

**MAKALAH**  
**KEUNGGULAN KOMPETITIF**  
**DALAM KEWIRAUSAHAAN**



Disusun oleh :

Kelas KWU C

Kelompok 6

NUR AFIANI FAJRIYAN	115030407111017
ENGGAR GALUH PRABANDARI	115030401111010
NURUL HAMIDAH	115030400111012
TIARA ULFA YANUESTI	115030400111010
DESI WAHYUNING TYAS	115030400111054
ZULISTYOWATI	115030407111078

**ILMU ADMINISTRASI PERPAJAKAN**

**FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA**

**MALANG**

**2013**



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kewirausahaan adalah kemampuan untuk mengembangkan ide dan cara baru dalam menghadapi/memecahkan permasalahan serta kemampuan untuk mendeteksi dan menemukan sebuah peluang yang kemudian dapat diterapkannya hal-hal tersebut untuk menuju kesuksesannya. Untuk mencapai kesuksesan tersebut diperlukan berbagai langkah untuk menempuhnya . Inovasi, kreatifitas , dan ide yang selalu update diperlukan dalam keberlangsungan kewirausahaan agar mampu bersaing seiring dengan era global. Dalam kewirausahaan pasti menginginkan profit maksimal agar modal yang dikeluarkan kembali dan kewirausahaan bisa bertahan.

Dalam mencapai semua keinginan itu, diperlukan beberapa strategi. Keunggulan kompetitif adalah kemampuan untuk memformulasi strategi pencapaian peluang profit melalui maksimisasi penerimaan dari investasi yang dilakukan. Sekurang-kurangnya ada dua prinsip pokok yang perlu dimiliki perusahaan untuk meraih keunggulan kompetitif yaitu adanya nilai pandang pelanggan dan keunikan produk. Keunggulan kompetitif dalam kewirausahaan adalah adanya inovasi, kreatifitas dan ide.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang kami bahas adalah :

1. Apa Definisi, ciri dan manfaat Kewirausahaan ?
2. Apa yang dimaksud dengan keunggulan kompetitif dalam kewirausahaan ?
3. Apa pentingnya keunggulan kompetitif dalam kewirausahaan?

### **1.3 Tujuan**

Sedangkan tujuan yang ingin kami ketahui adalah:

1. Untuk mengetahui tentang definisi, cirri, dan manfaat kewirausahaan.
2. Untuk mengetahui tentang keunggulan kompetitif dalam kewirausahaan.
3. Untuk mengetahui pentingnya keunggulan kompetitif dalam kewirausahaan.



## **BAB II**

### **PENDAHULUAN**

#### **2.1 Definisi, ciri dan manfaat Kewirausahaan**

##### **2.1.1 Definisi kewirausahaan**

Kewirausahaan adalah kemampuan untuk mengembangkan ide dan cara baru dalam menghadapi/memecahkan permasalahan serta kemampuan untuk mendeteksi dan menemukan sebuah peluang yang kemudian dapat diterapkannya hal-hal tersebut untuk menuju kesuksesannya.

##### **2.1.2 Ciri Kewirausahaan**

Secara umum terdapat beberapa ciri kewirausahaan, diantaranya sebagai berikut :

1. Berani melangkah ( tidak takut menghadapi resiko yang ada )
2. Jiwa kepemimpinan yang kuat
3. Memiliki tanggung jawab
4. Komitmen
5. Senantiasa mencari peluang
6. Pandangan fokus kedepan ( memikirkan masa depan )
7. Kreatif dan inovatif

Secara umum seperti yang telah disebutkan diatas, mungkin oleh teman-teman dapat dijadikan sebuah pandangan untuk menjabarkan sendiri bagaimana secara umum ciri kewirausahaan itu. Namun jika kita bicara mengenai ciri khusus kewirausahaan, ini akan cukup sulit untuk dijabarkan karena kewirausahaan dalam prakteknya melakukan usaha tergantung juga dengan pelaku usaha, apakah dia seperti yang kita kira bahwa harus kreatif, inovatif, komitmen atau apapun itu, dan jangan lupa bahwa adanya faktor keberuntungan juga disini atau kemandirian.

##### **2.1.3 Manfaat Kewirausahaan**

Ada beberapa manfaat kewirausahaan, salah satunya sebagai berikut :

1. Menurunkan angka pengangguran
2. Memperkuat perekonomian nasional
3. Pendistribusian pendapatan nasional
4. Kesejahteraan masyarakat
5. Menurunkan beban negara

## **2.2 Keunggulan kompetitif dalam kewirausahaan**

Keunggulan kompetitif adalah kemampuan perusahaan untuk memformulasi strategi pencapaian peluang profit melalui maksimisasi penerimaan dari investasi yang dilakukan. Sekurang-kurangnya ada dua prinsip pokok yang perlu dimiliki perusahaan untuk meraih keunggulan kompetitif yaitu adanya nilai pandang pelanggan dan keunikan produk. Keunggulan kompetitif dalam kewirausahaan adalah adanya inovasi, kreatifitas dan ide.

