

**BUKU AJAR**

**KEWIRAUSAHAAN  
DALAM PRAKTIK KEBIDANAN  
UNTUK MAHASISWA S1 KEBIDANAN**



**PROGRAM STUDI KEBIDANAN PROGRAM SARJANA  
DAN PROGRAM STUDI PENDIDIKAN PROFESI  
BIDAN PROGRAM PROFESI  
SEKOLAH TINGGI ILMU KESEHATAN  
HANG TUAH PEKANBARU  
T.A 2020/2021**

**BUKU AJAR**

**KEWIRAUSAHAAN**  
**DALAM PRAKTIK KEBIDANAN**

**UNTUK MAHASISWA S1 KEBIDANAN**

**PENULIS**

**RIZA FEBRIANTI, S.SIT., M.Keb**  
**OCTA DWIENDA RISTICA, SKM, M.Kes**  
**CECEN SUCI HAKAMERI, S.Tr.Keb, M.Keb**

**PENERBIT**  
**SEKOLAH TINGGI ILMU KESEHATAN (STIKes)**  
**HANG TUAH PEKANBARU**  
JL. Mustafa Sari No. Tangkerang Selatan Pekanbaru Telp.  
(0761)33815, 7891765  
Fax (0761) 86364. Website: [hangtuahpekanbaru.ac.id](http://hangtuahpekanbaru.ac.id)  
Email: [info.stikes@hangtuahpekanbaru.ac.id](mailto:info.stikes@hangtuahpekanbaru.ac.id)

**BUKU AJAR**  
**KEWIRAUSAHAAN DALAM PRAKTIK KEBIDANAN**  
**UNTUK MAHASISWA S1 KEBIDANAN**

**Penulis:**

**Riza Febrianti, S.SiT, M.Keb**  
**Octa Dwienda Ristica, SKM, M.Kes**  
**Cecen Suci Hakameri, S.Tr.Keb, M.Keb**

Desain cover dan Editor  
**Riza Febrianti, S.SiT, M.Keb**  
**Cecen Suci Hakameri, S.Tr.Keb, M.Keb**

Sumber

...

Tata letak :

...

Ukuran :

**iv, hlm.; 171 Uk:15.5x23 cm**

ISBN :

**xxx-xxx-xxx-xxx**

Cetakan Pertama:

**Maret 2019**

Hak Cipta 2019, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab percetakan

**Copyright © 2019 by STIKes Hang Tuah**

All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang Dilarang  
keras menerjemahkan, memfotokopi, atau  
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini  
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

**PENERBIT DAN REDAKSI**

**SEKOLAH TINGGI ILMU KESEHATAN (STIKes)**

**HANG TUAH PEKANBARU**

JL.Mustafa Sari No. Tangkerang Selatan Pekanbaru Telp.

(0761)33815, 7891765

Fax (0761) 86364. Website: [hangtuahpekanbaru.ac.id](http://hangtuahpekanbaru.ac.id)

Email: [info.stikes@hangtuahpekanbaru.ac.id](mailto:info.stikes@hangtuahpekanbaru.ac.id)

**SEKOLAH TINGGI ILMU KESEHATAN (STIKES) HANG TUAH  
PEKANBARU**

**Visi**

Terwujudnya institusi yang unggul dan kompeten dalam penyelenggaraan pendidikan tinggi kesehatan yang berbasis teknologi tepat guna dan mampu bersaing di tingkat nasional dan regional tahun 2036.

**Misi**

- a. Melaksanakan pendidikan kesehatan yang bermutu untuk menghasilkan lulusan yang profesional berorientasi kepada peningkatan kesehatan masyarakat;
- b. Mengembangkan ilmu dan teknologi kesehatan melalui kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat untuk peningkatan kesehatan masyarakat;
- c. Melaksanakan penjaminan mutu yang konsisten dan berkelanjutan;
- d. Mewujudkan atmosfir akademik yang kondusif melalui kinerja akademik;
- e. Menjalinkan kerjasama dengan berbagai pihak dalam penyelenggaraan Tridharma Perguruan Tinggi;
- f. Mengembangkan teknologi tepat guna dalam bidang kesehatan

**PROGRAM STUDI KEBIDANAN PROGRAM SARJANA DAN  
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN PROFESI BIDAN PROGRAM  
PROFESI**

**Visi**

Menghasilkan Bidan Profesional Dan Unggul dalam Penerapan Massage pada Ibu dan Anak dengan Pendekatan Teknologi Tepat Guna Tahun 2036

**Misi**

1. Menyelenggarakan Pendidikan Profesi Bidan Yang Berkualitas melalui penguatan sumber-sumber belajar untuk menghasilkan lulusan yang profesional
2. Menyelenggarakan Penelitian berkesinambungan khususnya pada massage Ibu dan Anak dengan pendekatan Teknologi Tepat Guna
3. Menyelenggarakan Pengabdian Kepada Masyarakat berdasarkan pada prinsip kemitraan untuk meningkatkan kesehatan Ibu dan Anak dengan mengimplementasikan hasil-hasil penelitian
4. Menjalin Kerjasama Dengan Berbagai instansi, serta aktif dalam organisasi profesi (IBI) dan Asosisasi Pendidikan Kebidanan Indonesia (AIPKIND) dalam rangka peningkatan kualitas pendidikan dan pemanfaatan lulusan.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa. Berkat limpahan karunia-Nya, kami dapat menyelesaikan penulisan Modul “*Kewirausahaan Dalam Praktik Kebidanan untuk mahasiswa S.1 Kebidanan*”. Dalam penyusunan modul ini penulis telah berusaha semaksimal mungkin sesuai dengan kemampuan penulis. Namun sebagai manusia biasa, penulis tidak luput dari kesalahan dan kekhilafan baik dari segi tekhnik penulisan maupun tata bahasa.

Kami menyadari tanpa masukan – masukan dari berbagai pihak tidak mungkin kami bisa menyelesaikan modul ini. Modul ini dibuat sebagai panduan untuk mahasiswa S1 kebidanan. Untuk itu penulis hanya bisa menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat, sehingga kami bisa menyelesaikan modul ini.

Demikian semoga modul ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan para mahasiswa S1 Kebidanan.

Pekanbaru, Juli 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I Konsep Dasar Kewirausahaan.....	1
BAB II Proses Kewirausahaan.....	19
BAB III Fungsi dan Model Peran Wirausaha .....	24
BAB IV Ide-Ide dan Peluang Dalam Kewirausahaan.....	31
BAB V Konsep Pengendalian Mutu di Bidang Kewirausahaan.....	35
BAB VI Menentukan Peluang Usaha .....	40
BAB VII Konsep Kepemimpinan .....	50
BAB VIII Konsep Pemasaran .....	63
BAB IX Manajemen Usaha .....	88
BAB X Kecerdasan Yang Dibutuhkan Dalam Kewirausahaan .....	101
BAB XI Faktor Utama Yang Menentukan Women dan Home entrepreneurship.....	111
BAB XII Konsep Merintis Usaha Bidan Praktek Mandiri .....	124
BAB XIII Usaha Baby and Mom Massage.....	155

# BAB I

## KONSEP DASAR KEWIRAUSAHAAN

### A. Kewirausahaan

#### Definisi Kewirausahaan dan Wirausaha

Kewirausahaan (*entrepreneurship*) adalah kemampuan kreatif yang sudah mengalami perkembangan selama bertahun-tahun yang menarik untuk dikembangkan (Hisrih *et al.*, 2008). Kewirausahaan juga merupakan suatu ilmu yang mengkaji tentang pengembangan dan pembangunan semangat kreativitas serta menanggung resiko terhadap pekerjaan apa yang dilakukan demi mewujudkan hasil karya tersebut. Istilah kewirausahaan awalnya dikenalkan di awal abad ke-18 oleh ekonom Perancis, Richard Cantillon, yang berpendapat bahwa *entrepreneurship* merupakan “*agent who buys means of production at certain prices in order to combine them*”.

Secara etimologik, kewirausahaan berasal dari kata *entreprenre* (bahasa perancis) atau *to undertake* (bahasa Inggris) yang artinya melakukan. Menurut Scarborough, Zimmerer, dan Wilson (2009) bahwa seseorang yang menciptakan bisnis baru dengan mengambil risiko dan ketidakpastian demi mendapatkan *profit* (keuntungan) dan pertumbuhan yang signifikan dengan mengidentifikasi kesempatan atau peluang dan meng*combine* sumber-sumber daya yang diperlukan sehingga sumber-sumber daya tersebut dapat di kapitalisasikan. Selain itu, definisi kewirausahaan menurut Instruksi Presiden Republik Indonesia (INPRES)

No. 4 Tahun 1995 tentang Gerakan Nasional Me -masyarakat-kan dan mem-budaya-kan kewirausahaan adalah semangat, sikap perilaku dan kemampuan seorang dalam menangani usaha dan /atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efesiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan/atau meperoleh keuntungan yang lebih besar.

Pada abad 20 muncul defenisi wirausaha sebagai *inovator*, yaitu individu yang mengembangkan sesuatu yang khas atau unik. Konsep inovasi tersebut dan kekinian menjadi bagian menyeluruh di dunia wirausaha, dimana tugas wirausaha bukan hanya menciptakan dan mengkonseptualiskan hal yang baru, tetapi juga memahai seluruh kekuaan dalam lingkungan kerja. Berbagai contoh inovasi dari zaman ke zaman dapat dilihat mulai dari pembangunan piramida Mesir , penciptakaan ulang-alik, Apollo, teknologi bedah laser dan lain lain. Wirausahawan adalah seorang *katalisator*, merupakan orang-orang yang melakukan tindakan sehingga suatu gagasan bisa terwujud menjadi suatu kenyataan. Wirausahawan adalah seorang yang mengorganisasikan dan mengarahkan usaha dan pengembangan baru, memperluas dan memberdayakan suatu organisasi, untuk memproduksi produk baru atau menawarkan jasa baru kepada pelanggan baru dalam suatu pasar yang atau baru mulai untuk pertama kalinya (Rye, 1996:3-4). Beberapa Contoh wirausahawan di bidang kesehatan / kebidanan dapat dilihat dari gambar sebagai berikut:



Kewirausahaan dalam praktek kebidanan adalah sebuah **mindset** dan **method** yang harus dikuasai seorang bidan sebagai wirausahawan dalam memulai dan/atau mengelola sebuah usaha praktek profesional





## **B. Pendapat pakar mengenai kewirausahaan**

Menurut McGrath dan MacMillan (2000), pada umumnya wirausaha memiliki lima karakteristik mindset, yakni:

1. Mereka sangat bersemangat dalam melihat atau mencari peluang baru dengan tetap selalu waspada, selalu mencari kesempatan untuk mendapatkan keuntungan dari perubahan dan hambatan dari kegiatan bisnis. Mereka akan memilih pengaruh yang amat besar ketika mereka menciptakan model bisnis yang baru dari cara memperoleh penghasilan, membuat pembiayaan, menjalankan operasional, dan keseluruhan kegiatan industri.
2. Mereka mengejar peluang dengan disiplin yang ketat. Umumnya wirausaha tidak hanya bersiap untuk peluang yang kecil, tetapi langsung mengambil tindakan terhadap peluang – peluang yang belum tergalih. Mereka sering mengkaji ulang ide– ide mereka, tetapi mereka merealisasikannya hanya ketika hal itu diperlukan.

3. Mereka hanya mengejar peluang yang sangat baik dan menghindari mengejar peluang yang melelahkan diri dan organisasi mereka. Walaupun kebanyakan wirausaha adalah orang berbeda, untuk meraih kesuksesan besar tetap dituntut kedisiplinan dalam membatasi jumlah proyek yang hendak diraih.
4. Mereka mengikuti portofolio dari peluang dengan kendali yang amat ketat dalam berbagai tahap pengembangan.
5. Mereka focus pada pelaksanaan, khususnya yang bersifat adaptif. Orang dengan kerangka berpikir wirausaha akan memilih melaksanakan apa yang telah ditetapkan dari pada menganalisis ide baru yang menghancurkan. Adaptasi yang mereka lakukan adalah dengan mengubah arah kerja sesuai dengan peluang yang nyata dan mengambil langkah terbaik untuk merealisasikannya.

### **C. Keuntungan dan kerugian kewirausahaan**

1. Keuntungan berwirausaha:
  - Dapat memilih bidang usaha sesuai minat dan bakat; seorang wirausahawan dapat memilih bidang usaha sesuai dengan minat dan bakatnya, maka ia akan mencintai usahanya, dan jika ia sudah mencintai usahanya maka segenap perhatian dan kemampuan akan dicurahkan demi perkembangan usaha. Selain bidang usaha yang dipilih tersebut sesuai dengan minat dan bakat tentunya yang memang dibutuhkan oleh konsumen agar “profitable”.
  - Keuntungan usaha dapat dinikmati sendiri ; usaha yang dijalankan merupakan usaha yang dimilikinya maka keuntungan dari hasil usaha menjadi miliknya juga. Ia akan memperoleh minimal dua macam pendapatan. Pertama, pendapatan dari posisinya sebagai pemilik usaha dan kedua, pendapatan yang diperoleh dari posisinya sebagai manajer.

- Memperoleh kepuasan; keberhasilan mengelola usaha akan memberikan kepuasan tersendiri bagi seorang wirausahawan. Kepuasan ini secara tidak langsung akan memotivasi dirinya untuk lebih giat bekerja agar perkembangan usaha semakin lama semakin baik dan kuat dalam menghadapi persaingan. Kepuasan juga akan mempertebal rasa percaya diri dalam berinteraksi dengan pihak ketiga termasuk dengan pelanggan, pemasok, distributor, perbankan dan investor.
- Tidak ada yang memerintah; seorang wirausahawan, ia menjadi pemilik sekaligus manajer dari perusahaannya maka ia juga memegang jabatan tertinggi di perusahaan tersebut sehingga tidak ada seorangpun yang akan memerintahnya untuk melakukan tugas- tugas tertentu. Ia hanya diperintah oleh dirinya sendiri dan ia dapat memerintah orang lain yang bekerja kepada dirinya.
- Tidak perlu persetujuan pihak lain dalam membuat keputusan; saat tertentu seorang wirausahawan harus mengambil keputusan tentang sesuatu hal misalnya keputusan untuk melakukan ekspansi dengan membuka cabang perusahaan ditempat lain, keputusan untuk mengikuti pameran produk yang diselenggarakan oleh pihak tertentu, keputusan joint venture, dll. Seorang wirausahawan sebagai pemilik dan manajer perusahaan dapat memutuskan semua hal tersebut tanpa harus menunggu kebijakan dari pihak lain, walaupun ia meminta pertimbangan dari tenaga ahli atau konsultan dengan alasan agar keputusan yang akan diambil merupakan keputusan yang paling baik bagi perkembangan perusahaan. Semua masukan dari pihak lain menjadi pertimbangan seorang wirausahawan dan pada akhirnya dia sendiri yang akan mengambil keputusan.
- Mempunyai peluang membantu orang lain; Sebagai makhluk sosial seorang wirausahawan mempunyai cukup peluang untuk membantu orang lain misalnya dengan mengalokasikan zakat penghasilan untuk membantu korban bencana alam, peperangan, ataupun mempekerjakan mereka yang mempunyai potensi tetapi belum bernasib baik

mendapatkan pekerjaan, dengan tetap memperhatikan kualitas sesuai job specification.

## 2. Kerugian berwirausaha:

- Jam kerja panjang dan tidak teratur; wirausahawan tidak menutup kemungkinan akan bekerja dengan jam kerja yang sangat panjang mulai dari bangun tidur pagi hari sampai menjelang tidur kembali di malam hari. Waktu benar-benar tercurah kepada kepentingan usaha apalagi jika usaha yang dijalankan sedang menghadapi kerugian atau sebaliknya karena ingin mendapatkan keuntungan yang besar pada periode tertentu. Selain itu jam kerja wirausahawan tidak menentu. Pada saat tertentu memiliki waktu luang yang cukup tetapi pada saat lainnya ia sangat sibuk bahkan sampai lupa beristirahat.
- Resiko dan tanggung jawab luas; sehubungan dengan posisinya sebagai pemilik sekaligus manajer bagi usahanya sendiri maka seorang wirausahawan memiliki tanggung jawab yang luas terhadap keberhasilan dan kegagalan usahanya. Wirausahawan harus menanggung resiko pada saat terjadi kerugian pada usahanya. Tidak menutup kemungkinan resiko harus dipertanggungjawabkan sampai kepada harta yang dimiliki walaupun berada di luar perusahaan. Hal ini terutama jika perusahaan bentuknya perseorangan dan pailit sehingga akan ditutup, maka untuk memenuhi kewajiban kepada pihak ketiga wirausahawan harus menutup semua kewajiban tersebut walaupun dengan menggunakan harta yang ada dirumah.
- Pendapatan tidak stabil; Salah satu kerugian yang dialami oleh wirausahawan berhubungan dengan pendapatan. Pendapatan wirausahawan tidak dapat dipastikan atau tidak stabil. Pada periode tertentu pendapatan bersih setelah dikurangi dengan total pengeluaran akan menghasilkan keuntungan. Besarnya keuntungan dari satu periode ke periode lainnya berubah-ubah, terkadang besar pada saat lainnya kecil, bahkan pada periode tertentu wirausahawan mengalami kerugian usaha. Inilah salah satu resiko yang dapat dialami oleh wirausahawan.

- Sering terlibat masalah keuangan; kerugian lain yang dialami oleh hampir setiap wirausahawan adalah masalah keuangan. Wirausahawan harus berpikir keras untuk dapat mengalokasikan dana yang ada untuk berbagai kepentingan usaha termasuk pembelian bahan baku, upah tenaga kerja, biaya promosi dan lain-lain.
- Belajar tidak ada akhirnya; wirausahawan dituntut untuk selalu mengadaptasi berbagai perubahan yang terjadi. Keterlambatan dalam mengikuti perkembangan dunia usaha akan berakibat kerugian dalam berwirausaha.

Itulah keuntungan dan kerugian berwirausaha. Bagi wirausaha handal, kerugian akan menjadi tantangan sehingga ia tidak akan pernah berhenti untuk belajar. Jika anda ingin mempertimbangkan pilihan lain, tentu pahami dengan baik keuntungan dan kerugian menjadi karyawan. Semoga anda dapat memutuskan yang terbaik, apakah karyawan yang loyal dan kapabel ataukah sebagai wirausahawan sukses.

#### **D. Objek kewirausahaan**

Objek studi kewirausahaan adalah nilai-nilai dan kemampuan seseorang yang diwujudkan dalam bentuk perilaku. Menurut Soeparman Soemahamidjaja (1997) dalam Suryana (2006), kemampuan seseorang yang menjadi objek kewirausahaan meliputi kemampuan:

1. Merumuskan tujuan hidup/usaha;
2. Memotivasi diri;
3. Berinisiatif;
4. Berinovasi;
5. Membentuk modal material, sosial, dan intelektual;
6. Mengatur waktu dan membiasakan diri;
7. Mental yang dilandasi agama;
8. membiasakan diri dalam mengambil hikmah dari pengalaman yang baik maupun menyakitkan

## E. Hakekat kewirasahaan

Dari beberapa konsep yang ada ada 6 hakekat penting kewirausahaan sebagai berikut (Suryana,2003 : 13), yaitu :

1. Kewirausahaan adalah suatu nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang dijadikan dasar sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, proses, dan hasil bisnis (Acmad Sanusi, 1994).
2. Kewirausahaan adalah suatu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (ability to create the new and different) (Drucker, 1959).
3. Kewirausahaan adalah suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan (Zimmerer. 1996).
4. Kewirausahaan adalah suatu nilai yang diperlukan untuk memulai suatu usaha (start-up phase) dan perkembangan usaha (venture growth) (Soeharto Prawiro, 1997).
5. Kewirausahaan adalah suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru (creative), dan sesuatu yang berbeda (inovative) yang bermanfaat memberi nilai lebih.
6. Kewirausahaan adalah usaha menciptakan nilai tambah dengan jalan mengkombinasikan sumber-sumber melalui cara-cara baru dan berbeda untuk memenangkan persaingan. Nilai tambah tersebut dapat diciptakan dengan cara mengembangkan teknologi baru, menemukan pengetahuan baru, menemukan cara baru untuk menghasilkan barang dan jasa yang baru yang lebih efisien, memperbaiki produk dan jasa yang sudah ada, dan menemukan cara baru untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

Berdasarkan keenam konsep diatas, secara ringkas kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai sesuatu kemampuan kreatif dan inovatif (create new and different) yang dijadikan kiat, dasar, sumber daya, proses dan perjuangan untuk menciptakan nilai tambah barang dan

jasa yang dilakukan dengan keberanian untuk menghadapi risiko. Dari segi karakteristik perilaku, Wirausaha (entepreneur) adalah mereka yang mendirikan, mengelola, mengembangkan, dan melembagakan perusahaan miliknya sendiri. Wirausaha adalah mereka yang bisa menciptakan kerja bagi orang lain dengan berswadaya. Definisi ini mengandung asumsi bahwa setiap orang yang mempunyai kemampuan normal, bisa menjadi wirausaha asal mau dan mempunyai kesempatan untuk belajar dan berusaha. Berwirausaha melibatkan dua unsur pokok (1) peluang dan, (2) kemampuan menanggapi peluang, Berdasarkan hal tersebut maka definisi kewirausahaan adalah “tanggapan terhadap peluang usaha yang terungkap dalam seperangkat tindakan serta membuahkan hasil berupa organisasi usaha yang melembaga, produktif dan inovatif.”

## **F. Karakteristik nilai-nilai kewirausahaan**

### **1. Karakteristik kewirausahaan**

Motif berprestasi tinggi Para ahli mengemukakan bahwa seseorang memiliki minat berwirausaha karena adanya motif tertentu, yaitu motif berprestasi (achievement motive). Menurut Gede Anggan Suhandi (dalam Suryana, 2003 : 32) Motif berprestasi ialah suatu nilai sosial yang menekankan pada hasrat untuk mencapai yang terbaik guna mencapai kepuasan secara pribadi. Faktor dasarnya adalah kebutuhan yang harus dipenuhi. Menurut Teori Herzberg, ada dua faktor motivasi, yaitu :

1. Faktor Pendorong	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebersihan</li> <li>• Pengakuan</li> <li>• Kreativitas</li> <li>• Tanggung jawab</li> </ul>
2. Faktor Pemelihara	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lingkungan kerja</li> <li>• Insentif kerja</li> <li>• Hubungan kerja</li> <li>• Keselamatan</li> </ul>

Kebutuhan berprestasi wirausaha terlihat dalam bentuk tindakan untuk melakukan sesuatu yang lebih baik dan lebih efisien dibandingkan sebelumnya. Wirausaha yang memiliki motif berprestasi pada umumnya

memiliki ciri-ciri sebagai berikut (Suryana, 2003:33-34).

- a. Ingin mengatasi sendiri kesulitan dan persoalan-persoalan yang timbul pada dirinya
- b. Selalu memerlukan umpan balik yang segera untuk melihat keberhasilan dan kegagalan
- c. Memiliki tanggung jawab personal yang tinggi
- d. Berani menghadapi resiko dengan penuh perhitungan
- e. Menyukai tantangan dan melihat tantangan secara seimbang (fiftyfifty). Jika tugas yang diembannya sangat ringan, maka wirausaha merasa kurang tantangan, tetapi ia selalu menghindari tantangan yang paling sulit yang memungkinkan pencapaian keberhasilan sangat rendah.

## 2. Selalu perspektif

Seorang wirausahawan hendaknya seorang yang mampu menatap masa dengan dengan lebih optimis. Melihat ke depan dengan berfikir dan berusaha. Usaha memanfaatkan peluang dengan penuh perhitungan. Orang yang berorientasi ke masa depan adalah orang yang memiliki persepektif dan pandangan kemas depan. Karena memiliki pandangan jauh ke masa depan maka ia akan selalu berusaha untuk berkarsa dan berkarya (Suryana, 2003 : 23). Kuncinya pada kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru serta berbeda dengan yang sudah ada. Walaupun dengan risiko yang mungkin dapat terjadi, seorang yang perspektif harus tetap tabah dalam mencari peluang tantangan demi pembaharuan masa depan. Pandangan yang jauh ke depan membuat wirausaha tidak cepat puas dengan karsa dan karya yang sudah ada. Karena itu ia harus mempersiapkannya dengan mencari suatu peluang.

## 3. Memiliki Kreatifitas Tinggi

Kreativitas mengandung pengertian, yaitu:

- a. Kreativitas adalah menciptakan sesuatu yang asalnya tidak ada
- b. Hasil kerjasama masa kini untuk memperbaiki masa lalu dengan cara baru

- c. Menggantikan sesuatu dengan sesuatu yang lebih sederhana dan lebih baik

Rahasia kewirausahaan dalam menciptakan nilai tambah barang dan jasa terletak pada penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan meraih peluang yang dihadapi tiap hari

4. Memiliki perilaku inovatif tinggi

Menjadi wirausaha yang handal tidaklah mudah. Tetapi tidaklah sesulit yang dibayangkan banyak orang, karena setiap orang dalam belajar berwirausaha. Menurut Poppy King, wirausaha muda dari Australia yang terjun ke bisnis sejak berusia 18 tahun, ada tiga hal yang selalu dihadapi seorang wirausaha di bidang apapun, yakni: pertama, obstacle (hambatan); kedua, hardship (kesulitan); ketiga, very rewarding life (imbalan atau hasil bagi kehidupan yang memukau). Sesungguhnya kewirausahaan dalam batas tertentu adalah untuk semua orang. Mengapa? cukup banyak alasan untuk mengatakan hal itu. Pertama, setiap orang memiliki cita-cita, impian, atau sekurang-kurangnya harapan untuk meningkatkan kualitas hidupnya sebagai manusia. Hal ini merupakan semacam “intuisi” yang mendorong manusia normal untuk bekerja dan berusaha. “Intuisi” ini berkaitan dengan salah satu potensi kemanusiaan, yakni daya imajinasi kreatif. Karena manusia merupakan satu-satunya makhluk ciptaan Tuhan yang, antara lain, dianugerahi daya imajinasi kreatif, maka ia dapat menggunakannya untuk berpikir. Pikiran itu dapat diarahkan ke masa lalu, masa kini, dan masa depan.

5. Selalu Komitmen dalam Pekerjaan, Memiliki Etos Kerja dan Tanggung Jawab

Seorang wirausaha harus memiliki jiwa komitmen dalam usahanya dan tekad yang bulat didalam mencurahkan semua perhatiannya pada usaha yang akan digelutinya, didalam menjalankan usaha tersebut seorang wirausaha yang sukses terus memiliki tekad yang mengebu-gebu dan menyala-nyala (semangat tinggi) dalam mengembangkan usahanya, ia tidak setengah-setengah dalam berusaha, berani menanggung resiko,

bekerja keras, dan tidak takut menghadapi peluang-peluang yang ada dipasar. Tanpa usaha yang sungguh-sungguh terhadap pekerjaan yang digelutinya maka wirausaha sehebat apapun pasti menemui jalan kegagalan dalam usahanya. Oleh karena itu penting sekali bagi seorang wirausaha untuk komit terhadap usaha dan pekerjaannya.

#### 6. Mandiri atau Tidak Ketergantungan

Sesuai dengan inti dari jiwa kewirausahaan yaitu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (create new and different) melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang dalam menghadapi tantangan hidup, maka seorang wirausaha harus mempunyai kemampuan kreatif didalam mengembangkan ide dan pikirannya terutama didalam menciptakan peluang usaha didalam dirinya, dia dapat mandiri menjalankan usaha yang digelutinya tanpa harus bergantung pada orang lain, seorang wirausaha harus dituntut untuk selalu menciptakan hal yang baru dengan jalan mengkombinasikan sumber-sumber yang ada disekitarnya, mengembangkan teknologi baru, menemukan pengetahuan baru, menemukan cara baru untuk menghasilkan barang dan jasa yang baru yang lebih efisien, memperbaiki produk dan jasa yang sudah ada, dan menemukan cara baru untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

#### 7. Berani Menghadapi Risiko

Wirausaha dalam mengambil tindakan hendaknya tidak didasari oleh spekulasi, melainkan perhitungan yang matang. Ia berani mengambil risiko terhadap pekerjaannya karena sudah diperhitungkan. Oleh sebab itu, wirausaha selalu berani mengambil risiko yang moderat, artinya risiko yang diambil tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah. Keberanian menghadapi risiko yang didukung komitmen yang kuat, mendorong wirausaha untuk terus berjuang mencari peluang sampai memperoleh hasil. Hasil-hasil itu harus nyata/jelas dan objektif, dan merupakan umpan balik (feedback) bagi kelancaran kegiatannya (Suryana, 2003 : 14-15). Kemauan dan kemampuan untuk mengambil risiko merupakan salah satu

nilai utama dalam kewirausahaan.

#### 8. Selalu Mencari Peluang

Esensi kewirausahaan yaitu tanggapan yang positif terhadap peluang untuk memperoleh keuntungan untuk diri sendiri dan atau pelayanan yang lebih baik pada pelanggan dan masyarakat, cara yang etis dan produktif untuk mencapai tujuan, serta sikap mental untuk merealisasikan tanggapan yang positif tersebut. Pengertian itu juga menampung wirausaha yang pengusaha, yang mengejar keuntungan secara etis serta wirausaha yang bukan pengusaha, termasuk yang mengelola organisasi nirlaba yang bertujuan untuk memberikan pelayanan yang lebih baik bagi pelanggan/masyarakat.

#### 9. Memiliki Jiwa Kepemimpinan

Seorang wirausaha yang berhasil selalu memiliki sifat kepemimpinan, kepeloporan dan keteladanan. Ia selalu ingin tampil berbeda, lebih dahulu, lebih menonjol. Dengan menggunakan kemampuan kreativitas dan inovasi, ia selalu menampilkan barang dan jasa-jasa yang dihasilkannya lebih cepat, lebih dahulu dan segera berada dipasar. Ia selalu menampilkan produk dan jasa-jasa baru dan berbeda sehingga ia menjadi pelopor yang baik dalam proses produksi maupun pemasaran. Ia selalu memanfaatkan perbedaan sebagai suatu yang menambah nilai. Karena itu, perbedaan bagi seseorang yang memiliki jiwa kewirausahaan merupakan sumber pembaharuan untuk menciptakan nilai. Ia selalu ingin bergaul untuk mencari peluang, terbuka untuk menerima kritik dan saran yang kemudian dijadikan peluang.

#### 10. Memiliki Kemampuan Manajerial

Salah satu jiwa kewirausahaan yang harus dimiliki seorang wirausaha adalah kemampuan untuk memanagerial usaha yang sedang digelutinya, seorang wirausaha harus memiliki kemampuan perencanaan usaha, mengorganisasikan usaha, visualisasikan usaha, mengelola usaha dan sumber daya manusia, mengontrol usaha, maupun kemampuan mengintegrasikan operasi perusahaannya yang kesemuanya itu adalah

merupakan kemampuan managerial yang wajib dimiliki dari seorang wirausaha, tanpa itu semua maka bukan keberhasilan yang diperoleh tetapi kegagalan usaha yang diperoleh.

## 2. Nilai-nilai kewirausahaan

No		
1.	Percaya diri	Keyakinan, ketidaktergantungan, individualistis, dan optimisme
2.	Berorientasi pada tugas dan hasil	Kebutuhan untuk berprestasi, berorientasi laba, ketekunan dan ketabahan, tekad kerja keras, mempunyai dorongan kuat, energetik dan inisiatif
3.	Pengambilan resiko	Kemampuan untuk mengambil resiko yang wajar dan suka tantangan
4.	Kepemimpinan	Perilaku sebagai pemimpin, bergaul dengan orang lain, menanggapi saran-saran dan kritik
5.	Keorisinilan	Inovatif dan kreatif serta fleksibel
6.	Berorientasi ke masa depan	Pandangan ke depan, perspektif

### G. Sikap kepribadian wirausaha

#### 1. Disiplin

Dalam melaksanakan kegiatannya, seorang wirausahawan harus memiliki kedisiplinan yang tinggi. Arti dari kata disiplin itu sendiri ialah ketepatan komitmen wirausahawan terhadap tugas dan pekerjaannya. Dalam ketepatan yang dimaksud bersifat menyeluruh yaitu ketepatan terhadap waktu, kualitas pekerjaan, sistem kerja dan sebagainya. Ketepatan terhadap waktu, kualitas pekerjaan, sistem kerja dan sebagainya. Ketepatan terhadap waktu, dapat dibina dalam diri

seseorang dengan berusaha menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan waktu yang direncanakan. Sifat sering menunda pekerjaan dengan berbagai macam alasan ialah kendala yang dapat menghambat seorang wirausahawan meraih keberhasilan.

Kedisiplinan terhadap komitmen akan kualitas pekerjaan dapat dibina dengan ketaatan wirausahawan akan komitmen tersebut. Dalam wirausahawan harus taat asa, hal tersebut akan dapat tercapai jika wirausahawan memiliki kedisiplinan yang tinggi terhadap sistem kerja yang telah ditetapkan. Ketaatan wirausahawan akan kesepakatan-kesepakatan yang dibuatnya ialah contoh dari kedisiplinan akan kualitas pekerjaan dan sistem kerja.

## 2. Berkomitmen Tinggi

Komitmen merupakan kesepakatan mengenai sesuatu hal yang dibuat oleh seseorang, baik terhadap dirinya sendiri maupun orang lain. Dalam melaksanakan kegiatannya, seorang wirausahawan harus memiliki komitmen yang jelas, terarah dan bersifat progresif “berorientasi pada kemajuan”. Komitmen terhadap dirinya sendiri dapat dibuat dengan identifikasi cita-cita, harapan dan target-target yang direncanakan dalam hidupnya.

Sedangkan untuk contoh komitmen dalam wirausahawan terhadap orang lain terutama konsumennya ialah pelayanan prima yang berorientasi pada kepuasan konsumen, kualitas produk yang sesuai dengan harga produk yang ditawarkan, penyelesaian bagi masalah konsumen dan sebagainya.

Seorang wirausahawan yang teguh menjaga komitmennya terhadap konsumen akan memiliki nama baik di mata konsumen yang akhirnya wirausahawan tersebut akan mendapatkan kepercayaan dari konsumen dengan dampak pembelian terus meningkat sehingga pada akhirnya tercapai target perusahaan yaitu memperoleh laba yang diharapkan.

## 3. Sikap Jujur

Untuk hal ini kejujuran merupakan sebuah landasan moral yang

kadang-kadang dilupakan oleh seorang wirausahawan. Kejujuran dalam berperilaku bersifat kompleks. kejujuran mengenai karakteristik produk “barang dan jasa” yang ditawarkan, kejujuran mengenai promosi yang dilakukan. Kejujuran mengenai pelayanan prunajual yang dijanjikan dan kejujuran mengenai segala kegiatan yang terkait dengan penjualan produk yang dilakukan oleh wirausahawan.

#### 4. Kreatif dan Inovatif

Untuk dapat memenangkan persaingan maka seorang wirausahawan harus memiliki daya kreativitas yang tinggi. Daya kreativitas tersebut sebaiknya dilandasi oleh cara berpikir yang maju, penuh dengan gagasan-gagasan baru yang berbeda dengan produk-produk yang telah ada selama ini di pasar.

Gagasan-gagasan yang kreatif umumnya tidak dapat dibatasi oleh ruang, bentuk ataupun waktu. justru seringkali ide-ide jenius yang memberikan terobosan-terobosan baru dalam dunia usaha awalnya ialah dilandasi oleh gagasan-gagasan kreatif yang kelihatannya mustahil.

#### 5. Mandiri

Seseorang dikatakan “mandiri” apabila orang tersebut dapat melakukan keinginan dengan baik tanpa adanya ketergantungan pihak lain dalam mengambil keputusan atau bertindak, termasuk mencukupi kebutuhan hidupnya, tanpa adanya ketergantungan dengan pihak lain. Kemandirian merupakan sifat mutlak yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan. Pada prinsipnya seorang wirausahawan harus memiliki sikap mandiri dalam memenuhi kegiatan usahanya.

#### 6. Realistis

Seseorang dikatakan realistis bila orang tersebut mampu dapat menggunakan fakta / realita sebagai landasan berfikir yang rasional dalam setiap pengambilan keputusan maupun tindakan / perbuatannya. Banyak seorang calon wirausahawan yang berpotensi tinggi, namun pada akhirnya mengalami kegagalan hanya karena wirausahawan tersebut tidak realitis, objektif dan rasional dalam pengambilan

keputusan bisnisnya.

Karena itu, dibutuhkan kecerdasan dalam melakukan seleksi terhadap masukan-masukan / sumbang saran yang ada keterkaitan erat dengan tingkat keberhasilan usaha yang sedang dirintis.

#### 7. Percaya diri

Orang yang tinggi percaya dirinya adalah orang yang sudah matang jasmani dan rokhaninya. Karakteristik kematangan seseorang adalah ia tidak tergantung pada orang lain, memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi, obyektif, dan kritis, emosionalnya stabil, tidak gampang tersinggung dan naik pitam.

#### 8. Berorientasi pada Tugas dan Hasil

Berbagai motivasi akan muncul dalam bisnis jika kita berusaha menyingkirkan prestise. Kita akan mampu bekerja keras, enerjik, tanpa malu dilihat teman, asal yang kita kerjakan adalah halal.

#### 9. Pengambilan Resiko

Wirausaha penuh resiko dan tantangan, seperti persaingan, harga turun naik, barang tidak laku dan sebagainya. Namun semua tantangan ini harus dihadapi dengan penuh perhitungan.

#### 10. Kepemimpinan

Pemimpin yang baik harus mau menerima kritik dari bawahan, ia harus bersifat responsive.

#### 11. Keorsinilan

Yang dimaksud orisinal di sini ialah I tidak hanya mengekor pada orang lain, tetapi memiliki pendapat sendiri, ada ide yang orisinil, ada kemampuan untuk melaksanakan sesuatu. Orisinil tidak berarti baru sama sekali, tetapi produk tersebut mencerminkan hasil kombinasi baru atau reintegrasi dari komponen-komponen yang sudah ada, sehingga melahirkan sesuatu yang baru.

#### 12. Berorientasi pada Masa Depan

Untuk menghadapi pandangan jauh ke depan, seorang wirausaha akan menyusun perencanaan dan strategi yang matang, agar jelas

langkah-langkah yang akan dilaksanakan.

### 13. Kreatifitas

Menurut Conny Setiawan (1984:8), kreativitas diartikan sebagai kemampuan untuk menciptakan suatu produk baru. Produk baru artinya tidak perlu seluruhnya baru, tapi dapat merupakan bagian-bagian produk saja. Contoh: Seorang wirausaha membuat berbagai kreasi dalam kegiatan usahanya, seperti susunan barang, pengaturan rak pajangan, menyebarkan brosur promosi dsb.

## BAB II

### PROSES KEWIRAUSAHAAN

#### A. Faktor pemicu kewirausahaan

David C. McDelland (1961: 207), mengemukakan bahwa kewirausahaan (entrepreneurship) ditentukan oleh motif berprestasi (achievement), optimisme (optimism), sikap-sikap nilai (value attitudes) dan status kewirausahaan (entrepreneurial status) atau keberhasilan. Sedangkan menurut Ibnu Soedjono dan Roopke, proses kewirausahaan atau tindakan kewirausahaan (entrepreneurial action) merupakan fungsi dan property right (PR), competency/ability (C), incentive (I), dan external environment (E). Perilaku kewirausahaan dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor-faktor itu adalah hak kepemilikan (property right, PR), kemampuan/kompetensi (competency/ability, Q, dan insentif (incentive), sedangkan faktor eksternalnya meliputi lingkungan (environment, E). Menurut Ibnu Soedjono, karena dalam kemampuan afektif (affective abilities)

mencakup sikap, nilai-nilai, aspirasi, perasaan, dan emosi yang kesemuanya sangat tergantung pada kondisi lingkungan yang ada, maka dimensi kemampuan afektif (affective abilities) dan kemampuan kognitif (cognitive abilities) merupakan bagian dari pendekatan kemampuan kewirausahaan (entrepreneurial). Jadi, kemampuan berwirausaha (entrepreneurial) merupakan fungsi dari perilaku kewirausahaan dalam mengombinasikan kreativitas, inovasi, kerja keras, dan keberanian menghadapi risiko untuk memperoleh peluang.

## **B. Tahap permulaan dan pertumbuhan kewirausahaan**

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 115 usaha kecil unggulan di Kabupaten Bandung yang dilakukan oleh peneliti diperoleh kesimpulan bahwa pada umumnya pertumbuhan kewirausahaan pada usaha kecil tersebut memiliki tiga ciri penting, yaitu:

- (1) Tahap imitasi dan duplikasi (imitating and duplicating).
- (2) Tahap duplikasi dan pengembangan (duplicating and developing).
- (3) Tahap menciptakan sendiri barang dan jasa baru yang berbeda (creating new and different).

