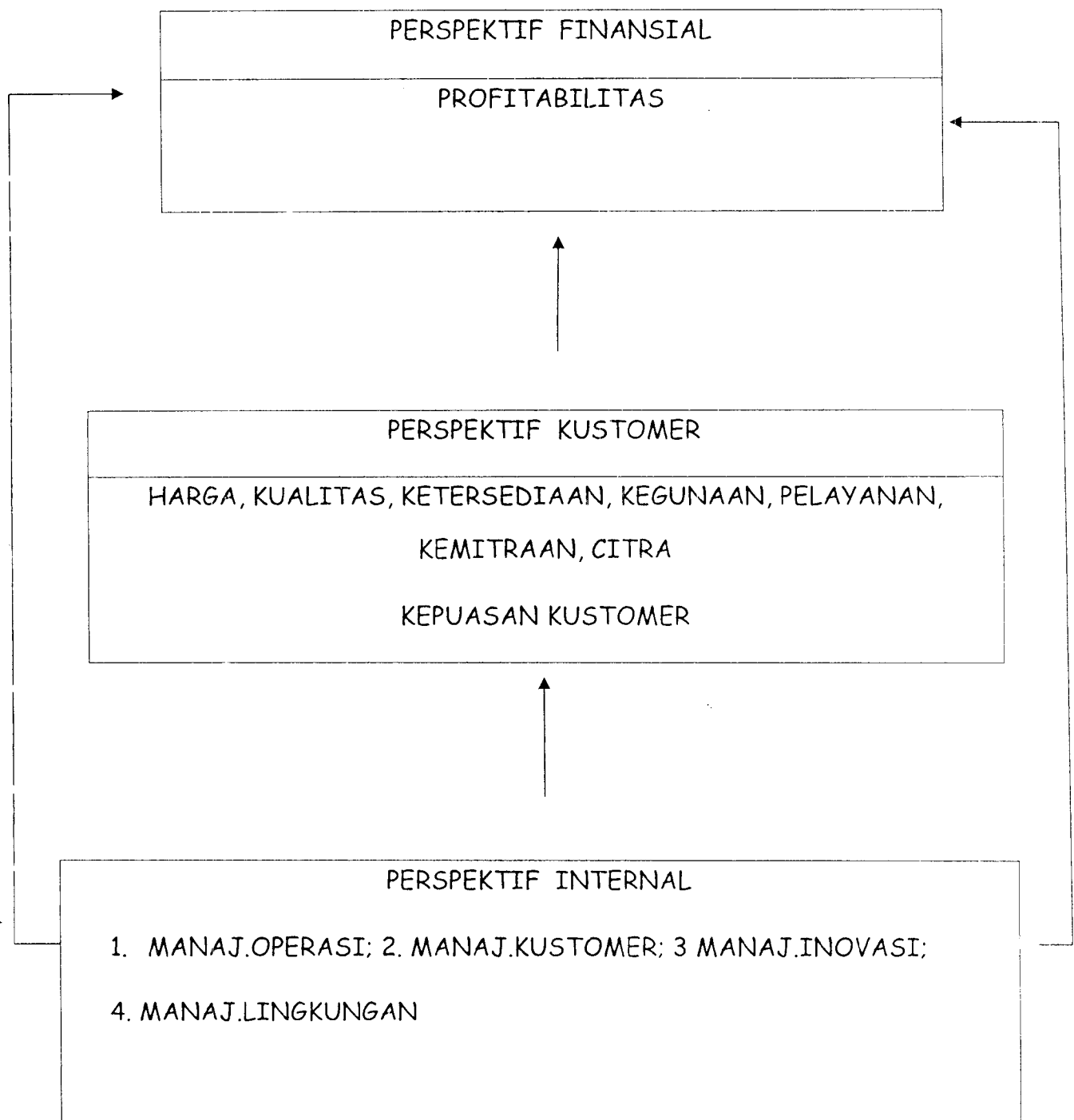


Hubungan timbal-balik/alignment menciptakan pembelajaran dan perkembangan sehingga menciptakan kesiapan/readiness.

IV. PERSPEKTIF INTERNAL

1. Perspektif internal melalui empat kegiatan/institusi untuk mendukung nilai customer dan perspektif financial :
 - a. Proses manajemen operasi
 - b. Proses manajemen customer
 - c. Proses manajemen inovasi
 - d. Proses manajemen lingkungan
2. Proses manajemen operasi : efisiensi dan efektivitas dalam mendapatkan bahan baku, dalam proses produksi, dalam mendistribusikan produk kepada customer dan dalam mengelola risiko.
3. Proses manajemen customer meliputi :
 - Pengikatan customer
 - Pengidentifikasian customer potensial
 - Kemitraan dengan customer/pengembangan bersama
4. Proses manajemen inovasi meliputi :
 - Pengidentifikasian peluang untuk produk-produk baru
 - Pengelolaan bagian R& D yang efektif
 - Mendesain produk/jasa baru/pelayanan baru
5. Proses manajemen lingkungan :

Peningkatan mutu lingkungan baik eksternal maupun internal menciptakan harmonisasi dengan masyarakat luar (CSR), kedalam menciptakan harmonisasi dengan semua pemegang kepentingan dalam perusahaan.
6. Berikut diskripsi dampak perspektif internal terhadap perspektif customer dan perspektif finansial.