### **2.2.1 Pengertian Kreativitas**

Kreativitas merupakan suatu bidang kajian yang kompleks, yang menimbulkan berbagai perbedaan pandangan. Perbedaan definisi kreativitas yang dikemukakan oleh banyak ahli merupakan definisi yang saling melengkapi. Sudut pandang para ahli terhadap kreativitas menjadi dasar perbedaan dari definisi kreativitas. Definisi kreativitas tergantung pada segi penekanannya. Kreativitas dapat didefinisikan kedalam empat jenis dimensi sebagai Four P's Creativity, yaitu dimensi Person, Proses, Press dan Product sebagai berikut :

#### **1. Definisi Kreativitas dalam dimensi Person**

Definisi pada dimensi person adalah upaya mendefinisikan kreativitas yang berfokus pada individu atau person dari individu yang dapat disebut kreatif.

Guilford menerangkan bahwa kreativitas merupakan kemampuan atau kecakapan yang ada dalam diri seseorang. Hal ini erat kaitannya dengan bakat. Sedangkan Hulbeck menerangkan bahwa tindakan kreatif muncul dari keunikan keseluruhan kepribadian dalam interaksi dengan lingkungannya.

#### **2. Kreativitas dalam dimensi proses**

Definisi pada dimensi proses adalah upaya mendefinisikan kreativitas yang berfokus pada proses berfikir sehingga memunculkan ide-ide unik atau kreatif. Utami Munandar menerangkan bahwa kreativitas adalah sebuah proses atau kemampuan yang mencerminkan kelancaran, keluwesan(fleksibilitas), dan orisinalitas dalam berfikir serta kemampuan untuk serta kemampuan untuk mengelaborasi (mengembangkan, memperkaya, memperinci), suatu gagasan.

### **3. Definisi Kreativitas dalam dimensi Press**

Definisi dan pendekatan kreativitas yang menekankan faktor press atau dorongan, baik dorongan internal diri sendiri berupa keinginan dan hasrat untuk mencipta atau bersibuk diri secara kreatif, maupun dorongan eksternal dan lingkungan sosial dan psikologis. Definisi Simpson (1982) dalam S. C. U. Munandar 1999, merujuk pada aspek dorongan internal dengan rumusannya sebagai berikut:

“The initiative that one manifests by his power to break away from the usual sequence of thought’

Mengenai “press” dan lingkungan, ada lingkungan yang menghargai imajinasi dan fantasi, dan menekankan kreativitas serta inovasi. Kreativitas juga kurang berkembang dalam kebudayaan yang terlalu menekankan tradisi, dan kurang terbukanya terhadap perubahan atau perkembangan baru.

### **4. Definisi Kreativitas dalam dimensi Produk**

Definisi pada dimensi produk merupakan upaya mendefinisikan kreativitas yang berfokus pada produk atau apa yang dihasilkan oleh individu baik sesuatu yang baru/original atau sebuah elaborasi atau penggabungan yang inovatif.

Definisi yang berfokus pada produk kreatif menekankan pada orisinalitas, seperti yang dikemukakan oleh Baron (1969) yang menyatakan bahwa kreatifitas adalah kemampuan untuk menghasilkan/menciptakan sesuatu yang baru. Begitu pula menurut Haeferle (1962) dalam Munandar, 1999; yang menyatakan kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru yang mempunyai makna sosial. Dan dua definisi ini maka kreatifitas tidak hanya membuat sesuatu yang baru tetapi mungkin saja kombinasi dan sesuatu yang sudah ada sebelumnya.

### 2.2.2 Pengertian Inovasi

Menurut *etimologi*, inovasi berasal dari kata *innovation* yang bermakna ‘pembaharuan, perubahan (secara) baru’. Inovasi adakalanya diartikan *sebagai penemuan*. Tetapi berbeda maknanya dengan penemuan dalam arti *diskoveri* atau *invensi*. *Diskoveri* mempunyai makna penemuan sesuatu yang sesuatu itu telah ada sebelumnya. Tetapi belum diketahui orang. Contohnya penemuan benua Amerika. Sebenarnya, benua Amerika sudah ada sejak dahulu tetapi baru ditemukan pada tahun 1492 oleh orang Eropa yang bernama Columbus. *Invensi* adalah penemuan yang benar-benar baru sebagai hasil kreasi manusia. Contohnya teori belajar, mode busana, dan sebagainya. *Inovasi* adalah suatu ide, produk, metode dan seterusnya yang dirasakan sebagai sesuatu yang baru, baik berupa hasil *diskoveri* atau *invensi* yang digunakan untuk tujuan tertentu.