Pada tahap pertama, yaitu proses imitasi dan duplikasi, para wirausaha mulai meniru ide-ide orang lain, misalnya untuk memulai atau merintis usaha barunya diawali dengan meniru usaha orang lain, dalam menciptakan jenis barang yang akan dihasilkan imitasi meniru yang sudah ada. Teknik produksi, desain, pemrosesan, organisasi usaha, dan dupli pola pemasarannya meniru yang sudah ada. Beberapa keterampilan tertentu diperoleh dan melalui magang atau pengalaman baik dari lingkungan keluarga maupun orang lain. Akan tetapi tidak sedikit pula wirausaha yang berhasil karena proses pengamatan.

Selanjutnya, pada tahap duplikasi dan pengembangan, para wirausaha mulai mengembangkan ide-ide barunya. Dalam tahap duplikasi produk misalnya, wirausaha mulai mengembangkan produknya melalui diversifikasi dan diferensiasi dengan di desain sendiri. Demikian pula dalam organisasi usaha dan pemasaran mulai dikembangkan model-model pemasaran sendiri.

Meskipun pada tahap ini mengalami perkembangan yang lambat dan cenderung kurang dinamis, tetapi sudah ada sedikit perubahan. Misalnya desain dan teknik yang cenderung monoton, mungkin berubah tiga sampai lima tahun sekali, pemasaran cenderung dikuasai oleh bentuk-bentuk monopsoni oleh para pedagang pengumpul seperti usaha kecil pada umumnya. Beberapa wirausaha di antaranya ada juga yang mengikuti model pemasaran dan cenderung berperan sebagai market follower dan beberapa perusahaan lagi mengikuti kehendak pedagang pengumpul

Setelah tahap duplikasi dan pengembangan, kemudian tahap menciptakan sendiri sesuatu yang baru dan berbeda melalui ide-ide sendiri sampai terus berkembang. Pada tahap ini wirausaha biasanya mulai bosan dengan proses produksi yang ada, keingintahuan, ketidakpuasan terhadap hasil yang sudah ada mulai fitibul dan adanya keinginan untuk mencapai hasil yang lebih unggul secara menggebu-gebu. Pada tahap ini organisasi usaha mulai diperluas dengan skala yang lugs pula, produk mulai diciptakan sendiri berdasarkan pengamatan pasar dan berdasarkan kebutuhan konsumen, ada keinginan untuk menjadi penantang pasar (market challenger) bahkan pemimpin pasar (market leader). Produk-produk unik yang digerakkan oleh pasar (market driven) mulai diciptakan dan disesuaikan dengan perkembangan teknik yang ada. Beberapa industri kecil tertentu, misalnya industri kecil sepatu dan industri konveksi mulai menantang pasar (market challenger), sedangkan industri lainnya yang menggunakan teknik produksi tradisional dan semi modern masih menjadi pengikut pasar (market follower).

Dilihat dari prosesnya, Zimmerer membagi perkembangan kewirausahaan ke dalam dua tahap, yaitu: Tahap awal (perintisan) dan Tahap pertumbuhan.

### **C. Faktor penyebab keberhasilan dan kegagalan wirausaha**

Untuk menjadi wirausaha yang sukses, seseorang harus memiliki ide atau visi usaha yang jelas, kemauan dan keberanian dalam menghadapi risiko. Apabila ada kesiapan dalam menghadapi risiko, langkah selanjutnya adalah

membuat perencanaan usaha, mengorganisasikan dan menjalankannya. Selain bekerja keras, agar usaha tersebut berhasil, wirausaha harus mampu mengembangkan hubungan baik dengan mitra usaha maupun pihak yang terkait dengan kepentingan perusahaan. Berikut ini adalah tahapan dalam membangun kewirausahaan yang sukses yang dikemukakan Steinhoff dan Burgess dalam Suryana (2009: 66).

Sukses	Bertanggung jawab atas kesuksesan/kegagalan
	Membangun hubungan dengan pelanggan, karyawan, suplier
	Bekerja keras
	Merencanakan, mengkoordinasikan dan menjalankan usaha
	Berani mengambil risiko waktu dan uang
	Memiliki tujuan dan visi usaha

*Tahap pembangunan Kewirausahaan Steinhoff dan Burgess*

Suryana (2009: 67) mengemukakan tiga faktor penyebab keberhasilan seorang wirausaha, antara lain:

1. Kemampuan dan kemauan. Orang yang memiliki kemampuan tetapi tidak memiliki kemauan dan orang yang memiliki kemauan tetapi tidak memiliki kemampuan, keduanya tidak akan menjadi seorang wirausaha yang sukses. Misalnya seseorang yang memiliki kemauan untuk membuka toko tapi tidak memiliki kemampuan untuk mengelolanya, maka lama kelamaan tokonya akan tutup. Begitu juga dengan orang yang memiliki kemampuan mengelola usaha tetapi tidak memiliki kemauan untuk membuka usaha, maka selamanya orang tersebut tidak pernah memiliki usaha.
2. Tekad yang kuat dan kerja keras. Orang yang tidak memiliki tekad kuat tetapi mau bekerja keras dan orang yang tidak mau bekerja keras tetapi memiliki tekad yang kuat, keduanya tidak akan menjadi wirausahawan yang sukses.
3. Kesempatan dan peluang Mengenal peluang yang ada dan berusaha meraihnya ketika ada kesempatan merupakan salah satu faktor yang menentukan keberhasilan seorang wirausaha. Selain keberhasilan, seorang wirausaha juga selalu dibayangi kegagalan dalam berwirausaha, karena kegagalan maupun keberhasilan wirausaha tergantung pada kemampuan yang dimiliki wirausaha tersebut dalam memanfaatkan peluang yang ada. Terdapat beberapa

persyaratan untuk mencapai keberhasilan wirausaha (Astamoen, 2005: 255), diantaranya:

- a. Mandiri tetapi bisa bekerja sama dengan orang lain dan mampu berinteraksi dengan prinsip:
- b. Mempunyai cita-cita, impian, visi, harapan, ambisi tapi bukan ambisius, obsesi, tantangan dianggap sebagai titik awal untuk mencapai tujuan dalam meraih kesuksesan
- c. Selain bermanfaat bagi diri sendiri dan keluarganya, tetapi juga bermanfaat bagi orang lain dan lingkungan.
- d. Berusaha semaksimal mungkin untuk menghilangkan sifat negatif ketika memandang dan memperlakukan orang lain.
- e. Selalu berpandangan dan bersikap positif terhadap orang lain.
- f. Berpikir sebagai wirausaha yang sukses, karena wirausaha yang sukses harus berpikir seperti seorang wirausaha yang sukses dan bukan berpikir selayaknya orang yang gagal.
- g. Merubah kebiasaan, sifat, dan pola pikir sebagai pribadi yang unggul.

Bird dalam Sjabadhyni (2001: 271) mengatakan bahwa faktor yang dapat dilihat untuk menilai keberhasilan wirausaha adalah pengalaman dalam pekerjaan, latar belakang pendidikan, usia, jenis kelamin, latar belakang budaya, motivasi, penerimaan risiko, serta nilai-nilai.

a) Pengalaman dalam Pekerjaan

Belajar dari pengalaman lebih bermanfaat dari pada belajar dari buku, seminar atau sekolah. Pengalaman yang dimiliki harus diperhatikan oleh wirausaha terutama pengalaman diperusahaan/ organisasi, baik dalam pengalaman teknis, pelaksanaan, pemasaran, pengalaman manajemen, dan pengalaman berwirausaha. Untuk memulai usaha, risikonya sangat besar, terutama tanpa pengalaman dan pengetahuan tentang perusahaan/ organisasi tertentu.

Penelitian yang dilakukan oleh bird dalam Sjabadhyni (2001: 271) menyatakan banyak wirausaha gagal karena tidak tepat dalam menentukan harga penjualan, tidak terampil dalam menempatkan karyawan, dan

buruknya hubungan dengan supplier. Penelitian Ronstandt (dalam Sjabadhyni, 2001: 271) mengemukakan bahwa kurangnya pengalaman berkorelasi dengan kariernya yang singkat sebagai wirausaha.. Hal ini dapat dijelaskan karena kurangnya sinergi antara pengalaman masa lalu dengan usaha baru yang sedang dikerjakan

### **BAB III**

#### **FUNGSI DAN MODEL PERAN WIRAUSAHA**

##### **A. Profil wirausaha**

Menurut Roopke dikutip Suryana (2001) profil wirausaha berdasarkan perannya dapat dijabarkan sebagai berikut :

###### **1. Kewirausahaan Rutin (Wirt)**

Wirausaha yang melakukan kegiatan sehari-harinya cenderung menekankan pada pemecahan masalah dan perbaikan standar prestasi tradisional. Fungsi wirausaha rutin adalah mengadakan perbaikan-perbaikan terhadap standar tradisional, bukan penyusunan dan pengalokasian sumber-sumber. Wirausaha ini berusaha untuk

menghasilkan barang, pasar, dan teknologi. misalnya seorang pegawai atau manajer. Wirausaha rutin dibayar dalam bentuk gaji.

## 2. Kewirausahaan Arbitrase

Wirausaha yang selalu mencari peluang melalui kegiatan penemuan (pengetahuan) dan pemanfaatan (pembukaan). Misalnya, bila tidak terjadi ekuilibrium dalam penawaran dan permintaan pasar, maka ia akan membeli dengan murah dan menjualnya dengan mahal. Kegiatan kewirausahaan ini tidak perlu melibatkan pembuatan barang dan tidak perlu menyerap dana pribadi wirausaha, kegiatannya adalah spekulasi dalam memanfaatkan perbedaan harga jual dan harga beli.

## 3. Kewirausahaan Inovatif

Wirausaha dinamis yang menghasilkan ide-ide dan kreasi-kreasi baru yang berbeda, ia merupakan promotor, tidak saja dalam memperkenalkan teknik dan produk baru, tetapi juga dalam pasar dan sumber pengadaan (pembekalan), peningkatan teknik manajemen, dan metode distribusi baru. Ia mengadakan proses dinamis pada produk, proses, hasil, sumber pembekalan, dan organisasi yang baru.

Sedangkan Zimmerer (1996) mengelompokkan profil wirausaha berdasarkan intensitas pekerjaan dan status sebagai berikut :

- a. Part – time entrepreneur yaitu wirausaha yang hanya setengah waktu melakukan usaha , biasanya sebagai hobi. Kegiatan usahanya hanya bersifat sampingan.
- b. Home – based new ventures yaitu usaha yang dirintis dari rumah / tempat tinggal.
- c. Family – owned business yaitu usaha yang dilakukan / dimiliki oleh beberapa anggota keluarga secara turun – temurun.
- d. Copreneurs yaitu usaha yang dilakukan oleh dua orang wirausaha yang bekerja sama sebagai pemilik dan menjalankan usahanya bersama-sama.

## **B. Fungsi wirausaha**

Wirausaha mempunyai dua fungsi, kedua fungsi tersebut adalah fungsi makro

dan fungsi mikro.

### **1. Fungsi Makro dan Mikro Wirausaha**

Secara makro wirausaha berperan sebagai penggerak, pengendali, dan pemacu perekonomian suatu bangsa. Di Amerika Serikat, Eropa Barat, dan negara-negara di Asia, kewirausahaan menjadi kekuatan ekonomi negara tertentu, sehingga negaranegara itu menjadi kekuatan ekonomi dunia yang kaya dengan perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan inovasi. Hasil-hasil dari penemuan ilmiah, penelitian, dan pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi rekayasa telah menghasilkan kreasi-kreasi baru dalam produk barang dan jasa-jasa yang berskala global, yang merupakan hasil dari proses dinamis wirausaha yang dinamis. Bahkan para wirausahalah yang berhasil menciptakan lapangan kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Peranan wirausaha melalui usaha kecilnya tidak diragukan lagi, karena ;

- a. Usaha kecil dapat memperkokoh perekonomian nasional melalui berbagai keterkaitan usaha, seperti fungsi pemasok, fungsi produksi, fungsi penyalur, dan pemasar bagi hasil produk-produk industri besar.
- b. Usaha kecil dapat meningkatkan efisiensi ekonomi khususnya dalam menyerap sumber daya yang ada, dapat menyerap tenaga kerja lokal, sumber daya lokal, dan meningkatkan sumber daya manusia menjadi wirausaha-wirausaha yang tangguh.
- c. Usaha kecil dipandang sebagai sarana pendistribusian pendapatan nasional, alat pemerataan berusaha, dan pemerataan pendapatan, karena jumlahnya tersebar baik di perkotaan maupun di pedesaan.

### **2. Fungsi Mikro**

Secara mikro peran wirausaha adalah penanggung risiko dan ketidakpastian, mengombinasikan sumber-sumber ke dalam cara yang baru dan berbeda untuk menciptakan nilai tambah dan usaha-usaha baru. Dalam melakukan fungsi mikronya menurut marzuki usman (1977) secara umum wirausaha memiliki dua peran, yaitu sebagai penemu (innovator) dan sebagai perencana (planner).

a. Innovator

Wirausaha berperan dalam menemukan dan menciptakan ;

- 1) Produk baru (the new product) Wirausaha yang senantiasa berinovasi dan berkreasi dalam menjalankan usahanya tentu akan menghasilkan produk-produk baru yang mungkin belum pernah ada sebelumnya agar mampu bersaing di industri kreatif.
- 2) Teknologi baru (the new technology) Untuk menunjang proses pembuatan produk – produk baru dibutuhkan berbagai peralatan serta komponen pendukung lainnya. Kebutuhan akan hal tersebut mendorong wirausaha untuk berinovasi menciptakan berbagai perangkat teknologi penunjang.
- 3) Ide-ide baru (the new image) Persaingan yang ketat di industri kreatif saat ini akan memacu wirausaha berlomba-lomba untuk terus berinovasi menemukan ide – ide baru, sehingga usahanya dapat terus berkembang dan lebih kompetitif.
- 4) Organisasi usaha baru (the new organization)  
Semakin banyak wirausaha maka akan semakin banyak organisasi usaha baru yang terbentuk, karena keberadaan wirausaha dapat menyerap sumber daya tenaga kerja yang selanjutnya akan membentuk suatu organisasi usaha.

b. Planner Wirausaha berperan dalam merancang ;

- 1) Perencanaan usaha (corporate plan) Merancang rencana kerja perusahaan terdiri dari usulan pendirian perusahaan wirausaha, rincian kegiatan operasi dan rencana keuangannya, peluang pasar dan strategi serta ketrampilan dan kemampuan manajer.
- 2) Strategi perusahaan (corporate strategy) Menurut Kenneth R. Andrews strategi perusahaan adalah pola keputusan dalam perusahaan yang menentukan dan mengungkapkan sasaran, maksud dan tujuan yang menghasilkan kebijaksanaan utama dan merencanakan untuk mencapai tujuan dan juga merinci jangkauan bisnis yang akan ditempuh oleh perusahaan.

- 3) Ide-ide dalam perusahaan (corporate image) Ide – ide baru yang telah ditemukan oleh perusahaan dirancang atau disusun sedemikian rupa, sehingga perusahaan dapat lebih fokus dalam pencapaian ide-ide tersebut.
- 4) Organisasi perusahaan (corporate organization) Bentuk dan susunan organisasi perusahaan akan menentukan bagaimana suatu perusahaan akan dikelola atau dijalankan, sehingga wirausaha harus merancang organisasi perusahaan yang sesuai agar dapat mencapai tujuan perusahaan. Menurut Zimmerer, kreativitas sering muncul dalam bentuk ide-ide untuk menghasilkan produk baru, dimana ide tersebut tidak akan muncul bila wirausaha tidak melakukan evaluasi dan pengamatan secara terus menerus.

### **C. Tantangan wirausaha dalam konteks global**

Dalam konteks persaingan global yang semakin terbuka sekarang ini, banyak tantangan yang harus dihadapi. Setiap negara dan bangsa harus bersaing dengan menonjolkan keunggulan sumber dayanya, negara-negara yang unggul dalam sumber dayanya akan memenangkan persaingan. Sebaliknya negara-negara yang tidak memiliki keunggulan bersaing dalam sumber dayanya akan kalah dalam persaingan dan tidak akan banyak kemajuan yang dicapainya.

Negara-negara yang memiliki keunggulan bersaing adalah negara yang dapat memberdayakan sumber daya ekonominya dan dapat memberdayakan sumber daya manusianya secara nyata. Sumber ekonomi dapat diberdayakan apabila sumber daya manusia memiliki keterampilan kreatif dan inovatif.

### **D. SWOT dalam wirausaha**

Analisis SWOT menurut Philip Kotler diartikan sebagai evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Sedangkan menurut Freddy Rangkuti, analisis SWOT diartikan sebagai : “analisa yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threats)”. Analisis SWOT merupakan salah satu instrumen analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan

yang dikenal luas. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan meminimalkan kelemahan dan ancaman. Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang besar atas rancangan suatu strategi yang berhasil. Dari beberapa pengertian di atas, penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor eksternal dan faktor internal yaitu strength, opportunities, weaknesses, threats. Analisis SWOT merupakan singkatan dari strength, opportunities, weaknesses, threats dimana penjelasannya sebagai berikut:

1. Kekuatan (*strength*)

Kekuatan (*strength*) adalah sumberdaya keterampilan atau keunggulan keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani oleh perusahaan atau organisasi. Kekuatan adalah kompetensi khusus yang memberikan keunggulan komparatif bagi perusahaan di pasar. Kekuatan dapat terkandung dalam sumber daya keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli dengan pemasok, dan faktor-faktor lain. Faktor-faktor kekuatan yang dimaksud dengan faktor-faktor yang dimiliki oleh suatu perusahaan atau organisasi adalah antara lain kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha di pasaran. Dikatakan demikian karena satuan bisnis memiliki sumber keterampilan, produk andalan dan sebagainya yang membuatnya lebih kuat daripada pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar yang sudah direncanakan akan dilayani oleh satuan usaha yang bersangkutan

2. Kelemahan (*weakness*)

Kelemahan (*weakness*) adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumberdaya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan atau organisasi. Fasilitas, sumber daya keuangan, kapabilitas manajemen, keterampilan pemasaran, citra merek dapat merupakan sumber kelemahan

Faktor-faktor kelemahan, jika orang berbicara tentang kelemahan yang terdapat dalam tubuh suatu perusahaan, yang dimaksud ialah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan

Dalam praktek, berbagai keterbatasan dan kekurangan kemampuan tersebut bisa terlihat dari sarana dan prasarana yang dimiliki, kemampuan manajerial yang rendah, keterampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar, produk yang tidak atau kurang diminati oleh para pengguna atau calon pengguna dan tingkat perolehan keuntungan yang kurang memadai

### 3. Peluang (*opportunity*)

Peluang (*opportunity*) adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan atau organisasi. Kecenderungan-kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang. Identifikasi segmen pasar yang tadinya terabaikan, perubahan pada situasi persaingan atau peraturan, perubahan teknologi, serta membaiknya hubungan dengan pembeli atau pemasok dapat memberikan peluang bagi perusahaan atau organisasi. Faktor peluang adalah berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis. Yang dimaksud dengan berbagai situasi tersebut antara lain: a) Kecenderungan penting yang terjadi dikalangan pengguna produk. b) Identifikasi suatu segmen pasar yang belum mendapat perhatian. c) Perubahan dalam kondisi persaingan. d) Perubahan dalam peraturan perundang-undangan yang membuka berbagai kesempatan baru dalam kegiatan berusaha. e) Hubungan dengan para pembeli yang akrab. f) Hubungan dengan pemasok yang harmonis.

### 4. Ancaman (*threat*)

Ancaman (*threat*) adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan atau organisasi. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang yang diinginkan organisasi. Masuknya pesaing baru, lambatnya pertumbuhan pasar, meningkatnya

kekuatan tawar-menawar pembeli atau pemasok penting, perubahan teknologi serta peraturan baru atau yang direvisi dapat menjadi ancaman bagi keberhasilan perusahaan. Ancaman merupakan kebalikan pengertian peluang, dengan demikian dapat dikatakan bahwa ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis, jika tidak diatasi, ancaman akan menjadi ganjalan bagi satuan bisnis yang bersangkutan baik untuk masa sekarang maupun masa depan. Ringkasnya, peluang dalam lingkungan eksternal mencerminkan kemungkinan dimana ancaman adalah kendala potensial.

## **BAB IV**

### **IDE-IDE DAN PELUANG DALAM KEWIRAUSAHAAN**

#### **A. Ide Berwirausaha:**

Nilai suatu barang atau produk dapat diciptakan melalui:

- Inovasi Keberhasilan wirausaha dicapai apabila wirausaha menggunakan

produk, proses, dan jasa-jasa inovasi sebagai alat untuk menggali perubahan.

- Mengubah tantangan menjadi peluang Menciptakan permintaan melalui penemuan baru (market driven). Menurut Zimmerer, ide-ide yang berasal dari wirausaha dapat menciptakan peluang untuk memenuhi kebutuhan pasar. Dalam mengevaluasi ide, wirausaha perlu mengidentifikasi dan mengevaluasi semua resiko yang mungkin terjadi dengan cara:
  - a. Pengurangan resiko melalui strategi yang proaktif
  - b. Penyebaran resiko pada aspek yang paling mungkin
  - c. Pengelolaan resiko yang mendatangkan nilai atau manfaat Ada tiga resiko yang perlu dievaluasi, yaitu:
    - Resiko pasar atau resiko persaingan, terjadi akibat adanya ketidakpastian pasar Resiko finansial, terjadi akibat rendahnya hasil penjualan dan tingginya biaya
    - Resiko teknik, terjadi akibat kegagalan teknik Bagaimana ide dapat menjadi peluang, ada beberapa cara untuk melakukannya yaitu:
      - Ide dapat digerakkan secara internal melalui perubahan cara-cara/metoda yang lebih baik untuk dapat memenuhi kepuasan pelanggan
      - Ide dapat dihasilkan dalam bentuk produk dan jasa baru
      - Ide dapat dihasilkan dalam bentuk modifikasi, bagaimana pekerjaan dilakukan atau dimodifikasi cara melakukan suatu pekerjaan

#### **d. Sumber-sumber Potensial Peluang**

Sumber-sumber Potensial Peluang Proses penjaringan ide disebut screening yang merupakan suatu cara terbaik untuk menuangkan ide potensial menjadi produk atau jasa riil. Adapun langkah-langkah dalam penjaringan ide (screening) ide dapat dilakukan dengan cara Menciptakan produk baru dan berbeda, mengamati pintu peluang, analisis produk dan proses produksi secara

mendalam, menaksi biaya awal, dan memperhitungkan resiko yang mungkin terjadi.

Menciptakan Produk Baru dan Berbeda Produk dan jasa yang dibuat harus menciptakan nilai bagi pembeli, untuk itu wirausaha harus benar-benar mengenal perilaku konsumen di pasar. Ada dua unsur pasar yang perlu diperhatikan:

- Permintaan terhadap barang/jasa yang dihasilkan
- Waktu penyerahan dan waktu permintaan barang/jasa Kemampuan untuk memperoleh peluang, sangat bergantung pada kemampuan wirausaha untuk menganalisis pasar, yang meliputi aspek:
  - Analisis demografi pasar
  - Analisis serta tingkah laku pesaing
- Analisis keunggulan bersaing pesaing dan kevakuman pesaing yang dapat dianggap dapat menciptakan peluang Mengamati Pintu Peluang Wirausaha harus mengamati potensi-potensi yang dimiliki pesaing, misalnya:
  - Kemungkinan pesaing mengembangkan produk baru
  - Pengalaman keberhasilan dalam mengembangkan produk baru
  - Dukungan keuangan
- Keunggulan-keunggulan yang dimiliki pesaing di pasar Kemampuan pesaing untuk mempertahankan posisi pasar dapat dievaluasi dengan mengamati kelemahan-kelemahan dan resiko pesaing dalam menanamkan modal barunya. Pintu peluang usaha baru dapat diperoleh dengan cara (Zimmerer):
  - Produk baru harus segera dipasarkan dalam jangka waktu yang relatif singkat
  - Kerugian teknik harus rendah
  - Bila pesaing tidak begitu agresif untuk mengembangkan strategi produknya
  - Pesaing tidak memiliki teknologi yang canggih
  - Pesaing sejak awal tidak memiliki strategi dalam mempertahankan posisi pasarnya

- Perusahaan baru memiliki kemampuan dan sumbe-sumber untuk menghasilkan produk barunya
- Memperhitungkan Resiko yang Mungkin Terjadi Resiko pesaing, kemampuan dan kesediaan pesaing untuk mempertahankan posisi pasarnya:
  - Kesamaan dan keunggulan produk yang dikembangkan pesaing
  - Tingkat keberhasilan yang dicapai pesaing dalam pengembangan produknya
  - Seberapa besar dukungan keuangan pesaing bagi pengembangan produk baru Resiko teknik adalah kegagalan dalam proses pengembangan produk. Sedangkan resiko finansial adalah kegagalan yang timbul akibat ketidakcukupan dana.

**e. Pengetahuan dan kompetensi kewirausahaan**

Untuk menjadi wirausaha yang berhasil, persyaratan utama yang harus dimiliki adalah memiliki jiwa dan watak kewirausahaan. Jiwa dan watak kewirausahaan tersebut dipengaruhi oleh keterampilan, kemampuan, atau kompetensi. Kompetensi itu sendiri ditentukan oleh pengetahuan dan pengalaman. Wirausahawan adalah seseorang yang memiliki jiwa dan kemampuan tertentu dalam berkreasi dan berinovasi, ia memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda.

Kemampuan kreatif dan inovatif tersebut tercermin dalam:

- Kemampuan dan kemauan untuk memulai usaha (start-up)
  - Kemampuan untuk mengerjakan sesuatu yang baru (creative)
  - Kemampuan dan kemampuan untuk mencari peluang (opportunity)
  - Kemampuan dan keberanian untuk menanggung resiko (risk bearing)
  - Kemampuan untuk mengembangkan ide dan meramu sumber daya
- Kemauan dan kemampuan-kemampuan tersebut diperlukan terutama untuk:
- Menghasilkan produk atau jasa baru
  - Menghasilkan nilai tambah baru
  - Merintis usaha baru

- Melakukan proses/teknik baru
- Mengembangkan organisasi baru

## **BAB V**

### **KONSEP PENGENDALIAN MUTU DI BIDANG**

#### **KEWIRAUSAHAAN**

Visi Prodi: Menghasilkan Bidan Profesional Dan Unggul dalam Penerapan Massage pada Ibu dan Anak dengan Pendekatan Teknologi Tepat Guna Tahun 2036

---

## A. Pengertian Mutu

Mutu merupakan istilah yang mempunyai makna berbeda bagi setiap orang. Mutu produk suatu perusahaan melakukan langkah awal dalam mengembangkan dan memelihara produk dalam persaingan bisnis. Disukai atau tidak, konsumen merupakan pihak yang paling berkepentingan dalam menilai mutu yang dikonsumsinya. Tiap definisi menekankan pada aspek mutu yang berbeda meliputi kecocokan penggunaan, tingkat dimana suatu produk dapat memenuhi keinginan konsumen, dan tingkat dimana suatu produk sesuai dengan spesifikasi desain dan persyaratan teknisnya

### 1. Pengertian Mutu Produk Usaha

Mutu produk dapat didefinisikan sebagai keunggulan dalam suatu produk bila dibandingkan dengan produk pesaing dilihat dari sudut pandang pelanggan. Mutu produk selalu dikaitkan dengan spesifikasi, fitur, fungsi, atau kinerja dari suatu produk. Mutu produk juga merupakan peluang menambah nilai bagi perusahaan agar dapat dipergunakan untuk meraih margin keuntungan yang lebih besar lagi. Mutu merupakan faktor ketertarikan berdasar logika atau pertimbangan-pertimbangan. Bila konsumen merasa akan mendapatkan kepuasan dari suatu produk maka konsumen tersebut akan tertarik untuk membeli produk tersebut. Maka, harus adanya ilmu konsep pengendalian mutu produk dalam membangun suatu kegiatan usaha yang memberikan atau menciptakan suatu kondisi yang dapat memuaskan konsumen saat membeli atau memakai produk yang sudah dihasilkan

### 2. Jenis-jenis mutu Produk Usaha

Ada tiga jenis mutu yang diakui menurut Levene Ramsey dan Berenson, yakni : a. Quality of design (mutu rancangan) Mutu rancangan merupakan sebuah fungsi dari berbagai spesifikasi produk. Mutu rancangan berbeda-beda dengan produk yang satu dengan yang lain. b. Quality of conformance (mutu kesesuaian) Mutu kesesuaian adalah ukuran mengenai bagaimana mutu produk memenuhi berbagai persyaratan yang telah

dirancang. Dengan kata lain tingkat optimal dicapai pada tingkat kesesuaian 100%. c. Quality of performance (mutu kinerja) Mutu kinerja adalah kemampuan perusahaan mempertahankan tingkat kesesuaian dalam jangka panjang

Sedangkan Supriono hanya mengakui dua dari tiga jenis mutu yang diungkapkan oleh Levene Ramsey dan Berenson, dua jenis mutu yang diakui oleh Supriono, yakni :

- a. Quality of design (mutu rancangan) Mutu rancangan adalah suatu fungsi berbagai spesifikasi produk. Mutu rancangan merupakan nilai yang dirumuskan menurut tingkatannya. Mutu yang lebih tinggi tidak selalu merupakan mutu yang lebih baik. Suatu produk yang terlampaui canggih karena tidak mengindahkan kebutuhan konsumen akan memiliki kelebihan mutu, dan akan menjadi terlampaui mahal untuk bersaing. Teknologi pengendalian dan pembuatan yang tersedia harus dipertimbangkan dengan seksama dalam menetapkan sasaran mutu rancangannya. Mutu rancangan yang lebih tinggi biasanya ditunjukkan oleh dua hal yaitu : tingginya biaya produksi dan tingginya harga jual.
- b. Quality of conformance (mutu kesesuaian) Mutu kesesuaian adalah suatu ukuran mengenai bagaimana suatu produk memenuhi berbagai persyaratan. Jika suatu produk memenuhi suatu rancangan, produk tersebut cocok untuk digunakan. Sebuah produk yang tepat dibuat tepat sebagaimana didesain sejak awal adalah produk yang baik, dan produk yang tidak memenuhi standart desainnya adalah cacat

### 3. Faktor yang Mempengaruhi Mutu

Menurut Assauri mutu dipengaruhi oleh faktor yang akan menentukan bahwa suatu barang dapat memenuhi tujuannya. Oleh karena itu, mutu merupakan tingkatan pemuasan suatu barang. Tingkat mutu tersebut ditentukan oleh beberapa faktor :

- a. Fungsi Suatu Barang Suatu barang yang dihasilkan hendaknya memperhatikan fungsi untuk apa barang tersebut digunakan atau dimaksud, sehingga barang-barang yang dihasilkan harus dapat

benar-benar memenuhi fungsi tersebut. Oleh karena pemenuhan fungsi tersebut mempengaruhi kepuasan para konsumen (sedangkan tingkat kepuasan tertinggi tidak selamanya dapat dipenuhi atau dicapai), maka tingkat suatu barang tergantung pada tingkat pemenuhan fungsi suatu kepuasan penggunaan barang tersebut

- b. Wujud Luar Salah satu faktor yang penting dan sering digunakan oleh konsumen dalam melihat suatu barang pertama kalinya (untuk menentukan mutu barang) adalah wujud barang tersebut. Walaupun barang yang dihasilkan secara teknis telah maju, tetapi bila wujud luarnya kuno, maka hal ini dapat menyebabkan barang tersebut tidak disenangi oleh konsumen karena dianggap mutunya kurang memenuhi syarat.
- c. Biaya Barang Umumnya biaya dan harga suatu barang akan dapat menentukan mutu barang tersebut. Hal ini terlihat dari barang-barang yang mempunyai biaya atau harga yang mahal, dapat menunjukkan bahwa mutu barang tersebut relatif lebih rendah. Ini terjadi, karena biasanya untuk mendapatkan mutu yang baik dibutuhkan biaya yang lebih mahal.

Adapun pendapat menurut Prihantoro, suatu perusahaan pasti selalu menerapkan prinsip ekonomi yakni dengan modal sekecil-kecilnya dapat memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya. namun bukan hanya hal tersebut yang harus diperhatikan, melainkan seorang pengusaha juga harus memperhatikan kepuasan konsumen dari suatu produk yang dikonsumsi. Oleh karena itu, kualitas suatu produk yang dipasarkan harus memiliki kualitas yang baik. Agar produk tersebut dapat bersaing di pasaran beberapa faktor yang mempengaruhi mutu produk pada suatu perusahaan, yakni :

- a. Mahalnya biaya produksi yang berakibat mahal harga produk yang didistribusikan ke tangan konsumen.
- b. Langkahnya bahan baku utama yang mengakibatkan pengusaha harus mengganti dengan bahan baku lain yang serupa sehingga menurunkan kualitas produk.

- c. Kerusakan produk akibat faktor-faktor yang tidak terduga, seperti faktor alam.
- d. Kualitas atau mutu yang tidak sesuai dengan kebutuhan konsumen.
- e. Keterbatasan alat yang dapat membantu pengusaha untuk bekerja secara lebih efektif dan efisien.

Berdasarkan beberapa faktor di atas yang sering dialami oleh pengusaha, maka pengusaha perlu mencari sebuah alat untuk mengatasi permasalahan tersebut. Semakin hari persaingan antara pebisnis terus meningkat. Perusahaan harus memiliki produk atau layanan dengan mutu yang baik dan tinggi agar tetap dapat meningkatkan nilai kompetitif perusahaan. Mutu yang baik hanya bisa dihasilkan oleh perusahaan yang memiliki sistem manajemen mutu yang handal. Perlu diingat, produk dan layanan perusahaanlah yang menciptakan kepuasan konsumen dan meningkatnya pendapatan perusahaan bukan sistem manajemennya.

## **B. Hubungan Mutu dan Harga serta Keuntungan**

Menurut Gasperz 2001:3, "Perhatian pada mutu akan memberikan dampak positif terhadap biaya produksi dan pendapatan". Dampak terhadap biaya produksi terjadi melalui proses pembuatan produk yang memiliki derajat konformansi conformance yang tinggi terhadap standar-standar sehingga bebas dari tingkat kerusakan yang mungkin. Itu berarti dihindarkan terjadinya pemborosan waste dan inefisiensi sehingga ongkos produksi akan menjadi rendah yang pada gilirannya akan membuat harga menjadi lebih kompetitif.

Dampak terhadap peningkatan pendapatan terjadi melalui peningkatan penjualan atas produk yang berharga kompetitif. Setiap konsumen pada umumnya akan memilih produk-produk berkualitas tinggi pada tingkat harga yang kompetitif. Hal ini akan meningkatkan penjualan dari produk-produk itu yang berarti pula meningkatkan pangsa pasar market share sehingga pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan perusahaan. Menurut Nasution 2005:42 hubungan mutu dengan biaya produksi dan laba digambarkan sebagai berikut: Hubungan Kualitas Dengan Biaya Produksi dan Laba

1. Pasar yang dilayani oleh industri mencakup pelanggan-pelanggan dengan kebutuhan barang dan jasa tertentu.

2. Penelitian pemasaran mengidentifikasi kebutuhan tersebut dan mendefinisikannya dalam hal kualitas.
3. Pelanggan menganggap produk dan jasa perusahaan lebih berkualitas dari pada pesaingnya.
4. Karena dianggap lebih berkualitas, pelanggan bersedia membayar harga yang lebih tinggi daripada harga pesaing. P E R B A I K A N M U T U  
Memperbaiki posisi persaingan Meningkatkan keluaran yang bebas dari kerusakan Harga yang lebih tinggi Meningkatkan pangsa pasar Mengurangi biaya operasi Meningkatkan laba Meningkatkan penghasilan
5. Karena dianggap lebih berkualitas dan harganya lebih tinggi, produk tersebut dianggap memiliki nilai yang relatif lebih tinggi.
6. Nilai yang relatif lebih tinggi menghasilkan kenaikan pangsa pasar.
7. Berkat program kualitasnya, perusahaan dapat mengikuti spesifikasi pelanggan lebih baik daripada para pesaing.
8. Efektivitas ini menghasilkan penurunan biaya dengan memproduksi produk yang dibutuhkan secara benar sejak pertama kali.
9. Penurunan biaya digabungkan dengan pangsa pasar yang lebih luas akan menghasilkan biaya yang lebih rendah daripada pesaing.
10. Gabungan dari keunggulan relatif di bidang harga, pangsa pasar, dan biaya untuk menciptakan profitabilitas serta penurunan biaya. Berdasarkan pengaruh hubungan tersebut di atas, maka mutu ditentukan oleh dua pengaruh. Pengaruh pertama berasal dari pelanggan perusahaan dalam bentuk peningkatan pendapatan penjualan. Pengaruh yang lain bersumber dari efisiensi internal dan dicerminkan dalam penurunan biaya.

## **BAB VI**

### **MENENTUKAN PELUANG USAHA**

#### **A. Pengertian Peluang Usaha**

Peluang usaha adalah kesempatan atau waktu yang tepat yang seharusnya di ambil atau dimanfaatkan bagi seseorang wirausahawan mendapat keuntungan. banyak peluang yang di siasikan, sehingga berlalu begitu saja karena tidak semua orang dapat melihat peluang dan yang melihat pun belum tentu berani memanfaatkan peluang tersebut. Hanya seorang wirausahawan yang dapat berpikir kreatif serta berani mengambil risiko itulah yang dengan tanggap dan cepat memanfaatkan peluang. Peluang usaha yang telah di ambil tentu akan memiliki konsekuensi bagi pengambil keputusan. Jika berhasil dapat dikatakan mendapat keuntungan, namun jika gagal maka itu bagian dari resiko yang harus di hadapi. Namun demikian, hal itu dapat dijadikan pengalaman yang sangat berharga.

#### **B. Pengertian Peluang Usaha Menurut Para Ahli**

Selain pengertian secara umum, para ahli sendiri mempunyai banyak pendapat tentang peluang usaha. Hal tersebut dapat dijadikan referensi untuk dapat memulai suatu bisnis karena memulai sesuatu merupakan hal yang paling sulit, namun menjalaninya sendiri juga merupakan sebuah tantangan tersendiri bagi anda. Nah berikut ini pengertian peluang usaha menurut para ahli yang diantaranya yaitu:

1. Menurut Arif F. Hadiparanata

Peluang usaha merupakan sebuah resiko yang harus diambil dan dihadapi untuk mengelola dan mengatur segala urusan yang ada hubungannya dengan finansial.

2. Menurut Thomas W. Zimmerer

Peluang usaha merupakan sebuah terapan yang terdiri dari kreativitas dan

inovasi untuk memecahkan masalah dan melihat kesempatan yang dihadapi setiap hari.

### 3. Menurut Robbin and Coulter

Peluang usaha merupakan sebuah proses yang melibatkan individu atau kelompok yang menggunakan usaha dan sarana tertentu untuk menciptakan suatu nilai tumbuh guna memenuhi sebuah kebutuhan tanpa memperhatikan sumber daya yang digunakan

### 4. Menurut Dr. D.J. Schwartz

Cara memanfaatkan peluang usaha/bisnis menurutnya ialah:

- Percaya dan yakin bahwa usaha dapat dilaksanakan. Hapuskan kata mustahil, tak mungkin, tak bisa atau tak perlu dicoba dari khasanah pikiran dan khasanah bicara.
- Jangan hadir lingkungan yang statis yang akan melumpuhkan pikiran wirausahawan. Lihatlah peluang-peluang usaha untuk menjadi besar, tradisi lain yang kurang menunjang peluang-peluang usaha ialah etos kerja yang rendah dan terlalu santai.
- Setiap hari bertanyalah kepada diri sendiri, “bagaimana saya dapat melakukan usaha lebih baik?”.
- Bertanya dan dengarkanlah, dengan bertanya dan mendengarkan maka wirausahawan akan mendapatkan bahan baku untuk mengambil keputusan yang tepat.
- Perluas pikiran anda, bersemangatlah, bergaullah dengan orang-orang yang dapat membuah anda mendapat gagasan-gagasan peluang usaha.

### 5. Menurut KBBI

Peluang usaha terdiri dua kata yaitu “peluang” dan “usaha”, peluang yang dalam bahasa Inggris disebut dengan Opportunity memiliki arti sesuai dengan KBBI ialah kesempatan.

## C. Ciri-Ciri Peluang Usaha

Berikut ini terdapat beberapa ciri-ciri peluang usaha, terdiri atas:

- Peluang itu orisinal dan tidak meniru.
- Peluang itu harus dapat mengantisipasi perubahan, persaingan, dan kebutuhan pasar dimasa yang akan datang.
- Benar-benar sesuai dengan keinginan agar peluang bisa bertahan lama.
- Tingkat visibilitas (kelayakkan usaha) benar-benar teruji untuk dilakukan riset dan trial.
- Bersifat ide kreatif dan inovatif bukan tiruan dari orang lain.
- Ada keyakinan untuk mewujudkannya.
- Ada rasa senang dalam menjalankannya.