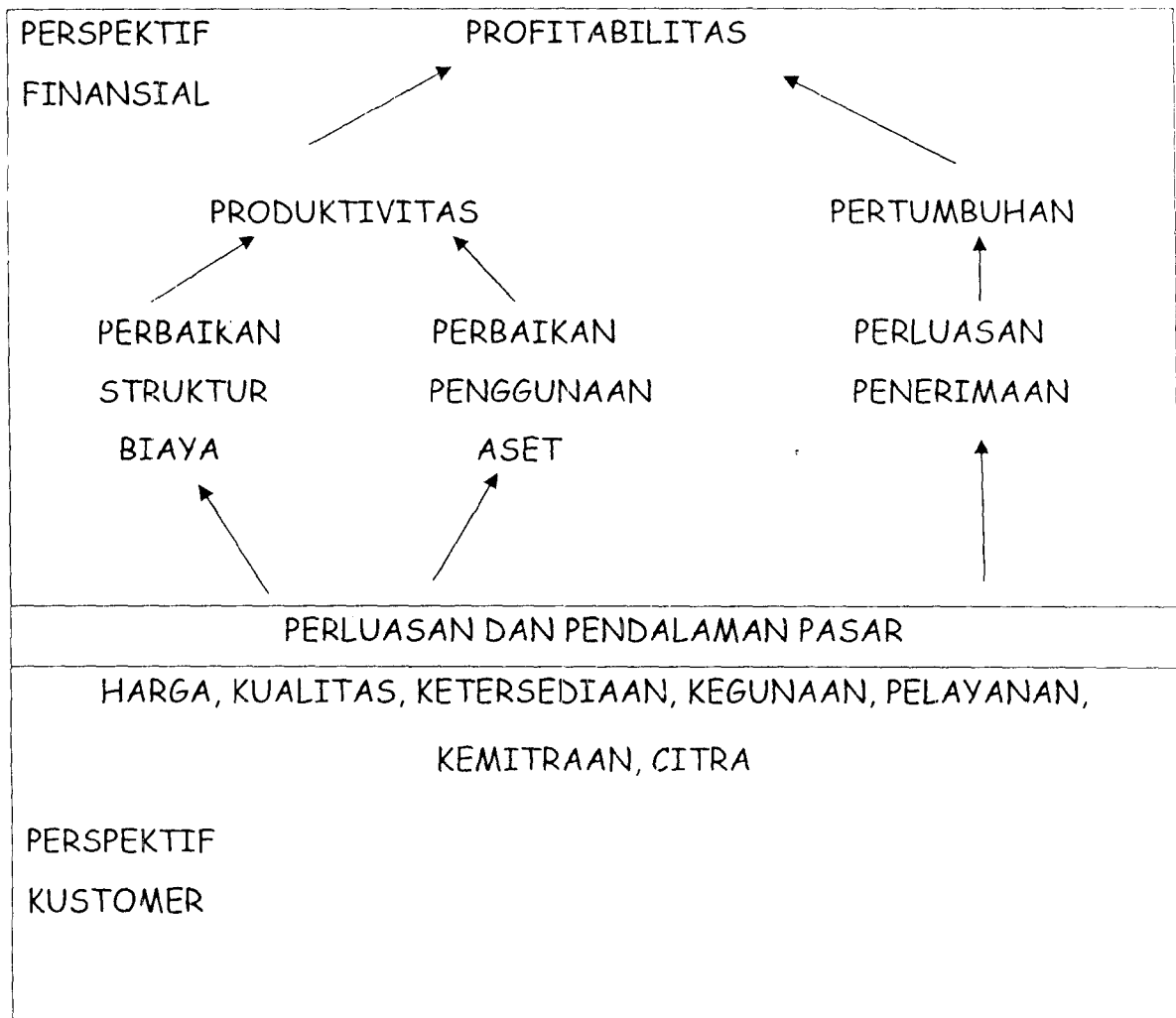


7. Pengaruh perspektif internal yang langsung keperspektif finansial melalui perbaikan struktur biaya, perbaikan penggunaan asset, dan langsung kepada profitabilitas.

V. PERSPEKTIF KUSTOMER

1. Perspektif nilai kustomer memahami faktor-faktor yang akan meningkatkan kepuasan konsumen yaitu harga, kualitas, ketersediaan, kegunaan, relasi, pelayanan, kemitraan, citra, merk dagang yang ditunjang oleh perspektif internal.
2. Kepuasan kustomer meningkatkan pangsa pasar, perluasan kustomer potensial dan loyalitas kustomer yang pada gilirannya akan mempengaruhi perspektif finansial.
3. Berdasarkan uraian tersebut perspektif kustomer merupakan variable intervening/antara. Variabel independen/variable policy yaitu perspektif internal dan perspektif kewirausahaan. Perspektif finansial merupakan variable dependen/terikat
4. Hubungan antara perspektif kustomer dan perspektif finansial sebagai berikut :

PERSPEKTIF KUSTOMER
DAN
PERSPEKTIF FINANSIAL



Berdasarkan model tersebut pertumbuhan profitabilitas disebabkan pertama, peningkatan produktivitas yang diakibatkan perbaikan struktur biaya dan penggunaan asset yang lebih efisien. Kedua, pertumbuhan perusahaan yang dipengaruhi perluasan penerimaan.

Kesemuanya dipengaruhi oleh kepuasan kustomer yang berpengaruh terhadap perluasan dan pendalaman pasar.

VI. KESIMPULAN

Strategi kewirausahaan menggambarkan peta yang dapat dijadikan pedoman bagi seorang wirausaha didalam mengembangkan perusahaan dari tahap pendirian sampai tahap ekspansi. Model tersebut dapat dijadikan sarana untuk mengevaluasi keberhasilan usaha.

≈