Rogers dan Shoemaker mengartikan inovasi sebagai ide-ide baru. praktik-praktik baru atau objek-objek yang dapat dirasakan sebagai sesuatu yang baru oleh individu atau masyarakat sasaran. Pengertian *baru* di sini, mengandung makna bukan sekadar *baru diketahui* oleh pikiran (*cognitive*), melainkan juga *baru* karena belum dapat diterima secara luas oleh seluruh warga masyarakat dalam arti sikap (*attitude*) dan juga *baru* dalam pengertian belum diterima dan diterapkan oleh seluruh warga masyarakat setempat.

#### Arti penting inovasi dalam Kewirausahaan

Ada lima jenis inovasi yang penting dilakukan wirausaha, yaitu:

- Pengenalan barang baru atau perbaikan barang yang sudah ada.
- Pengenalan metode produksi baru.
- Pembukaan pasar baru, khususnya pasar ekspor atau daerah yang baru.
- Penciptaan pengadaan persediaan (*supply*) bahan mentah atau setengah jadi baru.
- Penciptaan suatu bentuk organisasi industri baru.

Untuk membangun perusahaan inovatif Kotler menekankan pentingnya sejumlah faktor sebagai berikut :

1. Adanya budaya penemuan, setiap organisasi bisnis harus disesaki orang-orang yang punya semangat inovasi.
2. Mengembangkan inovasi sebaiknya berdasarkan riset, sebab perusahaan dikatakan inovatif kalau secara sengaja membangun dan melakukan proses untuk menghasilkan temuan baru.



3. Seorang wirausaha harus segera menterjemahkan mimpi-mimpinya menjadi inovasi untuk mengembangkan bisnisnya.
4. Inovasi adalah kreativitas yang diterjemahkan menjadi sesuatu yang dapat diimplementasikan dan memberikan nilai tambah atas sumber daya yang kita miliki.

**Karakteristik Inovasi :**

Rogers (1983) mengemukakan lima karakteristik inovasi:

1. Keunggulan relatif (*relative advantage*)
2. Kompatibilitas (*compatibility*)
3. Kerumitan (*complexity*)
4. Kemampuan diujicobakan (*trialability*)
5. Kemampuan untuk diamati (*observability*)

Keunggulan relatif adalah derajat di mana suatu inovasi dianggap lebih baik unggul daripada yang pernah ada. Hal ini dapat diukur dari beberapa segi, seperti segi ekonomi, prestise sosial, kenyamanan dan kepuasan. Semakin besar keunggulan relatif dirasakan oleh pengadopsi semakin cepat inovasi tersebut dapat diadopsi.

Kompatibilitas adalah derajat di mana inovasi tersebut dianggap konsisten dengan nilai-nilai yang berlaku pengalaman masa lalu, dan kebutuhan pengadopsi. Sebagai contoh, jika suatu inovasi atau ide baru tertentu tidak sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku, inovasi itu tidak dapat diadopsi dengan mudah sebagaimana halnya dengan inovasi yang sesuai (*compatible*).

Kerumitan adalah derajat di mana inovasi dianggap sebagai suatu yang sulit untuk dipahami dan digunakan. Beberapa inovasi tertentu ada yang dengan mudah dapat dimengerti dan digunakan oleh pengadopsi dan ada pula yang sebaliknya. Semakin mudah dipahami dan dimengerti oleh pengadopsi semakin cepat suatu inovasi dapat diadopsi.

Kemampuan untuk diuji cobakan adalah derajat di mana suatu inovasi dapat diuji coba batas tertentu. Suatu inovasi yang dapat diujicobakan dalam setting sesungguhnya umumnya akan lebih cepat diadopsi. Jadi, agar dapat dengan cepat diadopsi, suatu inovasi harus mampu mengemukakan keunggulannya.

Kemampuan untuk diamati adalah derajat di mana hasil suatu inovasi dapat dilihat orang lain. Semakin mudah seseorang melihat hasil suatu inovasi, semakin besar kemungkinan orang atau sekelompok orang tersebut mengadopsi.

Semakin besar keunggulan relatif, kesesuaian. kemampuan untuk diujicobakan, dan kemampuan untuk diamati serta semakin kecil kerumitannya, semakin cepat inovasi dapat diadopsi

### **2.2.3 Pengertian ide dalam Kewirausahaan**

Menurut Zimmerer, ide-ide yang berasal dari wirausaha dapat menciptakan peluang untuk memenuhi kebutuhan riil di pasar. Ide-ide menciptakan nilai potensial di pasar sekaligus, menjadi peluang usaha.