#### **D. Peluang Usaha Baru**

Peluang usaha baru adalah sebuah ruang kreasi yang independent dan mandiri. Dan bukanlah sebuah kegiatan yang ikut-ikutan demi mengikuti sebuah trend dan gaya hidup semata. Seorang wirausahawan harus memiliki pemikiran kreatif dan inovatif untuk mendapatkan hasil yang maksimal supaya tidak ada kendala dalam membuka usaha dan pemilihan bisnis yang tepat dengan modal yang dimiliki oleh calon wirausahawan. Banyak peluang yang di siahiakan, sehingga berlalu begitu saja karena tidak semua orang dapat melihat peluang dan yang melihatpun belum tentu berani memanfaatkan peluang tersebut. hanya seorang wirausahawan yang dapat berpikir kreatif serta berani mengambil risiko itulah yang dengan tanggap dan cepat memanfaatkan peluang. Peluang usaha yang telah di ambil tentu akan memiliki konsekuensi bagi pengambil keputusan. Jika berhasil dapat dikatakan mendapat keuntungan, namun jika gagal maka itu bagian dari resiko yang harus di hadapi. Namun demikian, hal itu dapat dijadikan pengalaman yang sangat berharga.

#### **E. Unsur-Unsur Peluang Usaha Baru**

Sebelum memulai sebuah usaha, seorang wirausahaan haruslah

memperhatikan beberapa hal. Hal-hal tersebut diantaranya adalah:

1. Lihat karakter usaha Anda dan sesuaikan dengan karakter pribadi Anda. Anda perlu mengenali karakter bidang usaha Anda. Tujuannya adalah untuk melihat apakah karakter dasar Anda sesuai dengan karakter usaha Anda.
2. Lihat apakah Anda menyukai usaha tersebut merupakan syarat mutlak bahwa seseorang harus menyukai usaha yang akan digelutinya. Kenyataan menunjukkan bahwa rasa suka pada usaha akan membuat seseorang lebih giat, tekun, dan pantang menyerah dalam menjalankannya sehingga nantinya akan membuahkan hasil yang baik. Disini, memulai usaha dari hobi bisa menjadi pertimbangan Anda. Karena hobi biasanya merupakan suatu hal yang disukai, maka hobi bisa berpotensi menjadi usaha yang berhasil. Tentunya dengan berbagai tambahan analisa lainnya.
3. Lihat apakah Anda mampu menjalankan usaha tersebut Sangat penting bagi kita untuk mengukur kemampuan diri dengan tujuan untuk melihat apakah kita mampu menjalankan usaha tersebut. Kita bias mengukur kemampuan kita dengan mengadakan beberapa analisa atau riset sederhana mengenai usaha tersebut, kemudian hasilnya dibandingkan dengan kemampuan kita. Selain dari Unsur unsur diatas terdapat pula beberapa unsur dalam peluang usaha baru yaitu :

a. Kebutuhan akan sumber penemuan

Sebelum memulai sebuah usaha, ada baiknya kita melakukan pengamatan tentang kebutuhan pasar terhadap produk yang akan kita geluti. Pengamatan ini sangat berguna bagi panjang atau tidaknya umur usaha yang akan digeluti.

b. Membuat inovasi baru

Hal yang sangat dan selalu perlu dilakukan oleh seorang

wirausaha adalah melakukan inovasi yang dapat dilakukan untuk sebuah produk yang akan dijalani.

c. Sesuai keahlian

Usaha yang dilakukan berdasarkan keahlian yang dimiliki hasilnya akan lebih memuaskan seorang usahawan.

d. Menyesuaikan dengan kebutuhan sekitar

Menyesuaikan kondisi usaha yang akan dijalani dengan kebutuhan sekitar akan berpengaruh pada permintaan pasar, khususnya pasar-pasar terdekat yang mudah dicapai.

e. Memanfaatkan koneksi dan relasi

Koneksi dan relasi yang kita miliki juga sangat berguna, baik dalam hal promosi maupun pengembangan usaha.

f. Mengamati kecenderungan-kecenderungan

Melakukan pengamatan terhadap kecenderungan-kecenderungan yang terjadi pada pasar juga akan sangat membantu untuk memperbaiki kegiatan usaha yang baru saja dimulai.

g. Mengamati kekurangan-kekurangan produk dan jasa yang ada

Pengamatan terhadap produk atau jasa juga adalah hal terpenting yang harus dilakukan oleh usahawan agar kekurangan pada produk atau jasa yang dihasilkan dapat diperbaiki. Sehingga hasil yang memuaskan dapat dihasilkan.

h. Pemanfaat produk dari perusahaan lain

Memanfaatkan produk dari perusahaan lain juga dapat dilakukan

untuk menjadi bahan pembantu dalam produk atau jasa yang dihasilkan.

i. Usaha Warisan

Sebuah usaha juga dapat merupakan sebuah usaha yang dilakukan secara turun temurun.

j. Ikut-ikutan

Sebuah usaha yang ditekuni oleh seorang usahawan juga dapat merupakan joinan bersama partner. Atau usaha yang diajak oleh partner lainnya untuk menekuninya bersama-sama.

k. Coba-coba

Usaha juga dapat ditemui dengan coba-coba pada mulanya.

## **F. Tips bagaimana caranya mencari sebuah ide peluang usaha.**

### **1. Tips 1.**

Cari peluang usaha dengan bantuan internet atau media lainnya Semakin banyak blog atau website termasuk punya saya ini yang mengulas berbagai macam peluang usaha yang bisa dilakukan baik modal kecil sampai modal yang cukup besar, silakan cari informasinya dari berbagai macam sumber yang ada di internet, saring dan coba perhatikan apakah bisa anda lakukan saat ini dengan modal tenaga pikiran dan finansial anda sekarang.

### **2. Tips 2.**

Membaca Peluang Usaha dengan bermain ke Toko Buku. Tidak dipungkiri lagi bahwa buku salah satu jendela ilmu yang bisa memuat berbagai informasi yang

ditulis oleh seseorang. Saat ini sudah banyak buku yang temanya tentang kewirausahaan, berbisnis dan menangkap berbagai peluang usaha yang dengan mudah biasanya dapat kita lakukan. Cobalah maen ke toko buku dan biasanya ada buku yang suda dibuka segelnya sehingga anda bisa membaca terebih dahulu seblum membelinya. Manfaatkan kiat ini untuk menambah wawasan kita mengenai berbagai peluang usaha yang kemungkinan ada disekitar kita.

### **3. Tips 3.**

Gali Peluang Usaha dari para pelaku Coba perhatikan dilingkungan anda apakah ada seorang wirausahawan yang sukses? setidaknya bisnisnya jalan kontinyu dan lancar, atau bahkan yang jatuh bangun merintis usaha dan belum berhasil juga. Manfaatkan kesempatan tersebut untuk menggali ilmu usaha bisnis mereka entah itu kesuksesan atau bahkan kegagalan yang mereka alami. Anda tidak harus bertanya detail mengenai seluk beluk bisnis mereka karenabiasanya mereka jarang membukanya, namun cobalah mendengarkan dan bertanya tentang kiat kiat merintis, menjalankan sampai bertahan dari terpaan kegagalan ditengah menjalankan usaha bisnis mereka. Ini salah satu metode untuk menggali dan menimbulkan rasa semangat anda dalam mencari peluang usaha nantinya

### **4. Tips 4.**

Analisa Ketiganya, Jika ketiga metode diatas pernah anda lakukan setidaknya satu saja dari ketiga hal tersebut, sebaiknya anda harus menganalisanya terlebih dahulu tidak langusng ditelan mentah mentah dalam artian, sesuaikan juga dengan kemampuan anda secara modal finansial dan juga tenaga serta pikiran anda. Peluang usaha mungkin akan banyak anda jumpai namun belum tentu semuanya cocok bukan? perhatikan dan saring baik baik berbagai jenis peluang usaha tersebut dan manfaatkan kesempatan dengan sebaik baiknya. Selain itu kembangkan juga setiap peluang usaha yang anda temukan dengan berbagai ide kreatif, misalnya berjualan pulsa tidak seperti biasanya tapi dengan cara berbeda seperti yang ada di blog ini. Kreatifitas akan mengantarkan sebuah peluang usaha menjadi usaha bisnis yang lain daripada yang lain tampil lebih unik dan

tampil beda tentunya.

## **G. Sumber Peluang Usaha**

Peluang usaha dapat muncul dari hobi kita sendiri, yang sebelumnya mungkin Anda tidak sadar bahwa hobi Anda bisa dijadikan sebagai usaha. Kalau hobi atau bidang yang Anda kuasai saat ini belum layak untuk dijadikan peluang usaha, anda membutuhkan ide-ide yang menimbulkan peluang usaha. Ide yang berpeluang usaha bisa didapatkan dari hal-hal seperti berikut ini :

### **1. Cita-Cita**

Peluang bisa muncul dari cita-cita Anda sendiri. Bila keinginan Anda untuk menjadi seorang pengusaha sangat kuat, maka Anda akan melihat peluang-peluang di hampir semua bidang. Hampir setiap apa yang dilihat adalah peluang usaha. Atau setidaknya, Anda secara naluri akan berupaya mencari peluang di suatu jenis usaha. Hal ini tidak akan terjadi pada orang yang tidak memiliki cita-cita menjadi seorang pengusaha.

### **2. Tekanan**

Bila seseorang menghadapi tekanan maka banyak gagasan yang muncul. Tekanan bisa datang dari luar, bisa pula diciptakan oleh diri sendiri. Ketika seseorang mendapatkan tekanan untuk bisa hidup dan menghidupi keluarganya, biasanya dia akan banyak berpikir untuk mendapatkan solusinya.

### **3. Kecenderungan Pasar**

Mengamati kebutuhan konsumen di pasar dapat menimbulkan peluang usaha. Contoh, kecenderungan sebagian orang akan belanja langsung ke pabrik dengan harga murah. Maka muncullah factory outlet di mana-mana. Dengan berbagai promosi maka FO menawarkan barang dengan harga murah dengan kualitas barang yang dapat dijamin.

### **4. Inovasi Baru**

Gagasan untuk menciptakan produk baru timbul karena adanya kebutuhan, sementara produk itu belum ada di pasaran. Apabila kita berhasil menciptakan produk tersebut dan dibutuhkan konsumen maka kita dapat menjadi yang pertama dan menguasai usaha tersebut (leader).

#### 5. Komplemen dari Produk yang ada

Sebuah produk dapat memberikan peluang usaha dengan membuat produk-produk yang melengkapinya, biasanya berupa aksesoris. Produk otomotif seperti mobil biasanya disertai dengan produk aksesoris yang menyertainya. Seperti diketahui, aksesoris semacam ini bisa menjadi peluang bagi si pembuat produk maupun perusahaan.

#### 6. Peristiwa yang digemari atau munculnya tokoh

Suatu peristiwa bisa menimbulkan peluang baru. Contoh, adanya musim kompetisi sepak bola, muncul produk-produk seperti t-shirt yang bergambar piala, pemain sepak bola favorit, dan lain-lain.

#### 7. Wawasan

Orang yang wawasannya luas, pergaulannya luas dan dia mau berpikir, maka akan menemukan peluang usaha. Misalnya seseorang yang sering melihat usaha yang dilakukan di luar negeri (bisa didapatkan dari media massa atau berkunjung) dan usaha tersebut belum ada di negaranya, ini merupakan cara untuk mendapatkan peluang usaha.

#### 8. Bahan Bacaan

Membaca, selain menambah wawasan dan pengetahuan, juga bisa menimbulkan gagasan yang mengandung peluang usaha. Bahan bacaan bisa dari berbagai media. Bila Anda memang sedang berpikir keras mencari peluang, ketika Anda membaca iklan produk barang atau jasa, ada kemungkinan Anda mendapatkan peluang usaha.

#### 9. Ide yang Muncul Tiba-tiba

Kadang kala gagasan bisa muncul tiba-tiba, di mana saja dan kapan saja. Hampir setiap orang mengalaminya. Tetapi tidak banyak orang yang bisa mewujudkan gagasan menjadi usaha nyata yang membawa keuntungan. Kebanyakan orang melupakan ide-ide yang tiba-tiba muncul, dia tidak bisa melihat bahwa idenya bisa menjadi suatu peluang usaha.

## H. Menemukan Peluang Usaha

Mengenalinya Hingga Memilih Peluang Usaha yang Tepat Banyak pengusaha yang mengawali usahanya dalam situasi yang; serba sulit, menghadapi kondisi yang tidak pasti atau bahkan sering menemukan jalai buntu, dan akhirnya frustrasi atau hanya menunggu saja dan tidak melakukan apa pun Meskipun memiliki uang yang cukup banyak sebagai modal awal usaha atau modal kerja belum tentu bisa memberikan jaminan akan suksesnya suatu usaha. Terlebih jika modal yang dimiliki pas-pasan, bahkan mungkin tidak punya modal sama sekali. Hal ini tentu akan membuat kondisi semakin sulit. Dalam kondisi seperti itu, apa yang harus kita lakukan? Berusaha mewujudkan impian menjadi orang sukses tanpa persiapan yang matang, hasilnya menjadi tidak jelas.

Kerugian besar yang dapat menghabiskan modal yang dimiliki, sebenarnya dapat dihindari atau paling tidak dapat ditekan sekecil mungkin jika kita bisa memilih usaha yang benar-benar tepat, sesuai dengan kondisi dan kemampuan kita, yaitu usaha yang kita sukai atau kita mempunyai kompetensi dalam bidang usaha tersebut. Untuk memilih usaha yang sesuai dengan kondisi kita sebenarnya juga tidak terlalu sulit. Kita dapat memilih usaha yang sesuai dengan kondisi di sekitar lingkungan kita sendiri. Seperti di lingkungan keluarga, di lingkungan kantor, atau di lingkungan kompleks perumahan, di kampus, atau di mana pun kita berada\*. Kita tidak perlu harus membuat usaha yang terlalu muluk-muluk. Cukup sederhana saja, tetapi prospeknya bagus. Caranya adalah dengan mengevaluasi lingkungan yang ada di sekeliling kita.

Salah satu alat untuk mengukur semua hal yang mungkin dan tidak mungkin dilakukan oleh usahawan sebagai penilaian awal dan pemberian informasi penting, yaitu menggunakan analisis terhadap kelemahan, kekuatan, peluang, dan ancaman (strength<sup>^</sup> weaknesses, opportunities, and threats) atau yang lebih dikenal dengan sebutan analisis SWOT.

## **BAB VII**

### **KONSEP KEPEMIMPINAN**

#### **A. PENDAHULUAN**

Sejak zaman pra sejarah, dalam naskah kuno sudah tercatat bidan dari Mesir yang berani ambil resiko membela keselamatan bayi-bayi laki-laki bangsa Yahudi yang diperintahkan oleh Firaun untuk di bunuh. Mereka sudah menunjukkan sikap etika moral yang tinggi dan takwa kepada Tuhan dalam membela orang-orang yang berada dalam posisi yang lemah, yang pada zaman modern ini, kita sebut peran advokasi. Bidan sebagai pekerja profesional dalam menjalankan tugas dan prakteknya, bekerja berdasarkan pandangan filosofis yang dianut, keilmuan, metode kerja, standar praktik pelayanan serta kode etik yang dimilikinya. Kepemimpinan yang kuat dalam kebidanan sangat penting jika melihat tantangan yang dihadapi profesi. Namun, seperti Jo Coggins menjelaskan, ada sejumlah hambatan yang harus diatasi dalam rangka untuk memperbaiki ini dan mendukung komitmen untuk wanita-berpusat perawatan. Bidan telah memfasilitasi suatu budaya kerja yang mendukung dan proaktif di mana setiap individu didorong untuk secara teratur menilai dan memperbarui pengetahuan mereka untuk kepentingan praktik mereka sendiri

dan untuk melindungi keselamatan perempuan dan bayi dalam perawatan mereka.

Selain itu, bidan juga melaksanakan kegiatan kepemimpinan dalam praktek sehari-hari mereka, meskipun mereka mungkin tidak menyadari hal itu. Ini termasuk memprioritaskan kebutuhan perawatan, advokasi pilihan perempuan dan menunjukkan intra dan antarprofesi bekerja untuk memastikan perbaikan berkesinambungan dalam perawatan standard. Dalam beberapa tahun terakhir, profesi bidan telah melihat pengenalan dan bidan spesialis dalam, misalnya, HIV dan diabetes. Mereka juga menunjukkan keterlibatan dalam masalah-masalah seperti risiko tinggi, manajemen dan penelitian. Perkembangan ini tidak diragukan lagi menuntut keterbukaan untuk berubah dan tingkat keberanian untuk memenuhi tantangan yang berkaitan dan mengambil resiko yang diperlukan (Barber, 2000). Dari ini, jelas semua bidan memiliki kemampuan untuk menjadi agen perubahan dan mengembangkan kemampuan kepemimpinan mereka. Ini bukan untuk mengatakan setiap bidan cocok, atau diharapkan untuk bercita-cita untuk posisi kepemimpinan klinis. Sebaliknya, Malby (1996) menunjukkan bahwa sementara semua bidan dapat meningkatkan keterampilan kepemimpinan mereka melalui pelatihan. Keterbatasan individu akan menentukan sejauh mana ini bisa efektif. Namun, mereka menunjukkan kemampuan kepemimpinan tertentu, dan yang ingin mengembangkan ini harus didorong dan diberi kesempatan untuk melakukannya.

Bidan dapat mengatasi hambatan dan memastikan profesi mereka dilengkapi dengan para pemimpin yang efektif, memerlukan upaya kolaborasi (Tucker, 2003). Namun, para pemimpin yang ada harus mengakui bahwa dalam profesi yang didominasi perempuan, karir pilihan dan peluang pembangunan harus memfasilitasi kualitas bawaan biologis perempuan, dan bahwa prioritas bidan individu akan berbeda (Pashley, 1998). Oleh karena itu, penting untuk mengidentifikasi para bidan, untuk dapat menjadi pemimpin profesional yaitu melalui pembangunan mereka sendiri sebagai pemimpin, dan sesama orang-orang praktisi yang berkontribusi dengan mendukung,

mentoring dan mendorong rekan-rekan mereka. Kepemimpinan (leadership) sangat dibutuhkan oleh bidan dalam menjalankan tugasnya. Dengan sifat kepemimpinan yang dia miliki dapat membantu dalam mengorganisir suatu daerah wilayah kerjanya sehingga program-program yang direncanakan dapat terlaksana dengan baik. Bidan juga harus dapat berperan sebagai advokator untuk dapat mempengaruhi masyarakat agar terjadinya perubahan dalam kebijakan publik secara bertahap maju dan semakin baik terutama dalam bidang kesehatan.

Capaian pembelajaran yang harus dicapai mahasiswa pada bab ini adalah sebagai berikut : Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai konsep kepemimpinan

Pelayanan kebidanan adalah bagian integral dari sistem pelayanan kesehatan yang diberikan oleh bidan yang telah terdaftar (terdaftar) yang dapat dilakukan secara mandiri, kolaborasi atau rujukan. Pelayanan kebidanan diarahkan untuk mewujudkan kesehatan keluarga, sesuai dengan kewenangan dalam rangka tercapainya keluarga kecil bahagia dan sejahtera.

Sasaran pelayanan kebidanan adalah individu, keluarga, dan masyarakat yang meliputi upaya peningkatan, pencegahan, penyembuhan dan pemulihan. Pelayanan kebidanan dapat dibedakan menjadi:

- a. Layanan Primer ialah layanan bidan yang sepenuhnya menjadi tanggung jawab bidan.
- b. Layanan Kolaborasi adalah layanan yang dilakukan oleh bidan sebagai anggota tim yang kegiatannya dilakukan secara bersamaan atau sebagai salah satu dari sebuah proses kegiatan pelayanan kesehatan.
- c. Layanan Rujukan adalah layanan yang dilakukan oleh bidan dalam rangka rujukan ke sistem layanan yang lebih tinggi atau sebaliknya yaitu pelayanan yang dilakukan oleh bidan dalam menerima rujukan dari dukun yang menolong persalinan, juga layanan yang dilakukan oleh bidan ke tempat/ fasilitas pelayanan kesehatan lain secara horizontal maupun vertikal atau meningkatkan keamanan dan kesejahteraan ibu serta bayinya.

Pelayanan kebidanan berfokus pada upaya pencegahan, promosi kesehatan, pertolongan persalinan normal, deteksi komplikasi pada ibu dan anak, melaksanakan tindakan asuhan sesuai dengan kewenangan atau bantuan lain jika diperlukan, serta melaksanakan tindakan kegawat daruratan. Bidan mempunyai tugas penting dalam konseling dan pendidikan kesehatan, tidak hanya kepada perempuan, tetapi juga kepada keluarga dan masyarakat. Kegiatan ini harus mencakup pendidikan antenatal dan persiapan menjadi orang tua serta dapat meluas pada kesehatan perempuan, kesehatan seksual atau kesehatan reproduksi dan asuhan anak.

## B. LEADERSHIP/KEPEMIMPINAN

### 1. Pengertian Kepemimpinan

Kepemimpinan adalah perpaduan berbagai perilaku yang dimiliki seseorang sehingga orang tersebut mempunyai kemampuan untuk mendorong orang lain bersedia dan dapat menyelesaikan tugas – tugas tertentu yang dipercayakan kepadanya (Ordway Tead).

Kepemimpinan adalah suatu proses yang mempengaruhi aktifitas seseorang atau sekelompok orang untuk mau berbuat dan mencapai tujuan tertentu yang telah ditetapkan (Stogdill). Kepemimpinan adalah hubungan yang tercipta dari adanya pengaruh yang dimiliki seseorang terhadap orang lain sehingga orang lain tersebut secara sukarela mau dan bersedia bekerja sama untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Georgy R. Terry). Kepemimpinan adalah suatu proses yang mempengaruhi aktifitas seseorang atau sekelompok orang untuk mencapai tujuan tertentu yang telah ditetapkan dalam suatu situasi tertentu (Paul Hersay, Ken Blanchard).

Dapat dipahami dari empat batasan di atas bahwa kepemimpinan akan muncul apabila ada seseorang yang karena sifat-sifat dan perilakunya mempunyai kemampuan untuk mendorong orang lain untuk berpikir, bersikap, dan ataupun berbuat sesuatu sesuai dengan apa yang diinginkannya.

#### 1) Teori Kepemimpinan

Ada beberapa yang pernah dikemukakan, antara lain:

##### a. Teori orang besar atau teori bakat

Teori orang besar (*the great men theory*) atau teori bakat (*Trait theory*) ini adalah teori klasik dari kepemimpinan. Di sini disebutkan bahwa seorang pemimpin dilahirkan, artinya bakat-bakat tertentu yang diperlukan seseorang untuk menjadi pemimpin diperolehnya sejak lahir.

##### b. Teori Situasi

Bertolak belakang dengan teori bakat ialah teori situasi (situasional theory). Teori ini muncul sebagai hasil pengamatan, dimana seseorang

sekalipun bukan keturunan pemimpin, ternyata dapat pula menjadi pemimpin yang baik. Hasil pengamatan tersebut menyimpulkan bahwa orang biasa yang jadi pemimpin tersebut adalah karena adanya situasi yang menguntungkan dirinya, sehingga ia memiliki kesempatan untuk muncul sebagai pemimpin.

### **c. Teori Ekologi**

Sekalipun teori situasi kini banyak dianut, dan karena itu masalah kepemimpinan banyak menjadi bahan studi, namun dalam kehidupan sehari – hari sering ditemukan adanya seorang yang setelah berhasil dibentuk menjadi pemimpin, ternyata tidak memiliki kepemimpinan yang baik. Hasil pengamatan yang seperti ini melahirkan teori ekologi, yang menyebutkan bahwa seseorang memang dapat dibentuk untuk menjadi pemimpin, tetapi untuk menjadi pemimpin yang baik memang ada bakat – bakat tertentu yang terdapat pada diri seseorang yang diperoleh dari alam.

#### **2) Kepemimpinan dan Manajemen**

Manajemen adalah bagian integral dari kepemimpinan. Sesungguhnya, dapatlah dikatakan bahwa manajemen tidak bisa dipisahkan dari kepemimpinan, dan sebaliknya. Dalam kaitan ini, berbicara tentang manajemen berarti berbicara tentang kepemimpinan, karena pada saat pemimpin melaksanakan upaya memimpin, ia memanejemeni. Uraian kali ini akan membahas pokok tentang hubungan kepemimpinan dengan manajemen, sebagai upaya untuk menegaskan mekanisme integral dari kepemimpinan dan manajemen seperti yang telah tekankan di atas. Dalam upaya memperjelas mekanisme keterhubungan dimaksud, di sini kami akan diulas tujuh hal penting seputar hubungan manajemen dan kepemimpinan, yaitu antara lain: (1) Tempat manajemen dalam kepemimpinan; (2) Pemimpin dan manajemen; (3) Manajer dan manajemen; (4) Administrator dan manajemen dalam kepemimpinan; (5) Bawahan dan manajemen; (6) Manajemen dalam organisasi; dan (7) Manajemen dan upaya memimpin

## 1. Tempat Manajemen Dalam Kepemimpinan

Manajemen seperti telah disinggung sebelumnya adalah fungsi umum kepemimpinan. Sebagai fungsi umum, manajemen menjelaskan mengenai aspek substansial dan praksis kepemimpinan, yang berhubungan dengan pelaksanaan kepemimpinan secara nyata atau aktual. Dalam kaitan ini, manajemen dapat disebut sebagai seni kepemimpinan. Sebagai seni kepemimpinan, ada tujuh aspek dalam manajemen yang berhubungan langsung dengan kepemimpinan secara praksis, yaitu antara lain:

- a) Manajemen adalah seni bekerja sama
- b) Manajemen adalah seni pemenuhan kebutuhan
- c) Manajemen adalah seni penggalangan
- d) Manajemen adalah seni mempengaruhi
- e) Manajemen adalah seni menyampaikan perintah atau komunikasi
- f) Manajemen adalah seni membuat masa depan organisasi
- g) Manajemen adalah seni mendayagunakan sumber-sumber

Menegaskan hubungan kepemimpinan dan manajemen ini, dapatlah dikatakan bahwa kepemimpinan dalam kaitan ini mewadahkan manajemen, dan manajemen adalah pembuktian bagi aktualisasi pelaksanaan kepemimpinan, atau praksis kepemimpinan dari tujuh aspek seperti yang telah disinggung di atas. Dengan ini dapatlah dikatakan bahwa manajemen membuktikan bahwa kepemimpinan sedang terlaksana, karena kepemimpinan hanya berjalan dengan adanya pelaksanaan manajemen.

## 2. Pemimpin Dan Manajemen

Hubungan pemimpin dan manajemen dapat dilihat dari dua sudut pandang. Pertama, dari perspektif posisi tugas, seorang pemimpin puncak (top leader) dapat disebut sebagai manajer puncak, atau manajer eksekutif (executive manager). Penyebutan seperti ini menjelaskan

tentang peran pemimpin sebagai seorang manajer puncak, yang tidak berarti bahwa pemimpin ada pada posisi manajerial. Kedua, Dari perspektif hubungan pelaksanaan kepemimpinan, telah dikatakan bahwa pemimpin tatkala melaksanakan upaya memimpin sesungguhnya ia sedang melaksanakan tindakan memanejemeni. Dalam perspektif kepemimpinan ini tatkala pemimpin memanejemeni, ia sedang melaksanakan “seni bekerja sama, seni pemenuhan kebutuhan, seni merangkum, seni mempengaruhi, seni memerintah, seni membuat peta keinginan masa depan organisasi, dan seni menggunakan sumber-sumber” yang dibuktikan dengan melaksanakan upaya memimpin (actuating). Upaya memimpin ini adalah bukti adanya kepemimpinan yang sedang telaksana

### 3. Manajer Dan Manajemen

Manajer dalam hubungan dengan manajemen menjelaskan tentang substansi tugas yang ada padanya. Pada satu sisi, manajer ada pada posisi tugas pelaksana kepemimpinan dengan membantu pemimpin memimpin pekerjaan yang bersifat departemenal. Di sini manajer adalah kepala atau pemimpin suatu departemen atau unit kerja dalam suatu organisasi. Pada sisi yang bersifat lebih substansial, manajemen adalah tugas seorang manajer yang berhubungan dengan pelaksanaan tugas kepemimpinan pada aras manajerial. Tentu tatkala melaksanakan tugasnya, manajer memanejemeni, tetapi perbedaannya, ialah bahwa ia memanejemeni tugasnya atas nama pemimpin yang mendelegasikan tugas manajerial kepadanya.

### 4. Administrator Dan Manajemen Dalam Kepemimpinan.

Administrator yang telah dijelaskan sebagai pelaksana tugas-tugas khusus kepemimpinan adalah ujung tombak dari tugas manajemen. Sebagai ujung tombak kepemimpinan, administrator adalah pelaksana tugas kepemimpinan pada aras operasional. Dalam hubungan penyebutan posisi tugas dan peran administrator, hal ini tergantung pada besar kecilnya organisasi dimana kepemimpinan

dijalankan. Apabila organisasinya besar, administrator dapat disebut sebagai manajer lapangan, dan sebaliknya bila organisasinya kecil, administrator dapat menjadi pelaksana tugas langsung, baik sebagai sekretaris atau tugas lapangan yang lainnya.

#### 5. Bawahan Dan Manajemen.

Bawahan dan para bawahan adalah pelaksana tugas yang ditempatkan pada unit kerja yang dipimpin oleh seorang administrator atau manajer tugas yang menyentuh pekerjaan secara langsung di lapangan. Dalam hubungan dengan manajemen, para bawahan akan selalu ditempatkan pada suatu unit tugas, yang menyentuh pekerjaan secara langsung. Sifat pekerjaan langsung ini dapat berupa tugas dasar, tugas utama atau pun tugas pendukung.

#### 6. Manajemen Dalam Organisasi.

Dalam hubungan dengan organisasi, manajemen adalah istilah yang sering identik atau idiom dengan kepemimpinan. Misalnya tatkala orang menyebut manajemen sewaktu menjelaskan kata “manajemen dari organisasi ini atau itu” sesungguhnya ia menunjuk kepada kepemimpinan dari organisasi atau pun sistem kepemimpinan dalam suatu organisasi.

#### 7. Manajemen Dalam Upaya Memimpin.

Pemimpin dalam menerapkan manajemen menyentuh upaya memimpin seperti yang telah disinggung di atas. Dengan demikian, hubungan pemimpin dalam memanejemeni kepemimpinan akan sangat terlihat dalam upaya memimpin yang menyentuh bidang berikut:

- a) Pemimpin memastikan bahwa ia mengkoordinir kepemimpinan dengan menggerakkan unsur SDM dan mengelola semua sumber menggerakkan semua komponen untuk terlibat dalam kerja secara sinergis dan simultan.
- b) Pemimpin memastikan bahwa ia mendasarkan semua upaya memimpin di atas suatu perencanaan strategis yang lengkap.

- c) Pemimpin harus memastikan adanya pengorganisasian tugas dan penempatan SDM yang tepat bagi semua tugas yang dibuktikan dengan adanya delegasi dan penugasan yang benar dan baik. Dalam hubungan ini, pemimpin harus memastikan bahwa semua unsur pendukung tersedia dan dapat digunakan dalam upaya memimpin. Pemimpin di sini juga harus memastikan adanya komunikasi yang jelas dan lancar dalam seluruh sistem organisasinya.
- d) Pemimpin harus memimpin dengan menggerakkan semua komponen SDM terlibat dalam pelaksanaan yang bergerak kerja secara sinergis dan simultan ke arah produktivitas optimal (pencapaian hasil kerja optimal) dengan menggunakan strategi dan taktik yang andal.
- e) Pemimpin harus memastikan pelaksanaan kerja dengan melaksanakan supervisi atau pengawasan dan evaluasi untuk refinerasi kerja dalam kepemimpinan guna memperlancar upaya memimpin yang ditanganinya secara bersinambung ke arah pencapaian tujuan organisasi.

### 3) Gaya Kepemimpinan

Telah disebutkan bahwa gaya kepemimpinan tersebut dipengaruhi oleh sifat dan perilaku yang dimiliki oleh pemimpin. Karena sifat dan perilaku antara seorang dengan orang lainnya tidak persis sama, maka gaya kepemimpinan (*leadership style*) yang diperlihatkanpun juga tidak sama. Berbagai gaya kepemimpinan tersebut jika disederhanakan dapat dibedakan atas empat macam, yaitu:

#### a. Gaya Kepemimpinan Diktator

Pada gaya kepemimpinan diktator (*dictatorial leadership style*) ini upaya mencapai tujuan dilakukan dengan menimbulkan ketakutan serta ancaman hukuman. Tidak ada hubungan dengan bawahan, karena mereka dianggap hanya sebagai pelaksana dan pekerja saja.

#### b. Gaya Kepemimpinan Autokratis

Pada gaya kepemimpinan ini (*autocratic leadership style*) segala keputusan berada di tangan pemimpin. Pendapat atau kritik dari bawahan tidak pernah dibenarkan. Pada dasarnya sifat yang dimiliki sama dengan gaya kepemimpinan dictator tetapi dalam bobot yang agak kurang.

**c. Gaya Kepemimpinan Demokratis**

Pada gaya kepemimpinan demokratis (*democratic leadership style*) ditemukan peran serta bawahan dalam pengambilan keputusan yang dilakukan secara musyawarah. Hubungan dengan bawahan dibangun dengan baik. Segi positif dari gaya kepemimpinan ini mendatangkan keuntungan antara lain: keputusan serta tindakan yang lebih obyektif, tumbuhnya rasa ikut memiliki, serta terbinanya moral yang tinggi. Sedangkan kelemahannya : keputusan serta tindakan kadang-kadang lamban, rasa tanggung jawab kurang, serta keputusan yang dibuat terkadang bukan suatu keputusan yang terbaik.

**d. Gaya Kepemimpinan Santai**

Pada gaya kepemimpinan santai (*laissez-faire leadership style*) ini peranan pimpinan hampir tidak terlihat karena segala keputusan diserahkan kepada bawahan, jadi setiap anggota organisasi dapat melakukan kegiatan masing-masing sesuai dengan kehendak masing-masing pula.

**4) Syarat-Syarat Kepemimpinan**

Ada tiga hal penting dalam konsepsi kepemimpinan antara lain:

**1. Kekuasaan**

Kekuasaan adalah otorisasi dan legalitas yang memberikan wewenang kepada pemimpin untuk mempengaruhi dan menggerakkan bawahan untuk berbuat sesuatu dalam rangka penyelesaian tugas tertentu.

**2. Kewibawaan**

Kewibawaan merupakan keunggulan, kelebihan, keutamaan sehingga pemimpin mampu mengatur orang lain dan patuh padanya.

**3. Kemampuan**

Kemampuan adalah sumber daya kekuatan, kesanggupan dan kecakapan secara teknis maupun social, yang melebihi dari anggota biasa. Sementara itu Stodgill yang dikutip James A. Lee menyatakan pemimpin itu harus mempunyai kelebihan sebagai persyaratan, antara lain:

- a. Kepastian, kecerdasan, kewaspadaan, kemampuan berbicara, kemampuan menilai.
- b. Prestasi, gelar kesarjanaan, ilmu pengetahuan dalam bidang tertentu.
- c. Tanggung jawab, berani, tekun, mandiri, kreatif, ulet, percaya diri, agresif.
- d. Partisipasi aktif, memiliki stabilitas tinggi, kooperatif, mampu bergaul.
- e. Status, kedudukan social ekonomi cukup tinggi dan tenar

#### 5) Pemimpin yang Efektif

Seorang pemimpin yang efektif adalah seorang pemimpin yang dapat mempengaruhi orang lain agar dapat bekerja sama untuk mencapai hasil yang memuaskan bagi terjadinya perubahan yang bermanfaat.

Ada beberapa kepemimpinan yang efektif antara lain menurut:

- a. Ruth M. Trapper (1989 ), membagi menjadi 6 komponen:
  - 1) Menentukan tujuan yang jelas, cocok, dan bermakna bagi kelompok.
  - 2) Memilih pengetahuan dan ketrampilan kepemimpinan dan dalam bidang profesinya.
  - 3) Memiliki kesadaran diri dan menggunakannya untuk memahami kebutuhan sendiri serta kebutuhan orang lain.
  - 4) Berkomunikasi dengan jelas dan efektif.
  - 5) Mengarahkan energi yang cukup untuk kegiatan kepemimpinan.
  - 6) Mengambil tindakan.
- b. Hellander (1974)
 

Dikatakan efektif bila pengikutnya melihat pemimpin sebagai seorang yang bersama-sama mengidentifikasi tujuan dan menentukan alternatif kegiatan.
- c. Bennis (Lancaster dan Lancaster, 1982)

Mengidentifikasi empat kemampuan penting bagi seorang pemimpin, yaitu:

- 1) Mempunyai pengetahuan yang luas dan kompleks tentang sistem manusia (hubungan antar manusia).
  - 2) Menerapkan pengetahuan tentang pengembangan dan pembinaan bawahan.
  - 3) Mempunyai kemampuan hubungan antar manusia, terutama dalam mempengaruhi orang lain.
  - 4) Mempunyai sekelompok nilai dan kemampuan yang memungkinkan seseorang mengenal orang lain dengan baik.
- d. Gibson (Lancaster dan Lancaster,1982)
- Seorang pemimpin harus mempertimbangkan:
- 1) Kewaspadaan diri (*self-awareness*). Kewaspadaan diri berarti menyadari bagaimana seorang pemimpin mempengaruhi orang lain. Kadang seorang pemimpin merasa ia sudah membantu orang lain, tetapi sebenarnya justru telah menghambatnya.
  - 2) Karakteristik kelompok. Seorang pemimpin harus memahami karakteristik kelompok meliputi: norma, nilai-nilai kemampuannya, pola komunikasi, tujuan, ekspresi dan keakraban kelompok.
  - 3) Karakteristik individu. Pemahaman tentang karakteristik individu juga sangat penting karena setiap individu unik dan masing-masing mempunyai kontribusi yang berbeda.

### 7) Pimpinan dan Kepemimpinan

Manajer atau pimpinan adalah orang yang bertugas melakukan proses atau fungsi manajemen. Berdasarkan hierarki tugasnya pimpinan dikelompokkan sebagai berikut:

- a. Pimpinan tingkat pertama (*Lower Manager*), adalah pimpinan yang langsung berhubungan dengan para pekerja yang menjalankan mesin peralatan atau memberikan pelayanan langsung pada konsumen. Pimpinan ini diutamakan memiliki proporsi peranan technical skill yang terbesar dan konseptual skill yang terkecil.
- b. Pimpinan tingkat menengah (*Middle Manager*), adalah pimpinan yang

berada satu tingkat di atas Lower Manager. Pimpinan ini menjadi saluran informasi dan komunikasi timbal balik antara Lower Manager dan Top Manager, yakni pimpinan puncak (di atas Middle Manager) sehingga pimpinan ini diutamakan memiliki kemampuan mengadakan hubungan antara keduanya. **Konseptual skill** adalah ketrampilan dalam penyusunan konsep – konsep, identifikasi, dan penggambaran hal-hal yang abstrak. Sedangkan **technical skill** adalah ketrampilan dalam melakukan pekerjaan secara teknik. Hubungan antara manusia merupakan ketrampilan dalam melakukan komunikasi dengan sesama manusia lain.

- c. Pimpinan puncak (*Top Manager*), adalah manajer yang menduduki kewenangan organisasi tertinggi dan sebagai penanggung jawab utama pelaksanaan administrasi. Pimpinan ini memiliki proporsi peranan konseptual skill yang terbesar dan technical skill yang terkecil.

#### **Tugas-tugas pimpinan:**

- Sebagai pengambil keputusan
- Sebagai pemikul tanggung jawab
- Mengerahkan sumber daya untuk mencapai tujuan sebagai pemikir konseptual
- Bekerja dengan atau melalui orang lain
- Sebagai mediator, politikus, dan diplomat.

### **8) Kepemimpinan dalam Pelayanan Kebidanan**

Pelayanan kebidanan merupakan salah satu kegiatan dalam pembangunan kesehatan untuk meningkatkan kesadaran, kemauan, kemampuan, hidup sehat dan mengambil bagian dalam pelayanan kesehatan masyarakat, turut membantu menghasilkan generasi bangsa yang cerdas. Pelayanan yang demikian karena pelayanan kebidanan ditujukan kepada perempuan sejak masa sebelum konsepsi, masa kehamilan, persalinan, nifas, bayi baru lahir dan balita. Tentu saja pelayanan kebidanan yang berkualitas akan member hasil yang berkualitas, yaitu kepuasan pelanggan maupun *provider* dan pelayanan

yang bermutu. Untuk pelayanan yang berkualitas tersebut diperlukan seorang pemimpin yang dapat meningkatkan terus mutu pelayanan kebidanan yang diberikan oleh organisasinya dan pelayanan yang diberikan harus berorientasi pada mutu.

Bidan dituntut harus mampu menerapkan aspek kepemimpinan dalam organisasi dan manajemen pelayanan kebidanan (KIA/KB), kesehatan reproduksi dan kesehatan masyarakat di komunitas dalam praktik kebidanan (Permenkes 149 pasal 8).

Bidan sebagai seorang pemimpin harus:

- a. Berperan serta dalam perencanaan pengembangan dan evaluasi kebijakan kesehatan.
- b. Melaksanakan tanggung jawab kepemimpinan dalam praktik kebidanan di masyarakat.
- c. Mengumpulkan, menganalisis dan menggunakan data serta mengimplementasikan upaya perbaikan atau perubahan untuk meningkatkan mutu pelayanan kebidanan di masyarakat.
- d. Mengidentifikasi dan menyelesaikan masalah secara proaktif, dengan perspektif luas dan kritis.
- e. Menginisiasi dan berpartisipasi dalam proses perubahan dan pembaharuan praktik kebidanan.

Dalam pelayanan kebidanan banyak harapan yang difokuskan oleh orang yang berbeda dan bekerja sama dalam pelayanan kebidanan dan kepada bidan itu sendiri. Para pelanggan internal dan eksternal menginginkan bidan dapat member pelayanan yang berkualitas. Selain keterampilan dan pengetahuan diperlukan kematangan pribadi bidan dalam member pelayanan karena bidan juga menjadi tokoh masyarakat dan panutan bagi kaum wanita. Bidan harus menjalankan tugas dengan tanggung jawab moral karena pelayanan yang diberikan menyangkut kehidupan ibu dan anak, pencapaian kesejahteraan ibu, anak, dan keluarga, serta menurunkan angka kematian ibu dan anak. Untuk itu bidan perlu memperhatikan poin-poin berikut ini untuk mengembangkan kematangan dirinya:

- 1) Teliti
- 2) Bertanggung jawab
- 3) Jujur
- 4) Disiplin tinggi
- 5) Hubungan manusia yang efektif
- 6) Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa
- 7) Memahami standar profesi kebidanan
- 8) Mengerti asas dan tujuan penyelenggaraan praktek kebidanan
- 9) Bekerja berdasarkan ketentuan dan landasan hukum pelayanan kebidanan.

Bidan adalah profesi yang benar-benar harus dijiwai karena sangat menuntut tanggung jawab. Bidan juga nantinya akan menjadi pemimpin di tengah masyarakat. Bidan adalah orang yang berperan penting dalam terciptanya ibu dan anak yang sehat dan keluarga bahagia serta generasi bangsa yang sehat. Oleh karena itu dalam menjalankan tugasnya, bidan harus mempunyai prinsip sebagai berikut.

- 1) Cintai yang anda lakukan, lakukan yang anda cintai (*love your do, do your love*). Profesi bidan harus dihayati. Banyak orang yang memilih bidan karena dorongan orangtua, dengan harapan cepat bekerja dengan masa pendidikan yang singkat dan dapat membuka praktek mandiri. Oleh karena itu terlepas dari apapun motivasi seseorang menjadi bidan, setiap bidan harus mencintai pekerjaannya.
- 2) Jangan membuat kesalahan (*don't make mistake*). Dalam memberi asuhan, usahakan tidak ada kesalahan. Bidan harus bertindak sesuai dengan standar profesinya. Untuk itu bidan harus terus menerus belajar dan meningkatkan keterampilan. Kesalahan yang dilakukan memberi dampak sangat fatal. Jangan pernah berhenti mengasah keterampilan yang telah dimiliki saat ini, terus meningkatkan diri, dan mau belajar karena ilmu selalu berubah. Keinginan untuk terus belajar dan kemauan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan akan sangat membantu kita menghindari kesalahan.

- 3) Orientasi kepada pelanggan (*customer oriented*). Apapun yang dilakukan harus tetap berfokus pada pelanggan. Siapa yang anda beri pelayanan, bagaimana karakter pelanggan anda, bagaimana pelayanan yang anda berikan dapat mereka terima dan dapat member kepuasan sehingga anda tetap dapat member pelayanan yang sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan.
- 4) Tingkatkan mutu pelayanan (*improved your service quality*). Bidan harus terus menerus meningkatkan mutu pelayanan yang diberikan kepada kliennya. Dalam member pelayanan, jangan pernah merasa puas. Oleh karena itu, bidan harus terus menerus meningkatkan diri, mengembangkan kemampuan kognitif dengan mengikuti pelatihan, mempelajari dan menguasai perkembangan ilmu yang ada saat ini, mau berubah ke arah yang lebih baik, tentu saja juga mau menerima perubahan pelayanan di bidang kebidanan yang telah dibuktikan lebih bermanfaat secara ilmiah. Bidan yang terus berpraktek, keterampilannya akan terus bertambah dalam member asuhan dan melakukan pertolongan persalinan, KB, maupun dalam hal member pelayanan kebidanan lainnya. Dengan demikian diharapkan kualitas personal bidan meningkat sehingga akan meningkatkan mutu pelayanan yang diberikannya.
- 5) Lakukan yang terbaik (*do the best*). Jangan pernah memandang klien/pelanggan sebagai individu yang ‘tidak penting’ atau mengklasifikasikan pelayanan yang anda berikan kepada pelanggan dengan memandang status ekonomi, kondisi fisik, dan lain-lain. Ingat! *Klien berhak mendapatkan pelayanan kesehatan tanpa diskriminasi*. Bidan harus member pelayanan, pemikiran, konseling, tenaga, dan juga fasilitas yang terbaik bagi kliennya.
- 6) Bekerja dengan takut akan Tuhan (*work with reverence for the Lord*). Sebagai bangsa Indonesia yang hidup majemuk dan beragama, bidan harus menghormati setiap kliennya sebagai makhluk ciptaan Tuhan. Bidan juga harus percaya segala yang dilakukan

dipertanggungjawabkan kepada Sang pencipta. Oleh karena itu, bidan harus memperhatikan kaidah/norma yang berlaku di masyarakat, menjunjung tinggi moral dan etika, taat dan sadar hukum, menghargai pelanggan dan teman sejawat, bekerja sesuai dengan standar profesi.

- 7) Berterima kasih kepada setiap masalah (*say thanks to the problem*). Bidan dalam menjalankan tugas, baik secara individual (mandiri) sebagai manajer maupun dalam kelompok (rumah sakit, puskesmas, di desa) tentu saja menghadapi dan melihat banyak masalah pada proses pelaksanaan pelayanan kebidanan. Setiap masalah yang dihadapi akan menjadi pengalaman dan guru yang paling berharga. Bidan dapat juga belajar dari pengalaman bidan lainnya dan masalah yang mereka hadapi sertabagaimana mereka mengatasinya. Setiap masalah, baik masalah manajemen maupun asuhan yang diberikan, membuat kita dapat belajar lebih baik lagi di waktu yang akan datang. Selain itu masalah juga membuat seseorang mencapai kedewasaan dan kematangan. Oleh karena itu, jangan pernah menyalahkan situasi dan masalah yang ada, justru kita bisa belajar dari setiap situasi dan mencari strategi pemecahannya, yang terpenting adalah mengevaluasi segala yang kita lakukan dan belajar dari kesukaran, masalah, dan kesalahan yang kita alami serta berusaha menghindari kesalahan yang sama.
- 8) Perubahan perilaku (*behavior change*). Mengubah perilaku sangat sulit dilakukan. H. L. Blum mengatakan bahwa ada empat faktor yang mempengaruhi derajat kesehatan yaitu tenaga kesehatan, lingkungan, keturunan, dan perilaku. Hal yang paling sulit dilakukan adalah perubahan perilaku. Akan tetapi, jika bidan sebagai tenaga kesehatan yang mengemban tanggung jawab moral selalu meningkatkan diri, menerima perubahan yang positif dan baik untuk pelayanan kebidanan, meninggalkan praktik yang tidak lagi didukung secara ilmiah, dan mengarahkan diri selalu pada pencapaian kualitas pelayanan, berorientasi pada tugas dan pelanggan, turut serta ambil bagian dalam peningkatan kualitas pelayanan kebidanan, mau memberi dan

menerima saran/kritik dari teman sejawat dan organisasi profesi untuk memperbaiki diri, menyadari batas-batas wewenang dan tanggung jawabnya sebagai bidan, diharapkan angka kematian ibu dan anak dapat diturunkan. Bidan juga harus terus melibatkan dirinya dalam perbaikan mutu pelayanan sehingga bidan selalu berada dalam lingkaran mutu dan memberi pengaruh bagi perbaikan kualitas pelayanan kebidanan masa depan

- 9) Kepemimpinan dalam kebidanan secara garis besar memfokuskan diri pada sifat, perilaku, etika dan hukum, tanggung jawab, keterampilan serta bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa. Menurut pengalaman bidan yang berhasil mengelola praktik kebidanannya dari organisasi sederhana berkembang menjadi organisasi yang besar atau rumah sakit, dapat disimpulkan mereka berhasil menjadi manager yang mampu meningkatkan pelayanannya. Mereka mengembangkan organisasinya dengan dasar ketekunan, keuletan, kerja keras, dan mau berubah ke arah yang lebih baik serta bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa. Selain itu, mereka mampu merebut pasar serta memenuhi kebutuhan pelanggan. Organisasi yang dikembangkan harus tetap difokuskan pada peningkatan kualitas yang terus-menerus, memperhatikan kepuasan pelanggan eksternal dan internal, serta menerapkan manajemen mutu terpadu.

**Keterampilan Bidan sebagai leader:**

- 1) Mengenali keterbatasan pengetahuan dan ketrampilan dan menolak setiap tugas atau tanggung jawab diluar wewenang dan tanggung jawab bidan.
- 2) Menerima tanggung jawab kepemimpinan dalam praktik kebidanan.
- 3) Menggunakan kemampuan untuk berfikir secara proaktif, perspektif luas dan kritis dalam konteks penyelesaian masalah.

**10) Kepemimpinan yang Efektif dalam Pendidikan Kebidanan**

Telah banyak teori maupun konsep yang dibahas oleh para pakar atau ahli mengenai pemimpin atau kepemimpinan. Bahkan banyak teori-teori tentang

kepemimpinan modern yang ditawarkan untuk diterapkan agar berhasil dan sukses dalam memimpin, terutama dalam menciptakan praktek bidan yang sukses. Namun masih saja keberhasilannya dalam memimpin belum baik. Terbukti banyak bidan di Indonesia yang belum bias menjadi bidan yang sukses, ini dikarenakan bidan itu sendiri mungkin karena konsep kepemimpinan yang diterapkan tidak cocok atau ada konsep yang lebih baik, berikut ini adalah beberapa hal yang harus diterapkan agar menjadi bidan yang sukses:

✓ Memiliki karakter yang kuat

Biasanya pemimpin yang sukses memiliki karakter yang kuat. Selalu berani mengambil tantangan, dan yakin bahwa resiko yang diambilnya akan memberikan keuntungan bagi orang lain

✓ Sigap dan selalu focus

Bidan yang sukses akan cepat bertindak dalam segala hal, baik dalam kondisi mendesak maupun kondisi normal seorang pemimpin harus bisa mengambil keputusan dengan tepat dan cepat

✓ Rendah hati

Tumbuhkan sikap rendah hati agar orang lain bias menyenangi sikap kita, jika kita menjadi pemimpin, dan mempunyai bawahan maka sempatkan waktu kita untuk selalu mengontrol pekerjaan bawahan kita.

### C. RANGKUMAN

Kepemimpinan adalah suatu proses yang mempengaruhi aktifitas seseorang atau sekelompok orang untuk mau berbuat dan mencapai tujuan tertentu yang telah ditetapkan (Stogdill). Ada beberapa yang pernah dikemukakan, antara lain: Teori orang besar atau teori bakat, Teori Situasi, Teori Ekologi

Syarat-Syarat Kepemimpinan yaitu kekuasaan, kewibawaan, kemampuan. Ruth M. Trapper (1989 ), membagi menjadi 6 komponen: Menentukan tujuan yang jelas, cocok, dan bermakna bagi kelompok, Memilih pengetahuan dan ketrampilan kepemimpinan dan dalam bidang profesinya, Memiliki kesadaran diri dan menggunakannya untuk memahami kebutuhan sendiri serta kebutuhan orang lain, Berkomunikasi dengan jelas dan efektif, Mengerahkan energi yang cukup untuk kegiatan kepemimpinan, Mengambil tindakan.

Pimpinan dan Kepemimpinan yaitu a.Pimpinan tingkat pertama (Lower Manager) b.Pimpinan tingkat menengah (Middle Manager) c.Pimpinan puncak (Top Manager) Manajer yang menduduki kewenangan organisasi tertinggi dan sebagai penanggung jawab utama pelaksanaan administrasi. Pimpinan ini memiliki proporsi peranan konseptual skill yang terbesar dan technical skill yang terkecil.

Tugas kepemimpinan adalah Sebagai pengambil keputusan, Sebagai pemikul tanggung jawab, Mengerahkan sumber daya untuk mencapai tujuan sebagai pemikir konseptual, Bekerja dengan atau melalui orang lain, Sebagai mediator, politikus, dan diplomat.

Bidan sebagai seorang pemimpin berperan serta dalam perencanaan pengembangan dan evaluasi kebijakan kesehatan, Melaksanakan tanggung jawab kepemimpinan dalam praktik kebidanan di masyarakat, Mengumpulkan, menganalisis dan menggunakan data serta mengimplementasikan upaya perbaikan atau perubahan untuk meningkatkan mutu pelayanan kebidanan di masyarakat, Mengidentifikasi dan

menyelesaikan masalah secara proaktif, dengan perspektif luas dan kritis, Menginisiasi dan berpartisipasi dalam proses perubahan dan pembaharuan praktik kebidanan.

Prinsip bidan sebagai seorang pemimpin adalah 1) Cintai yang anda lakukan, lakukan yang anda cintai (love your do, do your love). 2) Jangan membuat kesalahan (don't make mistake). 3) Orientasi kepada pelanggan (customer oriented). 4) Tingkatkan mutu pelayanan (improved your service quality). 5) Lakukan yang terbaik (do the best). 6) Bekerja dengan takut akan Tuhan (work with reverence for the Lord).7) Berterima kasih kepada setiap masalah (say thanks to the problem). 8) Perubahan perilaku (behavior change). 9)Kepemimpinan dalam kebidanan. Kepemimpinan yang Efektif dalam Pendidikan Kebidanan 1. Memiliki karakter yang kuat, 2. Sigap dan selalu focus dan 3. Rendah hati

#### **D. LATIHAN**

1) Aspek dalam manajemen yang berhubungan langsung dengan kepemimpinan secara praksis, yaitu antara lain:

- A. Manajemen adalah seni bekerja sama
- B. Manajemen adalah seni pemenuhan kebutuhan
- C. Manajemen adalah seni penggalangan
- D. Manajemen adalah seni mempengaruhi
- E. Semua benar

2) Gaya kepemimpinan yang dilakukan dengan menimbulkan ketakutan serta ancaman hukuman merupakan gaya kepemimpinan?

- A. Gaya Kepemimpinan Diktator
- B. Gaya Kepemimpinan Autokratis
- C. Gaya Kepemimpinan Demokratis
- D. Gaya Kepemimpinan Santai
- E. Gaya Kepemimpinan Kewibawaan

3) Pimpinan yang menjadi saluran informasi dan komunikasi timbal balik antara Lower Manager dan Top Manager merupakan tingkat kepemimpinan?

- A. Pimpinan tingkat pertama
- B. Pimpinan tingkat kedua
- C. Pimpinan tingkat menengah
- D. Pimpinan tingkat puncak
- E. Pimpinan tingkat akhir

4) Dibawah ini yang merupakan tugas-tugas pimpinan yaitu:

- A. Sebagai pengambil keputusan
- B. Sebagai pemikul tanggung jawab
- C. Mengerahkan sumber daya untuk mencapai tujuan sebagai pemikir konseptual
- D. Bekerja dengan atau melalui orang lain
- E. Semua benar

5) Prinsip bidan sebagai seorang pemimpin yaitu :

- A. Jangan membuat kesalahan (don't make mistake).
- B. Orientasi kepada pelanggan (customer oriented).
- C. Tingkatkan mutu pelayanan (improved your service quality).
- D. Lakukan yang terbaik (do the best).
- E. Semua benar

## **E. RUJUKAN**

Kartini Kartono. Dr. *Pemimpin Dan Kepemimpinan*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2011.

Saebani, Beni Ahmad. Sumantri, Ii. 2013. *Kepemimpinan*. Bandung : Pustaka Setia.

Sodang, Siagian P. 2003. *Teori dan Praktek Kepemimpinan*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.

YW. Sunindhia, SH, *Kepemimpinan Dalam Masyarakat Modern*, Jakarta, PT. Rineka Cipta, 2008.

## BAB VIII

### KONSEP PEMASARAN

#### A. Pendahuluan

Dalam pengertian yang sempit pasar adalah tempat terjadinya transaksi jual beli (penjualan dan pembelian) yang dilakukan oleh penjual dan pembeli yang terjadi pada waktu dan tempat tertentu. Sedangkan Pengertian pasar secara luas, Pasar adalah tempat bertemunya penjual yang mempunyai kemampuan untuk menjual barang/jasa dan pembeli yang melakukan uang untuk membeli barang dengan harga tertentu. Menurut William J. Stanton (1993:92) pasar dapat didefinisikan sebagai berikut : **“Pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja dan kemauan untuk membelanjakannya”**.

Setelah memahami perencanaan usaha, langkah selanjutnya adalah mempelajari dan melatih bagaimana barang dan jasa yang dihasilkan itu didistribusikan atau dipasarkan. Sesuai dengan definisi pemasaran yaitu kegiatan menefiti kebutuhan dan keinginan konsumen (*probe/search*), menghasilkan barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen (*product*), menentukan tingkat harga (*price*), mempromosikannya agar produk dikenal konsumen (*promotion*), dan mendistribusikan produk ke tempat konsumen (*place*), maka tujuan pemasaran adalah bagaimana agar barang dan jasa yang dihasilkan disukai, dibutuhkan, dan dibeli oleh konsumen (J. Supranto, 1993). Ini berarti, perhatian kita dalam pemasaran haruslah diawali dengan riset pemasaran yaitu untuk meneliti kebutuhan dan keinginan konsumen. Sesuai dengan tujuan pemasaran, maka inti pemasaran adalah penciptaan nilai yang lebih tinggi bagi konsumen daripada nilai yang diciptakan oleh pihak pesaing.

Strategi usaha yang cocok dengan konsep tersebut adalah memproduksi barang dan jasa apa yang bisa dijual dan bukan menjual barang dan jasa apa yang bisa diproduksi. Strategi pertama sangat tepat dan sesuai dengan inti pemasaran, sedangkan strategi kedua tidak tepat karena tidak memperhatikan

kebutuhan dan keinginan konsumen. Prinsip dasar pemasaran yaitu menciptakan nilai bagi langganan (*customer value*), keunggulan bersaing (*competitive advantages*), dan fokus pemasaran. Tujuan pemasaran bukan mendapatkan langganan (*get customer*), akan tetapi memperbaiki situasi bersaing (*improve competitive situation*). Dalam konteks ini, seorang wirausaha harus mampu memproduksi barang dan jasa dengan mutu yang lebih baik, harga yang lebih murah, dan penyerahan yang lebih cepat daripada pesaing.

Manajemen pemasaran berasal dari dua kata yaitu manajemen dan pemasaran. Menurut Kotler dan Armstrong pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian dari program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan manajemen adalah proses perencanaan (*Planning*), pengorganisasian (*organizing*) penggerakan (*Actuating*) dan pengawasan. Jadi dapat diartikan bahwa Manajemen Pemasaran adalah sebagai analisis, perencanaan, penerapan, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan – tujuan organisasi.

Capaian pembelajaran dalam bab ini adalah :

1. Mahasiswa mampu menguasai tentang konsep pemasaran

## **B. PEMASARAN**

### **1. Pengertian Pemasaran Sosial**

Istilah pemasaran sosial (*social marketing*) merupakan pengalihan istilah pemasaran (*marketing*) dalam ilmu ekonomi bisnis, yakni strategi bisnis dari produsen untuk menyebarluaskan informasi tentang barang dan jasa atau menyebarluaskan barang dan jasa itu sendiri kepada sasaran. Secara umum pemasaran sosial dapat diartikan sebagai suatu rancangan dan implementasi program yang bertujuan untuk

memperkenalkan atau mempromosikan suatu gagasan sosial atau suatu kasus kepada masyarakat.

Ada dua konsep penting yang ada dalam istilah pemasaran informasi tentang barang dan jasa. Jadi, dalam aktivitas pemasaran sosial, produsen tidak hanya berfikir tentang strategi menyebarkan barang dan jasa kepada para konsumen melainkan berfikir juga tentang bagaimana mengemas informasi tentang barang dan jasa agar bisa sampai ke konsumen, ada dua kelompok orang: satu kelompok berhubungan langsung dengan barang dan jasa, dan kelompok lain berhubungan langsung dengan informasi tentang barang dan jasa.

Adapun jenis hubungan konsumen dengan produsen yang jelas pemasaran sosial juga dapat diartikan sebagai proses penyebaraninovasi, informasi komunikasi dan advokasi media yang berkaitan dengan tema tertentu, yang dalam komunikasi kesehatan dengan isu-isu kesehatan, terutama pemasaran tentang beragam cara yang aplikatif untuk mencegah penyakit tertentu.

Oleh karena itu, pemasaran sosial dapat dilakukan melalui kampanye media, kampanye tentang pesan-pesan kesehatan yang sudah dikemas dalam paket informasi yang lengkap yang diperuntukan bagi semua level masyarakat (individu, kelompok, atau masyarakat) melalui pendekatan multi strategis bagi penyegahan penyakit tertentu (Hidayat Asri.2013).

Definisi pemasaran menurut beberapa ahli adalah sebagai berikut (Hidayat Asri.2013):

1. Stanton (1997), pengertian pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang bertujuan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan, baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.
2. Kotler (2000), pemasaran adalah proses sosial dan managerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka

butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk dengan pihak lain. Dalam hal ini pemasaran merupakan proses pertemuan antara individu dan kelompok dimana masing-masing pihak ingin mendapatkan apa yang mereka butuhkan atau inginkan melalui tahap menciptakan, menawarkan, dan pertukaran.

3. Teguh Budiarto (1993), pemasaran adalah kegiatan pemasaran untuk menjalankan usaha (profit dan non profit) guna memenuhi kebutuhan pasar dengan barang dan jasa, mendistribusikan, mempromosikan melalui proses pertukaran agar memuaskan konsumen dan mencapai tujuan pemasaran.
4. Kotler dan Roberto, pemasaran sosial dapat merubah perilaku seseorang sehingga orang yang semula kurang atau bahkan tidak peduli terhadap perilakunya yang buruk, dapat menjadi seseorang yang peduli terhadap perilakunya dan mau mencoba memperbaikinya karena ia tahu bahwa perilakunya yang buruk dapat mengakibatkan efek yang negatif terhadap proses pendidikan.
5. Trioso Purnawarman (2001), pemasaran adalah proses sosial dan managerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.
6. Pemasaran adalah proses sosial dan managerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran sosial jasa asuhan kebidanan merupakan strategi pelayanan kesehatan yang diberikan oleh bidan yang bertujuan merubah pola pengetahuan, sikap, perilaku, dan nilai-nilai yang ada dalam masyarakat, dapat dilakukan secara mandiri, kolaborasi atau rujukan sesuai dengan wewenang dan ruang lingkup praktiknya berdasarkan ilmu dan kiat

kebidanan.

Konsep pemasaran tersebut berdasarkan pada prinsip inti yang meliputi; kebutuhan (*need*), produk (*good, services and idea*), permintaan (*demands*), nilai, biaya, kepuasan, pertukaran, transaksi, hubungan, dan jaringan, pasar, pemasar, serta prospek (Hidayat Asri.2013) :

a. Kebutuhan, keinginan, dan Permintaan

Ada perbedaan antara kebutuhan, keinginan, dan permintaan. Kebutuhan manusia (*human needs*) adalah keadaan di mana manusia merasa tidak memiliki kepuasan dasar atau kepuasan yang dimiliki seseorang tersebut tidak terbatas. Misalnya ketika seseorang telah mendapatkan pelayanan kesehatan yang paripurna, pasti pada saat tertentu ia juga ingin mendapatkan pelayanan yang sama di tempat lain. Kebutuhan tidak diciptakan oleh masyarakat atau penyedia barang/jasa, namun sudah ada dalam hati setiap individu.

Keinginan (*wants*) adalah hasrat akan suatu hal sesuai dengan kebutuhannya tersebut. Keinginan manusia dibentuk oleh kekuatan atau institusi social. Sehingga kadang kala seseorang yang sebenarnya hanya tidak terkendali sehingga kebutuhan mereka menjadi banyak.

Permintaan (*demands*) adalah keinginan akan sesuatu yang didukung dengan kemampuan serta kesediaan membelinya. Keinginan menjadi permintaan bila didukung dengan daya beli. Perbedaan ini bisa menjelaskan bahwa penyedia barang/jasa tidak menciptakan kebutuhan : kebutuhan sudah ada sebelumnya. penyedia barang/jasa mempengaruhi keinginan dan permintaan dengan membuat suatu produk yang cocok dan menarik, terjangkau dan mudah didapatkan oleh pelanggan yang dituju.

- a. Produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan suatu kebutuhan/ keinginan masyarakat.

b. Transaksi

Transaksi merupakan proses seseorang mendapatkan produk baik dengan memproduksi sendiri , pemaksaan , meminta maupun pertukaran.

c. Pertukaran merupakan tindakan memperoleh barang yang dibutuhkan atau dikehendaki seseorang dengan menawarkan suatu imbalan. Pertukaran baru akan terjadi apabila kedua belah pihak dapat menyetujui syarat pertukaran dan masing-masing mendapatkan keuntungan dari pertukaran tersebut.

d. Pasar

Pasar terdiri dari semua pelanggan yang potensial memiliki kebutuhan yang sama dan bersedia dan mampu melaksanakan pertukaran untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Pemasaran sosial merupakan strategi yang bertujuan merubah pola pengetahuan, sikap, perilaku, dan nilai-nilai yang ada dalam masyarakat dengan pendekatan penerapan yang sama dengan pemasaran bisnis (*commercial marketing*) (Hidayat Asri.2013).

Contoh :

- Kekurangan gizi atau malnutrisi
- Busung lapar atau marasmus
- Program Keluarga Berencana/KB

Pemasaran sosial adalah penerapan teknik pemasaran niaga untuk mencapai suatu tujuan social yang bermanfaat (HIV/AIDS Prevention Project (HAPP), 1999). Tujuan sosial itu bisa meliputi kampanye keluarga berencana, penurunan pemakaian rokok, pemakaian sabuk pengaman, pencegahan HIV/AIDS, dan sebagainya.

Teknik pemasaran sosial ini jika diaplikasikan dengan baik, maka profesi bidan akan menjadi peluang wirausaha yang menjanjikan. Seorang wirausaha sosial juga harus mengabdikan kemampuannya ini untuk memperkenalkan solusi baru pada masalah-masalah sosial. Individu-individu unik yang ditemui di segala

lingkup budaya ini, adalah mereka yang dapat melihat jauh ke depan langkah apa yang harus diambil dalam bidangnya : baik itu lingkungan, pendidikan, pengembangan masyarakat, kesehatan, atau bidang-bidang lain yang berhubungan dengan kebutuhan manusia. Mereka ini tanpa berhenti mengejar visi mereka hingga menjadi kenyataan baru dalam masyarakat tempat mereka tinggal dan juga di wilayah yang lebih luas (Hidayat Asri.2013).

Seorang wirausaha harus mempunyai kualifikasi sebagai berikut (Hidayat Asri.2013) :

1. Ide baru yaitu apakah orang tersebut betul-betul memiliki ide baru untuk menyelesaikan kebutuhan sosial. Sebagai contoh pembangunan klinik baru. Apakah klinik tersebut mempunyai visi dari sebuah pola baru dari pelayanan kesehatan yang menjanjikan perubahan pada klinik di seluruh wilayah sebuah Negara atau di daerah yang lebih luas lagi.
2. Kreatif, Seorang wirausaha sosial yang sukses haruslah kreatif dalam menentukan tujuan dan dalam memecahkan masalah-masalah yang tidak terelakkan muncul saat ia mengejar visinya tersebut. Mereka harus menggunakan daya kreativitasnya dari hari ke hari, dari tahun ke tahun, agar mencapai sukses. Untuk mengevaluasi apakah seseorang memiliki daya kreativitas esensial tersebut atau tidak.
3. Kemampuan berwirausaha, wirausaha sosial bersifat praktis dan pragmatis: mereka mengetahui bagaimana mengatasi rintangan, dan mereka dikendalikan oleh ide dan niat mereka untuk membuat ide tersebut menjadi kenyataan.
4. Dampak sosial, Seorang wirausahawan haruslah beride baru, praktis, dan cukup berguna, sehingga akan digunakan oleh orang lain begitu ide tersebut diaplikasikan. Sebagai contoh sebuah klinik kesehatan di pedesaan, harus berpotensi secara fundamental mempengaruhi sistem pelayanan kesehatan di pedesaan. Oleh

karena itu konsep wirausaha sosial tidak hanya memerlukan orang yang luar biasa untuk mengembangkan sebuah ide tetapi juga memiliki kekuatan, ide praktis yang akan layak berkembang dengan benar.

5. Karakter etis, adalah seseorang yang dapat menjalankan fungsi-fungsi layanan publik. Atau orang yang dapat dipercaya dan menjaga kehormatannya. Mereka harus kenal perubahan structural yang besar dalam masyarakat atau individu yang memiliki penilaian yang tepat akan sesuatu hal dan berkarakter dapat dipercaya untuk menuntun proses perubahan dalam arah yang positif.

## 2. Proses Pemasaran

Proses pemasaran terdiri dari analisis peluang pasar, meneliti dan memilih pasar sasaran, merancang strategi pemasaran, merancang program pemasaran, dan mengorganisasikan, melaksanakan serta mengawasi usaha pemasaran (Kusumawati Sixtia.2014).

Proses pemasaran dapat dijelaskan lebih rinci dalam langkah-langkah sebagai berikut (Kusumawati Sixtia.2014) :

- a. Langkah ke-1 adalah analisis yaitu dengan membuat inventarisasi kelompok sasaran dan mencari institusi-institusi/stakeholder yang dapat membantu dan bekerjasama.
- b. Langkah ke-2 yaitu melakukan riset untuk mengetahui tanggapan masyarakat terutama kelompok sasaran terhadap produk dan jasa pelayanan yang akan diberikan.
- c. Langkah ke-3 adalah menyusun strategi pemasaran. Strategi yang digunakan disini merupakan serangkaian tindakan terpadu menuju keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran adalah :

- a. Faktor mikro, yaitu perantara pemasaran, pemasok, pesaing dan masyarakat.

- b. Faktor makro, yaitu demografi atau ekonomi, politik atau hukum, teknologi atau fisik dan sosial atau budaya.
- d. Langkah ke-4 adalah monitoring dan evaluasi. Kegiatan monitoring adalah proses untuk menemukan kekurangan atau kesalahan pada strategi yang telah ditetapkan. Evaluasi merupakan kegiatan untuk mengetahui apakah tujuan dari strategi pemasaran telah tercapai atau belum.
- e. Langkah ke-5 adalah pelaksanaan proses pemasaran. Kegiatan ini menggunakan media yang telah dipersiapkan untuk menunjang program melalui pesan-pesan sehingga akan mudah diingat oleh masyarakat luas ataupun khususnya bagi konsumen.

### 3. Tujuan Pemasaran Sosial

Mengenal dan memahami pelanggan sedemikian rupa sehingga produk cocok dengannya dan dapat terjual dengan sendirinya (Kusumawati Sixtia.2014).

Pemasaran sosial mempunyai tujuan sebagai berikut (Kusumawati Sixtia.2014):

- a. Memberikan pelayanan yang bermutu yang dibutuhkan masyarakat.
- b. Memberikan pelayanan sesuai dengan standar praktik, keterampilan yang mantap (dalam memberikan pelayanan kepada klien).

Tujuan pemasaran sosial :

- a. Menurunkan sensitivitas klien pada tarif.
- b. Rekomendasi (pemasaran) gratis dari mulut ke mulut.
- c. Menghemat biaya pemasaran.
- d. Penurunan biaya melayani klien yang sudah mengenal baik system pelayanan.
- e. Peningkatan pendapatan (pembelian silang antara jasa dan produk, peningkatan frekuensi pembelian)

Manfaat pemasaran sosial adalah meningkatkan kepuasan kelompok sasaran, meningkatkan daya tarik program berbagai kemungkinan sumber

daya baru, dan meningkatkan efektivitas dan efisiensi program.

#### 4. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan serangkaian tindakan terpadu menuju keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Kusumawati Sixtia.2014).

Strategi pemasaran dapat dibedakan dari dua sudut pandang yaitu dari penjual dan pembeli. Strategi dan kiat pemasaran dari sudut pandang penjual dapat disingkat dalam (4P), yaitu (Kusumawati Sixtia.2014):

- a. Tempat yang strategi (*place*).
- b. Produk yang bermutu (*product*).
- c. Harga yang kompetitif (*price*).
- d. Promosi yang gencar (*promotion*).

Sedang dari sudut pandang pembeli/customer, yaitu (4C) :

- a. Kebutuhan dan keinginan pelanggan (*customer needs and wants*)
- b. Biaya pembeli (*cost to the customer*)
- c. Kenyamanan (*convenience*)
- d. Komunikasi (*communication*)

Pemasaran dilaksanakan berdasarkan lima komponen yang terkenal dengan istilah 4P 1C, yaitu :

1. *Product* adalah produk atau pelayanan yang disediakan, didefinisikan sebagai objek fisik, pelayanan organisasi, dan ide. Produk juga dapat diartikan sebagai paket keseluruhan berupa barang dan jasa yang menjadi focus transaksi antara pemasar dan target pasar.
2. *Price* adalah harga yang ditetapkan yang berhubungan dengan penjualannya. Dalam pemasaran sosial, harga dapat dihitung dari respons perilaku yang diharapkan, harga psikologis, harga social, dan harga yang dibutuhkan karena waktu dan usaha yang dilakukan.
3. *Place* adalah tempat jasa ditawarkan atau tempat untuk mendistribusikan produk.

4. *Promotion* adalah alat utama untuk melakukan komunikasi persuasif dalam member kesadaran konsumen tentang kebutuhannya. Promosi dapat melibatkan iklan, keluarga, kelompok masyarakat, atau lembaga.
5. *Consumer* adalah pembeli produk atau penerima jasa dapat berupa individu, keluarga, kelompok masyarakat, atau lembaga.

Selain 4P, Adrian Payne menambahkan perlunya orang (*people*), yaitu elemen esensial yang penting dalam produksi dan penyelenggaraan pelayanan yang dapat menjadi nilai tambah dan lebih kompetitif, dan proses yaitu prosedur, mekanisme rutin ketika pelayanan diselenggarakan bagi pelanggan.

Suksesnya program pemasaran terutama bergantung pada derajat perpaduan antara lingkungan eksternal dan kemampuan internal organisasi. Dengan demikian, pemasaran sebagai suatu proses memadukan dan khususnya penting dalam konteks pelayanan.

Tujuan akhir dan konsep, kiat dan strategi pemasaran adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (*total customer satisfaction*). Kepuasan pelanggan sepenuhnya bukan berarti sepenuhnya bukan berarti memberikan kepada apa yang menurut kita inginkan dari mereka, tetapi apa yang sesungguhnya mereka inginkan serta kapan dan bagaimana mereka inginkan. Atau secara singkat adalah pemenuhan kebutuhan pelanggan.

Ada hubungan erat antara mutu suatu produk dengan kepuasan pelanggan serta keuntungan industry. Mutu yang lebih tinggi menghasilkan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi, sekaligus mendukung harga yang lebih tinggi dan sering juga biaya lebih rendah. Eksekutif puncak masa kini melihat tugas meningkatkan dan mengendalikan mutu produk sebagai prioritas utama, sehingga setiap industry tidak punya pilihan lain kecuali menjalankan manajemen mutu total (*Total Quality Management*) (Kusumawati Sixtia.2014).

## **5. Langkah-langkah Pemasaran Jasa Kebidanan (Kusumawati**

**Sixtia.2014)**

1. Memahami konsumen serta kebutuhan dan keinginannya
  - a. Mengumpulkan informasi
    - 1) Jumlah populasi keseluruhan
    - 2) Jumlah perempuan belum nikah
    - 3) Jumlah perempuan nikah
    - 4) Jumlah bayi dan balita
    - 5) Kondisi ekonomi
    - 6) Kebiasaan mempergunakan pelayanan kesehatan, khususnya kesehatan reproduksi
  - b. Analisa atau menyimpulkan informasi  
Menentukan prioritas target konsumen yang dituju
    - 1) Prioritas 1 : target konsumen utama
    - 2) Prioritas 2 : target konsumen utama
  - c. Menentukan desain pelayanan
    - 1) Menerjemahkan kebutuhan target konsumen utama dan pendukung jenis pelayanan apa yang ditawarkan, buat secara rinci
    - 2) Mengidentifikasi kebutuhan sumber utama
    - 3) Persiapan oprasional pelayanan termasuk pemilihan lokasi
  - d. Mempromosikan jasa  
Jasa yang sudah didesain, dipromosikan dengan menggunakan media.
    - 1) Media promosi sederhana dan praktis
    - 2) Peran *word of mouth* sebagai sarana promosi
  - e. Menetapkan tarif pelayanan  
Tarif pelayanan/harga secara sederhana dapat diartikan sebagai sejumlah uang yang ditagihkan terhadap suatu produk/jasa. Jumlah tersebut merupakan nilai yang diperlukan konsumen untuk manfaat karena memiliki barang/menikmati, menggunakan jasa pelayanan yang diberikan. Harga merupakan satu-satunya elemen produk

yang menghasilkan pendapatan. Elemen lain mewakili biaya.

f. Membangun masyarakat kemitraan dan kepercayaan konsumen dan masyarakat.

Mitra pelayanan adalah semua pihak baik institut/lembaga formal dan non formal maupun perorangan/individu yang ada dalam masyarakat yang memiliki potensi dan kemampuan untuk mendukung bidan dalam memberikan pelayanan kesehatan kepada konsumen dan masyarakat, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Mitra pelayanan tersebut meliputi :

- 1) Institusi/lembaga pelayanan kesehatan : Puskesmas, Rumah Sakit, Klinik Dokter dan lain-lain.
- 2) Muspida : Camat, Lurah, PKK, dan lain-lain.
- 3) Institusi atau lembaga keuangan : Koperasi, Bank, Perusahaan pemasok, dan lain-lain.
- 4) Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM).
- 5) Institusi keagamaan dan institusi Pendidikan.

g. Membina hubungan dan mendayaguna potensi pelayanan

Mitra pelayanan bisa sangat berperan penting untuk mendukung keberhasilan bidan dalam memberikan pelayanan kebidanan mandiri. Bidan dapat memanfaatkan potensi mitra pelayanan kebidanan yang diberikan bidan.

h. Membangun kepercayaan konsumen dan masyarakat

Titik awal keberhasilan pelayanan kebidanan sangat ditentukan oleh besarnya kepercayaan yang diberikan konsumen dan masyarakat terhadap individu bidan sebagai penyedia jasa. Kepercayaan konsumen terbangun melalui proses pembentukan persepsi konsumen yang memakan waktu panjang.

i. Manajemen pelayanan yang berfokus pada pelanggan

Inti dari manajemen pelayanan kebidanan adalah mendayagunakan input yang telah terstandar (Kajian Mandiri Bidan Delima) melalui

alur dan kiat manajemen operasional (yang menunjang asuhan) dan manajemen asuhan kebidanan. Manajemen yang handal (terstandar) akan menghasilkan kesejahteraan ibu, bayi dan kepuasan pelanggan serta kepuasan bidan sebagai pemberi pelayanan.

## **6. Karakteristik Pemasaran Jasa Kebidanan**

Pelayanan atau asuhan kebidanan termasuk dalam pelayanan kesehatan. Pelayanan kesehatan memiliki karakteristik yang spesifik karena berhadapan langsung dengan individu (Kusumawati Sixtia.2014).

Karakteristik pemasaran jasa dalam pelayanan kesehatan antara lain (Kusumawati Sixtia.2014) :

- a. Besifat sukarela.  
Tidak memaksa klien untuk menggunakan layanan yang ditawarkan. Klien bebas menentukan pilihan pelayanan.
- b. Kontak secara personal.  
Dalam pelayanan kesehatan, tenaga kesehatan harus melakukan kontak langsung secara personal dengan klien melalui pendekatan sosial budaya.
- c. Berpacu dengan waktu.  
Pelayanan kesehatan harus diberikan dengan segera dengan mempertimbangkan keadaan klien.
- d. Sensitif (terutama kesehatan reproduksi).  
Kesehatan reproduksi merupakan hal yang sangat pribadi dan sensitif sehingga seringkali klien enggan berkunjung ke pelayanan kesehatan dan membicarakan masalah tersebut. Sikap yang menghormati privasi klien dan tidak menghakimi dari seorang bidan akan membuat klien bersikap positif terhadap layanan kesehatan yang kita berikan.