Dalam mengevaluasi ide untuk menciptakan nilai-nilai potensial (peluang usaha), wirausaha perlu mengidentifikasi dan mengevaluasi semua resiko yang mungkin terjadi dengan cara

- Mengurangi kemungkinan risiko melalui strategi yg proaktif
- Menyebarkan resiko pada aspek yg paling mungkin
- Mengelola risiko yg mendatangkan nilai atau manfaat

Ada 3 risiko yang dapat dievaluasi:

- Risiko pasar / persaingan
- Risiko finansial
- Risiko teknik

Risiko terjadi akibat adanya ketidakpastian pasar, risiko finansial terjadi akibat rendahnya hasil penjualan dan tingginya biaya. Risiko teknik terjadi akibat adanya kegagalan teknik.

Ketidakpastian pasar terjadi akibat dari berbagai faktor seperti : lingkungan ekonomi, teknologi, demografi dan sospol.

Menurut Zimmerer (1996: 82), kreativitas sering kali muncul dalam bentuk ide untuk menghasilkan barang dan jasa baru. Ide bukanlah peluang dan tidak

akan muncul bila wirausaha tidak mengadakan evaluasi dan pengamatan secara terus-menerus.

Banyak ide yang betul-betul asli, akan tetapi sebagian besar peluang tercipta ketika wirausaha memiliki cara pandang baru terhadap ide yang lama. Pertanyaannya, bagaimana ide bisa menjadi peluang? Terdapat beberapa jawaban atas pertanyaan ini, di antaranya:

- Ide dapat digerakkan secara internal melalui perubahan cara-cara metode yg lebih baik untuk melayani dan memuaskan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya.
- Ide dapat dihasilkan dalam bentuk produk dan jasa baru
- Ide dapat dihasilkan dalam bentuk modifikasi pekerjaan yang dilakukan atau cara melakukan suatu pekerjaan.

Nilai suatu barang dapat diciptakan melalui inovasi.

Nilai dapat diciptakan dengan cara mengubah tantangan menjadi peluang.

Peluang dapat diciptakan melalui ide-ide kreatif dan inovatif.

### **2.3 Pentingnya Keunggulan Kompetitif dalam Kewirausahaan**

Yang menjadi pembeda antara pengusaha dan wirausaha adalah adanya keinginan wirausaha untuk mengambil tantangan guna lebih memajukan lagi usaha yang dirintisnya. Dalam kewirausahaan keunggulan kompetitif berupa inovasi, kreatifitas dan ide sangatlah penting. Karena keunggulan kompetitif tersebut, seorang wirausaha dapat memunculkan usaha – usaha baru. Usaha baru yang dimaksud disini bukanlah usaha yang semata- mata baru atau belum terdapat pesaing. Namun juga dapat berarti usaha dengan pasar, target yang baru.

### **BAB III**

### **PENUTUP**

#### **Daftar Pustaka**

- Alma. Bucharl(2009). *Kewirausahaan*. A Ifabeta. Bandung
- Anonim. 2009. Sembilan tipe kepribadian. [www.psbpsma.or/content/bjoWsembilan tipe kepribadian.com](http://www.psbpsma.or/content/bjoWsembilan tipe kepribadian.com). (diakses tanggal 5 Agustus 2009).
- Kasmir. 2006. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- McGuckin F. 2006. *Ide-Ide Besar Uniuk Mengembangkan Usaha KecilAnda*. Jakarta: Abdi Tandır.
- Suryana. 2003. *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat
- Winardi. 2003. *Entrepreneur dwi Enrrepreneurship*. Jakarta: Prenada Media

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya kepada kami sehingga kami berhasil menyelesaikan Makalah ini dengan tepat pada waktunya yang berjudul “KEUNGGULAN KOMPETITIF DALAM KEWIRAUSAHAAN”.

Makalah ini berisikan tentang faktor dalam keunggulan kompetitif yaitu, inovasi, ide, kreatif oleh karena itu dalam makalah ini kami akan memberi ulasannya.

Kami menyadari bahwa makalah ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun selalu kami harapkan demi kesempurnaan makalah ini.

Akhir kata, kami sampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan serta dalam penyusunan makalah ini dari awal sampai akhir.

Malang, 21 Oktober 2013

Penyusun

# DAFTAR ISI

Cover.....	i
Kata Pengantar.....	ii
Daftar Isi.....	iii
Bab I Pendahuluan	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	1
1.3 Tujuan.....	1
Bab II Pembahasan	
2.1 Definisi, ciri dan manfaat Kewirausahaan.....	2
2.2 Keunggulan kompetitif dalam kewirausahaan.....	3
2.3 Pentingnya Keunggulan Kompetitif dalam Kewirausahaan.....	8
Bab III Penutup	
3.1 Daftar Pustaka.....	9