## **7. Pemasaran Jasa dalam Pelayanan Kebidanan**

Pemasaran jasa dalam pelayanan kebidanan memiliki empat komponen

utama, yaitu (Kusumawati Sixtia.2014) :

1. *Klien/pelanggan*

Klien atau pelanggan merupakan konsumen dari pelayanan kesehatan yang memiliki kedudukan sangat penting. Tipe pelanggan terdiri dari pelanggan perantara, pelanggan konsumen, pelanggan interna, dan pelanggan prospek.

2. *Kompetisi*

Melalui keberadaan profesi lain akan tercipta iklim kompetisi yang apabila dikelola dengan baik maka akan memotivasi badan untuk mengevaluasi dan mengembangkan diri.

3. *Jaringan*

Jaringan diperlukan untuk memperluas cakupan pemasaran pelayanan kesehatan yang akan membantu kelancaran kegiatan pemasaran. Jaringan tersebut dapat berbentuk klinik, pelayanan di rumah, rujukan, dan perusahaan atau asuransi.

4. *Klinik*

Dalam mengelola klinik diperlukan beberapa pertimbangan yang mencakup kekuatan merek, proses pelayanan, keunggulan kompetitif, dan tarif pelayanan.

Proses pemasaran pelayanan terbagi menjadi 3 kelompok (Kusumawati Sixtia.2014):

1. *Internal*

Melalui promosi internal, penawaran kemudahan, dan *role model*.

2. *Interaktif*

Melalui rujukan, interaksi individual, dan komunikasi verbal.

3. *Eksternal*

Melalui iklan di media massa, materi promosi, dan program khusus.

Setiap usaha pada dasarnya menawarkan produk tertentu kepada masyarakat sebagai target konsumennya. Konsep pemasaran modern terdiri dari 3 tingkat, yaitu (Kusumawati Sixtia.2014) :

1. Mengetahui keinginan calon pembeli.

2. Melakukan kegiatan pemasaran terpadu.
3. Memperoleh laba dan konsumen puas.

## **8. Produk Pelayanan Kebidanan**

Produk utama yang ditawarkan dalam profesi bidan adalah jasa pelayanan kesehatan khususnya bagi perempuan dan anaknya (bayi yang baru lahir). Dalam member jasa pelayanan diperlukan produk pendukung berupa barang, obat-obatan, alat kesehatan, perlengkapan persalinan dan sebagainya, sehingga dapat disimpulkan bahwa produk yang ditawarkan merupakan kombinasi barang dan jasa, dengan jasa sebagai produk utama dan barang sebagai produk pendukung.

Keberhasilan bidan dalam mengelola usahanya sangat ditentukan oleh kemampuan “maramu” dan mengelolah kedua jenis produk tersebut secara efektif. Ragam pelayanan bervariasi sejalan dengan perkembangan kebutuhan perempuan dan anaknya (Kusumawati Sixtia.2014).

## **9. Pelayanan Kebidanan**

Ruang lingkup pelayanan kebidanan sangat erat hubungannya dengan wewenang profesi bidan (Kepmenkes RI No.900/SK/VII/2002), mencakup (Soepardan, Suryani. 2018):

1. Pelayanan kebidanan
2. Pelayanan keluarga berencana
3. Pelayanan kesehatan masyarakat

## **10. Desain jasa pelayanan BPS**

Desain jasa pelayanan yang akan ditawarkan perlu ditentukan karena beberapa pertimbangan untuk menentukan focus pada persiapan (Soepardan, Suryani. 2018):

1. Persiapan sumber daya

2. Meletakkan harapan konsumen secara tepat
3. Memudahkan mengembangkan jasa

## **11. Difusi inovasi dan Pemasaran Sosial**

Proses penyebaran informasi atau material baru dan satu sumber kepada para penerima yang ada dalam suatu sistem social, dalam konsep sosiologi-antropologi, disebut dengan difusi inovasi. Difusi inovasi merupakan model penyebaran gagasan atau material (teknologi) yang diperkenalkan oleh Everet M. Rogers. Rogers menyetengahkan cara penyebaran inovasi (misalnya, gagasan baru, pendekatan baru, dan strategi baru) melalui saluran tertentu (umumnya sistem sosial tradisional-modern), dalam suatu tertentu kepada sejumlah anggota masyarakat atau komunitas dalam suatu sistem social.

Asumsi dari suatu inovasi adalah ada jenis-jenis gagasan tertentu yang perlu diadopsikan kepada anggota-anggota dari suatu sistem social karena mereka sangat membutuhkan informasi tersebut dari para pemuka pendapat dalam sistem social. Sedangkan karakteristik sukses inovasi terjadi kalau para anggota sistem social itu menerima inovasi tersebut (Soepardan, Suryani. 2018).

Schinke dan Orlandi (1991) mengemukakan bahwa inovasi itu selalu menghasilkan suatu perubahan melalui 5 tahap (Soepardan, Suryani. 2018) :

### a. Mobilisasi

Aktivitas dari pemrakarsa inovasi untuk menggerakkan seluruh unsure yang berkepentingan dalam proses komunikasi kesehatan. Misalnya, aktivitas untuk menggerakkan para komunikator kesehatan (penyuluh, pelatih, guru, mentor, dan lain-lain), merancang informasi, memilih media, mempersiapkan audiens atau kelompok sasaran agar komunikasi menjadi efektif dan efisien.

### b. Adopsi

Aktivitas dari pemrakarsa inovasi untuk merancang informasi,

kemudian dikirimkan melalui pilihan media tertentu, lalu mengupayakan metode dan strategi penyampaian dan aktivitas reaksi atau respons dari audiens terhadap informasi dalam bentuk menjadikan informasi itu sebagai sumber untuk mengubah keadaan audiens.

c. Implementasi

Aktivitas bersama antara inovasi dengan audiens untuk menerapkan gagasan, informasi, teknologi baru ditengah-tengah audiens.

d. Pemeliharaan

Aktivitas bersama antara inovasi dengan audiens untuk memelihara kelangsungan penerimaan dan pelaksanaan gagasan, informasi dan teknologi yang telah diterima (*adopsi*).berkesinambungan.

e. Evolusi

Aktivitas bersama antara inovator dan audiens untuk mengimplementasikan dan memelihara seluruh inovasi baru agar inovasi itu tetap berkesinambungan.

## 12. Peran Pemasaran dalam Pelayanan Kebidanan

Peran pemasaran dalam pelayanan kebidanan adalah untuk (Soepardan, Suryani. 2018) :

1. Menciptakan diferensiasi

Agar dapat bersaing dengan profesi lain, bidan dituntut mampu memberikan pelayanan kesehatan yang beragam (tanpa menyimpang dari kewenangan yang diberikan). Diversifikasi jenis layanan yang disertai dengan peningkatan kemampuan akan memperluas cakupan klien.

2. Manajemen kualitas pelayanan

Melalui proses pemasaran, bidan akan mampu mengevaluasi diri

mengenai kelebihan dan kekurangan layanan kesehatan yang ia tawarkan kepada klien sehingga ia dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan.

### 3. Meningkatkan produktivitas

Tenaga kesehatan dituntut untuk memperluas wawasan keilmuannya serta keterampilan teknisnya sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada klien.

### Pemasaran Sosial dan Publikasi Kesehatan

Komunikasi kesehatan dapat dilakukan melalui beragam kegiatan : kampanye, propaganda, iklan, anjang sana, dan lain-lain. Setiap kegiatan semacam itu merupakan strategi yang dipilih sedemikian rupa sehingga dapat memuaskan audiens karena audiens merasa kebutuhan mereka atas informasi telah terpenuhi. Kebanyakan publikasi kesehatan dilaksanakan melalui difusi-inovasi. Pilihan ini sebenarnya merupakan pilihan model atau strategi yang dipinjam dari teori belajar sosial ((*social learning*)-Albert Bandura) dan pemasaran sosial (*social marketing*-Philip Kotler).

Contoh, kita ingin mempromosikan gagasan tentang pencegahan merokok dan pencegahan minum jamu. Untuk itu kita harus terlibat dalam proses komunikasi yang menghubungkan kita dengan audiens yang ada dalam sistem sosial. Hal ini karena para perokok dan peminum jamu ada dalam sistem tersebut, atau mereka “bukan” dalam sistem kita. Dari para perokok dan peminum jamu itulah kita akan mengetahui nilai apa yang menjadi rujukan mereka, norma apa yang mereka ikuti, dan siapa yang mereka ikuti sebagai orang yang berpengaruh. Dari sinilah kita akan merumuskan informasi kesehatan untuk menyentuh mereka, mengadakan perubahan atas pikiran dan pandangan mereka, dan merubah sikap mereka untuk tidak merokok atau minum jamu. Itulah target kampanye kita, target agar audiens sasaran tidak minum jamu.

Kadang-kadang kita harus berfikir bahwa kita tidak bisa mempengaruhi audiens hanya dengan menggunakan satu cara saja karena

hasilnya akan sangat terbatas. Oleh karena itu, kita harus mengadakan penelitian awal untuk memilih salah satu dari banyak cara mempengaruhi audiens. William Mc Guire (1991) menyusun beberapa tahap yang harus dilakukan audiens ketika mereka menerima pesan (dan ini perlu diperhatikan ketika kita menyebarluaskan pesan kepada mereka) (Soepardan, Suryani. 2018).

Ada beberapa masalah yang sering ada pada audiens, antara lain (Soepardan, Suryani. 2018):

- a. Berhadapan dengan pesan yang menerpa mereka.
- b. Memperhatikan pesan.
- c. Berminat terhadap pesan yang relevan dengan kehidupan mereka sehari-hari.
- d. Memahami pesan.
- e. Menerima pesan demi pembentukan perilaku dia.
- f. Menerima perubahan.
- g. Mengingat pesan dan meneruskan pesan itu kepada orang yang setuju dengan dia.
- h. Berfikir lebih sebagai pendamping bagi perubahan audien.maju.
- i. Membuat keputusan sebagai reaksi atas pesan yang audiens terima.
- j. Memutuskan perilaku tertentu.
- k. Menerima pesan sebagai sesuatu yang positif mendukung perilaku audiens yang sudah ada

### **Pemasaran Sosial dan Advokasi Media**

Perkembangan pemasaran kini hampir tidak mungkin tanpa menggunakan media, karena itu peranan media hamper tidak mungkin diabaikan begitu saja yang disebut sebagai **jasa advokasi media**. Advokasi media meliputi kesepahaman dan kerjasama dengan media untuk membangkitkan perhatian public terhadap isu atau perilaku yang akan diadopsikan. Kita akan meminta bantuan media untuk menggambarkan segala sesuatu mengenai produk yang mau diadopsikan itu secara rinci, misalnya, jenis produk itu, apa keuntungan dan kerugian,

bagaimana cara mendapatkan produk itu, dan lain-lain. Pada tahap inilah pemasaran sosial berfungsi mempengaruhi perilaku audiens, dan advokasi media sangat bermanfaat mengirimkan informasi secara berulang kali sebagai pendamping bagi perubahan audiens (Soepardan, Suryani. 2018).

### **Proses Kerja Pemasaran Sosial**

Pemasaran sosial merupakan konsep yang dipinjam dari pemasaran komersial yang sering digunakan untuk menjual produk atau gagasan demi memenuhi kebutuhan publik. Kunci sukses pemasaran sosial misalnya metode kampanye, terletak pada pelajaran tentang apa yang harus dikerjakan bersama “dengan” populasi sasaran, berarti pula tidak sekedar pelajaran tentang apa yang harus dikerjakan kepada populasi sasaran. Kata “dengan” menunjukkan bahwa ada kecenderungan populasi sasaran lebih suka pada perubahan yang dirancang bersama-sama dengan mereka (Hidayat, Asri. 2016).

### **Pemasaran Sosial dan Penyuluhan Kesehatan**

Penyuluhan kesehatan merupakan keterlibatan seseorang untuk melakukan komunikasi informasi tentang kesehatan secara sadar dengan tujuan membantu sesamanya memberikan pendapat sehingga bisa membuat keputusan yang benar (Van dan Ban dan Hawkins, 1999). Kita dapat memanfaatkan metode dan teknik penyuluhan dalam menyebarkan informasi mengenai kesehatan agar kelompok sasaran dapat memutuskan sikap mereka pendapat, perasaan, perilaku tindakan tertentu).

Umumnya, para peminat penyuluhan (pakar dan praktisi penyuluhan) selalu menerapkan prinsip-prinsip penyuluhan melalui difusi-inovasi dengan membagi kategori audiens yang menjadi para penyuluhan sebagai berikut (Hidayat, Asri. 2016) :

- a. *Innovators* atau kira-kira 2,5% dari penduduk
- b. Orang yang cenderung mendapatkan pelayanan kesehatan yang terbaru dapat diketahui sebagai “*early adopters*” yang jumlahnya kira-kira 13,5% dari pasar. Mereka adalah konsumen baru yang ingin memiliki

inovasi pada tingkat rendah terhadap pelayanan kesehatan baru dengan nilai yang tinggi.

- c. “*Early majority*” dan “*late majority*” jumlahnya adalah pasar potensial kira-kira 64% dari semua, dan banyak orang ada dalam kategori ini.
- d. “*Aggard*” adalah orang yang baru tertarik dengan pelayanan kesehatan yang baru, jumlahnya kira-kira 20%.

### C. RANGKUMAN

Pemasaran merupakan suatu kegiatan atau proses tukar menukar yang dapat memberikan nilai baik bagi konsumen maupun produsen sehingga dapat tercipta serangkaian kegiatan dari perencanaan, pelaksanaan, evaluasi serta pemantauan. Karakteristik pemasaran Besifat sukarela, Kontak secara personal, Berpacu dengan waktu, Sensitif (terutama kesehatan reproduksi).

Tujuan pemasaran asuhan kebidanan

1. Memberikan pelayanan yang bermutu yang dibutuhkan masyarakat.
2. Memberikan pelayanan sesuai dengan standart praktik, keterampilan yang mantap ( dalam memberikan pelayanan kepada klien ).
3. Manurunkan sensitivitas klien pada tarif.
4. Rekomendasi ( pemasaran ) gratis dari mulut ke mulut.
5. Menghemat biaya pemasaran.
6. Penurunan biaya melayani klien yang sudah mengenal baik sistem pelayanan.
7. Peningkatan pendapatan ( pembelian silang antara jasa dan produk )

Peran pemasaran dalam pelayanan kebidanan adalah untuk :

1. Menciptakan diferensiasi
2. Agar dapat bersaing dengan profesi lain, bidan dituntut mampu memberikan pelayanan kesehatan yang beragam (tanpa menyimpang dari kewenangan yang diberikan). Diversifikasi jenis layanan yang disertai dengan peningkatan kemampuan akan memperluas cakupan klien.
3. Manajemen kualitas pelayanan

#### D. LATIHAN

1. Suatu rancangan dan implementasi program yang bertujuan untuk memperkenalkan atau mempromosikan suatu gagasan sosial atau suatu kasus kepada masyarakat, disebut?
  - a. Jasa Pelayanan
  - b. Tugas Tanggungjawab.
  - c. Pemasaran Sosial.
  - d. Semua Benar
  - e. Semua salah.
2. Pengertian pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang bertujuan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan, baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial, menurut?
  - a. Stanton (1997)
  - b. Kotler (2000)
  - c. Teguh Budiarto (1993)
  - d. Kotler dan Roberto
  - e. Trioso Purnawarman (2001).
3. Strategi yang bertujuan merubah pola pengetahuan, sikap, perilaku, dan nilai-nilai yang ada dalam masyarakat dengan pendekatan penerapan yang sama dengan pemasaran bisnis (*commercial marketing*)?
  - a. Jasa Pelayanan
  - b. Tugas Tanggungjawab.
  - c. Pemasaran Sosial.
  - d. Semua Benar
  - e. Semua salah.
4. Seorang wirausaha harus mempunyai kualifikasi sebagai berikut :
  - a. Ide baru yaitu apakah orang tersebut betul-betul memiliki ide baru untuk menyelesaikan kebutuhan sosial. Sebagai contoh pembangunan

klinik baru. Apakah klinik tersebut mempunyai visi dari sebuah pola baru dari pelayanan kesehatan yang menjanjikan perubahan pada klinik di seluruh wilayah sebuah Negara atau di daerah yang lebih luas lagi.

- b. Kreatif, Seorang wirausaha sosial yang sukses haruslah kreatif dalam menentukan tujuan dan dalam memecahkan masalah-masalah yang tidak terelakkan muncul saat ia mengejar visinya tersebut. Mereka harus menggunakan daya kreativitasnya dari hari ke hari, dari tahun ke tahun, agar mencapai sukses. Untuk mengevaluasi apakah seseorang memiliki daya kreativitas esensial tersebut atau tidak.
  - c. Kemampuan berwirausaha, wirausaha sosial bersifat praktis dan pragmatis: mereka mengetahui bagaimana mengatasi rintangan, dan mereka dikendalikan oleh ide dan niat mereka untuk membuat ide tersebut menjadi kenyataan.
  - d. Dampak sosial, Seorang wirausahawan haruslah beride baru, praktis, dan cukup berguna, sehingga akan digunakan oleh orang lain begitu ide tersebut diaplikasikan.
  - e. Semua benar
5. Tujuan pemasaran sosial ?
- a. Menurunkan sensitivitas klien pada tarif.
  - b. Rekomendasi (pemasaran) gratis dari mulut ke mulut.
  - c. Menghemat biaya pemasaran.
  - d. Penurunan biaya melayani klien yang sudah mengenal baik sistem pelayanan. Dengan stetoskop
  - e. Semua benar
6. Meningkatkan kepuasan kelompok sasaran, meningkatkan daya tarik program berbagai kemungkinan sumber daya baru, dan meningkatkan efektivitas dan efisiensi program, ialah?
- a. Manfaat pemasaran sosial
  - b. Tujuan pemasaran sosial
  - c. Tugas pemasaran sosial
  - d. Semua benar

- e. Semua salah
7. Strategi dan kiat pemasaran dari sudut pandang penjual dapat disingkat dalam (4P), yaitu :
- a. Tempat yang strategi (*place*).
  - b. Produk yang bermutu (*product*).
  - c. Harga yang kompetitif (*price*).
  - d. Promosi yang gencar (*promotion*)
  - e. Semua benar.
8. Karakteristik pemasaran jasa dalam pelayanan kesehatan antara lain :
- a. Bersifat sukarela
  - b. Kontak secara personal
  - c. Berpacu dengan waktu
  - d. Sensitif (terutama kesehatan reproduksi)
  - e. Semua benar
9. Melalui keberadaan profesi lain akan tercipta iklim kompetisi yang apabila dikelola dengan baik maka akan memotivasi bidan untuk mengevaluasi dan mengembangkan diri merupakan pemasaran jasa dalam pelayanan kebidanan yang komponen utama?
- a. komponen utama
  - b. *Kompetisi*
  - c. *Jaringan*
  - d. *Klinik*
  - e. Semua diatas salah
10. Untuk memperluas cakupan pemasaran pelayanan kesehatan yang akan membantu kelancaran kegiatan pemasaran. Jaringan tersebut dapat berbentuk klinik, pelayanan di rumah, rujukan, dan perusahaan atau asuransi, merupakan pemasaran jasa dalam pelayanan kebidanan yang komponen utama?
- a. komponen utama
  - b. *Kompetisi*
  - c. *Jaringan*

- d. Klinik
- e. Semua diatas salah

## **E. RUJUKAN**

Hidayat Asri.2013. *Catatan Kuliah: KONSEP KEBIDANAN*.

Yogyakarta:Mitra Cendekia Press Yogyakarta.

Kusumawati Sixtia.2014.*lingkup praktek kebidanan*(diakses melalui [www.blogspot.com](http://www.blogspot.com) pada tanggal 25 September 2013 pada pukul 11.30 WITA).

Soepardan, Suryani. 2018. *Konsep Kebidanan*. Jakarta: EGC.

Hidayat, Asri. 2016. *Catatan Kuliah Konsep Kebidanan*. Yogyakarta: Mitra Cendikia Press.

## **BAB IX MANAJEMEN USAHA**

### **A. Pendahuluan**

Pengertian Manajemen Keuangan mengalami perkembangan mulai dari pengertian manajemen yang hanya mengutamakan aktivitas memperoleh

dana saja sampai yang mengutamakan aktivitas memperoleh dan menggunakan dana serta pengelolaan terhadap aktivas. Khususnya penganalisisan sumber dana dan penggunaan-nya untuk merealisasikan keuntungan maksimum bagi perusahaan tersebut. Seorang manajemen keuangan harus memahami arus peredaran uang baik eksternal maupun internal. Namun, Manajemen keuangan juga berkepentingan dengan penentuan jumlah aktiva yang layak dari investasi pada berbagai aktiva dan pemilihan sumber-sumber dana untuk membelanjai aktiva tersebut. Untuk memperoleh dana, manajer keuangan bisa memperolehnya dari dalam maupun luar perusahaan. Sumber dari luar perusahaan berasal dari pasar modal, bisa berbentuk hutang atau modal sendiri. Seorang manajer keuangan dalam suatu perusahaan harus mengetahui bagaimana mengelola segala unsur dan segi keuangan, hal ini wajib dilakukan karena keuangan merupakan salah satu fungsi penting dalam mencapai tujuan perusahaan.

Capaian pembelajaran dalam bab ini adalah sbb:

1. Mahasiswa mampu menjelaskan tentang manajemen usaha

## **B. Manajemen Usaha**

### **1. Manajemen Keuangan Pribadi**

Salah satu syarat agar wirausaha dapat terus mengembangkan usahanya adalah mengelola keuangan pribadi. Mengelola keuangan pribadi berarti memahami pentingnya nilai uang dan pentingnya merencanakan masa depan. Seorang wirausaha harus menyadari bahwa uang adalah alat ekonomi yang bila dipergunakan untuk hal-hal produktif dan efektif, maka akan menciptakan kontribusi buat kekayaan pribadi. Tapi, bila uang digunakan tanpa memikirkan masa depan, maka kekurangan uang di masa depan akan menimbulkan krisis ekonomi di dalam kehidupan pribadi. Uang adalah alat yang terhubung secara nilai ekonomi dengan semua faktor-faktor kehidupan pencipta nilai tambah kehidupan dan ekonomi.

Perilaku boros dan penggunaan uang yang tidak efektif dan produktif, akan menciptakan krisis keuangan. Setiap pemborosan kecil secara perlahan-lahan, akan menciptakan akumulasi dalam bentuk pemborosan besar, dan pada akhirnya akan terjadi krisis keuangan dan akan membuat kehidupan sehari-hari menjadi sangat berat untuk dijalani.

Seorang wirausaha harus menyadari bahwa setiap orang memiliki kewajiban terhadap masa depan. Bila seseorang tidak memiliki uang, maka dirinya akan bergantung kepada orang lain, dan setiap orang yang hidupnya bergantung kepada orang lain, pastilah kemerdekaan dirinya akan hilang, sebab dia terikat dalam kekuatan ekonomi dan keuangan orang lain.

Seorang wirausaha wajib sadar bahwa uang dan kehidupan adalah sebuah realitas. Hubungan uang dengan kehidupan adalah sejak dilahirkan, dia telah masuk ke dalam sistem ekonomi, dan tidak ada hal yang gratis dalam kehidupan. Oleh karena itu, setiap orang harus bekerja keras dan memiliki tanggung jawab kepada diri sendiri, untuk dapat membiayai hidupnya dengan penuh penghematan dalam sikap penggunaan uang yang efektif dan produktif.

Membangun hubungan yang logis dari kecerdasan emosi untuk menghormati uang, akan membuat seorang wirausaha menjadi sadar bahwa uang dibutuhkan untuk diri sendiri dan orang lain. Seorang wirausaha harus menyadari bahwa uang dibutuhkan untuk menemukan impian dan cita-cita. Uang dibutuhkan untuk membuat perasaan nyaman dan aman dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Uang haruslah dihargai dan dihormati, tapi tidak membiarkan uang untuk mengendalikan dan memperbudak diri manusia. Wirausaha harus cerdas memimpin diri sendiri dan selalu mengendalikan uang, agar uang dapat digunakan dalam memenuhi kebutuhan hidup wirausaha seumur hidup.

***Investasikan waktu Anda secara aktif, dan uang Anda akan segera***

*pasif. Itulah rahasia investasi yang paling terjaga di dunia.  
Rahasia itu begitu sederhana., begitu jelas, dan sangat jarang  
diperhatikan (Michael LeBoeuf)*

## 2. Mengelola Keuangan Pribadi

Manajemen keuangan pribadi adalah seni dan ilmu mengelola sumber daya (money) dari unit individual / rumah tangga. Seorang wirausaha harus mampu memanfaatkan uang Wirausaha untuk kehidupan yang menyadarkan diri bahwa pola kehidupan yang sederhana dan tidak boros. Pemborosan akan mengurangi kemampuan untuk memberdayakan potensi Wirausaha dalam membantu peningkatan keuangan pribadi Wirausaha, dan juga akan menciptakan dampak negatif di dalam usahanya. Semakin seorang Wirausaha mampu memberdayakan potensi dirinya bersama sumber daya keuangan Wirausaha, maka semakin lancar dan kuat usahanya.

Mengelola keuangan pribadi tidaklah mudah diaplikasikan karena terdapat beberapa langkah sistematis yang harus diikuti. Namun dengan mengetahui manajemen keuangan pribadi, merupakan langkah awal untuk aplikasi yang tepat ketika mengelola uang pribadi. Manajemen keuangan pribadi menuntut adanya pola hidup yang memiliki prioritas. Prinsip kekuatan dari prioritas berpengaruh juga pada tingkat kedisiplinan seseorang ketika mengelola.

Prioritas akan mendorong wirausaha untuk membahas tentang kedisiplinan yang merupakan kesadaran diri untuk mematuhi aturan serta kemampuan diri untuk menyesuaikan dirinya dengan perubahan, maka secara eksplisit telah menyentuh kontrol diri (self control).

Senduk (2004), bahwa manajemen keuangan pribadi meliputi keputusan tentang:

1. Membeli dan memiliki sebanyak mungkin harta produktif.  
Caranya dengan tentukan harta produktif yang ingin dimiliki, tulis pos-pos harta produktif yang anda inginkan tersebut di kolom harta produktif, segera setelah mendapatkan gaji,

prioritaskan untuk memiliki pos-pos harta produktif sebelum membayar pengeluaran yang lain. kalau perlu, pelajari seluk-beluk masing-masing Harta produktif tersebut.

2. Atur pengeluaran anda. Caranya usahakan kalau perlu sedikit lebih keras pada diri untuk tidak mengalami defisit karena defisit adalah sumber semua masalah besar yang mungkin muncul di masa mendatang. Prioritaskan pembayaran cicilan utang, lalu premi asuransi, kemudian biaya hidup. Pelajari cara mengeluarkan uang secara bijak untuk setiap pos pengeluaran.
3. Hati-hati dengan utang. Caranya ketahui kapan sebaiknya berutang dan kapan tidak berutang. Kuasai tip yang diperlukan jika ingin mengambil utang atau membeli barang secara kredit. Kuasai tip yang diperlukan bila pada saat ini terlanjur memiliki utang.
4. Sisihkan untuk masa depan. Caranya ambil kertas dan tulis pos pengeluaran yang perlu dipersiapkan untuk masa yang akan datang. Untuk masing-masing pos pengeluaran, tulis alternatif yang akan ditempuh untuk dapat mempersiapkan dananya. Sisihkan gaji dan bonus-bonus mulai dari sekarang untuk mempersiapkannya.
5. Miliki proteksi. Caranya miliki asuransi, entah asuransi jiwa, asuransi kesehatan, atau asuransi kerugian. Miliki dana cadangan sebagai proteksi jangka pendek kalau kehilangan penghasilan dan tidak mendapatkan uang pesangon, atau kalau uang pesangon sangat kecil. Miliki sumber penghasilan lain di luar gaji secara terus- menerus, sebagai proteksi jangka panjang dari gaji yang sewaktu-waktu dapat saja terancam berhenti.

Atas dasar uraian tersebut, maka seorang wirausaha harus memahami apa yang dibutuhkan dan bagaimana mengelola keuangannya.

***Orang rata-rata melihat dari seberapa besar pendapatannya, lalu menekan pengeluarannya; sedangkan ORANG SUKSES melihat***

*dari sisi pengeluarannya, lalu meningkatkan pendapatannya.*

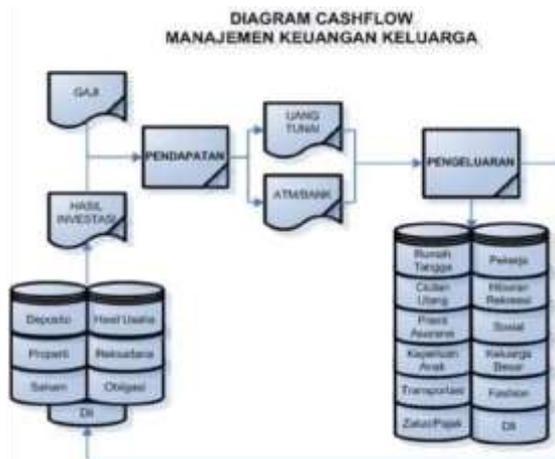
*– Robert T Kiyosaki –*

### *1. Menyusun Anggaran Keuangan Keluarga*

*Bagi seorang manusia, memiliki keluarga adalah sangat penting dalam hidup. Kebahagiaan keluarga akan membawa kebahagiaan bagi diri manusia. Bagi seorang wirausaha, apapun yang dilakukannya adalah bagian dari upaya untuk membahagiakan keluarga. Bagi seorang wirausaha yang sudah berkeluarga ataupun sedang berencana untuk segera berkeluarga maka pengaturan keuangan keluarga sangat penting dalam kehidupan berumah tangga.*

Seorang Wirausaha harus pintar dalam mengatur keuangan keluarga / mengatur keuangan rumah tangga Wirausaha, karena jika tidak pintar mengelola keuangan keluarga akan banyak permasalahan yang muncul. Masalah utama sebuah keluarga yang selalu ada biasanya seputar keuangan, yaitu karena kekurangan uang, kelebihan uang atau karena bingung bagaimana mengatur uang yang penghasilannya pas-pasan sedangkan kebutuhan selalu melebihi pemasukan. Masalah keuangan merupakan akar dari kebanyakan keretakan rumah tangga. Oleh sebab itu, sangat penting bagi wirausaha untuk tahu cara mengatur keuangan keluarga, sehingga dapat memaksimalkan pendapatan yang ada untuk kebutuhan hidup sehari-hari, maupun untuk masa depan.

Untuk menyelesaikan masalah tersebut, maka kata kuncinya adalah bagaimana mengatur keuangan keluarga dengan cerdas, cermat dan sebaik-baiknya. Mengatur keuangan keluarga berarti adalah menyusun anggaran untuk keluarga.



**Gambar 1. Diagram Cashflow Manajemen Keuangan Keluarga**

Mengatur anggaran rumah tangga adalah hal yang sulit apabila tidak berhati-hati untuk menggunakan anggaran rumah tangga tersebut. Karena apabila salah dalam mengaturnya, akan berdampak pada perekonomian keluarga di kemudian hari, bisa juga dalam jangka panjang di dalam kehidupan rumah tangga. Oleh karena itu, sebagai seorang wirausaha, diperlukan kemampuan untuk mengelola keuangan keluarga, khususnya anggaran. Anggaran diperlukan agar pengaturan arus kas keuangan keluarga dapat menjadi stabil dan dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga.

*Kebanyakan orang tidak bisa menyadari bahwa yang penting dalam hidup ini bukanlah berapa banyak uang yang bisa Anda hasilkan, tetapi berapa banyak uang yang bisa Anda simpan. –*

**Robert T. Kiyosaki**

#### 4. Manajemen Keuangan Usaha

Manajemen keuangan dalam berwirausaha tentu berbeda dari manajemen keuangan pribadi. Dalam situasi ini, seorang wirausahawan dituntut untuk lebih bijak dan disiplin mengelola keuangannya. Dan yang terpenting, harus mampu memisahkan keuangan usaha dengan keuangan pribadinya.

Manajemen keuangan merupakan manajemen terhadap fungsi-fungsi

keuangan. Fungsi-fungsi keuangan tersebut meliputi bagaimana memperoleh dana (raising of fund) dan bagaimana menggunakan dana tersebut (allocation of fund). Manajer keuangan berkepentingan dengan penentuan jumlah aktiva yang layak dari investasi pada berbagai aktiva dan memilih sumber-sumber dana untuk membelanjai aktiva tersebut.

Manajemen keuangan berhubungan dengan tiga aktivitas (fungsi) utama:

- a. Allocation of funds (aktivitas penggunaan dana) yaitu aktivitas untuk menginvestasikan dana pada berbagai aktiva.
- b. Raising of funds (aktivitas perolehan dana) yaitu aktivitas untuk mendapatkan sumber dana baik dari sumber internal perusahaan maupun sumber eksternal perusahaan, termasuk juga politik dividen.
- c. Manajemen assets (aktivitas pengelolaan aktiva) yaitu setelah dana diperoleh dan dialokasikan dalam bentuk aktiva-aktiva harus dikelola seefisien mungkin.

***Uang adalah satu bentuk kekuasaan, kekuatan. Tetapi apa yang lebih kuat adalah pendidikan finansial. Uang datang dan pergi, tetapi jika Anda mempunyai pendidikan tentang bagaimana uang bekerja, Anda memperoleh kekuasaan atasnya dan dapat mulai membangun kekayaan. - Robert T. Kiyosaki***

## 5. Manajemen Keuangan Usaha

### a. *Aktivitas Penggunaan Dana*

Aktivitas penggunaan dana adalah aktivitas menginvestasikan dana pada berbagai aktiva yang dikenal sebagai portofolio. Portofolio yang berarti adanya minimum dua barang atau lebih yang dipegang oleh investor atau dikelolanya. Tujuan melakukan portofolio adalah untuk mengurangi risiko bagi pihak yang memegang portofolio. Pengurangan risiko itu dilakukan dengan diversifikasi risiko.

Proses portofolio mempunyai empat tahap yaitu tahap tujuan investasi, tahap ekspektasi pasar, tahap membangun portofolio, dan tahap evaluasi kinerja:

- 1) Tahap penentuan tujuan investasi merupakan tahapan awal yang harus dikerjakan oleh semua pihak bila ingin melakukan pengelolaan *portofolio investasi*. Pada tahap ini, wirausaha harus memahami besarnya risiko yang ditolerir oleh wirausaha atas portofolio investasi yang dimilikinya. Biasanya, risiko yang ditolerir berkaitan erat dengan tingkat pengembalian yang diinginkan. Jika terjadi risiko yang tinggi maka tingkat pengembalian pun akan tinggi pula. Investasi bertujuan untuk memberikan kesempatan agar dana yang diinvestasikan berkembang ketika digunakan sebagai dana investasi pada waktu yang akan datang. Jika demikian halnya, untuk apa dana yang dimiliki sekarang? Bagaimana kalau nilai dana yang dipegang itu mengalami penurunan? Hal ini harus benar-benar diperhatikan oleh wirausaha. Variabel lain yang juga harus diperhatikan wirausaha dalam tahap ini yaitu periode investasi (time horizon). Periode investasi yang ditetapkan wirausaha menjadi patokan untuk menentukan *instrumen investasi* yang akan diinvestasikan. Bila wirausaha mempunyai periode investasi selama 5 tahun maka wirausaha bisa melakukan investasi ke instrumen investasi yang mempunyai periode 5 tahun seperti obligasi 5 tahun dan saham.
- 2) Tahap kedua yang dilakukan oleh wirausaha adalah mengumpulkan informasi mengenai seluruh instrumen investasi yang ada, dan bagaimana keinginan berbagai pihak terhadap seluruh pasar investasi. Informasi yang dibutuhkan yaitu **ekspektasi pasar** atas instrumen

investasi. Bila ekspektasi pasar tersebut terlalu rendah atau terlalu tinggi dan tidak sesuai dengan tujuan wirausaha maka wirausaha harus merevisi ulang tujuannya agar sesuai dengan keadaan pasar. Bila ekspektasi pasar tidak sesuai maka wirausaha akan menemukan siklus investasi yang tidak sesuai.

- 3) Tahap ketiga, merupakan tahap implementasi situasi pasar yang ada. Pada tahapan ini, wirausaha memilih, membeli dan menjual instrumen investasi yang sesuai dengan keinginan wirausaha. Ketika wirausaha melakukan riset mengenai keadaan pasar maka wirausaha sudah tahu aset finansial yang menjadi portofolio wirausaha.
- 4) Tahap keempat merupakan tahap akhir dari proses portofolio yaitu melakukan perhitungan atas portofolio yang dikelolanya. Selanjutnya, hasil pengelolaan portofolio dalam bentuk tingkat pengembalian (return) dibandingkan dengan tingkat pengembalian patokan (benchmark). Kepuasan wirausaha akan terjadi bila tingkat pengembalian portofolio lebih tinggi dari tingkat pengembalian patokan. Ini juga menunjukkan keahlian wirausaha terlihat baik dari segi alokasi aset, pemilihan instrumen, dan kemampuan market timing.

Keempat proses tahapan portofolio tersebut di atas saling berkaitan, karena hasil yang dicapai merupakan output dari tahapan sebelumnya.

*b. Aktivitas Perolehan Dana*

Untuk memulai suatu usaha, pada dasarnya sumber permodalan dapat dapat di peroleh melalui

- 1) Modal Sendiri. Sumber modal sendiri merupakan cara yang paling mudah. Sumber pembiayaan sendiri dapat

diperoleh dari tabungan, dana cadangan atau mempergunakan aset yang tidak produktif.

2) Pinjaman Bank. Apabila modal sendiri tidak cukup dapat memenuhi kebutuhan modal dengan meminjam dari bank.

Ada tiga jenis kredit perbankan, yaitu :

- Kredit Usaha yaitu kredit yang ditunjukkan untuk membiayai usaha yang produktif.
- Kredit Konsumsi yaitu : kredit yang digunakan untuk membeli sesuatu yang sifatnya konsumtif, misalnya membeli rumah atau kendaraan pribadi.
- Kredit Serbaguna yaitu : kredit yang bisa digunakan untuk tujuan konsumsi maupun usaha.

Salah satu tantangan bagi wirausaha adalah memilih antara menggunakan modal sendiri atau menggunakan dana pinjaman. Berikut aktivitas bagi mahasiswa agar dapat memahami perbedaan antara penggunaan modal sendiri dan pinjaman.

c. *Aktivitas Pengelolaan Dana*

Setelah merencanakan usaha dan memperoleh modal untuk usaha, maka selanjutnya adalah mengelola keuangan selama proses usaha berjalan. Berikut beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam tata kelola keuangan.

- Kita harus memisahkan antara uang pribadi dan uang perusahaan. Jangan pernah mencampurkan antara uang pribadi dan uang perusahaan.
- Kita harus memastikan sistem pencatatan yang rapih dan teratur sesuai dengan kaidah akuntansi. Setiap transaksi dicatat dalam jurnal harian, buku besar, laporan laba-rugi dan neraca.

- Melakukan manajemen kas. Melakukan manajemen kas diperlukan untuk mengoptimalkan aset, guna memastikan bahwa semua tagihan akan dapat dibayarkan dengan baik.
- Melakukan evaluasi setiap bulan terkait dengan keuangan, yaitu realisasi produksi dan penerimaan, realisasi biaya serta realisasi persediaan, jumlah utang-piutang dan kondisi kas.

Ada beberapa aspek yang harus diperhatikan dalam penggunaan biaya, antara lain.

1) *Biaya Awal*

Seluruh biaya yang dikeluarkan untuk pendanaan pembangunan atau pendirian usaha.

2) *Proyeksi Atau Rancangan Keuangan*

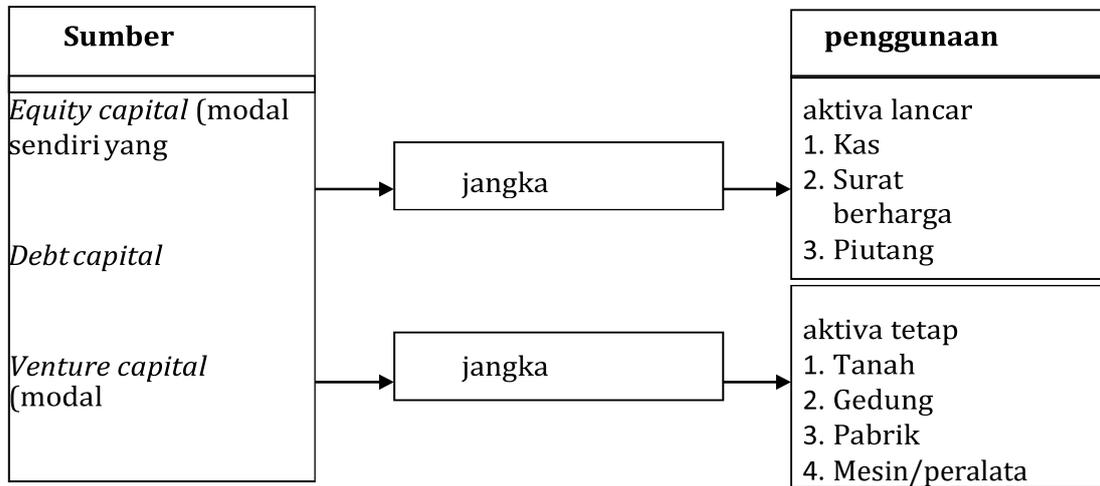
- Pembukaan neraca harian
- Proyeksi atau rancangan neraca pendapatan
- Proyeksi atau rancangan neraca aliran kas

3) *Kriteria Penilaian Investasi*

Penilaian diperlukan untuk mengetahui seberapa besar manfaat dari usaha yang akan dilaksanakan. Selain itu dalam pengelolaan usaha pada prinsipnya, dalam menjalankan usaha terdapat tiga jenis modal yang di butuhkan,yaitu modal investasi awal, modal kerja dan modal operasional.

- Modal Investasi Awal. Modal investasi awal adalah modal yang diperlukan di awal usaha, biasanya dipakai untuk jangka panjang.
- Modal Kerja. Modal kerja adalah modal yang harus kita keluarkan untuk membeli atau membuat barang dan jasa yang kita hasilkan.
- Modal Operasional. Modal operasional adalah modal yang

harus kita keluarkan untuk membayar biaya operasional bulan dari usaha kita



Gambar 2. Alur sumber dan penggunaan dana

### C. RANGKUMAN

Dalam sebuah perusahaan ada yang adanya memajemen keuangan perusahaan baik dalam skala kecil maupun dalam skala yang sangat besar karna dalam manajemen keuangan dalam perusahaan adanya:

1. fungsi manajemen perusahaan
2. aktivitas manjemen perusahaan
3. Peran, Tugas, dan Tanggung Jawab Manajer Keuangan
4. Penganggaran Modal

Jadi untuk mengelola sebuah perusahaan dalam skala besar tidaklah semudah yang dibayangkan karena diperlukanya tenaga ahli yang khusus dalam pengelolaan keuangan dalam sebuah perusahaan dari mulai fungsi yang berbeda-beda menurut tugasnya.

Dengan memahami dan melaksanakan manajemen keuangan pribadi, maka anda telah mengetahui tujuan tertinggi anda dan bagaimana mencapainya.

Pengelolaan keuangan pribadi membantu anda untuk menjalani aktivitas

anda secara terencana secara finansial. Jika anda mampu memastikan keuangan pribadi anda mendukung capaian cita-cita tertinggi anda, maka anda memastikan mimpi anda dalam genggaman tangan anda.

#### **D. LATIHAN**

1. Buatlah rancangan tentang anggaran keuangan keluarga dan usaha.
2. Buatlah rancangan Manajemen keuangan yang berhubungan dengan tiga aktivitas (fungsi) utama dalam manajemen keuangan kewirausahaan jika anda akan membuat suatu usaha.

#### **E. RUJUKAN**

Agus Sartono 2000, Ringkasan Teori Manajemen Keuangan;Soal dan Penyelesaiannya, Yogyakarta,BPFE.

Agnes Sawir ,Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan,Jakarta ,PT Gramedia Pustaka Utama.

Allen Lois A;Manajemen and Organization: McGraw-HillBook Company.Inc; New York;1958

[http://id.wikipedia.org/wiki/Manajemen\\_keuangan](http://id.wikipedia.org/wiki/Manajemen_keuangan)

**BAB X**  
**KECERDASAN YANG DIBUTUHKAN**  
**DALAM KEWIRAUSAHAAN**

**KECERDASAN YANG DIBUTUHKAN DALAM KEWIRAUSAHAAN**

**A. PENDAHULUAN**

Setiap kita dapat menjadi entrepreneur yang sukses dan mencapai kemapanan financial untuk meraih semua impian kita. Setiap kita diciptakan Tuhan untuk memiliki kehidupan terbaik, serta memberi manfaat bagi sesama dan dunia di sekitar kita. Impian dan cita-cita yang besar ditambah kreatifitas yang diwujudkan dengan keberanian untuk mencoba dan melakukan (*action*) langkah pertama merupakan awal kesuksesan seorang wirausahawan yang sejati (bukan hanya sebatas wirausahawan yang bergerak di bidang bisnis), akan tetapi setiap orang sukses di berbagai bidang kehidupan adalah mereka yang dapat menerapkan prinsip-prinsip kewirausahaan dalam hidup mereka.

Pelajaran dari para pemimpin bisnis terbaik. Unsur-unsur kecerdasan wirausaha (*Entrepreneurial Intelligence*) merupakan cirri-ciri yang dimiliki para pemimpin bisnis terbaik di Amerika Serikat, sebagaimana yang dikemukakan dua orang penulis, Thomas J.Neff dan James M.Citrin dalam buku mereka *Lessons from The Top*. Ciri-ciri tersebut antara lain *demonstrate visionary* dan *strategic skills* (kemampuan melihat visi masa depan); *ability to overcome challenges* (kemampuan menghadapi tantangan); *passion* (kecintaan pada apa yang ditekuni dan kepedulian kepada orang lain); *creativity and innovation*; *intelligence and clarity of thinking* (kecerdasan dan kejernihan berpikir); *great communication skills and excellent people skills* (kemampuan berkomunikasi dan berhubungan dengan orang lain); *high energy level* (memiliki stamina dan kebugaran fisik); *demonstrate consistent strength of character* (memiliki karakter yang kokoh); *humble* (rendah hati); *inner peace* (tenang dan selalu dalam kedamaian); *positive attitude* (sikap positif); dan *focus on 'Doing the Right*

*Things Right'* (keseimbangan antara kemampuan manjerial dan kepemimpinan).

Ciri-ciri atau karakteristik yang merupakan unsure-unsur kecerdasan kewirausahaan ternyata lebih banyak berbicara mengenai kemampuan manajemen diri dan keterampilan berhubungan dengan orang lain (komunikasi, relasi, dan kepemimpinan) dibandingkan dengan keterampilan mengelola bisnis semata yang selama ini diajarkan dalam pendidikan kewirausahaan. Jadi, kecerdasan kewirausahaan (*entrepreneur Intelegencia*) sebagian besar merupakan keterampilan manajemen diri (*intrapersonal*) dan kemampuan berinteraksi dengan orang lain (*interpersonal*).

Capaian pembelajaran dalam bab ini adalah :

1. Mahasiswa mampu memahami tentang mengembangkan berbagai kecerdasan yang dibutuhkan dalam kewirausahaan.

## **B. KECERDASAN YANG DIBUTUHKAN DALAM KEWIRAUSAHAAN**

Seorang wirausahawan yang memiliki kecerdasan optimal, akan memiliki peluang lebih besar untuk mencapai kesuksesan. Dalam hal ini dipengaruhi oleh adanya kecerdasan yang dimiliki oleh seorang wirausahawan tersebut, yaitu kecerdasan emosional dan kecerdasan intelektual. Keduanya memiliki perbedaan, antara kecerdasan emosional dan kecerdasan intelektual. Daniel Goleman mengungkapkan bahwa kecerdasan intelektual yang dimiliki oleh seseorang merupakan bakat turunan dan ciri bawaan seseorang sejak lahir yang tidak dapat diubah. Sedangkan kecerdasan emosional merupakan penghubung antara apa yang seseorang ketahui dengan apa yang seseorang ingin lakukan.

Emosi bisnis bagi seorang wirausahawan sangatlah penting, dalam hal ini emosi yang bersifat positif. Emosi dapat memacu seseorang untuk melakukan proses kreatifitas dan inovasi. Emosi yang utama dalam kesuksesan wirausaha adalah antusiasme. Bisnis tanpa disertai emosi, seolah tidak memiliki gairah dalam produk yang dihasilkannya. Hal tersebut

membuat individu tidak memiliki keberanian untuk melakukan kegiatan berwirausaha, apalagi bersaing dengan wirausahawan lain yang sama-sama menjual produk yang sejenis. Mereka yang bisa eksis dan bertahan dalam melakukan usaha bisnis adalah mereka yang menang dalam persaingan.

Jiwa kreatif merupakan kunci utama dalam menggapai sebuah kesuksesan. Ketika seseorang memiliki jiwa kreatif, maka akan dapat terus berkarya dengan berbagai kreatifitas yang dimilikinya.. Kreatifitas dari wirausahawan sangat dibutuhkan dalam dunia usaha karena semakin meningkatnya persaingan dari berbagai lingkungan bisnis. Setiap orang harus berani memulai dan mengembangkan bisnisnya sendiri. Hal inilah yang disebut dengan kecerdasan wirausaha atau entrepreneurial quotient (Entre-Q). Sebagian besar wirausaha yang memiliki Entre-Q selalu mengedepankan semangat dan kecerdasan setiap menghadapi tantangan, hal ini biasanya dibangun melalui pemikiran-pemikiran dari wirausahawan tersebut.



Kecerdasan wirausaha (Entrepreneurial Intelligence) adalah sebuah pola pikir dan pola tindak yang menghasilkan kreatifitas dan inovasi yang bertujuan untuk senantiasa memberikan nilai tambah dari setiap sumber daya yang kita miliki.

Kecerdasan wirausaha (Entrepreneurial Intelligence) bukan hanya sekedar keterampilan dalam membangun bisnis semata, tetapi lebih dari itu merupakan sebuah pola pikir dan pola tindak yang menghasilkan kreatifitas

dan inovasi yang bertujuan untuk senantiasa memberikan nilai tambah dari setiap sumber daya yang kita miliki. Juga, Kecerdasan wirausaha (Entrepreneurial Intelligence) adalah kreatifitas dan inovasi yang ada dalam diri kita masing-masing yang dianugerahkan tuhan kepada setiap manusia untuk mengelola, mengembangkan dan menciptakan nilai tambah atas setiap sumber daya (termasuk bakat, hobi, keterampilan, keahlian, jejaring/network, modal, asset, teknologi, dsb) yang kita miliki walaupun kecil.

Pada umumnya, kecerdasan wirausaha terbagi menjadi 6 jenis, yaitu :

1. **Kecerdasan Finansial (FQ)**, yang dipelopori oleh KIYOSAKI, yang mengajarkan kita untuk membuat bagaimana caranya uang bekerja untuk kita. Tidak selalu harus menggunakan uang untuk menghasilkan uang, oleh karena itu dengan kecerdasan ini kita bisa mengatur bagaimana supaya uang bekerja untuk kita.
2. **Kecerdasan Adversity (AQ)**, merupakan kemampuan bertahan, bahkan bisa memperoleh keuntungan dalam kondisi yang buruk, sehingga seseorang yang memiliki kecerdasan ini bisa mengubah halangan menjadi peluang (selalu berpikiran positif).
3. **Kecerdasan Nalar (IQ) atau Kecerdasan Daya Pikir**, seseorang sebagai pusatnya dalam berpikir, dan daya piker jalan hidup seseorang dapat berubah dengan mengubah cara berpikir. Daya pikir merupakan sumber kreativitas, bagaimana cara untuk membiasakan berpikir kritis, bagaimana membiasakan berpikir kreatif, bagaimana membiasakan berpikir sederhana, dan apa/bagaimana berpikir positif itu? Sedangkan kelemahan dari IQ adalah kurang peduli terhadap perasaan dan kurang percaya.
4. **Kecerdasan Spiritual (SQ)**, merupakan kecerdasan yang berhubungan antara Tuhan dengan manusia.
5. **Kecerdasan Emosional Spiritual (ESQ)**, berfokuskan pada kalbu. Kecerdasan EQ ini merupakan pengembangan dari konsep kecerdasan spiritual yang menjembatani hubungan antar manusia, hubungan manusia dengan Tuhan, dan gabungan antara hubungan manusia dengan

manusia dan juga antar manusia dengan Tuhan.

6. **Kecerdasan Emosional (EQ)**, kecerdasan ini lebih menjamin kesuksesan di masyarakat, karena berfokus pada emosi (wujud suara hati). Bisa mengetahui apa yang tidak diketahui pikiran, sumber gairah, kasih sayang, dll. Terdapat 5 ranah penting dalam kecerdasan EQ ini, yaitu :

- Menyadari emosi diri
- Mampu mengendalikan emosi (tidak tenggelam dalam kesedihan dan tidak marah melewati batas)
- Mampu memotivasi diri
- Mampu berempati (merasakan perasaan orang lain)
- Mampu menjaga hubungan sosial (kecerdasan sosial)

Dalam melakukan suatu bisnis, pasti ada berbagai macam hambatan yang bisa menghancurkan kelancaran bisnis tersebut. Ada 7 hambatan yang harus dikurangi dalam menjalankan suatu bisnis, yakni :

- Prasangka negatif
- Pengaruh prinsip hidup tak lengkap
- Pengaruh pengalaman buruk
- Pengaruh kepentingan dan prioritas yang salah
- Pengaruh sudut pandang yang sempit
- Pengaruh pembandingan yang terlalu subjektif/egois
- Pengaruh bacaan yang tak lengkap dan tuntas

Sehingga untuk meminimalisir adanya hambatan seperti di atas, maka seorang wirausahawan sangat perlu untuk mengembangkan adanya kecerdasan yang dimiliki oleh seorang wirausahawan (Entre-Q). Sebagian orang berpendapat bahwa sistem pendidikan di Indonesia harus segera dirubah, karena selama ini pendidikan yang digunakan membuat seseorang takut untuk berbuat sesuatu. Sejak pendidikan sekolah dasar, guru selalu mengharuskan siswa untuk mengerjakan segala sesuatu tanpa salah. Padahal semakin banyak membuat kesalahan, orang dapat semakin

banyak belajar dari kesalahan tersebut. Anak didik juga diharuskan untuk dapat menghafal pelajaran dan menghitung angka, bukan bagaimana diajarkan mengenai cara berkomunikasi dengan baik, bagaimana cara memimpin maupun bagaimana cara untuk bekerjasama. Akibatnya, pendidikan sekolah justru mengerdilkan kecerdasan seorang wirausaha. Sehingga, seseorang yang ingin masuk ke dalam dunia bisnis selalu dihantui oleh perasaan takut untuk dapat berbuat sesuatu. Padahal tidak ada salahnya orang tersebut belajar dari kesalahan yang pernah diperbuat.

Setiap orang harus berani memulai atau mengembangkan bisnisnya sendiri. Hal inilah yang disebut dengan kecerdasan wirausaha atau entrepreneurial quotient (Entre-Q). Sebagian besar wirausaha yang memiliki Entre-Q selalu mengedepankan semangat dan kecerdasan saat menghadapi tantangan, hal ini biasanya dibangun melalui pemikiran-pemikiran dari wirausahawan tersebut. Selain memiliki kelebihan dalam cara berpikir, sosok wirausaha yang memiliki Entre-Q, juga harus cerdas secara emosi, memiliki kreatifitas tinggi, intuisi serta cerdas dalam hal spiritualitas. Entre-Q dapat dikembangkan dengan memperbanyak pengalaman serta praktik, dan banyak mencoba secara langsung.

**Entrepreneur sukses harus selalu menampakkan 6 kecerdasan berikut ini di setiap langkah bisnisnya.**

1. Kecerdasan linguistik

Kecerdasan linguistik ialah kemampuan pola berpikir dalam kata-kata dan penggunaan bahasa untuk mengutarakan makna yang pelik. Kecerdasan linguistik ialah kompetensi yang terbanyak dimiliki manusia. Namun kecerdasan ini juga paling menonjol ditemui dalam sejumlah orang seperti novelis serta penyair. Kecerdasan ini dibutuhkan dan nampak dalam diri entrepreneur saat mereka harus menyusun sebuah business plan dan untuk meyakinkan para pelanggan.

## 2. Kecerdasan interpersonal

Kecerdasan ini ialah skill untuk memahami dan berinteraksi secara efektif kepada orang lain. Kecerdasan interpersonal akan memungkinkan kita berkomunikasi secara verbal dan nonverbal dengan tepat guna, menyampaikan suasana hati dan perangai, dan juga kemampuan untuk memahami perspektif yang majemuk. Entrepreneur membutuhkan kecerdasan tersebut untuk bergaul dengan sesama entrepreneur, investor, rekanan, dan yang lainnya. Entrepreneur memiliki ide-ide yang cemerlang, dan kecerdasan ini memungkinkan ide-ide itu harus dikomunikasikan, dimengerti, dan dilaksanakan oleh orang sekitarnya.

## 3. Kecerdasan intrapersonal

Kecerdasan intrapersonal ialah kapasitas guna memahami diri sendiri dan menggunakan pengetahuan dalam perencanaan dan beberapa strategi. Kecerdasan intrapersonal melibatkan tidak hanya penghargaan terhadap diri sendiri tetapi juga kondisi si manusia. Kecerdasan ini terlihat jelas dalam diri psikolog, pemimpin spiritual, pemimpin bisnis, dan macam sebagainya.

## 4. Kecerdasan kinestetik

Kecerdasan kinestetik ialah kemampuan yang dapat memanipulasi benda dan menggunakan sejumlah ketrampilan fisik. Kecerdasan ini juga melibatkan kepekaan penentuan waktu dan kesempurnaan ketrampilan antara kesatuan tubuh dan pikiran. Para penemu dan orang-orang yang memberikan produk atau jasa mekanis memerlukan kecerdasan kinestetik ini. Jadi, untuk menciptakan produk atau jasa baru untuk konsumen, seorang entrepreneur juga memerlukan kecerdasan kinestetik ini. Ia harus merancang dari nol, mengubah purwarupa yang telah ada, memperbaikinya dari waktu ke waktu.

## 5. Kecerdasan matematis-logis

Kecerdasan matematis-logis ialah kemampuan untuk menghitung, menjumlah dan berpikir secara masuk akal. Kecerdasan ini

biasanya sangat kentara dalam pakar matematika, pegiat teknologi, dan programmer komputer dan biasa dihubungkan dengan kecerdasan dalam pengertian tradisional (IQ). Kecerdasan ini penting bagi entrepreneur karena ia setidaknya juga harus memiliki kemampuan dalam menghitung keadaan keuangan bisnisnya, menentukan langkah apa yang harus diambil untuk meningkatkan laba, menghitung ROI, IPO dan sebagainya.

#### 6. Kecerdasan naturalis

Kecerdasan naturalis ini mengatur kemampuan manusia untuk membedakan makhluk hidup dan kepekaan terhadap fitur-fitur lain dari dunia nyata. Entrepreneur yang baik menggunakan kecerdasan naturalis untuk membedakan kebutuhan pelanggannya dan memilih produk/ jasa yang paling sesuai dan menguntungkan dalam sebuah pasar tertentu.

### C. RANGKUMAN

Kecerdasan kewirausahaan (entrepreneurial intelligence atau Entre-Q) yaitu bagaimana seorang wirausahawan dapat mengendalikan kehidupannya dengan secara finansial, emosional, sosial dan spiritual baik di masa kini maupun di masa depan. (Muljani dan Nagel, 2013). Kecerdasan wirausaha (entrepreneurial intelligence) bukan sekedar keterampilan membangun bisnis semata, tetapi lebih dari itu adalah sebuah pola pikir dan pola tindak yang menghasilkan kreativitas dan inovasi yang bertujuan untuk senantiasa memberikan nilai tambah dari setiap sumber daya yang dimiliki. Keempat kecerdasan yang mendukung kecerdasan wirausaha yaitu kecerdasan finansial, kecerdasan emosional, kecerdasan sosial dan kecerdasan spiritual itulah yang akan mendukung bagaimana seorang wirausahawan mengatur usahanya guna memiliki kinerja yang tinggi.

Seorang wirausahawan yang memiliki kecerdasan yang optimal

akan memiliki peluang untuk mencapai kesuksesan. Dalam hal ini terdapat perbedaan antara kecerdasan emosional dan kecerdasan intelektual. Daniel Goleman mengungkapkan bahwa kecerdasan intelektual yang dimiliki oleh seseorang merupakan bakat turunan yang tidak dapat untuk diubah, serta merupakan ciri bawaan seseorang sejak lahir. Sedangkan yang dimaksud dengan kecerdasan emosional adalah jembatan (gate) antara apa yang seseorang tersebut ketahui dengan apa yang seseorang tersebut lakukan.

Emosi bisnis bagi seorang wirausahawan sangat penting, dalam hal ini emosi yang bersifat positif. Emosi dapat memacu seseorang untuk melakukan proses kreatifitas dan inovasi. Emosi yang utama dalam kesuksesan wirausaha adalah antusiasme. Bisnis tanpa disertai dengan emosi seolah tidak memiliki gairah. Hal tersebut yang membuat individu tidak memiliki nyali serta keberanian untuk melakukan kegiatan berwirausaha, apalagi bersaing dengan wirausahawan lain yang sama-sama menjual produk yang sejenis. Mereka yang bisa eksis dan bertahan dalam melakukan usaha bisnis adalah mereka yang menang dalam persaingan.

Jiwa kreatif merupakan kunci utama dalam menggapai sebuah kesuksesan. Ketika seseorang memiliki jiwa kreatif, maka tentu akan terus berkarya. Kreatifitas dari wirausahawan sangat dibutuhkan dalam dunia usaha karena semakin meningkatnya persaingan dari berbagai lingkungan bisnis. Setiap orang harus berani memulai atau mengembangkan bisnisnya sendiri. Hal inilah yang disebut dengan kecerdasan wirausaha atau entrepreneurial quotient (Entre-Q). Sebagian besar wirausaha yang memiliki Entre-Q selalu mengedepankan semangat dan kecerdasan setiap menghadapi tantangan, hal ini biasanya dibangun melalui pemikiran-pemikiran dari wirausahawan tersebut.

Karakter Wirausaha Sukses atau tidaknya seorang wirausaha dalam mengelola usaha tidak hanya dipengaruhi oleh banyaknya modal yang dimiliki serta fasilitas atau koneksi dengan seseorang yang dianggap memiliki kekuasaan. Satu hal yang penting adalah bahwa usaha dikelola oleh orang-orang yang berjiwa wirausaha dan mengerti apa yang dilakukan, mengapa dan bagaimana bisnis tersebut dapat dijalankan dan dikelola dengan baik

#### **D. LATIHAN**

1. Apa yang dimaksud dengan kecerdasan wirausaha?
2. Coba jelaskan tentang macam-macam kecerdasan kewirausahaan?
3. Berikan keterkaitan antara kecerdasan kewirausahaan dengan membangun bisnis dalam berwirausaha? Jelaskan pendapat kamu!

#### **E. RUJUKAN**

- Peristiwu, Hadi. 2013. Entrepreneurial Quotient (Entre-Q) Kecerdasan Wirausaha. *Jurnal Ekonomi Islam*. Jakarta. Vol.4, No. 2:1-9
- Santoso, Rudi. 2017. Elemen Kecerdasan Wirausaha Untuk Meningkatkan Kinerja Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Surabaya. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Surabaya. Vol. 10, No. 1:73-89

## **BAB XI**

### **FAKTOR UTAMA YANG MENENTUKAN WOMEN DAN HOME ENTERPRENEUSHIP**

#### **1. PENDAHULUAN**

Bila berbicara mengenai kewirausahaan yang pertama terlintas dalam benak sebagian orang adalah usaha mandiri tanpa bergantung pada pihak lain. Lalu seorang usahawan atau *entrepreneur* diidentikkan dengan seorang bisnisman yang sukses dan memiliki jiwa ulet dan rasa percaya diri tinggi dalam menjalankan usahanya. Kewirausahaan dan wirausaha merupakan satu istilah yang sangat penting akhir-akhir ini. Sepertinya baru saat ini banyak pihak yang menyadari peran *entrepreneur* di dunia kerja. Bila kita mengingat pada masa lalu ketika untuk menjadi seorang wirausaha belum menjadi pilihan yang populer bagi lulusan sarjana atau sekolah menengah. Menjadi karyawan baik sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS) seakan masih melekat dalam benak mereka karena menjanjikan keamanan dan kerja dan kepastian pensiun. Bahkan mata kuliah kewirausahaan dirasakan hanya sebagai “pelengkap” di dalam perkuliahan. Karena hanya mempelajari teori tanpa ada praktek nyata bagaimana caranya untuk memahami kewirausahaan itu.

Baru ketika Ciputra, seorang pengusaha sukses memiliki ambisi untuk menularkan jiwa bisnisnya ke masyarakat Indonesia, istilah *entrepreneurship* atau kewirausahaan menjadi lebih dikenal. Seorang *enterpreneur* bukanlah seorang “pengusaha biasa”. Wirausahawan adalah seorang yang mengupayakan dirinya menjadi pengusaha yang mandiri, yang merintis usaha bisnisnya dari bawah (Marzuki, 2011). Sebagai negara dengan jumlah penduduk besar, Indonesia masih sedikit memiliki *entrepreneur*. Untuk itulah, Ciputra masih memiliki ambisi untuk menularkan jiwa wirausaha dari Sabang hingga Merauke.

Ketika topik tentang *entrepreneurship* menjadi satu hal yang

banyak diangkat di berbagai media, keberadaan *womenpreneur* menjadi satu hal yang berbeda. Berbeda dalam arti masih belum banyak orang yang menyadari keberadaannya di Indonesia. Bila berbicara tentang pengusaha wanita jumlahnya akan lebih sedikit lagi. Karena dunia usaha kerap bersinggungan dengan hal-hal yang ‘keras’ seperti persaingan dan dibutuhkan mental kuat, maka seorang wirausaha masih didominasi oleh kaum pria. Sebagaimana diungkapkan oleh IWAPI bahwa pengusaha wanita di Indonesia belum mencapai satu juta pengusaha. Baru sekitar 0,25 persen pengusaha perempuan yang eksis dan aktif melakukan jiwa wirausahanya di Indonesia (<http://batam.tribunnews.com/2012/12/22/>).

Walaupun sebenarnya banyak tokoh wanita yang ketika menjadi pengusaha mampu memberikan sumbangan terhadap kemajuan bangsa seperti menggerakkan perekonomian. Pada dasarnya wanita dengan sifatnya yang lembut dan telaten serta dianggap lebih sabar akan dapat mampu mengerakkan usaha dengan baik. Makalah ini ingin melihat bagaimana peranan wanita pengusaha (*womanpreneur*) dalam dunia kewirausahaan di Indonesia. Serta apa saja hambatan dan tantangan dalam dunia usaha yang dihadapi oleh pengusaha wanita tersebut?

Capaian pembelajaran dalam bab ini adalah sbb :

1. Mahasiswa mampu Menganalisis faktor utama yang menentukan women dan home Entrepreneurship

## 2. *Entrepreneurship*

Istilah *entrepreneurs* dan *entrepreneurship* menjadi topik yang populer di berbagai bidang ilmu, mulai dari antropologi, sejarah, manajemen, psikologi, manajemen, ekonomi dan sosiologi. Pada konteks pengambil resiko atau *risk taker*, Steve Jobs adalah seorang *entrepreneur* sejati. Lalu apakah yang dimaksud dengan *entrepreneur* itu? Istilah *entrepreneur* dapat didefinisikan sebagai orang yang menciptakan pekerjaan yang berguna bagi diri sendiri. *Entrepreneur* berasal dari kata *entrepender* (bahasa Perancis) yang artinya sebuah usaha yang berani dan penuh resiko atau sulit. atau dapat pula dikatakan bahwa seorang *entrepreneur* sebagai

orang yang mampu mengolah sumber daya yang ada menjadi suatu produk yang memiliki nilai tambah serta dapat mencari peluang dari orang lain. Menurut Schumpeter, seorang entrepreneur tidak selalu seorang pedagang (*businessman*) atau seorang manager; ia adalah orang yang unik yang dan seorang pengambil resiko (*risk taker*) serta memperkenalkan produk-produk inovatif dan teknologi baru ke dalam perekonomian. *Mindset* atau pola pikir masyarakat Indonesia tentang wirausaha masih belum banyak berubah. Seorang pengusaha (*entrepreneurship*) dianggap lebih beresiko daripada menjadi pegawai yang memiliki pendapatan teratur tiap bulannya.

Pemilik Ciputra Group, Ciputra, mengungkapkan, pemerintah diminta mengalokasikan anggaran minimal satu persen dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) untuk meningkatkan kapasitas dunia usaha. Anggaran APBN yang cukup besar, hanya satu persen yang bisa digunakan untuk menggerakkan *entrepreneurship* dan bisa dikembalikan menjadi 100% bila dimanfaatkan sebagai fasilitator sekolah kewirausahaan yang akan mencetak para wirausahawan muda. Ciputra mengatakan, saat ini tingkat kewirausahaan di Indonesia masih tergolong sangat rendah. Hal tersebut diperparah dengan permasalahan dasar yang dialami, misalnya dari birokrasi hingga tindak korupsi yang masih terjadi. Masih menurut Ciputra bahwa anggaran tersebut nantinya akan difokuskan pada pengembangan kewirausahaan, khususnya pendidikan dan pelatihan bagi para wirausahawan di Indonesia. Misalnya, dengan mendirikan lembaga-lembaga pendidikan khusus dunia usaha. Saat ini, dia menjelaskan, bangsa Indonesia telah merdeka dan sudah saatnya mengubah *mindset* masyarakat untuk memiliki mental mandiri dan berjiwa wirausaha. Harapannya, bila menjadi pengusaha, maka seseorang akan mampu menciptakan lapangan usaha bagi orang lain.

### 3. Pengusaha Wanita (*womanpreneur*)

Kesenjangan gender dalam dunia wirausaha dirasakan tidak saja di Indonesia, namun juga di negara maju seperti tertulis dalam makalah

Thébaud, Sarah (2010). Menurut hasil penelitian tersebut, dikatakan bahwa gender masih menjadi halangan bagi sebagian wanita untuk memulai sebuah usaha karena wanita masih diragukan kemampuannya untuk memiliki usaha sendiri. Di Indonesia sepertinya tidak jauh berbeda, karena isu gender masih tetap menjadi satu permasalahan sendiri. Wanita telah memulai usaha mandiri atau bisnisnya dalam usaha membantu perekonomian keluarga. Disaat mereka mampu menjual dan mendapatkan keuntungan, sebenarnya telah dimulai satu langkah menjadi seorang pengusaha wanita. Walaupun kegiatan menjual atau berdagang yang dilakukan secara mandiri masih sulit dilakukan wanita karena ada persepsi bahwa wanita hanya sebagai pengurus rumah tangga saja. Tentunya dibutuhkan keuletan dan kesabaran bagi wanita untuk membuktikan bahwa hal tersebut tidak benar.

Wanita saat ini tidak hanya sebagai penonton di dunia bisnis, namun turut berperan memajukan perekonomian negara. Wanita dengan peran gandanya selain menjadi ibu rumah tangga juga mampu menjadi penggerak perekonomian rumah tangga. Wanita-wanita pengusaha terbukti mampu bersaing dengan kolega prianya mengembangkan diri dan perusahaannya. Banyak pengusaha wanita tangguh yang mampu berbicara dalam pentas global. Pengusaha wanita tidak saja berada pada usaha skala besar, namun banyak pula yang berkecimpung pada usaha kecil dan menengah. Para wanita dengan semangat kemandiriannya memerlukan dukungan dari keluarga dan lingkungannya. Dengan kreatifitas dan inovasi para wanita pengusaha dapat menjadi pengusaha yang tidak kalah dalam persaingan bisnis. Makalah ini mencoba memaparkan bagaimana peranan wanita dalam kewirausahaan dan bagaimana perjalanan wanita menjadi wanita pengusaha mandiri. Bentuk inovasi apa saja yang telah dilakukan pengusaha wanita agar *survive* bahkan menjadi pengusaha hebat yang tidak kalah dengan pengusaha pria.

Banyak pengusaha wanita yang awalnya hanya membantu kepala keluarga atau suami tetapi dapat ikut berperan dalam menopang usaha keluarga. Seperti Melinda Gates. Menurut Forbes tahun 2014, istri Bill

Gates berhasil masuk ke dalam daftar *The World's Most Powerful Female Entrepreneurs of 2014*. Melinda Gates telah menginspirasi orang lain dengan donasi terutama dari *Bill & Melinda Gates Foundation*. Banyak pengusaha yang merubah pola pikir mereka tentang efektifitas philanthropy. Berbagai donasi sebesar jutaan dollar ditujukan bagi kesehatan reproduksi wanita di Negara berkembang. Salah satu kekuatan wanita adalah dari segi keuletannya. Sebagai contoh pendiri *The Body Shop*, Anita Roddick membuka toko The Body Shop dengan uang hasil pinjaman. Toko pertama didirikannya di Brighton pada tahun 1976, dan belum banyak mempunyai barang. Ketika baru dibuka, tokonya hanya menjual sejumlah krim dan produk perawatan rambut. Pada tahun 1990, Roddick membantu pendirian majalah *The Big Issue* yang keuntungannya digunakan untuk membantu tunawisma. Selain itu, Roddick mendirikan yayasan amal *Children On The Edge* untuk membantu anak-anak yang kurang beruntung di Eropa Timur dan Asia. Roddick juga banyak membantu sejumlah organisasi amal termasuk Greenpeace.

Menurut sebuah survey dari *National Association of Women Business Owners*, mereka percaya bahwa mulai tahun 2013 lebih banyak wanita menjadi pemilik bisnis daripada sebelumnya. Hasil temuan lain dari lembaga survey ini bahwa 81% pengusaha wanita merasa optimis tentang kinerja bisnis mereka saat ini. Bersamaan dengan pertumbuhan internet dan kewirausahaan, ada dorongan yang semakin kuat bagi wanita untuk mendobrak dominasi pria di industri dan membuka kesempatan bagi wanita untuk mendapat kesempatan membuka usaha sendiri.

### **Kewirausahaan Bagi Wanita**

Bagi wanita, manfaat kewirausahaan di atas bisa sangat signifikan. Peralnya, wanita memiliki kewajiban untuk mengurus rumah tangga dan anak. Dengan berwirausaha, penghasilan akan tetap diperoleh meskipun tanpa bekerja selama 8 jam sehari. Tidak hanya itu, usaha yang sudah besar juga bisa membantu perekonomian orang lain, baik dengan sistem kemitraan maupun pekerja.

Saat ini, sudah banyak jenis wirausaha wanita yang memiliki kerja sama dengan banyak pihak. Bidang wirausaha tersebut pun sangat beragam mulai kuliner, *fashion*, hingga jasa. Kesuksesan dalam berwirausaha bagi para wanita adalah gabungan dari potensi melihat nilai kesempatan usaha atau nilai jual barang olahan dan pengambilan *action* sesuai daya guna barang. Hal terpenting lainnya yaitu sistem penawaran serta kemampuan sosialisasi tinggi.

### 5 Tantangan Kewirausahaan Bagi Wanita

Meskipun terlihat sangat bermanfaat, tetapi kewirausahaan bagi wanita bukan tanpa masalah. Ada beberapa tantangan yang harus dihadapi sebagai usaha memulai atau mempertahankan usaha bagi para wanita. Berikut adalah 5 tantangan kewirausahaan bagi wanita.

#### Tantangan 1: *Worried to Start*

Sampai kapanpun, seseorang yang takut untuk memulai tidak bisa benar-benar sukses. Mengapa demikian? Karena seluruh ketakutan tersebut berubah menjadi *mental block* yang akan menghambat daya saing, inovasi, keinginan untuk maju dan prestasi.

Wanita yang memiliki kekhawatiran berlebih untuk memulai usaha biasanya tidak didukung oleh lingkungan sekitar seperti keluarga, kerabat dan tetangga. Oleh karena itu, jika Anda memiliki masalah ini, yakinkan bahwa Anda-lah yang menjadi pemeran utama dalam setiap langkah hidup, bukan orang lain. Jadi putuskan secepatnya dengan matang.

#### Tantangan 2: Inferior Tentang Pemikiran Bisnis

Apa Anda masih merasa bahwa pemikiran bisnis Anda tidak berdaya saing? Mungkin hal itu benar, tetapi bisa juga salah. Karena bagaimanapun juga seseorang selalu memiliki ide yang bisa dikembangkan. Termasuk pula dalam berwirausaha.

Tuliskan ide atau inovasi yang Anda rasa cocok dikembangkan dalam bisnis, lalu eksekusi satu persatu daftar tersebut. Dengan demikian, akan tercipta rencana yang terwujud secara menyeluruh.

### Tantangan 3: Berperan Ganda Secara Sosial

Karena masih berstatus sebagai istri dan ibu, wanita sering merasa canggung dan khawatir kerepotan jika memulai bisnis. Sebenarnya pemikiran ini salah, karena wanita jauh lebih bisa melakukan kegiatan multifungsi secara maksimal. Pasti ada jalan untuk setiap masalah, dan penyelesaian tersebut akan semakin mudah terutama jika pasangan atau keluarga terdekat mendukung langkah tersebut.

### Tantangan 4: Kurang Edukasi Kewirausahaan

Edukasi kewirausahaan tidak harus dimiliki oleh alumni sekolah ekonomi atau manajemen. Saat ini, sudah banyak *entrepreneur* sukses yang tidak memiliki latar belakang pendidikan jurusan ekonomi. Jadi, pengetahuan yang kurang bisa jadi karena kurang membaca buku atau mengikuti seminar kewirausahaan.

Untuk mengatasi tantangan ini, para wanita harus kreatif mencoba secara otodidak, mengikuti kursus, pelatihan atau seminar. Dengan demikian, *skill* dalam produk serta manajemennya akan bisa lebih optimal.

### Tantangan 5: *Link* Pinjaman Modal Terbatas

Soal *link* dan informasi pinjaman, wanita juga harus jeli dalam mencari. Contohnya pada perkumpulan arisan, kegiatan sosial dan orang tua anak-anak di sekolah. Siapa tahu, salah satu dari kenalan tersebut bisa membantu.

### Ciri-Ciri Kewirausahaan yang Sehat Menghadapi Tantangan

Ada beberapa ciri-ciri kewirausahaan yang sehat. Apabila Anda melihat atau memiliki usaha dengan tipe seperti ini, hampir bisa dipastikan bahwa sistem kewirausahaannya cukup sehat.

- Inovasi yang tinggi dari pemilik yang terlihat dari produk, penawaran harga, maupun pelayanan.
- Hemat dan tidak konsumtif membeli bahan baku. Kualitas tidak selalu

berbanding lurus dengan harga.

- Pintar memilih harga dan kualitas.
- Pemimpinnya sederhana dan tidak sombong.
- Tim berani mengambil resiko, namun selalu berpikir logis dalam setiap pertimbangan.
- Pemilik dan karyawan bermotifasi tinggi.
- Pemilik usaha mampu menjadi analisator bisnisnya di pasar.
- Setiap elemennya memiliki keyakinan untuk sukses.
- Memiliki pengetahuan mendalam tentang produk dan layanan.
- Mengutamakan kenyamanan pelanggan.

### **Pengusaha wanita (*womanpreneur*) di Indonesia**

Menteri Koperasi dan UKM menilai saat ini akses keuangan bagi wirausaha perempuan telah berkembang. Setiap tahunnya akses keuangan di Indonesia, secara total, terus meningkat dan mampu melampaui nilai Rp 177 triliun. Di Indonesia sendiri, masyarakat yang menjadi wirausahawan sebenarnya berkembang dengan pesat. Bahkan, jumlah wirausahawan baru hingga 2025 ditargetkan bertambah lima juta orang (Bank Indonesia). Salah seorang entrepreneur Indonesia, Ciputra mendirikan Ciputra Center untuk mengembangkan jiwa kewirausahaan di Indonesia. Selain itu juga membangun 15 sekolah dan empat universitas yang menanamkan jiwa kewirausahaan. Namun, hal itu dirasa tidak cukup, mengingat luasnya wilayah Indonesia. Untuk itu, dirinya mengajak bank-bank Badan Usaha Milik Negara (BUMN) menjadi ujung tombak pelatihan kewirausahaan.

Bank Indonesia dan bank BUMN diajak berpartisipasi dengan mendirikan *incubator center* di seluruh daerah Indonesia hingga tingkat kecamatan. Dengan menggandeng bank BUMN, menurut dia, para manajer bank di tingkat kecamatan dapat menjadi mentor dan membina para wirausaha di daerah-daerah. Ia yakin, untuk menjadi wirausaha tidak dibutuhkan lulusan sarjana, tapi yang terpenting adalah semangat dan jiwa wirausaha.

Tabel di bawah ini menunjukkan jumlah pengusaha wanita di beberapa

Negara Asia dan Australia.

Tabel 1. Pengusaha Wanita di Asia

No	Negara	Jumlah
1	China	16
2	Hong Kong	8
3	India	8
4	Singapura	4
5	Korsel	2
6	Jepang	2
7	Indonesia	2
8	Australia	2
9	Vietnam	2
10	Filipina	2
11	Malaysia	1
12	Thailand	1

Sumber: <http://entrepreneur.bisnis.com>

Dari tabel di atas terlihat bahwa Indonesia hanya mencatatkan 2 nama pengusaha wanita, yaitu Shinta Widjaja Kamdani, dalam kapasitasnya sebagai Managing Director Grup Sintesa dan Bernadette Ruth Irawati, Presdir PT Kalbe Farma. Dibandingkan dengan Singapura yang jumlah penduduknya lebih kecil, Indonesia seharusnya memiliki lebih banyak pengusaha wanita. Yang patut dibanggakan adalah bahwa kedua wanita tersebut adalah wanita eksekutif yang paling berpengaruh dalam dunia bisnis di Indonesia. Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI) berkomitmen untuk menciptakan satu juta perempuan pengusaha di Indonesia. Satu hal yang harus diapresiasi banyak pihak. Pada tahun 2013 lalu, IWAPI mencanangkan gerakan 1 juta pengusaha wanita di Indonesia. Melalui gerakan ini diharapkan para wanita tergerak untuk bisa mandiri secara ekonomi dengan menjadi *womanpreneur* atau pengusaha wanita.

Pemberdayaan perempuan untuk keluarga yang dapat hidup mandiri secara ekonomi merupakan target Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI) dalam jangka panjang. IWAPI sendiri sebagai organisasi pengusaha wanita yang ada di Indonesia mengalami peningkatan jumlah anggota baru seiring dengan berbagai pelatihan dan rekrutmen, termasuk merealisasikan program kewirausahaan bekerjasama dengan Kementerian

Tenaga Kerja yang sasarannya adalah CTKI/TKI dan keluarganya, maupun dengan lembaga lainnya. Kualitas para anggota IWAPI pun semakin meningkat, hal ini ditandai dengan makin banyak program kegiatan dijalankan. Dan terjadi peningkatan kapasitas anggota dalam menjalankan usaha setelah mengikuti berbagai program pelatihan, kerjasama antar lembaga yang semakin luas, akses permodalan yang semakin mudah seiring kepercayaan lembaga keuangan dan semakin gencarnya promosi melalui media massa maupun event. (Iwapipusat.org).

Menurut Menteri Koperasi dan UKM bahwa saat ini akses keuangan bagi wirausaha perempuan telah berkembang. Setiap tahunnya akses keuangan di Indonesia, secara total, terus meningkat dan mampu melampaui nilai Rp 177 triliun

Bahkan tingkat kredit macet atau non performing loan (NPL) wirausaha perempuan terpantau cukup rendah. Fakta ini menunjukkan betapa lihai perempuan mengelola keuangan sembari mengembangkan usahanya. Akses keuangan telah diimplementasikan oleh wirausaha. NPL paling tinggi 3 persen. Namun, tunggakan untuk wirausaha perempuan bahkan 0 persen. Ini artinya pahlawan ekonomi Indonesia ditopang dari wirausaha perempuan.

## **HAMBATAN**

Seorang *entrepreneur* sejati pasti tidak akan langsung memperoleh hasil yang maksimal dalam waktu sebentar. Dibutuhkan proses panjang bila seseorang merasa gagal berusaha. Karena banyak hambatan yang harus dihadapi oleh *entrepreneur* sejati. Terutama bagi wanita pengusaha yang notabene masih dianggap “kecil” perannya dalam dunia usaha.

Berikut ini beberapa hambatan yang harus dihadapi oleh pengusaha wanita, diantaranya yaitu:

1. Akses ke permodalan, masalah yang sering dihadapi para wanita dalam memulai usaha adalah sulit mendapat modal, karena kaum wanita cenderung memilih sektor jasa seperti warung makan dan penginapan. Namun saat ini dengan internet, memudahkan wanita untuk memulai

usaha secara *online* yang dapat mengurangi biaya toko misalnya. Sehingga modal yang dibutuhkan dapat dikurangi.

2. Akses ke pasar. Bagi pengusaha wanita yang terlibat dalam misi perdagangan, masih ada anggapan bahwa tidak mudah memperoleh dukungan dari pemerintah, sehingga harus bekerja sendiri dalam mendapatkan akses ke pasar.
3. Akses ke informasi. Pada masa sebelum internet berkembang, akses ke informasi sulit dilakukan. Namun saat ini, era internet terbuka lebar, berbagai informasi yang berkaitan dengan pasar, konsumen atau pemasok produk dapat dengan mudah dilakukan. Tetapi tentunya hal ini akan sulit bagi wanita yang tidak memiliki akses terhadap teknologi tersebut.
4. Akses ke pelatihan. Akses ini diantaranya adalah terhadap pelatihan yang dapat mengembangkan usaha namun masih agak sulit untuk mendapat pelatihan yang baik. Pelatihan yang dibutuhkan seperti mengelola keuangan, mengelola hubungan dengan orang lain.

Selain hambatan-hambatan di atas, ada beberapa hal yang biasanya melekat pada diri wanita. Sifat-sifat wanita yang **terlalu detail** dalam melihat hal-hal yang kecil menyebabkan pengusaha wanita tidak terbiasa melihat dalam persepektif global. **Kurang berani mengambil resiko** menjadi satu sifat wanita yang sering merugikan bila menjadi pengusaha wanita. Wanita juga dianggap sering **emosional** dan bila terjadi dalam situasi yang tidak tepat dan berkepanjangan dapat merugikan diri sendiri dan karyawan. Ada anggapan juga bahwa wanita **lebih berorientasi pada tugas daripada tujuan**.

#### Beberapa Saran bagi Pengusaha Wanita

Seringkali sulit bagi pengusaha wanita ketika memasuki bisnis yang didominasi pria. Berikut ini beberapa rangkuman saran yang dapat dilakukan oleh pengusaha wanita, antara lain;

1. Menerima saran penyelesaian pekerjaan dengan baik. Kesuksesan seorang wanita pada industri yang dikuasi kaum pria masih dikaitkan

dengan faktor keberuntungan semata. Saran yang dapat diambil adalah berusaha secara maksimal untuk mendapatkan hasil baik yang pada akhirnya dapat memberi pemahaman kepada konsumen dan berkontribusi kepada masyarakat.

2. Bersikap tegas dan tepat. Dalam hal ini sikap tubuh yang baik dan menunjukkan ketegasan dalam berkata dan bersikap akan memberikan kesan yang baik di mata konsumen.
3. Lebih banyak mendengar. Wanita biasanya adalah seorang pendengar yang baik. Mendengar lebih banyak akan lebih bagus daripada berbicara terlalu banyak tanpa menghasilkan sesuatu yang bermanfaat bagi perusahaan. Mendengar masukan atau kritik membangun dari konsumen dapat dijadikan bahan evaluasi kinerja perusahaan di masa mendatang.
4. Memandang diri sendiri sebagai seorang pemimpin. Sebagian wanita merasa bahwa mereka tidak dapat menjadi seorang pemimpin yang baik yang memiliki kekuasaan besar. Atau menganggap bahwa mereka terlahir bukan sebagai pemimpin. Namun bersikap hati-hati, adil dan tidak aggressive akan lebih baik bagi pemimpin wanita.

Pengusaha wanita semakin menyadari peran penting mereka dalam dunia industri. Dan ketika era internet berkembang saat ini, bisnis yang dijalankan juga semakin beragam. Saat ini dapat dengan mudah kita melihat wanita berbisnis melalui internet, dengan beragam usaha. Namun satu hal yang harus selalu dijaga bila berbisnis melalui internet adalah faktor keamanannya. Kejahatan dunia maya, hacking dan resiko kehilangan pelanggan merupakan masalah yang sering dihadapi. Untuk itu para pengusaha wanita perlu sepenuhnya menyadari masalah yang berkembang tentang kejahatan dunia maya, dan secara bijaksana mengadopsi produk dan solusi IT seperti *cloud computing* atau komputasi awan yang menyediakan perlindungan data yang komprehensif, keamanan dunia maya, privasi dan langkah-langkah pencegahan kejahatan dunia maya. IWAPI menyadari bahwa pengguna IT menjadi hal yang penting dalam pengembangan bisnis baik bisnis secara maya atau nyata. Karena alasan produktivitas dan

efisiensi menjadi faktor penentu keberhasilan bisnisnya. Untuk itu IWAPI bekerja sama dengan Microsoft memperkuat pengusaha wanita dari berbagai masalah kejahatan dunia internet. perangkat lunak mereka asli dan secara teratur diperbarui dan ditambah.

#### 4. RANGKUMAN

Menjadi seorang pengusaha atau *entrepreneur* tentunya tidak langsung dapat memperoleh hasil yang besar atau maksimal dalam waktu yang singkat. Dibutuhkan kesabaran dan keuletan serta kemauan untuk terus mencoba dan berhasil. Hal ini menjadi satu tantangan tersendiri bagi wanita Indonesia yang ingin mendalami usaha sebagai pengusaha wanita. Sebagai pemimpin perusahaan, wanita harus dapat bersikap mandiri dan tegas serta proaktif dalam mencari pasar baru. Salah satu hal itu dapat dilihat dari semakin maraknya usaha berbasis internet. yang sebagian besar dilakukan wanita. Pengusaha wanita tidak dapat berdiri sendiri tanpa dukungan dari keluarga dan organisasi seperti IWAPI. Dukungan itu bisa berbentuk pelatihan bagi pengusaha dan karyawannya. Di masa mendatang pengusaha wanita atau *womanpreneur* akan semakin dibutuhkan untuk menyokong pembangunan dan industri di Indonesia. Bukan hanya pria yang bisa menjadi pengusaha sukses, wanita pun sanggup menjadi mandiri dan sukses menjalankan perannya sebagai *womanpreneur*.

#### 5. LATIHAN

Carilah pengusaha-pengusaha wanita di Indonesia, dan ceritakan bagaimana pendapatmu tentang pengusaha-pengusaha wanita tersebut dan apa kiat-kiatnya pengusaha wanita tersebut bisa sukses.

#### 6. RUJUKAN

- Ali, Marzuki. 2010. Pengembangan *Entrepreneurship* Menuju Kemandirian Bangsa. Palembang, dalam [www.marzukialie.com/](http://www.marzukialie.com/)
- Gina-Lynne Smith. 2011. dalam <http://www.businessnewsdaily.com/1423-women-entrepreneurs-advice>

e.html.http://swa.co.id/

Hidayat,

Feriawan

<http://www.beritasatu.com/digital-life/185783-perkuat-wanita-pengusaha-iwapi-gandeng-microsoft.html>

Siswanto, Victorianus Aries. 2009. Studi Peran Perempuan dalam Pengembangan Usaha Kecil Menengah Melalui Teknologi Informasi di Kota Pekalongan. Maret . Dinamika Informatika Vol 1 No 1. Thébaud, Sarah . (2010).

<http://faculty.chicagobooth.edu/workshops/orgs-markets/past/pdf/thebaud.pdf> diakses pada 10 Juni

2017 <http://batam.tribunnews.com/2012/12/22/iwapi-akan-ciptakan-1-juta-pengusaha-perempuan-di-indonesia>

<http://www.ciputraentrepreneurship.com/entrepreneur/nasional/wanita.html>

<http://www.forbes.com/sites/emilyinverso/2014/05/28/the-worlds-most-powerful-female-entrepreneurs-of-2014/>

## **BAB XII**

### **KONSEP MERINTIS USAHA BIDAN**

#### **PRAKTEK MANDIRI**

#### **1. PENDAHULUAN**

Seorang bidan yang membuka praktik mandiri dapat disebut juga sebagai wirausahawan. Dimana wirausahawan adalah seorang yang memiliki keahlian menjual, mulai menawarkan ide hingga komoditas yakni layanan jasa. Sebagai pelaku usaha mandiri dalam bentuk layanan jasa kesehatan dituntut untuk mengetahui dengan baik manajemen usaha. Bidan sebagai pelaku usaha mandiri dapat berhasil baik dituntut untuk mampu sebagai manajerial dan pelaksana usaha, di dukung pula kemampuan menyusun perencanaan berdasarkan visi yang diimplementasikan secara strategis dan mempunyai ke mampuan personal selling yang baik guna meraih sukses. Diharapkan bidan nantinya mampu memberikan pelayanan kesehatan sesuai profesi dan mampu mengelola manajemen pelayanan secara profesional, serta mempunyai jiwa entrepreneur.

Secara sederhana arti **wirausahawan** (entrepreneur) adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Berjiwa berani mengambil resiko artinya bermental mandiri dan berani memulai usaha, tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti. (Kasmir, 2007:18).

John J.Kao (1993) mendefinisikan berkewirausahaan sebagai usaha untuk menciptakan nilai melalui pengenalan kesempatan bisnis, manajemen pengambilan resiko yang tepat, dan melalui keterampilan komunikasi dan manajemen untuk memobilisasi manusia, uang, dan bahan-bahan baku atau sumber daya lain yang diperlukan untuk menghasilkan proyek supaya terlaksana dengan baik.

Menjadi profesi bidan yang unggul di bidang kewirausahaan/interpreneurship dalam bentuk praktik mandiri dan mampu menciptakan lapangan pekerjaan, khususnya kewirausahaan yang bergerak

---

dibidang kesehatan sangat membantu dalam pengembangan pembangunan yang mana pada masa sekarang ini.

Seorang bidan yang membuka praktik mandiri dapat disebut juga sebagai wirausahawan. Dimana wirausahawan adalah seorang yang memiliki keahlian menjual, mulai menawarkan ide hingga komoditas yakni layanan jasa. Sebagai pelaku usaha mandiri dalam bentuk layanan jasa kesehatan dituntut untuk mengetahui dengan baik manajemen usaha. Bidan sebagai pelaku usaha mandiri dapat berhasil baik dituntut untuk mampu sebagai manajerial dan pelaksana usaha, di dukung pula kemampuan menyusun perencanaan berdasarkan visi yang diimplementasikan secara strategis dan mempunyai ke mampuan personal selling yang baik guna meraih sukses. Diharapkan bidan nantinya mampu memberikan pelayanan kesehatan sesuai profesi dan mampu mengelola manajemen pelayanan secara profesional, serta mempunyai jiwa entrepreneur.

Bidan yang berwirausaha dengan cara membuka praktik mandiri dirumahnya, seharusnya berusaha untuk mendongkrak inovasi yang baru terhadap manajemen usaha. Dimulai dari modal yang ia punya, alat-alat kesehatan, susunan ruangan, manajemen keuangan, dan lain-lain. Agar laba yang diharapkan dapat terwujud tanpa mengurangi kualitas pelayanan yang diberikan.

## 2. Kewirausahaan Dalam Praktik Kebidanan

### 1. Pengertian, Manfaat, Fungsi, Dan Prinsip Berkewirausahaan

#### a. Pengertian Organisasi

Menurut Trewatha dan Newport organisasi dapat dinyatakan sebagai struktur social yang didesain guna mengordinasi kegiatan dua orang atau lebih, melalui suatu pembagian kerja dan hierarki dan otoritas, guna pencapaian tujuan umum tertentu. Sedangkan menurut Dr. H. R. Soedarto. W. W. Sp. OG organisasi adalah kumpulan individu membentuk golongan untuk mencapai sesuatu secara bersama-sama untuk mencapai manajemen ( Input, proses, output ) untuk bisa bekerja atau berjalan perlu aturan atau tata kerja, hubungan satu

---

sama lain ( Cara koordinasi satu bagian dengan bagian yang lain ).

Contoh organisasi yang paling sempurna yaitu :

1. Fungsi-fungsi tubuh kita
2. Fungsi-fungsi alam kita

Sebuah organisasi mempunyai tujuan seiring berjalannya waktu. Organisasi juga mengalami perubahan sehingga mempengaruhi system, tujuan, visi, dan misi organisasi. Klinik bersalin atau tempat praktik bidan yang dipimpin dengan kegiatan memberi pelayanan kebidanan yang dilandasi oleh etik dan moral, keahlian, kewenangan, dan peningkatan mutu yang terus menerus.

Bidan juga akan terlibat dan berhubungan dengan organisasi kemasyarakatan maupun organisasi profesi. Dalam menjalankan fungsi dan tanggung jawabnya bidan juga dapat merancang, membuat, mendirikan, serta mengelola organisasi sehingga pengetahuan bidan tentang organisasi dipandang perlu agar menjadi pengelola dan perancang organisasi yang baik.

#### b. Macam Organisasi

Organisasi dapat dibagi dalam :

- 1) Organisasi profesi yaitu badan yang akan menerima masukan dari pelanggan tentang output
- 2) Organisasi beretika yaitu menentukan standar sejauh mana tingkah laku dan pengambilan keputusan yang dianggap baik atau buruk

#### c. Manfaat Organisasi

Organisasi memberi faedah dan manfaat ( Utilities ) kepada anggotanya. Faedah yang dihasilkan oleh organisasi berupa :

- 1) Faedah ekonomi, berupa barang dan jasa yang menjamin kebutuhan material manusia.
  - 2) Faedah Politik, menjamin suatu keadaan yang stabil dalam masyarakat, situasi politik yang stabil dapat mencapai kemakmuran.
  - 3) Faedah social, diperoleh melalui interaksi social, manusia
-

adalah makhluk social, faedah yang diperlukan manusia karena manusia memerlukan adanya interaksi social.

- 4) Faedah waktu ( Utility Of time ), faedah yang diperoleh karena waktu. Waktu seseorang bergabung dalam organisasi atau lamanya organisasi itu berdiri, contoh pemberian kredit.
- 5) Utility of Place, faedah karena tempat
- 6) Utility of Form, faedah karena bentuk

#### d. Organisasi sebagai Sebuah Sistem

Organisasi merupakan sebuah system, tempat terjadinya kerjasama sekelompok orang, penetapan tanggung jawab secara jelas, otoritas yang sesuai dengan tanggung jawab, kesatuan penugasan ( Unity of assignment ), rentang pengawasan, dan komunikasi. Pembagian kerja dan spesialisasi. Spesialisasi dipandang dari dua sudut pandang :

- 1) Dengan jalan membagi suatu pekerjaan dalam bagian yang kecil
- 2) Dengan memusatkan usaha individual pada aktifitas yang memanfaatkan bakatnya semaksimal mungkin.

Penetapan tanggung jawabnya jelas. Setiap orang harus mengerti dengan baik tugasnya dan untuk apa ia bertanggung jawab, kepada siapa ia bertanggung jawab untuk melakukan tugas-tugasnya.

Otoritas sesuai dengan tanggung jawab. Penetapan tanggung jawab harus diikuti dengan otoritas yang cukup untuk melaksanakannya. Otoritas untuk membuat keputusan harus diberikan hingga bidang tempat masalah timbul dan kapan keputusan akan diterapkan.

Kesatuan Penugasan. Fungsi-fungsi yang serupa sebaiknya berhubungan erat didalam struktur yang ada, fungsi yang berhubungan dengan masing-masing posisi harus konsisten dan harus ada syarat-syarat yang cukup sama dengan keterampilan.

Rentang pengawasan. Seorang manajer diharapkan dapat

---

mengawasi sejumlah bawahan ( dalam jumlah yang layak ). Hal yang mempengaruhi rentang pengawasan adalah perbedaan individual pada penyedia (supervisor ), ukuran dan pentingnya unit-unit bawahan, sifat aktifitas, mudah atau tidaknya komunikasi, usia organisasi yang bersangkutan, dan periode waktu.

Bidan sebagai manager dalam sebuah organisasi sebaiknya memahami bahwa tidak selamanya pekerjaan pelayanan kebidanan yang diberikan dalam orgainisasinya hanya membutuhkan tenaga bidan, namun sangat penting apabila bidan menyadari bahwa ia juga membutuhkan orang-orang yang ahli dalam bidang manajemen dan administrasi. Bidan harus benar-benar membedakan tugas administrasi dan tugas pelayanan kebidanan. Administrasi yang dimaksud dalam hal ini adalah yang terlibat dalam unsure manajemen, sementara bidan sendiri dalam melaksanakan fungsinya sebagai pemberi pelayanan tetap melakukan pencatatan dan pelaporan atau pendokumentasian segala tindakan yang diberikan dalam asuhan kebidanan kepada klien sebagai bentuk pertanggung jawaban secara hukum.

#### e. Struktur Organisasi

##### 1. Struktur Linier

Adalah struktur paling awal yang diciptakan oleh Henry Fayol mengingat setiap organisasi selalu berkaitan dengan wewenang dan tanggung jawab yang semuanya di arahkan untuk mencapai tujuan dan sesuai dengan kebutuhannya. Ciri-cirinya :

- a. Mempunyai wewenang dan tanggung jawab secara langsung secara vertical yang dikaitkan dengan jabatan dan tugas tiap tingkatan
  - b. Bawahan hanya mempunyai satu atasan
  - c. Adanya kesatuan komando atau perintah
-

- d. Tidak mempunyai tenaga staf penasehat
  - e. Cocok untuk organisasi kecil dan sederhana
2. Struktur Linie dan Staf

Ada staf ahli yang bertindak sebagai penasehat sesuai dengan bidangnya, memberikan pelayanan, dan bantuan terhadap pimpinan. Ciri struktur Linie ini adalah mempunyai beberapa tenaga staf penasehat ahli sesuai dengan bidang yang dibutuhkan.

3. Struktur Fungsional

Struktur ini menunjukkan bahwa masing-masing kepala unit dapat memberi komando kepada unit lain sesuai dengan bidang dan fungsinya. Disamping itu tiap unit bertugas sebagai penasehat dan pemberi bantuan, baik kepada pucuk pimpinan maupun kepada unit lain sesuai dengan bidang dan tugas masing-masing.

2. MANAJEMEN

1) Pengertian

Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, memimpin dan mengawasi usaha-usaha dari anggota organisasi dan dari sumber organisasi lainnya untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan dan suatu proses yang melibatkan hubungan interpersonal dan teknologi, yang akan digunakan untuk mencapai seluruh atau setidaknya sebagian tujuan organisasi dengan menggunakan tenaga manusia yang ada serta sumber daya lain dan teknologi yang tersedia.

Manajemen dapat dikatakan sebagai suatu rentetan langkah yang terpadu yang mengembangkan suatu organisasi sebagai suatu sistem yang bersifat sosial, ekonomis, dan teknis. Sosial berarti menunjukkan peran penting manusia dalam menggerakkan seluruh sistem organisasi, ekonomi berarti kegiatan dalam sistem organisasi yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hakiki manusia,

---

sedangkan teknis berarti dalam kegiatan ini digunakan alat dan cara tertentu secara sistematis. Gaya manajemen yang banyak dianut adalah Total Quality Management (TQM).. TQM adalah sistem manajemen yang mengelola perusahaan dan kegiatannya dengan mengikutsertakan seluruh jajaran karyawan untuk berperan serta dalam mengembangkan dan meningkatkan mutu disegala bidang demi kepuasan customer.

Manajemen kebidanan adalah proses pemecahan masalah yang digunakan sebagai metode untuk mengorganisasikan pikiran dan tindakan berdasarkan teori ilmiah, temuan, keterampilan dalam rangkaian tahapan logis untuk pengambilan keputusan yang berfokus pada klien

## 2) Manajemen Varney

Langkah manajemen Varney :

1. Pengumpulan data dasar
2. Interpretasi data dasar
3. Mengidentifikasi diagnosis atau masalah potensial
4. Identifikasi perlunya penanganan segera
5. Perencanaan asuhan komprehensif
6. Pelaksanaan rencana
7. Evaluasi

## 3) Macam-macam Manajemen

Manajemen mengandung tiga pengertian yaitu: pertama, manajemen sebagai proses, kedua manajemen sebagai kolektivitas, ketiga manajemen sebagai suatu seni (art) dan suatu ilmu. Hal-hal yang bersifat khusus yang menjadi kajian keilmuan manajemen antara lain adalah: perencanaan, organisasi, penyusunan, pengarahan, pengawasan, dan manajemen sumberdaya manusia.

Macam-macam manajemen :

1. Manajemen sebagai suatu proses, berbeda-beda definisi yang diberikan oleh para ahli. Menurut Haiman, manajemen adalah fungsi untuk mencapai sesuatu dengan melalui kegiatan orang

lain dan mengawasi usaha-usaha individu untuk mencapai tujuan utama bersama. Selanjutnya menurut GR. Terry mengatakan bahwa manajemen adalah pencapaian tujuan yang ditetapkan terlebih dahulu dengan mempergunakan kegiatan orang lain. dari dua defenisi tersebut dapat disimplkan bahwa ada tiga pokok penting dalam definisi tersebut yaitu, pertama adanya tujuan yang ingin dicapai, kedua tujuan yang dicapai dengan mempergunakan kegiatan orang lain, dan ketiga kegiatan orang lain itu harus dibimbing dan diawasi.

2. Manajemen sebagai kolektivitas, orang-orang yang melakukan aktivitas manajemen. Jadi setiap orang yang melakukan aktivitas manajemen dalam suatu badan tertentu disebut manajemen. Dalam arti tunggal disebut manejer. Manejer adalah pejabat yan bertanggung jawab atas terselenggaranya aktivitas-aktivitas manajemen agar tujuan unit pimpinannya tercapai dengan menggunakan bantuan orang lain.
  3. Manajemen sebagai suatu seni dan ilmu, manajemen sebagai seni berfungsi untuk mencapai tujuan yang nyata mendatangkan hasil atau manfaat, sedangkan manajemen sebagai ilmu berfungsi menerangkan fenomena-fenomena, kejadian-kejadian, kedaan-keadaan.  
Jadi memberikan penjelasan-penjelasan.
- 4) Unsur manajemen
    - 1) SDM
    - 2) Uang
    - 3) Tata cara, prosedur
    - 4) Alat-alat, mesin
    - 5) Market (pasar, pelanggan, pembeli, pasien)
    - 6) Material bahan dasar
    - 7) Informasi
  - e. Prinsip manajemen dalam pelayanan kebidanan
    - 1) Kepatuhan terhadap hokum
-

- 2) Etika dan kode etik profesi
- 3) Profesionalisme dan keahlian
- 4) Orientasi pelayanan
- 5) Kestinambungan usaha
- 6) Sinergi dan kerjasama
- 7) Pengembangan bertahap
- 8) Bisnis adalah bisnis
- 9) Kegiatan manajemen mutu

Pelayanan kesehatan yang bermutu tinggi dimulai dengan standar etika manajerial yang tinggi pula, manajemen mutu meliputi kegiatan :

- 1) Sistem untuk memberlakukan standar profesional, baik dari sudut tingkah laku, organisasi serta penilaian kegiatan sehari-hari.
  - 2) Sistem pengamatan agar pelayanan selalu diberikan sesuai standar dan deteksi bila terdapat penyimpangan
  - 3) Sistem untuk senantiasa menunjang berlakunya standar profesional
- Kegiatan manajemen meliputi : planning, organizing, staffing, directing, dan controlling (pengawasan).

## 1. WIRUSAHA BIDAN

Bidan yang telah menyelesaikan pendidikannya minimal DIII (Diploma Tiga Kebidanan) dapat melakukan wirausaha Kebidanan.

Pengertian Organisasi Menurut Trewatha dan Newport organisasi dapat dinyatakan sebagai struktur social yang didesain guna mengordinasi kegiatan dua orang atau lebih, melalui suatu pembagian kerja dan hierarki dan otoritas, guna pencapaian tujuan umum tertentu. Sedangkan menurut Dr. H. R. Soedarto. W. W. Sp. OG organisasi adalah kumpulan individu membentuk golongan untuk mencapai sesuatu secara bersama-sama untuk mencapai manajemen ( Input, proses, output ) untuk 146ias bekerja atau berjalan perlu aturan

---

atau tata kerja, hubungan satu sama lain ( Cara koordinasi satu bagian dengan bagian yang

## 2. BIDAN PRAKTIK SWASTA

Jasa praktik bidan swasta biasanya merupakan usaha yang dijalankan oleh seorang yang memiliki keahlian atau berprofesi sebagai seorang bidan. Kadangkala usaha praktik bidan yang mereka jalankan bisa menghasilkan pendapatan yang lebih dibandingkan dengan gaji bulanan mereka.

Beberapa jasa usaha ini adalah persalinan, imunisasi balita, kesehatan ibu dan anak (KIA) yang meliputi pemeriksaan kehamilan dan pemeriksaan balita tahap awal. Besarnya tarif biasanya disesuaikan dengan kondisi wilayah mereka tinggal dan kesenioritasan yang mencangkup keahlian bidan tersebut.

Untuk bidan praktik swasta di daerah pedesaan tarif yang ditetapkan untuk persalinan sebesar 450.000 sampai 500.000 rupiah. Untuk imunisasi (dalam bentuk paket) ditetapkan tarif seharga 10.000 rupiah. Pemeriksaan kehamilan berkisar antara 17.000 (sudah termasuk pemberian vitamin plus kalsium) dan 25.000 rupiah jika terdapat keluhan seperti batuk dan pilek.

Harga pemeriksaan balita tahap awal sebesar 15.000-20.000 rupiah mencangkup tumbuh kembang balita, gerak motorik dan sensorik apakah sesuai dengan umur balita atau tidak, BB/TB dan pengobatan sementara jika ada keluhan. Namun jika dalam 3 hari tidak ada perubahan akan dilakukan rujukan ke dokter umum ataupun spesialis. Pelayanannya-pun semakin hari semakin inovatif. Ada bidan yang memberikan tambahan pelayanan dengan menjemput pasien yang akan melahirkan. Tidak hanya sebatas itu, si pasienpun diantar pulang setelah proses persalinan. Pengguna layanan jasa praktik bidan swasta ini adalah ibu hamil, anak balita, wanita usia subur, pasangan usia subur dan wanita-wanita yang mengalami masa menopause. Layanan yang paling sering dibutuhkan adalah partus atau

---

persalinan.

Untuk pasien persalinan, pertama-tama biasanya dilakukan anamnesa atau pertanyaan seputar nama dan umur pasien, kapan mulai dirasakan kencang-kencang, kapan mens terakhir dan pemeriksaan BB/TB. Setelah itu dilakukan pemeriksaan umum seperti pemeriksaan tensi, suhu, nadi dan dilihat keadaan umum ibu tersebut apakah dalam kondisi baik atau tidak. Kemudian dilakukan analisa lengkap dan pemeriksaan obstetri terhadap kandungan tersebut lalu berlanjut ke pemeriksaan dalam. Dan jika memang dirasa kehlahiran akan terjadi dilakukan pemeriksaan sekitar 4 jam sekali jika pembukaan sudah diatas 4.

Pemeriksaan sebelumnya juga harus dilakukan untuk pendeteksian faktor resiko apakah termasuk kehamilan normal atau yang berisiko sehingga dapat dilakukan penanganan untuk mengantisipasi.

#### Peralatan & Ruang Praktik

Usaha ini sebenarnya memerlukan peralatan pendukung yang cukup banyak. Peralatan yang digunakan dalam praktik bidan swasta meliputi alat tensi, timbangan injak, timbangan bayi, metlin, dopler, lineks, stetoskop, HB set, partus set, perlak, scoop, sarung tangan dan sepatu boot. Selain itu, peralatan yang tak kalah pentingnya yang harus dimiliki adalah meja ginekologi, lampu sorot, sterilisator, kateter, tutup rambut, kacamata, isap lendir, sungkup, penjepit tali pusar, haeting set, box bayi, inkubator, kamar VK atau kamar persalinan dan kamar biasa serta harus dilengkapi dengan obat-obatan yang menunjang dan infus.

Untuk ruangan praktik, disarankan minimal mempunyai 4 ruang (kamar). Satu ruang difungsikan sebagai kamar VK (kamar bersalin), satu ruang lagi untuk perawatan dan 2 buah ruang untuk dijadikan kamar ibu hamil setelah bersalin. Hal penting yang harus diperhatikan adalah kelengkapan peralatan yang menunjang untuk persalinan dan pemeriksaan ibu dan anak, sterilisasi akan peralatan tersebut dan kebersihan akan 3B yakni bersih alat, bersih tempat dan bersih

---

penolong.

Kendala

Kendala yang dirasakan dalam usaha praktik bidan swasta ini biasanya hanya seputar masalah teknis persalinan. Salah satu contohnya adalah anjuran untuk belum saatnya mengejan tapi ternyata pasien tidak mengindahkannya dan tetap mengejan. Tentu hal ini sangat merepotkan apabila bidan tidak terbiasa menangani hal seperti itu. Selain kendala diatas, untuk jasa praktik bidan swasta yang berada di wilayah pedesaan, kendala yang sering dirasakan adalah apabila ibu hamil tinggal di daerah pegunungan dan jalan menuju daerah tersebut sulit dijangkau. dan hal ini memang sering terjadi, mengingat rata-rata kondisi jalan daerah pedesaan tidak sebegus dan semudah di kota.

Untuk jam praktik, mereka bisa dibidang 24 jam penuh nonstop. Salah satu penyebabnya adalah proses persalinan yang sering tidak bisa diperkirakan. Ini merupakan resiko jika mereka benar-benar terjun di usaha ini.

#### 5) Persyaratan Bidan praktik swasta

Menurut KEPMENKES RI NO. 900/MENKES/SK/VII/2002 tentang registrasi dan praktik bidan, BPS diselenggarakan oleh perorangan dengan persyaratan sebagai berikut:

Bidan dalam menjalankan praktiknya harus:

- 1) Memiliki tempat tidur dan ruangan praktik yang memenuhi persyaratan kesehatan
  - 2) Menyediakan tempat tidur untuk persalinan, minimal 1 dan maksimal 5 tempat
  - 3) Memiliki peralatan minimal sesuai dengan ketentuan dan melaksanakan prosedur tetap (protap) yang berlaku
  - 4) Menyediakan obat-obatan sesuai dengan ketentuan peralatan yang berlaku
  - 5) Bidan yang menjalankan praktik harus mencantumkan izin praktik bidannya atau fotocopy izin praktiknya di ruang praktik, atau
-

tempat yang mudah dilihat

- 6) Bidan dalam praktiknya menyediakan lebih dari 5 tempat tidur, harus memperkerjakan tenaga bidan yang lain, yang memiliki SIPB untuk membantu tugas pelayanannya
- 7) Bidan yang menjalankan praktik harus mempunyai peralatan minimal sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan harus tersedia di tempat praktiknya
- 8) Peralatan yang wajib dimiliki dalam menjalankan praktik bidan sesuai dengan jenis pelayanan yang diberikan
- 9) Dalam menjalankan tugas bidan harus senantiasa mempertahankan dan meningkatkan keterampilan profesinya antara lain dengan:
  - a. Mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan dan atau saling tukar informasi dengan sesama bidan
  - b. Mengikuti kegiatan-kegiatan akademis dan pelatihan sesuai dengan bidang tugasnya, baik yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun oleh organisasi profesi
- 10) Memelihara dan merawat peralatan yang digunakan untuk praktik agar tetap siap dan berfungsi dengan baik
- 11) Selain itu jagan harus memenuhi persyaratan bangunan yang meliputi:
  - a. Papan nama
    - 1) Untuk membedakan identitas maka setiap bentuk pelayanan medik dasar swasta harus mempunyai nama tertentu, yang dapat diambil dari nama yang berjasa di bidang kesehatan, atau yang telah meninggal atau nama lain yang sesuai dengan fungsinya.
    - 2) Ukuran papan nama seluas maksimal 1 x 1,5 meter
    - 3) Tulisan balok warna hitam, dan dasarnya berwarna putih
    - 4) Pemasangan papan nama pada tempat yang mudah dan jelas terbaca oleh masyarakat
  - b. Tata Ruang
    - 1) Setiap ruang periksa mempunyai luas minimal 2 x 3 meter

- 2) Setiap bangunan pelayanan, minimal mempunyai ruang periksa, ruang administrasi / kegiatan lain sesuai kebutuhan, ruang tunggu, dan kamar mandi / WC masing-masing 1 buah
  - 3) Semua ruangan mempunyai ventilasi dan penerangan / pencahayaan
- c. Lokasi
- 1) Mempunyai lokasi tersendiri yang telah disetujui oleh Pemerintah Daerah setempat (tata kota), tidak berbaur dengan kegiatan umum lainnya seperti pusat perbelanjaan, tempat hiburan dan sejenisnya
  - 2) Tidak berdekatan dengan lokasi bentuk pelayanan yang sejenisnya dan juga agar sesuai dengan fungsi sosialnya yang salah satu fungsinya adalah mendekatkan pelayanan kesehatan kepada masyarakat
- d. Hak Guna Pakai
- 1) Mempunyai surat kepemilikan bangunan (surat hak milik / surat hak guna pakai)
  - 2) Mempunyai surat hak guna pakai (surat kontrak bangunan) minimal 2 tahun
- e. Perizinan
- SIPB dikeluarkan oleh Kepala Dinas Kesehatan Kabupaten / Kota yang seterusnya akan disampaikan laporannya kepada Kepala Dinas Kesehatan Propinsi setempat dengan tembusan kepada organisasi profesi setempat.
- f. Kelengkapan Administrasi, Peralatan, Sarana, Dan Prasarana Bidan Praktik Swasta
- 1) Administrasi
    - a. Memiliki papan nama bidan praktik swasta
    - b. Mempunyai SIPB dan masih berlaku
    - c. Ada visi dan misi
    - d. Ada falsafah
-

- e. Memiliki buku standar pelayanan kebidanan
- f. Ada buku pelayanan KB
- g. Ada buku standar pelayanan kebidanan neonatal
- h. Ada buku register pasien Ada format catatan medic
  - Antenatal
  - Persalinan
  - Nifas
  - Bayi Baru Lahir
  - Keluarga Berencan
  - Bayi Sehat
  - Rujukan
  - Laporan
  - Surat Kelahiran
  - Surat Kematian
  - Partograf
  - Informed Consent
  - Formulir Permintaan Darah

## 2) Peralatan

No	Peralatan Tidak Steril	Peralatan Steril	Peralatan Habis Pakai
1	Tensimeter	klem pean	Kapas
2	Termometer	$\frac{1}{2}$ klem kocher	Kain kasa
3	Stetoskop	Korentang	Plester
4	Timbangan bayi	Gunting tali pusat	Handuk
5	Timbangan dewasa	Gunting benang	Pembalut wanita
6	Pengukur panjang bayi	Kateter	
7	Penghisap lender	Pincet	
8	Pita mengukur	Kocher tang	
9	Sterilisasi	Pincet chirurgic	
10	Oksigen dengan regulator	Cocor bebek	
11	Strilisator	Mangkok metal	

12	Bak instrument	Pengikat tali pusat
13	Sahli	Pengisap lendir
14	Masker	Tampon tang
15	Bengkok	Tampon vagina
16	Gunting ferband	Pemegang jarum
17	Spatel lidah	Jarum kulit & otot
18	Jam detik	Sarung tangan
19	Reflek hamer	Benang sutura
20	Apron	Catgur
21	Pengaman mata	Doek steril
22	Sarung kaki plastik	Sims
23	Semprit disposable	
24	Tempat placenta	
25	Senter kecil	
26	Pakaian ibu dan bayi	
27	Sarung tangan karet	
28	Tempat kotoran	
29	Tempat kain kotor	
30	Selimut	
31	Kertas lakmus	
32	Gelas ukur 500ml	

### 3) Peralatan pencegahan infeksi

- Wadah anti tembus
- Tempat sampah basah dan kering
- Ember
- Ember plastik tertutup
- Ember plastik dan sikat
- DTT set
- Tempat penyimpanan peralatan

### 4) Formulir yang disediakan

- a. Formulir Informed Consent
  - b. Formulir ANC
  - c. Partograf
  - d. Formulir persalinan / nifas dan KB
  - e. Formulir rujukan
  - f. Formulir surat kelahiran
  - g. Formulir permintaan darah
  - h. Formulir kematian
- 5) Media penyuluhan kesehatan
- a. Ada poster di dinding
    - 1) Pesan-pesan ASI Eksklusif
    - 2) Pesan Immunisasi
    - 3) Pesan Vitamin A
    - 4) Persalinan
    - 5) Tanda Bahaya
  - b. Ada leaflet
  - c. Ada booklet
  - d. Ada majalah bidan dan lainnya
- 6) Sarana
- a. Rumah terbuat dari tembok
  - b. Lantai keramik
  - c. Ruang tempat periksa
  - d. Ruang perawatan
  - e. Dapur
  - f. Kamar mandi
  - g. Ruang cuci pakaian/alat
  - h. Ruang tunggu
  - i. Wastafel
  - j. Tempat sampah dan tempat parkir
6. Aspek pendidikan, pengalaman, peran dan fungsi bidan di BPS
- 1) Pendidikan tambahan
-

Seorang bidan harus dapat meningkatkan dan mengembangkan pengetahuannya serta keterampilan profesinya dengan mengikuti kegiatan akademis sesuai dengan bidang tugasnya baik yang diselenggarakan pemerintah maupun oleh organisasi profesi, antara lain:

- a. Diploma III Kebidanan
- b. Diploma III Keperawatan
- c. Diploma IV Kebidanan
- d. Diploma IV Keperawatan
- e. S 1 Kebidanan
- f. S 1 Keperawatan
- g. S 1 Kesehatan Masyarakat
- h. dll

2) Pelatihan yang diikuti

Selain dari jenjang formal yang juga seharusnya diikuti oleh bidan adalah berbagai macam pelatihan atau pendidikan informal dalam rangka meningkatkan pengetahuan baik teknis maupun non teknis, anatara lain :

- a. Asuhan persalinan normal
- b. Diklat jarak jauh bidan
- c. keluarga berencana
- d. insersi IUD
- e. pemasangan AKBK
- f. pelatihan penanganan HIV AIDS
- g. pelatihan isu gender
- h. pelatian kesehatan reproduksi
- i. dan lainnya

3) Keikutsertaan dalam organisasi

Dalam organisasi IBI, seorang bidan hendaknya dapat menjalankan peran dan fungsinya sebgai :

- a. anggota IBI dan atau
  - b. sebagai pengurus aktif IBI
-

#### 4) Fungsi BPS

BPS selain berfungsi tempat pelayanan masyarakat terutama ibu dan anak, hendaknya dapat pula berfungsi sebagai tempat pemberdayaan masyarakat yang juga berperan ikut serta dalam kegiatan peran serta masyarakat, misalnya :

- a. kegiatan posyandu
- b. membina posyandu
- c. membina kader
- d. membina dukun
- e. menjadi ibu asuh
- f. membina dasa wisma
- g. menjadi anggota organisasi kemasyarakatan

#### 5) Penghargaan

Seorang bidan juga dituntut mempunyai kualitas yang baik dalam memberikan pelayanan kesehatan kepada masyarakat dan memiliki kompetitif yang tinggi dan sehat, berkaitan dengan hal itu ada beberapa penghargaan yang diterima oleh bidan baik dari pemerintah, organisasi profesi maupun pihak swasta/LSM berupa:

- a. Bidan teladan
- b. RB/Klinik teladan
- c. Penghargaan lainnya yang berkaitan dengan bidan dalam menjalankan peran dan fungsinya

#### 6) Kegiatan yang dilaksanakan di BPS

Adapun kegiatan – kegiatan pelayanan kesehatan yang dilaksanakan oleh seorang bidan di BPS adalah sebagai berikut :

- a. Penyuluhan kesehatan
  - b. Konseling KB
  - c. ANC
  - d. Asuhan Persalinan
  - e. Perawatan Nifas
  - f. Perawatan Bayi
  - g. Pelayanan KB (IUD, AKBK, Suntik, Pil)
-

- h. Imunisasi (ibu dan bayi)
- i. Kesehatan Reproduksi Remaja
- j. Perawatan Pasca Keguguran, dll

7) Pelaksanaan manajemen laktasi

Dalam pelaksanaan menggalakkan program pemberian ASI Eksklusif, bidan dalam hal ini hendaknya memiliki serta melaksanakan manajemen laktasi, antara lain:

- a. Penyuluhan tentang
  - 1) Perawatan buah dada
  - 2) Memberikan ASI Eksklusif
  - 3) Cara mendeteksi yang baik dan benar
  - 4) Cara mengatasi masalah menyusui
- b. Melaksanakan bonding
- c. Melatih bayi untuk menetek segera setelah bayi lahir
- d. Melakukan program ASI Eksklusif

7. Wewenang bidan

Bidan dalam menjalankan praktiknya berwenang untuk memberikan pelayanan, meliputi:

- a. Pelayanan kebidanan
- b. Pelayanan keluarga berencana
- c. Pelayanan kesehatan masyarakat

Pelayanan kebidanan ditujukan kepada ibu dan anak. Pelayanan kepada ibu diberikan masa pra nikah, masa kehamilan, masa persalinan, masa nifas dan masa antara (periode interval). Pelayanan kebidanan kepada anak diberikan pada masa bayi baru lahir, masa bayi, masa anak balita dan masa pra sekolah.

□ Pelayanan kepada ibu meliputi :

- a. Penyuluhan dan konselin
  - b. Pemeriksaan fisik
  - c. Pelayanan antenatal pada kehamilan normal
  - d. Pertolongan pada kehamilan abnormal yang mencakup ibu
-

- hamildengan abortus iminens, hyperemesis gravidarum tingkat I, pre eklampsi ringan dan anemi ringan
- e. Pertolongan persalinan normal
  - f. Pertolongan persalinan abnormal yang mencakup letak sungsang, partus macet, kepala didasar panggul , tanpa infeksi, perdarahan post partum, laserasi jalan lahir, distosia karena inersia uteri primer, post term dan pre term
  - g. Pelayanan pada ibu nifas normal yang mencakup retensio plasenta, renjatan dan infeksi ringan.
  - h. Pelayanan dan pengobatan pada kelainan ginekologi yang meliputi keputihan, perdarahan yang tidk teratur dan perdarahan haid.
- Pelayanan kebidanan pada anak meliputi :
- a. pemeriksaan bayi baru lahir
  - b. perawatan tali pusat
  - c. perawatan bayi
  - d. resusitasi pada BBL
  - e. pemantauan tumbang anak
  - f. pemberian imunisasi
  - g. pemberian penyuluhan
- Bidan dalam memberikan pelayanan keluarga berencana berwenang untuk
- a. Memberikan obat dan kontrasepsi oral, suntikan dan AKDR, AKBK dan kondom
  - b. Memberikan penyuluhan atau konseling pemakaian kontraseps
  - c. Melakukan pencabutan ala kontrasepsi bawah kulit tanpa penyulit
  - d. Melakukan pencabutan alat kontrsepsi dalam rahim
  - e. Memberikan konseling untuk pelayanan kebidanan, keluarga berencana dan kesehatan masyarakat
- Bidan dalam memberikan penyuluhan kesehatan masyarakat berwenang untuk :
- a. Membina peran serta masyarakat dibidang kesehatan ibu dan anak
  - b. Memantau tumbuh kembang
  - c. Melaksanakan pelayanan kebidanan komuniti
-

- d. Melaksanakan deteksi dini, melaksanakan pertolongan pertama, merujuk dan memberikan penyuluhan infeksi menular seksual (PMS), penyalahgunaan narkotika, psikotropika dan zat adiktif (NAPZA) serta penyakit lainnya.

### **C. RANGKUMAN**

Kesimpulan yang bisa ditarik dari berbagai pengertian tersebut adalah bahwa kewirausahaan dipandang sebagai fungsi yang mencakup eksploitasi peluang peluang yang muncul di pasar.

Eksplorasi tersebut sebagian besar berhubungan dengan pengarahannya dan atau kombinasi input yang produktif. Seorang wirausahawan selalu di haruskan menghadapi resiko atau peluang yang muncul, serta di kaitkan dengan tindakan yang inovatif dan kreatif. Wira usahawan adalah orang yang merubah nilai sumberdaya, tenaga kerja, bahan dan faktor produksi lainnya menjadi lebih besar dari pada sebelumnya dan juga orang yang melakukan perubahan, inovasi dan cara- cara baru.

### **D. LATIHAN**

1. Berdasarkan teori yang sudah kamu dapatkan, apa pendapatmu tentang seorang bidan, wirausaha dan kaitannya dengan praktik kebidanan ?
2. Buatlah sebuah assay tentang pandanganmu kedepannya akan menjadi seorang bidan yang seperti apa , dan apa yang akan anda lakukan jika anda memiliki BPM dan kewirausahaan apa yang akan anda kembangkan?

### **E. RUJUKAN**

Kepmenkes RI Permenkes 1464/2010 Tentang Praktik Bidan, Jakarta 2010

Kepmenkes No 900/Menkes/SK/VI/2002

PP-IBI, 50 Tahun Ikatan Bidan Indonesia, Cetakan ke-3 Tahun 2011

Anonim. Tanpa tahun. Hakikat dan Konsep Dasar Kewirausahaan. Adesyams.

[Blogspot.com/.../hakikat-dan-konsep-dasar-kewirausahaan.](http://Blogspot.com/.../hakikat-dan-konsep-dasar-kewirausahaan) diunduh 13

Februari 2019

---

Anonim. Tanpa tahun. BPS. <http://bisnisukm.com/jasa-praktik-bidan-swasta.html>. Diunduh 13 Februari 2019

Hariz Sastrawinata. Kepemimpinan Organisasi dalam manajemen Kebidanan Komunitas. [Harizsastrawinata.blogspot.com/2011](http://Harizsastrawinata.blogspot.com/2011). Diunduh 13 Februari 2019

---

### **BAB XIII**

#### **USAHA BABY AND MOM MASSAGE**

##### **A. Pendahuluan**

Pijat adalah terapi sentuh tertua yang dikenal manusia tak kurang sejak zaman Mesir Kuno. Laporan tentang pijat sudah tertulis dalam kitab Papyrus Ebers, yaitu sebuah buku catatan kedokteran pada masa tersebut. Di India ditemukan Ayur Veda, buku kedokteran tertua (1800 SM) yang menuliskan tentang pijat, diet, dan olahraga sebagai cara penyembuhan yang utama pada masa itu. Di Cina, sekitar 5000 tahun lalu para tabib dari Dinasti Tang menyakini bahwa pijat adalah salah satu teknik pengobatan yang penting. Bukti arkeologi 2 pijat telah ditemukan dalam banyak peradaban kuno termasuk Cina, India, Jepang, Korea, Mesir, Roma, Yunani, Mesopotamia

Pijat di Indonesia adalah sebuah warisan budaya leluhur yang sering dimanfaatkan oleh masyarakat kita sebagai salah satu pengobatan alternatif. Bukti sejarah pijat bisa dilihat di relief-relief candi Borobudur. Tidak hanya di Borobudur, pada abad 8-9 Candi Budha di Jawa Tengah juga terdapat ukiran yang menggambarkan tentang pijat. Dilihat dari segi sejarahnya, pijat tradisional Indonesia juga dipengaruhi oleh seni penyembuhan dan pengobatan dari India dan Cina. Agama Hindu tiba di Indonesia sekitar 400 tahun SM dengan pendeta Hindu yang memperkenalkan obat India yang menggunakan minyak wangi untuk pijat serta obat-obatan yang terbuat dari tanaman

Kebiasaan memijat bayi bahkan ibu sudah menjadi budaya yang dilakukan secara turun-temurun dari orang tua ke anak dan cucunya. Tak heran, selain membuat anak dan ibu tidur lebih lelap, pijat juga memberikan manfaat kesehatan bagi bayi dan ibu menyusui.

Capaian pembelajaran dalam bab ini adalah sbb :

1. Mahasiswa mampu Menganalisis konsep usaha baby and mom massage
-

## B. Mom And Baby Massage

### 1. Prenatal Massage

#### a. Pengertian Massage

Pijat kehamilan adalah istilah catch-all untuk pijat tangan selama atau setelah kehamilan (pijat prenatal atau Pascalahir). Pijat kehamilan biasanya berlangsung satu jam. Di masyarakat pijat pada ibu hamil sebenarnya sudah biasa dilakukan, terutama oleh dukun bayi, dari proses kehamilan, hingga melahirkan, bahkan biasanya satu paket dengan pijat bayi yang baru dilahirkan dan pemulihan untuk ibu yang baru melahirkan. Pijat merupakan aplikasi tekanan pada jaringan lunak tubuh, seperti kulit, otot, tendon dan ligamen.

Pijat atau *massage* adalah salah satu cara untuk memunculkan *wellness for body and mind*. *Massage* adalah sebagai pijat yang telah disempurnakan dengan ilmu-ilmu tentang tubuh manusia atau gerakan-gerakan tangan yang mekanis terhadap tubuh manusia dengan mempergunakan bermacam-macam bentuk pegangan atau teknik. (Ihca, 2014). *Prenatal Massage* adalah pijat yang dilakukan pada ibu hamil untuk memperlancar sirkulasi darah ibu dan mengurangi keluhan yang sering dialami ibu hamil. Jenis pijatan disesuaikan dengan perubahan tubuh ibu hamil. (Ihca, 2014)

#### b. Manfaat Pregnancy massage

Pijat sangat bermanfaat untuk mengurangi stres, membuat rileks tubuh, meredakan ketegangan kejang otot, serta kram yang diakibatkan beban tambahan yang harus dibawa ibu hamil dan perubahan fisik selama kehamilan. Pijat juga membantu menguatkan proses kehamilan dengan cara memperlancar aliran darah. Membantu kesiapan fisik dan mental ibu, memaksimalkan kapasitas pernafasan yang sangat diperlukan dalam proses persalinan.

Dari sisi medis pijat yang boleh dilakukan jika otot-otot si ibu hamil mengalami kram akibat perubahan posisi. Dan pijat pada anggota badan yang bergerak seperti kaki dan tangan.

---

Yang di larang pijat pada daerah rahim dengan di urut-urut, atau di sokong keatas, karena bisa membahayakan bagi ibu dan janin yang di kandung, di khawatirkan ari-ari bayi bisa lepas sebelum bayi lahir. Pada saat ibu hamil kontraksi menjelang kelahiran juga di larang melakukan pemijatan, karena di khawatirkan terjadi cacat pada bayi. Beberapa manfaat prenatal massage yaitu:

- a. Mengurangi sakit punggung
  - b. Mengurangi nyeri sendi
  - c. Mengurangi Edema
  - d. Mengurangi ketegangan otot dan sakit kepala
  - e. Mengurangi stress dan kecemasan
  - f. Memperbaiki pola tidur
  - g. Menenangkan dan merileksasi ibu hamil
- c. Kontra Indikasi Pregnancy dan Post Natal Massage
- 1) Diabetes type 1 dan 2
  - 2) Hypertensi
  - 3) Pre eklamsi – Eklamsi
  - 4) Abortus
  - 5) Plasenta Previa dan Solutio Plasenta
  - 6) Asma
  - 7) Mual Muntah/ Hyperemesis
  - 8) Tromboplebitis
  - 9) Kelainan jantung
  - 10) Demam
  - 11) Diare
- d. Faktor Pertimbangan Dalam Massage
- Faktor-faktor yang harus di pertimbangkan dalam *massage* meliputi:
- 1) Tangan *masseur* harus selalu menyentuh tubuh klien.
  - 2) Tekanan telapak tangan hanya boleh diberikan ketika melakukan gerakan mengurut ke arah jantung dan harus
-

dihilangkan ketika melakukan gerakan balik.

- 3) *Massage* yang dilakukan untuk menghasilkan relaksasi pada orang yang dipijat dan frekuensi gerakan mengurut kurang lebih 15 kali dalam satu menit.
- 4) Irama yang tidak terputus-putus.
- 5) Keseluruhan bagian tubuh harus diurut dengan kontinuitas.
- 6) *Massage* dalam 10 menit harus sudah menghasilkan relaksasi yang cukup agar pasien bisa tidur nyenyak pada malam harinya.
- 7) Umumnya diyakini bahwa *massage* paling efektif jika dilakukan tiap hari.

e. Posisi *Pregnancy Massager*

1) *Prone* (Telungkup)

Posisi ini disarankan pada trimester pertama. Untuk mencegah tekanan intrauterine gunakan dua bantal untuk menyokong pelvis di kedua anterior spina iliaka.

2) *Supinasi* (Terlentang)

Posisi ini di sarankan pada kehamilan 14-22 minggu. Pada trimester pertama posisi *supinasi* juga di perbolehkan dan tidak memerlukan peralatan ekstra.

3) *Semireclining* (Semifowler)

Pada usia kehamilan mulai dari 23 minggu disarankan untuk menggunakan posisi ini dan menghindari posisi *supinasi*.

4) *Sidelying* (Menyamping)

Pada posisi ini ibu dianjurkan miring ke kiri, gunakan cukup bantal untuk menyangga kepala dan leher.

5) *Seated* (Duduk)

Posisi ini sangat nyaman bagi wanita yang kehamilannya kembar, menderita penyakit simfisis pubis yang parah, klien yang obesitas dan klien yang refleks lambung parah (Ihca, 2014).

---

f. Persiapan *Pregnancy Massage Treatment*

- 1) Terapis harus bertanya pertama kali apakah klien menyukai usapan karena beberapa klien tidak menyukai kontak secara fisik.
- 2) Perlu diperhatikan kemungkinan adanya alergi atau kulit mudah terangsang, sebelum memberikan lotion atau oil.
- 3) Hindari untuk melakukan *massage* pada area kemerah-merahan, kecuali bila kemerahan tersebut hilang sewaktu di *massage*.
- 4) Identifikasi juga faktor-faktor atau kondisi seperti fraktur tulang rusuk atau vertebra, luka bakar, daerah kemerahan pada kulit, atau luka terbuka yang menjadi kontraindikasi untuk *massage*.

- Tahap Persiapan

Persiapan Alat

- a) Kursi atau tempat duduk dan tempat bersandar
- b) Kasur, sprei, selimut.
- c) *Aromatherapy candle*.
- d) Minyak aromaterapi sesuai keinginan pasien.
- e) Handuk.

Persiapan Terapis

- a) Menyiapkan alat dan mendekatkannya ke pasien.
- b) Mencuci tangan.

Persiapan Lingkungan

- a) Menutup gorden atau pintu
- b) Pastikan privasi pasien terjaga (Ihca, 2014).

- Teknik *Pregnancy Massage Treatment*

a. Pemijatan Daerah Punggung

1. Mengatur Posisi Klien. Posisikan klien dalam posisi yang nyaman dan tanyakan bagaimana posisi yang nyaman.
2. Peregangan. Buka selimut pada daerah punggung

sampai daerah gluteal kemudian balurkan minyak di daerah punggung dan mulai dengan peregangan.

3. *Effleurage*. Mulai dari atas punggung meluncur ke bawah pada kedua sisi tulang belakang hingga atas otot gluteal. Kembali lagi dari bawah ke atas dan tekanan pijatan ke atas di kurangi.
  4. *Kneading* Pinggang. Lakukan *kneading* (meremas) mulai dari otot gluteal dan pinggang dengan lembut bergeser bolak balik.
  5. *Kneading* Bahu. Lanjutkan *kneading* ke bagian atas bahu.
  6. *Diagonal Strokes*. Urut dari daerah bahu ke daerah gluteal (daerah pinggang) secara menyilang dari sisi kanan ke sisi kiri. Urut dari daerah gluteal ke daerah bahu (daerah punggung) secara menyilang dari sisi kanan ke sisi kiri.
  7. *Twiddling Thumbs*. Tekan pada daerah sekitar ilium kemudian bergerak ke daerah punggung hingga ke bahu menggunakan tarian jempol.
  8. *Circular Thumbs*. Gunakan jempol bentuk lingkaran keluar pada sisi kanan dan kiri otot spina (secara sirkular). Pada ibu hamil trimester III dan Post natal di teruskan naik ke punggung untuk mengeluarkan hormon oksitosin.
  9. *Cross Frictional Therapy*. Gunakan jempol untuk menekan kedalam dan keluar dari spina. Gerakan ini digunakan jika klien mengeluh linu (daerah kram tertentu).
  10. *Chisel Fist*. Lakukan gerusan pada otot tulang belakang dengan menggunakan buku-buku jari, dapat bergerak maju mundur.
  11. *Deeper Cross Friction Therapy*. Gunakan 2 tangan
-

4 jari. Dimulai dari sisi atas ilium di atas otot gluteal. Meluncur dari alur lamina di atas otot tulang belakang lanjutkan ke punggung ke atas hingga bahu dan kembali.

12. *Elbow Teknik*. Letakkan salah satu telapak tangan pada bahu dan siku tangan lainnya pada punggung. Meluncur turun pada otot tulang belakang dari bahu dengan fokus utama tekanan pada otot gluteal.
  13. *Efflourage*. Mulai dari atas punggung meluncur ke bawah pada kedua sisi tulang belakang hingga atas otot gluteal. Kembali lagi dari bawah ke atas dan tekanan pijatan ke atas di kurangi.
- b. Pemijatan daerah lengan
1. *Efflourage*. Usap dengan lembut lengan bawah lalu naik ke atas.
  2. *V Stroke*. Buat huruf V diantara ibu dan jari telunjuk, pijat dari lengan bawah ke lengan atas.
  3. *Kneading*. Buat bentuk hati antara ibu jari dan jari telunjuk, saat memijat ibu jari diarahkan naik turun hingga bertemu jari telunjuk. Pemijatan dimulai dari bawah ke lengan atas.
  4. *Leaf Stroke (Usap Samping)*. Usap dari tengah ke bagian luar seperti membentuk daun.
  5. *Gerusan*. Gerus lengan menggunakan buku-buku jari dari bawah ke atas.
  6. *Tangan*. Pijat tangan dengan lembut kemudian tarik jari-jari secara perlahan.
- c. Pemijatan Daerah Paha
1. *Efflourage*. Dimulai dari lutut sampai pangkal paha.
  2. *V Stroke*. Buat huruf V antara jempol dan telunjuk,
-

pijat dari lutut sampai pangkal paha.

3. *Kneading-Hamstring*. Kneading pada paha bagian luar.
  4. *Kneading-Quadriceps*. *Kneading* pada paha bagian luar.
  5. *Leaf Stroke*. Usap dari tengah ke bagian luar seperti membentuk daun.
  6. *Chisel Fist*. Lakukan gerusan bisa digunakan dengan 2 tangan maupun 1 tangan.
  7. *Splitting Hamstrings*. Kedua tangan tumpang tindih memberikan tekanan hingga ke pangkal paha.
  8. *Criss Cross*. Dua tangan sejajar kemudian digerakkan seperti gerakan mengayuh sepeda hingga pangkal paha.
  9. *Compression*. Kumpulkan kedua tangan seperti berpegangan kemudian sedikit tekanan ke arah pangkal paha.
  10. *Effleurage* Betis. Pada daerah betis tidak boleh menggunakan tekanan yang sangat.
  11. *V-Stroke*. Buat huruf V antara jempol dan telunjuk, pijat dari lutut sampai pergelangan kaki.
  12. *Kneading*. Dengan lembut pada daerah betis sampai lutut.
  13. *Leaf Stroke*. Gunakan jempol dengan membuat setengah lingkaran (seperti gerakan membuat daun).
  14. *Chisel Fist*. Lakukan gerusan ke arah atas.
  15. *Pumping*. Tahan lutut dengan telapak tangan kemudian lakukan dorso fleksi dan ekstensi secara bergantian pada telapak kaki dengan lembut.
  16. *Massage Kaki*. Lakukan massage dengan lembut pada kaki.
-

17. *Lift Arch*. Usap dengan lembut bagian telapak kaki.

18. *Chisel Fist*. Gosok telapak kaki dengan arah ke atas dan ke bawah dengan menggunakan buku-buku jari. Endorphin Massage

## 2. MASSAGE MASA NIFAS

Kehamilan bisa menjadi waktu yang lama dan menegangkan di mana tubuh Anda mengalami banyak perubahan. Tidak ada yang lebih baik dari pijatan santai untuk mengembalikan tubuh Anda ke kondisi semula. Pijat pascanatal berfokus pada penguatan otot dan jaringan yang telah diubah selama kehamilan, sehingga tubuh Anda mendapatkan kembali kekuatannya secara alami.

Pijat setelah melahirkan pada dasarnya adalah pijat seluruh tubuh setelah melahirkan mulai dari kaki dan berakhir dengan pijatan santai untuk kepala. Pijat setelah melahirkan dapat memberikan beberapa manfaat dan efektif membantu pemulihan ibu dalam masa nifas, seperti meredakan beberapa titik kelelahan pada tubuh, melepaskan tegangan pada otot, memperbaiki peredaran darah, dan meningkatkan pergerakan sendi serta peremajaan tubuh.

### a. MANFAAT PIJAT SETELAH MELAHIRKAN:

#### 1) Membantu Dengan Pemulihan Rahim

Kontraksi rahim membantu dalam proses pembersihan alami, menghilangkan darah pasca melahirkan. Pijat perut setelah melahirkan dapat membantu rahim dalam proses pembersihan alami dan juga membantu memulihkan ukuran dan bentuk sebelum kelahiran. Mempercepat pemulihan operasi sesar, karena meningkatkan sirkulasi dan merangsang proses penyembuhan organ dalam

#### 2) Mengurangi Pembengkakan

Pengurangan sirkulasi yang disebabkan oleh peningkatan tekanan pada pembuluh darah utama oleh uterus yang berat dan ketidakseimbangan hormon dapat menyebabkan retensi air dan pembengkakan sendi. Bekerja pada jaringan

lunak tubuh meningkatkan sirkulasi dan menghilangkan kelebihan cairan dan racun.

3) Meningkatkan Menyusui

Pijat pascanatal melibatkan teknik khusus untuk merangsang jaringan payudara. Faktanya, hal itu memicu produksi oksitosin yang menyebabkan refleksi 'letdown' yang dapat membuat Anda melepaskan ASI bahkan selama pijat.

4) Mengurangi Risiko Sumbatan dan Benjolan pada Payudara

Pijat membantu meningkatkan aliran susu, menghilangkan benjolan dan bahkan membantu mencegah mastitis. Mastitis adalah infeksi bakteri yang disebabkan oleh saluran susu yang tersumbat di payudara di mana ASI mulai mandek.

5) Meningkatkan Stabilitas, Postur, dan koordinasi

Selama kehamilan, otot-otot inti meregang dan menjadi lemah. Perubahan massa tubuh menyebabkan postur tubuh berubah dan perubahan hormon membuat jaringan ikat rileks.

Proses melahirkan akan meregangkan tubuh ibu, terutama bagian perut, punggung dan panggul. Dengan pemijatan lembut, selain meredakan beberapa titik nyeri dan melepaskan tegangan pada otot, pijat dapat meningkatkan aliran darah dan oksigen ke dalam otot dan dapat meredakan nyeri atau pegal-pegal pada tubuh.

6) Mengurangi Stres

Kehamilan bisa menjadi stres dan selama berbulan-bulan tubuh Anda mengalami banyak perubahan. Pijat pascanatal hanyalah peremajaan yang dibutuhkan tubuh Anda untuk melepas lelah dan mengatasi stres itu.

7) Membantu Menghadapi Blues Pascapersalinan

---

Depresi pascapersalinan mungkin merupakan kondisi serius yang hanya menyerang 10-15% ibu. Wajar bagi wanita mana pun untuk mengalami kecemasan, stres, dan emosi lain yang meningkat setelah melahirkan. Dengarkan tubuh Anda dan berikan perhatian yang dibutuhkan.

8) Mempercepat Pemulihan

Pijat postpartum dapat memperkuat otot dan membantu mempercepat pemulihan tubuh Anda. Ini membantu untuk pulih dari stres saat melahirkan sambil memberikan perhatian penuh kepada anak.

9) Membuat Kulit Bersinar

Pijat meningkatkan aliran darah dan membantu menenangkan jaringan yang diregangkan, Mengurangi stretch mark karena menggunakan minyak berbahan dasar almond.

10) Membantu Kembali ke Tubuh Pra-Kehamilan

Pijat pasca-kehamilan sebenarnya dapat membantu mengembalikan perut seperti semula dengan bekerja pada otot-otot di daerah itu dan meningkatkan aliran darah. Ini memperkuat otot tegang dan membantu tubuh Anda mendapatkan kembali vitalitas.

11) Membantu pelepasan hormone endorphin di otak yang merupakan pereda nyeri alami.

b. WAKTU MEMIJAT

1) Wanita yang telah melahirkan normal dapat memulai pijatan pascakelahiran segera setelah mereka kembali dari rumah sakit. Biasanya, ini dalam lima hari pertama setelah melahirkan.

2) Pijatan pascapartum setelah operasi cesar hanya dapat dilakukan setelah lukanya cukup sembuh. Ini umumnya setelah satu hingga dua minggu. Walau pijat dapat membuat rileks, namun tidak boleh memijat daerahperut

---

dan bekas jahitan operasi. Tekanan apapun pada daerah tersebut dapat menyebabkan masalah. Fokuskan pijatan pada kaki, kepala, tangan dan lengan serta punggung.

- 3) Pijatan idealnya dilanjutkan selama 40 hari terus menerus untuk mendapatkan manfaat maksimal. Namun, ada banyak wanita, sebagian besar ibu yang bekerja, yang sering kali kekurangan waktu karena keterbatasan waktu

c. **HAL-HAL YANG PERLU DIHINDARI SEBELUM PIJAT PASCA KELAHIRAN**

- 1) Pastikan Anda tidak memiliki kondisi eksim atau ruam sebelumnya yang mungkin diperburuk melalui pijatan. Identifikasi kepekaan apa pun dan beri tahu praktisi yang memberi Anda pijatan.
  - 2) Hal yang sama berlaku untuk minyak atau obat apa pun yang mungkin diterapkan pada tubuh Anda selama pijat. Selain itu, hindari mengaplikasikan produk ke area puting Anda, sehingga tidak ada risiko bayi menelannya.
  - 3) Hindari menggunakan produk yang mengandung paraben. Paraben mengganggu fungsi hormon dan terkait dengan payudara dan kanker lainnya.
  - 4) Wanita yang memiliki tekanan darah tinggi atau kondisi seperti hernia juga perlu memberi tahu orang yang bersangkutan dan memastikan bahwa titik-titik tekanan yang terkait tidak dipicu secara tidak perlu.
  - 5) Wanita yang mengalami kontraksi pra-istilah (Braxton-Hicks) yang konsisten juga perlu berhati-hati.
  - 6) Wanita dengan kondisi seperti kehamilan-diinduksi hipertensi (PIH), kehamilan sebelum atau saat ini berisiko tinggi harus mendapatkan nasihat medis yang tepat sebelum pergi untuk pijat.
  - 7) Komplikasi lain seperti pembengkakan yang berlebihan atau tiba-tiba, sakit kepala parah juga merupakan kondisi
-

yang membutuhkan perhatian medis.

- 8) Penting untuk memberikan dukungan yang memadai untuk otot yang mungkin tegang selama pijatan. Sebagai contoh, linea alba yang memisahkan otot-otot dubur mungkin terlalu diregangkan karena penambahan berat dan tekanan persalinan. Selama pijatan, area seperti itu harus dipegang erat untuk melatih agar tetap selaras selama penguatan.

d. **POSISI TUBUH YANG AMAN DALAM PIJAT PASCA KELAHIRAN**

- 1) Posisi terbaik untuk mendapatkan pijat perut setelah melahirkan adalah posisi 'berbaring miring'. Dukungan punggung biasanya disediakan menggunakan bantal. Lebih baik untuk menghindari meja khusus yang memiliki depresi untuk daerah perut yang menyebabkannya menjuntai dan mengarah pada penerapan tekanan yang tidak selaras.
- 2) Teknik pijatan pasca-kehamilan dapat bervariasi dari gerakan memutar ringan hingga teknik yang lebih dalam seperti terapi kraniosakral. Terapi kraniosakral berfokus pada otot leher, wajah dan kranial untuk meredakan sakit kepala parah yang cenderung dialami ibu baru.
- 3) Minyak yang berbeda dapat digunakan untuk membantu memijat, dari minyak mustard (minyak pemanas) ke minyak wijen (pendinginan di alam) ke kelapa, almond atau minyak ayurvedic yang disiapkan khusus. Namun, pastikan Anda tidak alergi terhadap salah satu dari mereka.

Pijat pascanatal adalah alat yang hebat bagi ibu baru untuk mendapatkan kembali kontrol tubuh mereka.

3. **BABY MASSAGE (PIJAT BAYI)**

a. *Defenisi baby massage*

Pijat adalah terapi sentuh paling tua dan paling populer yang dikenal manusia. Pijat adalah seni perawatan kesehatan dan pengobatan yang telah dipraktekkan sejak berabad-abad silam. Bahkan, diperkirakan ilmu ini dikenal sejak dari awal

---

kehidupan manusia di dunia. Kedekatan ini mungkin dikarenakan pijat sangat berhubungan erat dengan kehamilan dan proses kelahiran manusia.

Pijat adalah salah satu stimulasi taktil yang memberikan efek biokimia dan efek fisiologi pada berbagai organ tubuh. Pijat yang dilakukan dengan benar dan juga teratur pada bayi diduga memiliki berbagai keuntungan dalam proses tumbuh kembang bayi. Sentuhan dan pijat pada bayi segera setelah kelahiran merupakan kontak tubuh kelanjutan yang diperlukan bayi untuk mempertahankan rasa aman. Pijat pada bayi oleh orangtua dapat meningkatkan hubungan emosional antara orangtua dan bayi, juga diduga dapat meningkatkan berat badan bayi.

Pijat bayi atau *baby massage* merupakan gerakan usapan lambat dan lembut pada seluruh tubuh bayi yang dimulai dari kaki, perut, dada, wajah, tangan dan punggung bayi. Pijat bayi merupakan salah satu bentuk rangsang raba. Rangsang raba adalah yang paling penting dalam perkembangan. Sensasi sentuhan merupakan sensori yang paling berkembang saat lahir. Pijat bayi atau *baby massage* merupakan salah satu cara yang menyenangkan untuk menghilangkan ketegangan dan perasaan gelisah terutama pada bayi. Pijatan lembut akan membantu mengendurkan otot-ototnya sehingga bayi menjadi tenang dan tidurnya nyenyak. Sentuhan lembut pada bayi merupakan sarana ikatan yang indah antara bayi dan orang tuanya.

Ahli Neonatal Indonesia, dr. Utami Roesli, SpA mengungkapkan bahwa pemijatan pada bayi prematur dapat meningkatkan berat badan 20 hingga 40 persen dibandingkan dengan bayi-bayi yang tidak dipijat. Ia juga berpendapat bahwa pemijatan bayi yang dilakukan oleh sang ayah akan membuat perasaan positif ibu menjadi nyaman dan bahagia. Perasaan ini merangsang hormon oksitosin ( hormon persalinan yang

---

fungsinya merangsang kontraksi/gerakan otot rahim sehingga persalinan lebih mudah) pada ibu yang sangat berperan dalam meningkatkan produksi ASI. Jadi, pijatan bayi yang dilakukan oleh sang ayah secara tidak langsung ikut berperan meningkatkan produksi ASI ibu.

b. Anatomi Dan Fisiologi Pijat Bayi

Anatomi dan fisiologi pijat bayi yang dapat mempengaruhi kesehatan tubuh:

1. Anatomi

- a. Kulit dan saraf,
- b. Sistem peredaran darah,
- c. Otot,
- d. Sistem pencernaan.

2. Fisiologi mekanisme dasar pijat bayi :

- a. *Beta Endorphine*, mempengaruhi mekanisme pertumbuhan. Pijatan akan meningkatkan pertumbuhan dan perkembangan anak,
  - b. Aktivitas *Nervus Vagus* meningkatkan volume ASI. Penyerapan makanan menjadi lebih baik karena peningkatan aktivitas *nervus vagus* menyebabkan bayi cepat lapar sehingga akan sering menyusu pada ibunya akibatnya ASI akan lebih banyak diproduksi,
  - c. Produksi Serotonin meningkatkan daya tahan tubuh. Pemijatan akan meningkatkan aktivitas neurotransmitter serotonin yaitu meningkatkan kapasitas sel reseptor yang berfungsi mengikat glucocorticoid (adrenalin) proses ini menyebabkan terjadinya penurunan kadar hormon adrenalin (hormon stres) penurunan hormon stres akan meningkatkan daya tahan tubuh terutama IgM, IgG.
  - d. Mengubah gelombang otak. *Baby Massage* (pijat bayi) akan membuat bayi tidur lebih lelap dan meningkatkan
-

kesiagaan atau konsentrasi.

c. Manfaat Pijat Bayi Ditinjau Dari Berbagai Segi

1. Manfaat kesehatan

- Melancarkan sirkulasi darah
- Melancarkan oksigenensial dalam tubuh
- Meningkatkan daya tahan tubuh
- Mengatasi gangguan tidur anak lebih tenang
- Pertumbuhan dan perkembangan menjadi lebih optimal.

2. Pijat kaki dan tangan

- Menguatkan otot dan tulang (merangsang saraf motorik) disamping menghilangkan ketegangan
- Memperlancar peredaran darah
- lokasi 2/3 dan 1/3 telapak kaki: mempengaruhi kecerdasan daya tingkat mengaktifkan semangat dan mental

3. Pijat perut

- Akan meningkatkan kerja sistem pencernaan dan mengurangi sembelit serta kolik

4. Pijat dada

- Menguatkan kerja paru – paru dan jantung
- Membantu pernafasan bayi.

5. Pemijatan punggung

- Membuat otot leher kuat
- Relaksasi punggung
- Menghindari perkembangan tulang punggung bayi tidak sempurna

6. Pemijatan wajah dan rahang

- Membuat otot wajah rileks
  - Rahang merangsang pertumbuhan gigi.
  - Batang hidung antara pertengahan jarak ujung alis mata : meningkatkan daya konsentrasi
-

- Lengkung alis mata dan garis dari sudut melancarkan peredaran darah otak

d. Manfaat Pijat Bayi Dan Orang Tua

- 1) Meningkatkan daya tahan tubuh,
- 2) Memperbaiki peredaran darah dan pernafasan,
- 3) Merangsang fungsi pencernaan serta pembuangan,
- 4) Meningkatkan kenaikan berat badan,
- 5) Mengurangi stres dan ketegangan,
- 6) Meningkatkan kesiagaan,
- 7) Membuat tidur lelap,
- 8) Mengurangi rasa sakit mengurangi kembung dan sakit perut,
- 9) Meningkatkan hubungan batin antara orang tua dan bayi,
- 10) Meningkatkan produksi air susu ibu,
- 11) Membantu orang tua mengetahui bahasa / isyarat non verbal / verbal bayi,
- 12) Membuat rasa percaya diri dalam mengasuh bayi.

e. Respon bayi siap untuk mau dipijat :

- 1) Kontak mata,
- 2) Ngoceh,
- 3) Tangannya terbuka,
- 4) Tersenyum,
- 5) Menggerakkan tangan dan kaki,
- 6) Santai,
- 7) Semangat,
- 8) Meraih/menggapai,
- 9) Merilekkan tangannya,
- 10) Berkata “iya mau” etc.

f. Minyak yang digunakan :

Minyak yang berasal dari tumbuh-tumbuhan/bahan organik tak berbau, tak berasa, *cold pressed oil*, seperti : minyak biji anggur, minyak bunga matahari, minyak kelapa, minyak zaitun.

Rekomendasi minyak biji anggur, minyak dari buah anggur bagus

---

sekali digunakan untuk memijat bayi karena mempunyai PH yang sesuai dengan PH kulit bayi sehingga tidak mengiritasi dan mengandung vitamin E untuk kesehatan kulit.

*Hindari :*

Minyak mengandung bahan kimia, berbau, berparfum, minyak mineral oil berbahan dasar petroleum (bensin), minyak atsiri, tidak cocok untuk bayi karena konsentrasinya terlalu pekat, baunya terlalu menyengat.

g. Persiapan pijat bayi :

- Waktu yang tepat,
- Ruangan untuk melakukan pijat bayi,
- Persiapan alat (alas yang lembut, handuk, lap, minyak untuk memijat, baju ganti, air, washlap, ASI, air hangat).

### C. RANGKUMAN

Kebiasaan memijat bayi sudah menjadi budaya yang dilakukan secara turun-temurun dari orang tua ke anak dan cucunya. Tak heran, selain membuat anak tidur lebih lelap, pijat bayi juga memberikan manfaat kesehatan bagi bayi dan ibu menyusui.

Memijat bayi secara rutin merupakan salah satu cara untuk memberikan sesuatu yang lebih untuknya. Lebih banyak waktu untuk membangun ikatan dengannya. Lebih banyak stimulasi sensorik. Perkembangan bayi yang lebih sehat. Salah satu faktor paling penting untuk perkembangan bayi yang sehat dan bahagia adalah sentuhan penuh kasih dari ibu. Penelitian menunjukkan bahwa sentuhan dan pijat bayi rutin dari orang tua atau pengasuh adalah faktor yang krusial untuk pertumbuhan, komunikasi, serta proses belajar si kecil.

Dalam banyak hal, sentuhan menjadi bahasa pertama kita. Sentuhan lembut dan penuh kasih dapat membantu bayi kecil untuk tumbuh lebih kuat dan tanpa rasa cemas. Bayi yang disentuh secara rutin melakukan kontak mata 50% lebih banyak dan menunjukkan ekspresi positif tiga kali lebih banyak, dibandingkan bayi lainnya.

---

**D. LATIHAN**

Buatlah proposal usaha tentang mom and baby spa.

**E. RUJUKAN**

Aditya. (2014). *Keajaiban Pijat Bayi dan Balita*. Jakarta : PT. Wahyu Media.

Suranto A. (2011). *Pijat Anak*. Jakarta: Penebar Swadaya Grup.

Team Trainer. (2018). *Panduan Pelatihan Peluang Usaha Baby Spa and Mom Treatment*. Jakarta: Satuvisicorp

Trisnowiyanto, Bambang. (2012). *Keterampilan Dasar Massage*. Nuha Medika : Jogjakarta.

---